



<b>Evento</b>	Salão UFRGS 2013: SIC - XXV SALÃO DE INICIAÇÃO CIENTÍFICA DA UFRGS
<b>Ano</b>	2013
<b>Local</b>	Porto Alegre - RS
<b>Título</b>	Comportamento dos Consumidores de Produtos Orgânicos da Feira Ecológica do Bom Fim em Porto Alegre.
<b>Autor</b>	EDUARDO RIBAS FEIJÓ
<b>Orientador</b>	MARCIA DUTRA DE BARCELLOS

O presente trabalho ambienta-se no contexto do mercado consumidor de alimentos orgânicos em geral e, particularmente, investiga o comportamento de consumidores frequentadores da Feira Ecológica do Bom Fim, em Porto Alegre. A referida Feira conecta produtores da área rural de Porto Alegre e de localidades com um raio de até duzentos quilômetros da cidade através da comercialização direta de seus produtos. Sendo assim, é um modelo de espaço comercial importante tanto para os produtores de orgânicos quanto para os seus consumidores, já que representa um canal concreto para o desenvolvimento de transações de interesse mútuo e disseminação de uma emergente cultura de consumo alimentício. Dada a relevância econômica e social do setor, com destaque para o crescimento do mercado de produtos orgânicos a nível global, o objetivo do artigo é investigar a relação entre valores pessoais, atitudes, motivações e hábitos alimentares dentro e fora do lar dos consumidores de produtos orgânicos da Feira Ecológica. Para atingir o objetivo da pesquisa foram realizadas entrevistas com roteiro semi-estruturado, abordando os aspectos supracitados como valores pessoais e hábitos alimentares a fim de conhecer também o comportamento desses consumidores em ambientes além da Feira, à exemplo de outros pontos de venda de alimentos e restaurantes. Os resultados indicam que esses consumidores costumam ter uma renda e tempo de estudo privilegiados para o contexto brasileiro e se diferenciam por observar variáveis que extrapolam a necessidade e o desejo por determinados alimentos. Apesar de se constatar uma maior conscientização coletiva por parte desses consumidores, os mesmos ainda carecem de uma crítica mais política e ideológica e consomem produtos orgânicos motivados, principalmente, por questões que dizem respeito diretamente a benefícios pessoais como saúde, bem-estar e status. É importante ressaltar que essa pesquisa exploratória foi desenvolvida apenas na cidade de Porto Alegre e a partir do contexto de uma Feira específica, não sendo suficiente para interpretar o mercado de consumidores de alimentos orgânicos globalmente. Apesar da limitação geográfica da pesquisa, tendo em vista o pioneirismo da Feira no Estado e a tradicional referência cultural do bairro em que está situada, obtiveram-se importantes resultados para compreender o comportamento dos consumidores de alimentos orgânicos e projetar continuidade de estudos mais amplos. Pretende-se dar sequência na pesquisa abordando as ações que vem sendo tomadas por produtores no sentido de qualificar esse segmento e compreender sua visão no que diz respeito às principais barreiras para o desenvolvimento do mercado de orgânicos, bem como as principais tendências. Ainda, considerando que o contexto Europeu, à exemplo, especialmente, da Dinamarca, apresenta um padrão comportamental de consumo de orgânicos bastante apreciado, desenvolvido e disseminado, será investigado futuramente as diferenças e condições que permitiram esse país a ter o merecido destaque nesse segmento. A partir dessa ampliação de pesquisa sugerida, pretende-se consolidar um estudo capaz de apontar caminhos para o desenvolvimento local, regional e nacional do mercado de alimentos orgânicos.

Palavras-chave: mercado de orgânicos – comportamento do consumidor - motivações