

**SOBER**XLVI Congresso da Sociedade Brasileira de Economia,
Administração e Sociologia Rural

O CONSUMO DE PRODUTOS AGROECOLÓGICOS NO ACRE

**AMAURI SIVIERO; LUCIMAR SANTIAGO ABREU; ROBERVAL MENDES;
FRANCISCO CARLOS ROCHA GOMES;**

EMBRAPA ACRE

RIO BRANCO - AC - BRASIL

asiviero@cpafac.embrapa.br

Agricultura Familiar e Ruralidade

O CONSUMO DE PRODUTOS AGROECOLÓGICOS NO ACRE

Resumo

O crescimento na produção de alimentos agroecológicos no Brasil e no mundo tem sido provocado por fatores-chave como, demanda dos consumidores urbanos e a crescente consciência da sociedade sobre os problemas ambientais decorrentes do uso inadequado dos recursos naturais, e em especial pelas preocupações dos indivíduos com a saúde. A tendência atual para o produto agroecológico em termos de mercado é de ampliar as vendas e a distribuição deixando de atender somente o mercado de nicho direcionando a produção para diversos mercados. Atualmente os produtos agroecológicos podem ser encontrados tanto em lojas secundárias, feiras livres, supermercados como até podem ser recebidos em cestas a domicílio, ou seja, as vendas podem atingir o mercado de massa. O conhecimento da diversidade dos sistemas de produção e do consumidor de produtos agroecológicos é de fundamental importância para o estabelecimento de políticas públicas de fortalecimento da produção e do consumo. Com parte de tal objetivo os consumidores da feira de agricultores orgânicos de Rio Branco, Acre, foram entrevistados no segundo semestre de 2007. Foram analisados diversos aspectos socioeconômicos e culturais dos entrevistados. Os resultados foram analisados e permitem concluir que o consumidor das feiras de Rio Branco é casado, assíduo, bem informado sobre causas ambientais e sobre a origem dos produtos, apresenta meia idade de ambos os sexos, nível elevado de escolaridade, adquirem os produtos na feira porque acreditam que os alimentos são saudáveis, mais baratos na feira e mantém certa relação com o agricultor e apresentam hábitos diversificados de consumo. A venda direta é o mais importante instrumento econômico dentro do arranjo produtivo de produtos orgânicos em Rio Branco, permitindo garantia de renda ao agricultor eliminando

**SOBER**XLVI Congresso da Sociedade Brasileira de Economia,
Administração e Sociologia Rural

intermediários e garante estabelecimento de relações de confiança, rastreabilidade do produto, via ligação agricultor-consumidor. Os incentivos governamentais no transporte e concessão do ponto de venda privilegiado associados à fidelidade dos consumidores são fatores essenciais de sucesso da feira em dez de existência. Os dados desta pesquisa mostraram que os produtos comercializados não recebem remuneração maior que os convencionais por serem agroecológicos, embora a maioria dos consumidores seja uma elite intelectual e econômica.

Palavras-chave. Agroecologia, consumidores, venda direta, Amazônia

THE CONSUMPTION AGROECOLOGICAL PRODUCTS IN ACRE

Abstract - The growth in agroecologicals food production in Brazil and the world has been caused by factors such as keys; demand of urban consumers and the growing awareness of the society on environmental issues and concerns of individuals with health. The current trend for the product agroecological in terms of the market is expanding sales given the market of mass market. Currently agroecological products can be found both in stores, fairs free, including supermarkets traded baskets delivered in the home. The knowledge of the diversity of production systems and consumer products agroecologicals is of fundamental importance for the establishment of public policies to strengthen the production and consumption of agroecologicals products. This study aimed to analyze the consumers of fair of organic family farmers from Rio Branco, Acre. Amazon by interviews conducted in the second half of 2007. We analyzed various socioeconomic and cultural aspects of the interviewees. The results were analyzed and concerned that the consumer fairs in the Rio Branco are married, accustomed consumers, well informed about environmental causes and the origin of the products, present middle age, both sexes, high level of education, purchase the products in the fair because they believe that the foods are healthy, cheap at the fair and keeps some relationship with the farmer and have diversified habits of consumption. A direct sale is the most important instrument in the economic arrangement production of organic products in Rio Branco, allowing guarantee of income to the farmer eliminating intermediaries, generating the establishment of relations of trust, traceability of the product, by connecting farmer-consumer. Incentives government in the transport and granting the point of sale privileged associated with the loyalty of consumers are essential factors of success of the fair in ten of existence. The data of this research showed that products marketed not receive remuneration greater than the conventional agroecologicals because, although the majority of consumers is an intellectual and economic elite.

Key words Agriculture organic, sustainable consumption, selling direct, Amazon.