

VOZES DIVERSAS

DIFERENTES SABERES



SALÃO DE
INICIAÇÃO CIENTÍFICA
XXX SIC

15 A 19
OUTUBRO
CAMPUS DO VALE



Caminhos da Inovação do Agronegócio

Diego Anicet Bittencourt | Graduando em Ciências Econômicas, Bolsista de Iniciação Científica
Marcia Dutra de Barcellos | Profa. Dra. da Escola de Administração da UFRGS, Orientadora

INTRODUÇÃO

O setor do Agronegócio é central no Brasil. Atualmente, ele constitui um dos pilares da economia do país, e principalmente do Rio Grande do Sul. É inegável a importância e solidez do mercado de alimentos. Todavia, ao analisarmos tal mercado, percebe-se que há uma produção pautada no uso intensivo de agrotóxicos e defensivos agrícolas. O Brasil ocupa a primeira posição no Ranking Mundial de Consumo de Agrotóxicos. Tendo em vista os malefícios para o Ser Humano e para a natureza causados por esses químicos, há, nos últimos anos, um aumento da procura por alimentos alternativos ao mercado tradicional. Uma dessas alternativas é a dos alimentos orgânicos, aqueles que são caracterizados por uma produção livre de fertilizantes químicos e pesticidas.

OBJETIVOS

Objetivo Geral: compreender e estipular os fatores motivadores e inibidores do desenvolvimento do mercado de orgânicos.
Objetivo Específico: mapear os pontos de convergências que estimulam a compra de produtos orgânicos, assim como as barreiras que impedem o aumento do seu consumo.

METODOLOGIA

Para o desenvolvimento do projeto, primeiramente, realizou-se uma revisão de literatura sobre os temas pertinentes (mercado de orgânicos, sua cadeia produtiva e preferências do consumidor) tendo como intuito obter um panorama geral dos trabalhos nessa área e a formação de uma base sólida de conhecimento. A segunda parte do projeto foi prática, e consistiu em uma pesquisa exploratória qualitativa, na qual foram feitas entrevistas semiestruturadas com consumidores do mercado de alimentos gaúcho. Por fim foi realizada uma análise dos dados obtidos.

RESULTADOS PRELIMINARES

Com a análise preliminar das entrevistas, foram destacados pontos com maior ou menor correlação com o consumo de alimentos orgânicos visando delimitar possíveis pontos de exploração nesse mercado. Fatores como a renda dos consumidores não se mostraram relevantes. Enquanto por outro lado foram destacados alguns pontos motivadores relevantes, como, por exemplo, a relação entre ter dependentes e o consumo de orgânicos. Outro fator a ser destacado é a forte correlação entre índices de bem-estar mais altos e o consumo de orgânicos, deixando uma questão interessante sobre o que é causa e o que é consequência. Consumidores de orgânicos tendem a ser pessoas mais felizes, bem humoradas, calmas e realizadas.

REFERÊNCIAS

POSICIONAMENTO DO INSTITUTO NACIONAL DE CÂNCER JOSÉ ALENCAR GOMES DA SILVA ACERCA DOS AGROTÓXICOS. 2015. Disponível em: <http://www1.inca.gov.br/inca/Arquivos/comunicacao/posicionamento_do_inca_sobre_os_agrotoxicos_06_abr_15.pdf>. Acesso em: 10 set. 2018.
MILHORANCE, Flávia. **Brasil lidera o ranking de consumo de agrotóxicos**. 2016. Disponível em: <<https://oglobo.globo.com/sociedade/saude/brasil-lidera-ranking-de-consumo-de-agrotoxicos-15811346>>. Acesso em: 10 jul. 2018.