



Evento	Salão UFRGS 2014: SIC - XXVI SALÃO DE INICIAÇÃO CIENTÍFICA DA UFRGS
Ano	2014
Local	Porto Alegre
Título	Da produção ao consumo: um olhar integrado sobre o mercado de alimentos
Autor	ANDREZA BALERINI
Orientador	MARLON DALMORO
Instituição	Centro Universitário Univates

Resumo: Inúmeros estudos tem apontado o mercado como uma unidade de análise que congrega diversas práticas, que vão desde a produção até o consumo, envolvendo um conjunto de agentes (fornecedores, produtores, consumidores) que, por meio das suas ideias, culturas, técnicas e práticas, desenvolvem e moldam ativamente os mercados (ARAUJO *et al.*, 2010). O estudo das relações de consumo no mercado de alimentos necessita de um olhar integral e interdisciplinar, visto a transformações recentes, como o aumento no consumo de produtos orgânicos. Alimentos orgânicos são aqueles isentos de substâncias nocivas à saúde e provenientes de sistemas agrícolas com recursos produtivos que visam à sustentabilidade econômica, ambiental, social e cultural, (MUNIZ e STRINGHETA, 2003). Para compreender este mercado, o projeto tem como objetivo analisar o mercado de produtos orgânicos, na amplitude de sua estrutura que envolve desde a sua produção até o consumo, sob uma perspectiva cultural, estratégica e tecnológica. No plano metodológico, a pesquisa assume um caráter majoritariamente qualitativo, por meio de entrevistas e análises de documentos. Os sujeitos da pesquisa envolvem uma empresa focal, especificamente uma Cooperativa produtora de suco de uva orgânico, produtores rurais fornecedores desta empresa e consumidores de produtos orgânicos. Os resultados desta pesquisa esperam gerar conhecimento de maneira ampla e interdisciplinar no que se refere ao mercado de alimentos orgânicos a partir de três envolventes: estratégica, cultural e tecnológica. No âmbito dos alimentos orgânicos, as especificidades deste mercado tornam a sua construção complexa, visto a necessidade de adaptação e alteração das técnicas de produção, transformação, comercialização (WHEELER e CRISP, 2011) e adoção ou alteração nos hábitos culturais de consumo (GUIVANT, 2003; AERTSENS *et al.*, 2009). Resultados iniciais reforçam o entendimento de que para compreender o mercado de suco de uva orgânico, deve-se analisar a rede de relações formada pelos agentes produtores, transformadores e consumidores. Resultados ainda apontam que, mesmo diante do reconhecimento dos benefícios dos produtos orgânicos pelos agentes, existem particularidades que dificultam a construção de dinâmicas de produção e consumo que fomentem um mercado de suco de uva orgânico.

Palavras-chave: Alimento orgânico. Mercado. Suco de uva orgânico. Consumo.