



UNIVERSIDADE ESTADUAL DA PARAÍBA
CENTRO DE CIÊNCIAS EXATAS E SOCIAIS APLICADAS
CAMPUS ANTÔNIO MARIZ – CAMPUS VII
COORDENAÇÃO DE ADMINISTRAÇÃO

JOSÉ LAMARK BEZERRA

**OFERTA E DEMANDA DOS PRODUTOS AGRÍCOLAS - UMA AVALIAÇÃO
PELA ÓTICA DA ADMINISTRAÇÃO DO AGROCENTRO DE PATOS- PB.**

Patos, 2018

JOSÉ LAMARK BEZERRA

**UMA ABORDAGEM DE OFERTA E DEMANDA DE PRODUTOS
AGRÍCOLAS NO AGROCENTRO DE PATOS- PB**

Projeto de Trabalho de Curso

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado ao Programa de Graduação de Bacharelado em Administração da Universidade Estadual da Paraíba, como requisito parcial à obtenção do título de Bacharel em Administração.

Orientador: Prof. Felipe César

Patos, 2018

É expressamente proibido a comercialização deste documento, tanto na forma impressa como eletrônica. Sua reprodução total ou parcial é permitida exclusivamente para fins acadêmicos e científicos, desde que na reprodução figure a identificação do autor, título, instituição e ano do trabalho.

B574o Bezerra, Jose Lamark.

Oferta e demanda dos produtos agrícolas [manuscrito] :
uma avaliação pela ótica da administração do Agrocentro de
Patos - PB / Jose Lamark Bezerra. - 2018.

25 p.

Digitado.

Trabalho de Conclusão de Curso (Graduação em
Administração) - Universidade Estadual da Paraíba, Centro de
Ciências Exatas e Sociais Aplicadas , 2018.

"Orientação : Prof. Me. Prof. Felipe César da Silva Brito ,
Coordenação do Curso de Administração - CCEA."

1. Oferta. 2. Agrocentro. 3. Produtos Agrícolas. 4.
Comércio agrícola. 5. Demanda. I. Título

21. ed. CDD 338.1

JOSÉ LAMARK BEZERRA

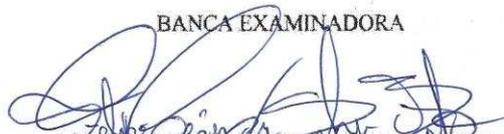
OFERTA E DEMANDA DOS PRODUTOS AGRÍCOLAS - UMA AVALIAÇÃO
PELA ÓTICA DA ADMINISTRAÇÃO DO AGROCENTRO DE PATOS- PB

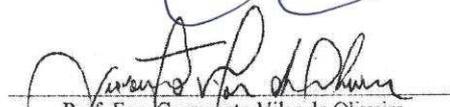
Artigo, apresentada (o) ao Programa de
Graduação em Administração da
Universidade Estadual da Paraíba, como
requisito final à obtenção do título de
bacharel em Administração.

Área de concentração: Agrocentro de
Patos

Aprovada em: 28/11/2018.

BANCA EXAMINADORA


Prof. M.C. Felipe César da Silva Brito (Orientador)
Universidade Estadual da Paraíba (UEPB)


Prof. Esp. Geovaneto Vilar de Oliveira
Universidade Estadual da Paraíba (UEPB)


Prof. Dr. Odilon Avelino da Cunha
Universidade Estadual da Paraíba (UEPB)

OFERTA E DEMANDA DOS PRODUTOS AGRÍCOLAS - UMA AVALIAÇÃO PELA ÓTICA DA ADMINISTRAÇÃO DO AGROCENTRO DE PATOS- PB.

Bezerra, José Lamark

RESUMO

Sabe-se que a agricultura brasileira desde muitos anos vem crescendo e se modernizando, fazendo com que os consumidores possam receber em suas casas produtos de qualidade e de preços acessíveis, contudo, há grandes centros de comercialização que facilitam tais vendas, mais conhecidos como agrocentros. Nestas Centrais de Abastecimento são comercializados produtos agrícolas para a cidade no qual se encontram, assim como também para outras cidades e estados vizinhos, gerando então um grande fluxo comercial nesse espaço. Deste modo, o presente trabalho tem como objetivo analisar a oferta e demanda de produtos agrícolas através de uma avaliação realizada pela administração do Agrocentro de Patos – PB. Para isto foi realizado a pesquisa com profissionais que compõem o setor administrativo do Agrocentro de Patos – PB, onde foi aplicado um questionário, no qual teve como finalidade analisar a oferta e demanda de produtos agrícolas. Ao término do presente estudo, pode-se mencionar a importância que o agrocentro de Patos – PB tem na comercialização de produtos agrícolas tanto na cidade de Patos-PB, em cidades circunvizinhas, como também para outros estados. A sua localização geográfica e seu amplo espaço também são fundamentais para que tal comercialização possa vir a ter um grande número de oferta e demanda, bem como influir na contribuição do desenvolvimento econômico da cidade ofertante.

Palavras – chaves: Oferta. Demanda. Agrocentro. Produtos Agrícolas. Comercialização.

• INTRODUÇÃO

Inicialmente, pode-se dizer que o mercado agrícola vem crescendo bastante com o passar dos anos, gerando emprego e renda para muitas famílias da Paraíba e mais precisamente da cidade de Patos e região.

Deste modo, podem-se atrelar tais crescimentos ao comércio ofertado no agrocentro da cidade, no qual, tem por finalidade a venda de seus produtos tanto para pequenos como também para grandes comércios de Patos e região, tendo em vista que sua principal particularidade e atributo é a venda no atacado e varejo, no qual propende à aproximação dos produtores com o agrocentro.

Pode-se evidenciar ainda que tal situação faz com que o consumidor possa vir a garantir o acesso a mercadorias com preços mais acessíveis e de ótima qualidade, passando o produtor a apresentar mais chances de crescer a sua produtividade e portanto fazer com que seus meios de produção possa se tornar melhor.

Os centros de comercialização de produtos agrícolas, no qual tem por finalidade a venda no atacado e varejo, propende à aproximação dos produtores, para que o consumidor possa fazer uso de uma mercadoria de excelente qualidade e com preços reduzidos, além disso, o produtor consegue maiores oportunidades de tornar maior sua produtividade e como consequência aperfeiçoar e aprimorar as formas de produção.

Deste modo, o presente estudo tem a seguinte problemática: quem são os ofertantes demandantes de produtos agrícolas no Agrocentro de Patos-PB?

Pode-se dizer que o agrocentro de Patos na Paraíba ao qual teve sua inauguração no dia 11 de agosto do ano de 2005, favorecido por encontrar-se localizado em uma posição geograficamente favorável, tornou-se um polo quando se trata de comercialização de produtos agrícolas, tendo em vista que diversas pessoas de cidades circunvizinhas fazem compras no mesmo, desde objetivando o próprio consumo como até mesmo a revenda.

Para a concretização do presente estudo, apresenta-se como objetivo geral analisar a oferta e demanda de produtos agrícolas através de uma avaliação realizada na administração do agrocentro de Patos- PB. E como objetivos específicos: contextualizar a situação agrária no Brasil, averiguar a comercialização de produtos agrícolas e caracterização do agrocentro de Patos- PB, fazendo uma análise do abastecimento tendo em vista a oferta e demanda de produtos agrícolas nesta Central de Abastecimento.

A justificativa pela escolha do tema se deu pela importância do mesmo para alcance e obtenção de conhecimentos mais elevado em relação à área de economia agrícola, além disso, proporcionar aos futuros administradores e pesquisadores, preceitos, princípios, considerações, políticas de planejamento, propendendo para uma maior compreensão e crescimento econômico deste setor na região.

Nesse artigo venho elencar sobre a setor primário no Brasil, economia rural do Nordeste, comercialização de produtos agrícolas, caracterização do agrocentro de Patos, e ainda como sua importância para toda região.

2. REFERENCIAL TEÓRICO

2.1 SETOR PRIMÁRIO NO BRASIL

O Brasil possui uma herança tradicional vinculada ao setor primário, o qual se apresentou e ainda apresenta-se de extrema importância na dinâmica do país. Este setor

da economia dominou por muito tempo a riqueza nacional, o PIB (Produto Interno Bruto), tendo um papel de destaque nos superávits da balança Comercial.

No decorrer de mais quatrocentos anos a economia brasileira funcionou predominantemente com reflexo dos interesses externos, reagindo aos estímulos vindos de fora. Essa orientação para o exterior conduziu à implantação da monocultura, com produção e exportação centradas no produto de maior rentabilidade em certo momento histórico. Essa dependência se reflete claramente nos ciclos econômicos que caracterizam esse longo período. (BRUM, 1999, p.131).

Para tal situação de destaque, o setor primário nacional, ao longo dos períodos que envolvem a história econômica brasileira, usufruiu de vários mecanismos com relação às políticas governamentais, bem como também de processos científicos relevantes, relacionados às técnicas mais refinadas de cultivo e tratamento de solo, que resultaram no aumento da produtividade agrícola e conseqüentemente aumento do poder de competitividade, relacionados basicamente para os setores exportadores.

A agricultura, mais que qualquer outro setor econômico, exige uma atenção permanente do governo. A introdução, no meio rural, dos instrumentos que a ciência e a técnica oferecem hoje ao agricultor, bem como a adoção de formas superiores de organização e exploração de propriedade, depende, em larga medida, da intensidade e da continuidade dos trabalhos de pesquisas, experimentação, demonstração e fomento, os quais, por sua natureza e custo, só podem ser realizados através de agências governamentais. (GONÇALVES NETO, 1997, p.125).

Entretanto, faz-se necessário enfatizar que o setor primário brasileiro apresenta-se dividido em duas partes. Por um lado, a agricultura voltada para exportação, onde o produto é destinado ao mercado consumidor relativamente mais exigente, cuja produção e comercialização são realizadas com maiores cuidados com relação às técnicas de cultivo adotadas, as estratégias e meios comercializados. Por outro lado, a agricultura voltada para o mercado interno que se apresenta relativamente menos tecnicizada, porém, de extrema importância no abastecimento de produtos alimentícios básicos para a população brasileira, procurando sempre estabelecer uma oferta capaz de suprir as necessidades de uma demanda interna. Esta divisão clássica é a tradução da formação econômica do Brasil, ou seja, do Modelo Econômico Primário Exportador.

Numa economia como a brasileira, particularmente em sua primeira fase é preciso distinguir dois setores bem diferentes da produção. O primeiro é dos grandes produtos de exportação, como açúcar e o tabaco, que vimos no capítulo anterior; o outro é das atividades acessórias cujo fim é manter em funcionamento aquela economia de exportação. São, sobretudo os que se destinam a fornecer os meios de subsistência a retirar a população empregada nesta última, e poderíamos, em oposição à outra, denominá-la economia de subsistência. (PRADO JUNIOR, 1970, p.41).

2.2 ECONOMIA RURAL NO NORDESTE DO BRASIL

Dentro deste contexto, a agricultura brasileira apresenta-se também diferente com relação as suas características agrárias em termos de regiões, isto é, o centro-sul possui um nível relativamente mais elevado de modernização se comparado às outras regiões do país. A região nordeste, por exemplo, caracteriza-se por uma concentração populacional fixada basicamente nas zonas rurais e com baixo I.D.H. (Índice de Desenvolvimento Humano), que reflete o relativo atraso no contexto econômico do país, comprovado segundo Moreira (2004), quando analisamos a participação da região na composição do PIB (Produto Interno Bruto). É importante mencionar que a agricultura nordestina não usufruiu de um ponto de vista geral da revolução tecnológica que modernizou a agricultura nacional. No entanto, recentemente, a economia nordestina destaca-se em função do mercado consumidor emergente, atraindo investimentos, melhorando a infraestrutura. Esta situação contribuirá para uma melhoria nos diversos setores econômicos desta região.

O espaço territorial, que chamamos hoje de Nordeste, já foi à região mais rica do país, segundo Andrigheti (1998), no período do Brasil Colônia, principalmente com o grande ciclo da cana de açúcar, constituindo-se uma área de grande relevância na exploração mercantilista imposta pelo colonizador português. Desta forma, seguindo esta lógica exploradora, Furtado (1997), explica a concentração de terras, o predomínio da grande propriedade, estabelecendo uma relação direta com o produto-chave na época, o açúcar, considerado especiaria no mercado internacional e que só poderia ser produzido em grandes quantidades, quando realizada em grandes extensões de terras.

Tal contextualização anterior foi feita para exemplificar as origens dos problemas econômicos e sociais que iniciaram no período colonial, particularmente, na região nordeste, que se apresenta muito atrelada à economia rural, caracterizada, por um lado, pela concentração de terras, grandes propriedades com uma produção voltada para o mercado internacional, beneficiadas por uma política de modernização e, outras grandes propriedades que estabeleceram relações de parceria, arrendamentos, etc. Já, por outro lado, o homem do campo, meeiro, arrendatário ou pequeno proprietário apresenta-se no cenário econômico com sérios problemas em relação à estrutura de produção e comercialização, agravadas muitas vezes pelas secas que atingem o sertão nordestino, dificultando ainda mais a sua sobrevivência.

A seca prejudica consideravelmente a camada pobre que não dispõe de reservas e perde tudo que possui, sendo muitas vezes forçada a migrar. Beneficia, porém a camada de renda mais elevada, proprietários e comerciantes, porque, a chegada da seca, chega com ela a oportunidade de adquirir a terra e o gado dos agricultores pobres que não tem condições de alimentar os seus animais e de permanecer na terra, não podendo barganhar ao discutir o preço com o comprador. É assim a ocasião do grande proprietário adquirir mais terra e mais gado, quando dispõe de reservas e alimentos por baixo preço. É também a ocasião em que dispõe de mão-de-obra a preços mais baixos (ANDRADE, 1988, p.72)

Dentro desta lógica, Araújo (2000), procura esclarecer tal situação nordestina em termos de economia agrícola, enfatizando novos agravantes com o seguinte pensamento:

No Nordeste, Norte e Centro-Oeste o largo predomínio é da grande propriedade e da chamada “organização patronal”, com a maioria dos proprietários vivendo nas cidades e remunerando mal a massa de parceiros, meiros ou trabalhadores assalariados que para ele produzem. A pequena produção aparece em várias áreas novas (posseiros as desbravam para depois perdê-las, muitas vezes de forma violenta) em alguns subespaços especiais, ou embutidos no latifúndio nas áreas de ocupação mais antiga (como o Nordeste) (ARAÚJO,2000, p.109)

Desta forma, a economia rural nordestina apresenta uma estrutura agrícola concentracionista, gerando problemas na esfera de comercialização, atingindo grande parte dos agentes econômicos envolvidos (pequenos proprietários), diretamente ou indiretamente na cadeia produção – comercialização dos produtos agrícolas. O pequeno

proprietário, o meeiro ou o arrendatário são os maiores responsáveis pelo abastecimento alimentar no mercado interno, porém, apesar destes agentes apresentarem problemas na esfera produtiva, vai ser na comercialização as suas maiores dificuldades, em razão da ausência de crédito, tecnologias, infraestrutura de comercialização etc., que traduzem perdas nas relações comerciais, as quais em determinados momentos são intensificadas por problemas climáticos.

Existem atualmente iniciativas governamentais direcionadas a determinados setores da economia rural vinculado ao mercado interno, que buscam amenizar os problemas estruturais, modificando a realidade, sócio-econômica do meio rural. Accarini (1987) afirma que é através de uma política agrícola que se promove o processo de desenvolvimento rural, utilizando para tal fim, diferentes instrumentos, buscando superar os obstáculos naturais, tornando o meio rural mais consistente e sustentável.

Seguindo este dimensionamento, podemos citar como instrumentos importantes o crédito à produção, canalizado principalmente para atender às necessidades financeiras da inovação incluindo a assistência técnica e, o crédito à comercialização, buscando o escoamento da produção com maiores facilidades; o seguro, por motivos de riscos na agricultura ocasionados por condições atmosféricas, pragas, flutuações de preços, inovações; a política de preços que são destinadas a melhorar a situação dos preços na agricultura em desenvolvimento. Dentro deste contexto, destaca-se na infraestrutura de comercialização, as instalações de armazenamento e da rede de transporte, pois uma vez adequadas, apresentam-se como responsáveis por operações de estocagem, buscando reduzir a oscilação de preços e abastecer a demanda interna com uma “oferta constante de alimentos”, resultando conseqüentemente benefícios econômicos e sociais.

2.3 A COMERCIALIZAÇÃO DE PRODUTOS AGRÍCOLAS

Inicialmente, pode-se dizer que a comercialização de produtos agrícolas na cidade de Patos é um mercado que se encontra como uma roda gigante, tendo seus altos e baixos, visto que com a crise financeira que nosso país atravessa, a demanda vez por outra se torna abaixo do que se esperava.

Tendo em vista tal comercialização na cidade de Patos, é importante lembrar que na mesma cidade encontra-se um centro de comercialização de produtos agrícolas, mais conhecido popularmente como agrocentro Elvina Caetano, encontrando-se

localizado em um ponto estratégico no mapa da Paraíba, visto que faz divisas com Pernambuco e o Rio Grande do Norte, o que tende a ter um alto número de pessoas que vem de outras cidades comprar produtos para revenda.

De acordo com os dados do IBGE (2018),

Dentre os setores econômicos a economia patoense está mais voltada para o setor terciário, especificamente nas atividades de comércio e serviços, juntos movimentam a economia local e provocam uma evolução no comércio. Por possuir um nível muito bom de comercialização na região, acabou se tornando um centro polarizado na mesorregião do Sertão Paraibano, em nível de capital regional, ficando abaixo apenas das cidades de João Pessoa e Campina Grande.

Deste modo, percebe-se que a cidade de Patos – PB por encontrar-se em uma localização mais centralizada, tendo em vista que este atributo contribuiu para que houvesse um crescimento bem maior do município, bem além do que se esperava para uma cidade que para muitos olhos, é tida como apenas uma cidade do interior, a comercialização de produtos agrícolas é algo que vem crescendo bastante na cidade e colaborando ainda mais com o crescimento da economia local.

É importante mencionar ainda que um dos setores que mais demanda produtos diversificados é o de alimentos, no qual desperta o interesse nos fornecedores de diversos lugares. Assim sendo, percebe-se que tendo em vista os centros de comercialização de produtos agrícolas nos quais tem o intuito de concretizar suas vendas tanto no atacado como no varejo, propende a aproximação dos produtores com os mesmos, tal prática proporciona ainda ao consumidor um produto com alta qualidade e preço abaixo (LOPES, 2004).

Nas palavras de Medeiros (2003), a região no qual encontra-se localizada a cidade de Patos é dotada de diversos centros de comercialização, onde os mesmo favorecem não unicamente os grandes produtores, entretanto ainda os que perpetram e exercem em seu dia-a-dia a agricultura familiar e desarticulando-se até tais pontos de comercialização para vender seus excedentes, tendo o intuito de se conseguir um extra na sua renda, bem como ainda a extensão e crescimento de sua produção.

De acordo com Medeiros e Brito (2009) dentre as vantagens de comercializar no agrocentro de Patos, os autores supracitados citam:

Estados demandantes de produtos agrícolas; Estados ofertantes de produtos agrícolas; comercialização dos produtos; formas de pagamento; Cidades paraibanas que se destacam na oferta de produtos para o agrocentro e Geração de empregos no agrocentro de Patos.

Assim, pode-se dizer que por meio da quantidade e diversidade de produtos no qual o agrocentro comercializa, o mesmo vem se destacando, e deste modo, abastecendo a cidade de Patos, municípios vizinhos e até mesmo, outros Estados.

2.4 CARACTERIZAÇÃO DO AGROCENTRO DE PATOS- PB

Inicialmente, pode-se dizer que o agrocentro Elvina Caetano na cidade de Patos na Paraíba inaugurado no dia 11 de agosto do ano de 2005, proporcionou benefícios para população, tendo em vista sua localização geográfica favorável, tornando-o polo de comercialização de produtos agrícolas na região (MEDEIROS; BRITO, 2009).

O referido centro de comercialização encontra-se vinculado a Empresa Paraibana de Abastecimento e Serviços Agrícolas – EMPASA, ligado a SEDAP do governo da Paraíba. É responsável pela geração de renda e emprego para uma parcela de pessoas na cidade de Patos, tanto para quem comercializa no próprio agrocentro, quanto para quem compra no mesmo para revender em seus pequenos comércios, gerando assim, aumento na economia da cidade e região.

Segundo Farias e Brito (2011, p. 11) dentre os produtos comercializados entre os anos de 2009 à 2011, os que mais se destacaram foram:

A cebola, que no ano de 2009 representava 37% do volume de mercadorias vendidas no agrocentro, mas neste ano, houve uma queda e a cebola atingiu apenas 34%, destacaram ainda, a batatinha e a laranja, que tiveram um notável crescimento, ainda continuaram entre os mais vendidos: a batata doce, a maçã e o mamão, que embora estejam entre os mais vendidos no ano de 2011 apresentaram uma pequena queda.

Deste modo, tendo em vista a grande diversidade de produtos no qual são comercializados na central de abastecimento de Patos - PB percebesse a redução no número de compra de determinados produtos, além dos preços que são fatores primordiais, visto como a partir do momento em que não se encontram em época de safra farta, há um aumento no valor das mercadorias, apesar disso há uma diminuição na compra e venda desses produtos (FARIAS; BRITO, 2011).

Ainda segundo pesquisa feita por Farias e Brito (2011) foi possível comprovar as cidades que participam e se destacam na oferta de produtos, no qual tem o objetivo de serem comercializadas no agrocentro de Patos-PB:

As cidades que mais se destacaram foram: a cidade de Patos (40%), seguido do município de Teixeira (35%), pois, se comparando a posição geográfica dos outros municípios envolvidos no processo de comercialização, Teixeira e Patos são extremamente beneficiados. Teixeira por estar apenas 30 Km de distância do agrocentro e Patos por ser a cidade que acolhe o mesmo, assim como a produção existente nesses municípios é relativamente maior. O município de Olho D'Água, apresenta-se com (10%), Maturéia e Sapé com 5% cada uma.

Analisando os dados mencionados acima, percebe-se a importância existente no agrocentro de Patos-PB para as cidades circunvizinhas, tendo em vista a facilidade no qual os produtores e comerciantes de cidades pequenas alcançam para manar a sua mercadoria com maior calma e conforto, cooperando para o acréscimo e ampliação na produção, na venda, consumo e renda das pessoas nas quais encontram-se envolvidas em todo o procedimento de comercialização dos produtos.

É de suma importância ainda, mencionar que, desde sua inauguração, o agrocentro de Patos-PB, tem crescido gradualmente, evidenciando de tal modo a eficácia do agrocentro, em relação a oferta de produtos agrícolas, bem como, a oferta de empregos também. Apesar disso, é importante mencionar que agrocentro, fez com que o município de Patos ganhasse lugar de destaque neste aspecto, visto que a região sobreveio a comparecer de forma relativa com índices melhores de desenvolvimento no campo da comercialização de produtos agrícolas do Estado (FARIAS; BRITO, 2011).

3. METODOLOGIA

Este capítulo apresentará o tipo de pesquisa utilizada no presente trabalho, que abordará uma pesquisa exploratória de cunho qualitativa para buscar os objetivos a serem alcançados, que é analisar a oferta e demanda de produtos agrícolas no Agrocentro de Patos- PB.

3.1. TIPO DE PESQUISA

No que se refere à metodologia empregada no presente estudo, pode-se dizer que é bibliográfica, documental e de campo, com tipologia de ordem exploratória e descritiva.

Conforme esclarece Boccato (2006, p. 266), a pesquisa bibliográfica busca a resolução de um problema (hipótese) por meio de referenciais teóricos publicados, analisando e discutindo as várias contribuições científicas. Esse tipo de pesquisa trará subsídios para o conhecimento sobre o que foi pesquisado, como e sob que enfoque e/ou perspectivas foi tratado o assunto apresentado na literatura científica. Para tanto, é de suma importância que o pesquisador realize um planejamento sistemático do processo de pesquisa, compreendendo desde a definição temática, passando pela construção lógica do trabalho até a decisão da sua forma de comunicação e divulgação.

Caracteriza-se num estudo de campo, com característica qualitativa e descritiva, pois este tipo de pesquisa objetiva descrever o fenômeno em estudo, procurando descobrir com precisão e clareza como tal objeto pesquisado ocorre num ambiente estudado. A pesquisa descritiva tem como objetivo primordial a descrição das características de determinadas populações ou fenômenos e estabelecer possíveis relações entre variáveis (GIL, 2002, p. 42).

Do ponto de vista dos objetivos, a pesquisa caracteriza-se como exploratória, já que se almeja levantar dados acerca de um determinado elemento, delimitando um campo de trabalho e mapeando as condições de manifestação desse elemento. A pesquisa descritiva visa descrever características de determinada população ou fenômeno, obtendo, assim, a forma de levantamento (ANDRADE, 2010).

A pesquisa quantitativa foi descrita por Creswell (2013), como sendo um método que realiza análises estatísticas para o tratamento dos dados, no qual a preocupação com a precisão científica é evidente, averiguando os fenômenos e prestando medidas de quantificação precisas.

3.2. TÉCNICAS E INSTRUMENTOS DE ANÁLISE

Para a pesquisa será utilizado como instrumento de análise um questionários com perguntas objetivas e subjetivas (APÊNDICE A). O formulário será distribuído entre os participantes. A cada um, deverá ser explicado como deverá ser preenchido as questões referentes à caracterização da população. Será informado aos entrevistados que as informações fornecidas serão de uso exclusivamente acadêmico e serão rigorosamente sigilosas, mediante assinatura do Termo de Compromisso do Pesquisador (APÊNDICE B).

3.3. PÚBLICO ALVO

A população pesquisada foi composta por 05 profissionais que compõem o setor administrativo do Agrocentro de Patos – PB. A entrevista foi realizada com o gerente da unidade e técnicos administrativo.

3.4. PROCEDIMENTOS DE ANÁLISE DE DADOS

Os dados serão analisados e discutidos de modo quantitativo e qualitativo, tendo em vista que se utilizará a fala dos entrevistados para fundamentar o presente artigo e discuti-los com o que diz os historiadores. De acordo com cada resposta dada pra cada situação, foi feita a discussão à luz da literatura pertinente ao tema.

Foi utilizado como instrumento de coleta um roteiro com perguntas abertas, tendo como base para sua elaboração os autores pesquisados na construção teórica do presente estudo conforme apresenta o Quadro 01 em anexo.

Quadro 01 – Autores utilizados para fundamentar a pesquisa

OBJETIVO GERAL: analisar a oferta e demanda de produtos agrícolas no Agrocentro de Patos- PB		
Etapa	Objetivos específicos abarcados	Questões do roteiro
Etapa 1	1, 2 e 3	<p>Quais são as procedências dos produtos comercializados no agrocentro?</p> <p>Os produtores rurais trazem produtos plantados de suas terras para comercialização?</p> <p>Dentre os produtos agrícolas comercializados no agrocentro, quais os que mais se destacam?</p> <p>Sabe-se que o agrocentro comercializa seus produtos não unicamente para cidade de Patos-PB, mas também para cidades circunvizinhas, deste modo, quais as cidades que mais se destacam na compra de produtos do agrocentro?</p> <p>Quais as cidades que mais ofertam produtos para comercialização no agrocentro?</p> <p>Tendo em vista a comercialização dos produtos tanto para Patos como para região, a presente pesquisa visa saber: como se da à oferta e demanda de produtos agrícolas no Agrocentro de Patos- PB? A oferta supre as necessidades das demandas?</p>

FONTE: Elaborado pelo autor (2017)

O nome dos profissionais que responderam o questionário foi substituído pela palavra “Entrevistado”, sendo que o primeiro a responder ficou sendo “Entrevistado 1” (Gerente da unidade), o segundo a responder ficou sendo “Entrevistado 2” (Técnico administrativo) e assim consecutivamente. Após a coleta das respostas, foi digitado tudo na ferramenta word e foi atribuído para o Entrevistado 1 a sigla “E1”, para o Entrevistado 2 a sigla “E2” e assim consecutivamente, bem como as respostas, no qual foi atribuído para a resposta 1 a sigla “R1”, para a resposta 2 a sigla “R2”, e assim por diante.

4. RESULTADOS E DISCUSSÕES

A pesquisa foi realizada com profissionais que compõem o setor administrativo do Agrocentro de Patos – PB, no período de 22/05/2018, no qual foi feita a visita no referido agrocentro e em seguida foi explicado o objetivo da pesquisa, e aplicado um questionário, no qual teve como finalidade avaliar quem são os ofertantes e demandantes de produtos agrícolas no Agrocentro de Patos-PB.

Esta etapa foi intermediada através de um questionário no qual, cada sujeito entrevistado respondeu às perguntas referentes à temática da pesquisa, e a partir dela foram coletadas informações que permitiram a elaboração dos resultados da pesquisa.

Dando por início aos resultados obtidos na pesquisa, pode-se observar abaixo a tabela 1, ilustrando os dados demográficos referentes ao perfil dos entrevistados.

Tabela 1 – Dados demográficos da pesquisa

DISCRIMINAÇÃO	N	%
IDADE		
< 20 anos	-	-
de 21 à 30 anos	-	-
de 31 à 40 anos	03	60%
Acima de 40 anos	02	40%
SEXO		
Masculino	04	80%
Feminino	01	20%
ESCOLARIDADE		
Ensino Fund. Incompleto	-	-
Ensino Fund. Completo	01	20%
Ensino Médio Incompleto	-	-
Ensino Médio Completo	03	60%
Ensino Superior incompleto	01	20%
Ensino Superior Completo	-	-

Continuação tabela 1...

RENDA FAMILIAR		
< de 1 salário mínimo	-	-
de 1 à 2 salários mínimos	4	80%
de 2 à 3 salários mínimos	-	-
Acima de 3 salários mínimos	1	20%

FONTE: Elaborado pelo autor (2017)

Ao analisar a tabela 1 percebe-se que a maioria dos entrevistados tinha entre 31 a 40 anos, eram do sexo masculino, tinham ensino médio completo e possuíam uma renda familiar em torno de 1 a 2 salários mínimos.

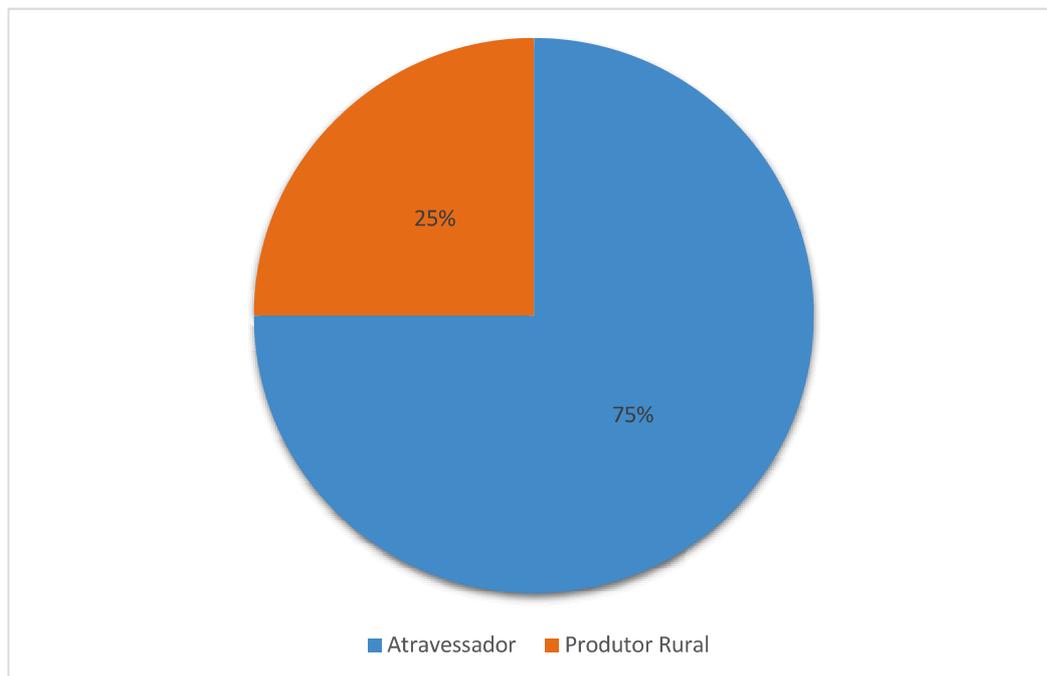
Dando prosseguimento à pesquisa, foi questionado quais são as procedências dos produtos comercializados no agrocentro. E de acordo com o que foi mencionado pelos entrevistados, pode-se destacar na fala do E1 que: “Grande parte do Nordeste, mas temos produtos de outras regiões (Nordeste e Sudeste) e de até outros países também”.

Deste modo, pode-se perceber que em se tratando de fornecedores de produtos agrícolas, Farias e Brito (2011, p. 10) destacam que:

O estado da Paraíba continua se destacando atingindo os 33% superando os dados de 2009, que apontava o Estado como responsável por 30% do total de produtos ali comercializados, posteriormente, o Estado do Rio Grande do Norte, que hoje é responsável 25% da oferta de produtos no agrocentro, também superando os dados do ano de 2009, que mostrava o Estado como responsável por 24% da oferta, os dados apontam também o Estado de Pernambuco como responsável por 22% dos produtos ofertados, ocorrendo um aumento se comparando com o ano de 2009 que apontava para este Estado ofertante, 20% do total das mercadorias que chegavam ao local.

Contudo, é importante lembrar ainda que, tendo além de cidades e outros estados, os produtos agrícolas comercializados no agrocentro procedem também de terras de produtores rurais que colhem e levam para ser comercializados no referido local. Tendo em vista que se foi questionado: Os produtores rurais trazem produtos plantados de suas terras para comercialização. Ao analisar as respostas dadas pelos entrevistados (Gerente da unidade e Técnicos administrativo), o gráfico abaixo ilustra melhor o resultado obtido:

GRÁFICO 1 – Distribuição da amostra referente à produtores rurais que trazem produtos plantados de suas terras para comercialização



FONTE: Elaborado pelo autor (2017)

Ao analisar o gráfico 1 é notório perceber que 25% dos produtores rurais levam os produtos plantados de suas terras para comercialização no agrocentro. Assim, pode-se dizer segundo entendimento de Fernandes (2011, p. 16) que:

Os atravessadores do agrocentro Patos PB são responsáveis por 75% da comercialização dos produtos no agrocentro. A situação climática da nossa região dificulta que o agricultor local possa produzir com uma maior volume e atender as necessidade da unidade.

Ter uma propriedade rural moderna e ágil no que se refere à produção e qualidade dos produtos por ela ofertados é de suma importância para que se possa proporcionar a população uma gama de produtos diversificados e de bom estado. Deste modo, tendo em vista todos os produtos que são comercializados no agrocentro, foi questionado: Dentre os produtos agrícolas comercializados no agrocentro, quais os que mais se destacam. Segundo o E2: “Batatinha, cebola, coentro, pimentão, chuchu, laranja, tangerina, abacaxi, goiaba e manga”. Já na percepção do E3: “Batatinha, cebola, chuchu, goiaba, manga, uva e banana”.

No entanto, segundo resultados obtidos na pesquisa feita por Farias e Brito (2009, p. 13), pode-se mencionar de acordo com os mencionados, que:

Destacaram-se na pesquisa: a cebola, com um volume maior de vendas (37%), conseqüentemente, destacaram-se também a batatinha, a laranja, batata doce, o mamão, a cenoura e a maçã, porém, relativamente com menores níveis de comercialização. É relevante enfatizar que estes produtos foram mencionados em destaque, tomando como parâmetro a média anual (2009) de vendas.

Apesar disso, o que se pode perceber com isso é que, há uma vasta variedade de produtos agrícolas e que alguns deles tem maior preferência de compra por parte da população, não unicamente da cidade no qual encontra-se localizado o agrocentro, mas também de outras cidades circunvizinhas. Deste modo, foi questionado na pesquisa: Sabe-se que o agrocentro comercializa seus produtos não unicamente para cidade de Patos-PB, mas também para cidades circunvizinhas, deste modo, quais as cidades que mais se destacam na compra de produtos do agrocentro. Posteriormente a tal questão, o E2 afirmou que: “Todas as cidades circunvizinhas comercializam os produtos do agrocentro, como por exemplo: Pombal, Santa Luzia, Malta, Condado, Catingueira, Piancó, entre outros”. Já o E5 afirmou que: “Muitas cidades circunvizinhas e também de outros estados comercializam produtos do agrocentro de Patos – PB”.

Tendo como base tais afirmações mencionadas acima, Medeiros e Brito (2009, p. 11) afirmaram com base em sua pesquisa que:

Destacaram-se na quantidade demandada, os seguintes Estados (demandantes): Paraíba (60%), Rio Grande do Norte (15%), Pernambuco (10%) e Bahia (5%). De acordo com a pesquisa, os demandantes buscam os produtos pelo fato da diversidade e do preço (custo de acesso). Os comerciantes afirmam que os produtos comprados neste centro de comercialização tem lugar certo na mesa dos bares, restaurantes, supermercados, etc.

Assim sendo, percebe-se o destaque no qual o agrocentro de Patos – PB expõe, tendo em vista que, o mesmo tem um comércio vasto e diversificado de produtos agrícolas, bem como também, encontrar-se em uma localização privilegiada e de ótimo acesso tanto para outras cidades como para outros estados, nos quais são abastecidos pelo referido agrocentro.

Pode-se mencionar ainda que não unicamente o agrocentro vende para outras cidades e estados do Brasil, mas também, são ofertados por outras cidades e estados produtos para comercialização no agrocentro de Patos – PB. Deste modo foi questionado ainda: Quais as cidades que mais ofertam produtos para comercialização no agrocentro.

De acordo com E3: “Cidades dos estados da Bahia, Pernambuco, Rio Grande do Norte, Ceará e Paraíba, fornecem em grande quantidade para o agrocentro de Patos – PB”.

Segundo pesquisa desenvolvida por Farias e Brito (2011, p. 11):

O estado da Paraíba continua se destacando atingindo os 33% superando os dados de 2009, que apontava o Estado como responsável por 30% do total de produtos ali comercializados, posteriormente, o Estado do Rio Grande do Norte, que hoje é responsável 25% da oferta de produtos no agrocentro, também superando os dados do ano de 2009, que mostrava o Estado como responsável por 24% da oferta, os dados apontam também o Estado de Pernambuco como responsável por 22% dos produtos ofertados, ocorrendo um aumento se comparando com o ano de 2009 que apontava para este Estado ofertante, 20% do total das mercadorias que chegavam ao local. No entanto, os Estados da Bahia e Ceará houve uma considerável queda, porém isso pode ser explicado, pois ficam um pouco mais distante do ponto de vista geográfico, logo o preço dos fretes são relativamente mais caros o que acaba influenciando no preço das mercadorias, conseqüentemente e relativamente, não sendo tão favorável, tanto para o produtor quanto para o comerciante.

Deste modo, pode-se perceber o quão é importante à participação do agrocentro na comercialização de produtos agrícolas, seja para compra e/ou vendas, no qual o mesmo abastece e comercializa produtos de sua cidade, de cidades circunvizinhas e de outros estados, há então uma procedência diária de oferta e demanda dos produtos agrícolas. No entanto, sobre essa temática, foi questionado: Tendo em vista a comercialização dos produtos tanto para Patos como para região, a presente pesquisa visa saber, como se dá à oferta e demanda de produtos agrícolas no Agrocentro de Patos- PB. A oferta supre as necessidades das demandas. De acordo com E1: “Patos é uma cidade de ótima localização no estado, com isso, a comercialização dos seus produtos é muito procurada e a oferta supre a demanda”. Segundo E5: “A oferta do agrocentro supre todas as necessidades, temos uma ótima localização para atendermos os estados circunvizinhos, pode-se mencionar alguns dados em quilogramas (Kg) referentes a oferta de produtos agrícolas no ano de 2018: Janeiro: 3.939,070 Kg, Fevereiro: 3.731,253 Kg, Março: 3.738,672 Kg e Abril: 3.901, 086 Kg.

Nas palavras de Farias e Brito (2011, p. 8):

O município de patos, após a inauguração do agrocentro tornou-se um importante polo de comercialização de produtos agrícolas, localizada tradicionalmente em uma região de destaque, ocupando a posição de lugar de maior centralidade. Esta favorável posição geográfica foi um dos determinantes para ser escolhida

para receber o centro de comercialização de produtos agrícolas, contribuindo para melhoria da infraestrutura de comercialização dos produtos hortifrutigranjeiros na cidade.

Assim, pode-se dizer que são inúmeras as vantagens de se comercializar no agrocentro de Patos – PB, tendo em vista sua localização, seus produtos, sua oferta e demanda, no qual são supridas pelo agrocentro.

5. CONSIDERAÇÕES FINAIS

Ao término do presente estudo, pode-se mencionar a importância que o agrocentro de Patos – PB tem na comercialização de produtos agrícolas tanto na cidade de Patos-PB, como em cidades circunvizinhas, como também para outros estados, sua localização geográfica e seu amplo espaço também são fundamentais para que tal comercialização possa vir a ter um grande número de oferta e demanda, bem como ainda, na contribuição do desenvolvimento econômicos das cidades ofertantes.

Deste modo, é de suma importância lembrar que o agrocentro, tem uma grande demanda, visto que comercializa diversos produtos, mas, contudo, o mesmo cumpre sua função de manter sempre abastecidas tais demandas, visto que os produtos comercializados se derivam de diversas cidades do Brasil, pode-se mencionar ainda a grande parcela de comerciantes no qual procuraram o agrocentro para comercializar seus produtos, e deste modo aumentando também a parcela de empregos.

Por fim, pode-se dizer que o agrocentro proporciona e expõe grandes números quando se trata de oferta e demanda de produtos agrícolas, visto que tanto recebe como vende esses produtos para estados como Bahia, Rio grande do Norte, Ceará, Pernambuco e Paraíba, gerando um aquecimento na economia destas regiões, bem como também proporcionando emprego e renda para os pequenos agricultores, que fazem plantio nas suas terras e vão ao referido agrocentro comercializar seus produtos. É importante lembrar que foram através de pequenos produtores que o Brasil chegou a ser um dos maiores países no mundo a exportar produtos agrícolas.

Com base no que foi explorado no presente estudo, pode-se dizer que todos os objetivos propostos foram alcançados, espera-se que o mesmo sirva como fonte de pesquisa para outros alunos no qual possam despertar o interesse em dar continuidade ao presente estudo.

Podemos inferir que o agrocentro Patos PB vem realizando sua missão no abastecimento de frutas e hortaliças, tendo como ofertantes e demandantes em sua maioria atravessadores da região.

Após a realização da pesquisa conclui-se que o agrocentro Patos PB é de extrema importância para a cidade e municípios circunvizinhos, encontrando-se em uma ótima posição geográfica na qual beneficia a compra e venda de produtos, contribuindo para o crescimento econômico da região.

REFERÊNCIAS

ANDRADE, Maria Margarida de. **Introdução à metodologia do trabalho científico**. 10ª ed. São Paulo: Atlas, 2010.

ARAÚJO, Massilon J. **Fundamento de Agronegócio**, 3. edição. Editora Atlas S.A: São Paulo, 2007. 160 p.

ARAÚJO, N. B. de; WALDEKIN, L; PINAZZA, L. **Complexo Agro-industrial “Agribusiness” Brasileiro**; São Paulo: Agrocere, 2017. 238p. Disponível em: <<http://pt.scribd.com/doc/57097799/gcc124>>. Acesso em: 14/05/2018.

BOCCATO, V.R.C. Metodologia da pesquisa bibliográfica na área odontológica e o artigo científico como forma de comunicação. *Revista de Odontologia da Universidade Cidade de São Paulo*, v. 18, n.3, p. 265-74, set./dez., 2006. D

CRESWELL, J. W.; PLANO-CLARK, V. L. *Pesquisa de métodos mistos*. 2. ed. Porto Alegre: Penso, 2013.

CRYSTHIAN, Rhudy; De pai para filho; **Revista campo**, ano I, n° 196, p. 21-24, outubro/2011.

FARIAS, Hélia Fabiana Mamedes de; BRITO, Felipe César da Silva. Análise da oferta e demanda de produtos agrícolas: estudo do Agrocentro de Patos-PB (2009/2011), Patos – PB, 2011. Disponível em: <http://coopex.fiponline.edu.br/pdf/1340714379.pdf>. Acesso em: 16/05/2018.

FERNANDES, Tássia, Capacitação do homem do campo, **Revista agroenegócios**, Sudoeste goiano, Ano I, n° 2, maio/2011. 48p.

GIL, A.C. *Como elaborar projetos de pesquisa*. 4. ed. São Paulo: Atlas, 2002.

INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA - IBGE. Cidades@. Disponível em: < <http://www.ibge.gov.br/cidadesat/painel/painel.php?codmun=251080> > Acesso em: 25/05/2018.

LOPES, Cláudia Macário. O papel das associações rurais no desenvolvimento local no município de Patos- PB. 2004. 52p. Monografia (Graduação em Ciências Econômicas) Faculdades Integradas de Patos- FIP. Patos- PB.

MEDEIROS, Damião Augusto de. Comercialização dos produtos hortifrutigranjeiros no mercado central de Patos- Paraíba. 2003. 46p. Monografia (Graduação em Ciências Econômicas) Faculdades Integradas de Patos- FIP. Patos- PB.

MEDEIROS, Rogério; BRITO, Felipe César da Silva. Comercialização de Produtos Agrícolas (avaliação econômica – social do agrocentro Elvina Caetano Patos/PB – 2009). Disponível em: <http://fiponline.edu.br/coopex/pdf/1307536482.pdf>. Acesso em: 16/05/2018.

NEUKIRCHEN, Leandro César; ZANCHET, Aládio; DE PAULA, Germano. **Tecnologia de gestão e rentabilidade na pequena propriedade rural – estudo de caso.** 08/11/2011. Disponível em: <<http://pt.scribd.com/doc/55217354/Tecnologia-de-gestao-e-rentabilidade-na-pequena-propriedade-rural-%E2%80%93-estudo-de-caso>>. Acesso em: 14/05/2018.

RICHETTI, Aucel; **Porque controlar o custo de produção?** 08/11/2011. Disponível em: <<http://www.cpao.embrapa.br/portal/artigos/artigos/artigo7.html>>. Acesso em: 14/05/2018.

APÊNDICE A - QUESTIONÁRIO**I – DADOS DEMOGRÁFICOS DA PESQUISA:****NOME:** _____**1º) IDADE:**

- < 20 anos
 de 21 à 30 anos
 de 31 à 40 anos
 Acima de 40 anos

2º) SEXO:

- Masculino Feminino

3º) ESCOLARIDADE:

- Ensino Fundamental Incompleto
 Ensino Fundamental Completo
 Ensino Médio Incompleto
 Ensino Médio Completo
 Ensino Superior incompleto
 Ensino Superior Completo

4º) RENDA FAMILIAR:

- < de 1 salário mínimo
 de 1 à 2 salários mínimos
 de 2 à 3 salários mínimos
 Acima de 3 salários mínimos

I – DADOS REFERENTES À PROBLEMÁTICA DA PESQUISA:

5º) Quais são as procedências dos produtos comercializados no agrocentro?

6º) Os produtores rurais trazem produtos plantados de suas terras para comercialização?

- Sim Não

7º) Dentre os produtos agrícolas comercializados no agrocentro, quais os que mais se destacam?

8º) Sabe-se que o agrocentro comercializa seus produtos não unicamente para cidade de Patos-PB, mas também para cidades circunvizinhas, deste modo, quais as cidades que mais se destacam na compra de produtos do agrocentro?

9º) Quais as cidades que mais ofertam produtos para comercialização no agrocentro?

10º) Tendo em vista a comercialização dos produtos tanto para Patos como para região, a presente pesquisa visa saber, como se dá a oferta e demanda de produtos agrícolas no Agrocentro de Patos- PB? A oferta supre as necessidades das demandas?

ANEXO B – TERMO DE COMPROMISSO DO PESQUISADOR

Eu, JOSÉ LAMARK BEZERRA, brasileiro inscrito no CPF sob o nº 056.609.314-64, abaixo firmado, assumo o compromisso de manter confidencialidade e sigilo relativos às informações que me foram confiadas pela empresa _____, com objetivo exclusivo de elaboração de trabalho científico.

Por este Termo de Confidencialidade comprometo-me a não utilizar para outros fins que não sejam acadêmicos as informações a que tiver acesso.