



<b>Evento</b>	Salão UFRGS 2015: SIC - XXVII SALÃO DE INICIAÇÃO CIENTÍFICA DA UFRGS
<b>Ano</b>	2015
<b>Local</b>	Porto Alegre - RS
<b>Título</b>	Da produção ao consumo: um enfoque no mercado de suco de uva orgânica
<b>Autor</b>	ANDREZA BALERINI
<b>Orientador</b>	MARLON DALMORO
<b>Instituição</b>	Centro Universitário Univates

## **Da produção ao consumo: um enfoque no mercado de suco de uva orgânica**

**Participante:** Andreza Balerini

**Orientador:** Marlon Dalmoro

**Instituição:** Centro Universitário Univates

**Resumo:** A produção de alimentos orgânicos tem ganhado espaço na agricultura mundial, contudo, em números absolutos a sua representatividade no mercado geral de alimentos ainda é baixa. Os orgânicos se destacam pelo seu modo de produção livre de insumos químicos sintéticos e reconhecimento de benefícios sociais, econômicos e ambientais, bem como à saúde (INSTITUTE OF FOOD SCIENCE AND TECHNOLOGY, 2013). No âmbito específico dos produtores, à adoção de práticas de produção orgânica tem possibilitado maiores ganhos financeiros em relação à agricultura convencional, tornando-se um dos principais estímulos à adoção deste tipo de produção (SCHULTZ, 2006). Contudo, apesar dos ganhos apontados, a construção efetiva de um mercado de orgânicos requer adaptação e alteração das técnicas de produção, transformação, comercialização, acompanhadas por mudanças nos padrões de consumo (WHEELER e CRISP, 2011; MCEACHERN e WILLOCK, 2004). A presente pesquisa busca explorar de forma ampla as oportunidades e os entraves na construção de um mercado de alimentos orgânicos. Especificamente, busca-se analisar a visão dos produtores rurais, o papel que a empresa desempenha como intermediária e a percepção do consumidor. Para isso, foca-se no mercado de suco de uva orgânica, visto que o consumo deste tipo de produto apresenta crescimento significativo no Brasil e peculiaridades que dificultam o crescimento da produção e do consumo. A metodologia usada é de caráter majoritariamente qualitativo, por meio de entrevistas junto a produtores, consumidores e uma cooperativa beneficiária de uva orgânica. Análises preliminares apontam que, no âmbito dos produtores, estes reconhecem nos orgânicos benefícios para a saúde e uma melhor remuneração pela sua produção. Contudo, defronta-se com entraves tecnológicos que aludem à falta conhecimento sobre esta forma de cultivo, implicando numa redução da quantidade produzida e em riscos de perdas em razão da dificuldade de controle de pragas e umidade. Outro entrave diz respeito aos fatores culturais, carregados por uma tradição que normaliza o uso de agrotóxicos e gera desconfianças e rejeições entre os produtores. Quanto à empresa, esta possui um papel-chave na motivação dos cooperados para converterem sua produção do método convencional para o orgânico. A oferta desse tipo de produto permite o ingresso num mercado alternativo àquele tradicional da empresa e ganhos financeiros e estratégicos. Contudo, se deparam com resistências internas e externas, bem como limitação nos canais de distribuição. Do ponto de vista do consumidor, a percepção dos orgânicos está associada diretamente a saudabilidade, reconhecendo nos orgânicos benefícios diretos à saúde. No entanto, estes se defrontam com uma limitação na oferta desses produtos. A partir da adoção de um olhar integrado, compreende-se que os aspectos que limitam a ampliação da produção e consumo de orgânicos são sistêmicos e envolvem os diferentes agentes envolvidos na construção deste mercado. Entende-se que a construção desse mercado não esbarra na percepção de ganhos por parte dos agentes envolvidos, mas em limitantes culturais que envolvem alteração nas práticas de produção e consumo de todos os agentes.