

A comercialização agrícola é o caminho seguido pelos bens agrícolas – matérias-primas e alimentos – desde o agricultor até o consumidor final. Isto pode significar tanto a venda por um canal curto (venda direta ao consumidor) quanto uma série de transações e operações, envolvendo deslocamento do produto, armazenamento e beneficiamento. A escolha dos canais de comercialização é muito importante para o agricultor, uma vez que afeta diretamente sua renda e sua estabilidade econômica, enquanto interfere também nas condições em que o produto deve ser entregue, como transporte e embalagens ou a simples entrega do produto no próprio estabelecimento. A comercialização, no entanto, é dificultada por uma série de fatores tais como: a perecibilidade dos produtos de origem agrícola; a distância dos grandes centros consumidores; o baixo nível de renda e fragilidade econômica de diversas camadas da população, traduzidos por uma baixa elasticidade-renda de demanda; a deficiência de programas, projetos ou ações de estímulo à venda dos produtos juntamente com serviços de agroturismo, concurso de degustações, festas, feiras e eventos; e, por vezes, a inexistência ou o difícil acesso aos canais de comercialização formais. Assim, o projeto “Os Mercados para a Agricultura Familiar na Região Sul do Brasil: Atores, Contratos, Redes e Instituições” vem investigando formas de inserção da agricultura familiar nos diferentes mercados, destacando a influência dos ambientes organizacionais e institucionais. A pesquisa realizada insere-se no projeto como forma de caracterização da comercialização agrícola, procedendo a uma análise comparada entre o estado do Rio Grande do Sul e Brasil. A metodologia consistiu na utilização de dados publicados no Censo Agropecuário de 2006, que foram organizados de acordo com o número de estabelecimentos e a quantidade vendida por cada um dos destinos da produção. Foram analisados dezesseis produtos de origem vegetal e quatro de origem animal, escolhidos pela maior importância e representatividade no estado e no país. Ao mesmo tempo buscou-se favorecer a diversidade de características dos produtos agrícolas, sendo, portanto, pesquisados grãos, frutas, tubérculos e raízes. Entre os principais resultados aparece uma grande diversidade de destinos utilizados, variando conforme as características dos produtos e a estrutura dos mercados. Constatou-se também diferenças marcantes no destino da produção quando tomadas as duas variáveis: número de estabelecimentos e quantidade vendida, o que se deve às diferentes escalas de produção. Observou-se que não há diferenças marcantes entre os destinos da produção escolhidos no Rio Grande do Sul e no Brasil. Na maioria dos produtos, os canais de comercialização escolhidos por produtores rio-grandenses foram os mesmos que os escolhidos pelos brasileiros. Contudo, algumas diferenças são percebidas entre o Rio Grande do Sul e o Brasil, como existência de produtos onde a indústria é espacialmente concentrada, maior importância das cooperativas para comercialização de grãos no Rio Grande do Sul, diferenças no número de estabelecimentos que não venderam certos produtos, dados diferentes usos no estado e no país. Com isso, traça-se um perfil dos canais de comercialização utilizados e abre-se uma agenda de pesquisa sobre o papel do Estado, cooperativismo, relações sociais nos mercados, entre outros temas.