

# Da produção ao consumo: um olhar integrado sobre o mercado de alimentos

Bolsista: Andreza Balerini  
Orientador: Prof. Dr. Marlon Dalmoro  
Instituição: UNIVATES

## Introdução

Mercado consiste numa unidade de análise que congrega diversas práticas, que vão desde a produção até o consumo, e envolve diferentes agentes. A construção de novos mercados, como o caso de alimentos orgânicos, passa pela interligação de produtores e consumidores em práticas que envolvem aspectos estratégicos, tecnológicos e culturais.

## Objetivo

Analisar o mercado de produtos orgânicos sob uma perspectiva cultural, estratégica e tecnológica.

## 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).

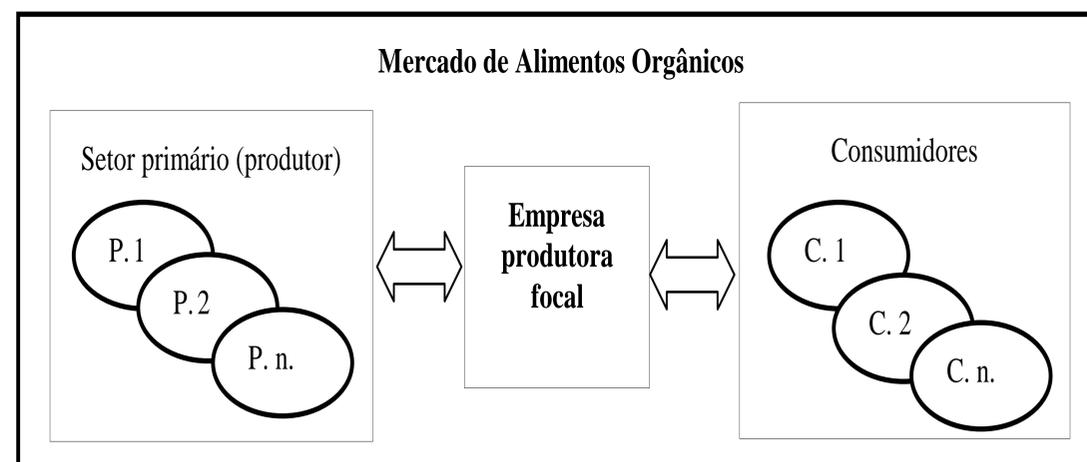
## Mercado de Alimentos Orgânicos

A construção de mercados de alimentos orgânicos exige a adaptação nas técnicas de produção e transformação, busca por novas estratégias de comercialização e mudança nos hábitos de consumo.

## Metodologia

A pesquisa é de caráter qualitativo, por meio de entrevistas e análises de documentos. Os sujeitos da pesquisa envolvem uma empresa focal, produtores rurais fornecedores desta empresa e consumidores de produtos orgânicos.

Neste estudo, foca-se no mercado de suco de uva orgânico, em virtude da sua complexidade por ser tratar de produto industrializado e com crescimento nos índices de produção e consumo.



## Resultados

Resultados iniciais reforçam a importância da rede de relações formadas entre os agentes produtores, transformadores e consumidores. Resultados esperados incluem a identificação dos aspectos que limitam a construção de dinâmicas de produção e consumo que ampliem o mercado.

