

Análise da oferta e demanda de produtos agrícolas: estudo do Agrocentro de Patos-PB (2009/2011)

Hélia Fabiana Mamedes de Farias¹

Felipe César da Silva Brito²

Resumo - No crescente mercado de alimentos no Brasil, houve a necessidade de se criar centros onde produtores e comerciantes pudessem escoar a sua produção com maior tranquilidade. Essas Centrais de Abastecimento tem como finalidade a venda no atacado e varejo, onde o objetivo maior é a eliminação da figura do atravessador, bem como, a aproximação dos pequenos produtores com esses centros. Sendo assim, o presente trabalho tem o objetivo fazer uma análise da oferta e demanda de produtos agrícolas realizando um estudo do agrocentro de Patos-PB nos anos de 2009-2011, contextualizando historicamente a comercialização de produtos agrícolas; caracterizando o agrocentro de Patos-PB e avaliando do ponto de vista da oferta e da demanda os produtos no agrocentro de Patos-PB. A pesquisa foi elaborada através de uma pesquisa de campo, com tipologia de ordem exploratória e descritiva, com base em dados primários e secundários, onde através desses dados coletados conclui-se que o agrocentro Elvina Caetano é imprescindível para a cidade de Patos e municípios circunvizinhos, com bom espaço destinado a compra e venda de produtos, contribuindo para o crescimento econômico local e regional.

Palavras chave: Mercado, Abastecimento, Agrocentro.

Abstract - In the growing food market in Brazil, there was a need to create centers where producers and traders could sell their produce with greater ease. These Central Supply is intended for the wholesale and retail, where the objective is the elimination of the middleman figure, as well as the approximation of small producers with these centers. Thus, this study has the objective to analyze supply and demand for agricultural products Agrocentro conducting a study of Patos-PB in the years 2009-2011, historically contextualizing the marketing of agricultural products; featuring Agrocentro Patos-PB and evaluating the viewpoint of supply and demand in the products Agrocentro Patos-PB. The survey was developed through field research, with the order type of exploratory and descriptive, based on primary and secondary data, where data collected through these it is concluded that the Agrocentro Elvina Caetano is essential to the city of Patos and surrounding municipalities with good space for buying and selling of products, contributing to local economic growth and regional levels.

Keywords: Market, Supply, Agrocentro.

¹ Hélia Fabiana Mamedes de Farias: Acadêmica do Curso de Ciências Econômicas das Faculdades Integradas de Patos – FIP.

² Felipe César da Silva Brito: Prof. Msc. das Faculdades Integradas de Patos – FIP.

INTRODUÇÃO

O mercado brasileiro de alimentos é um enorme setor que demanda produtos muito variados e que atrai o interesse de fornecedores de várias origens. Dentro deste contexto, podem-se citar os centros de comercialização de produtos agrícolas, cuja característica é a venda no atacado e varejo, onde visa à aproximação dos produtores com estes centros, com isso o consumidor passa a ter acesso a mercadorias de qualidade e com preços baixos, dessa forma o produtor passa a ter mais oportunidades de aumentar a sua produtividade e conseqüentemente melhorar os meios de produção.

O Nordeste é um grande produtor agrícola, pois é beneficiado por vários fatores, como solos férteis e sol o ano inteiro, além de abastecer o comércio interno, a região também é exportadora de seus produtos. É importante salientar que a região é dotada de vários centros de comercialização, os quais beneficiam não somente a grandes produtores, mas também aqueles que praticam a agricultura familiar e deslocam-se até estes pontos de comercialização para vender seus excedentes, visando um aumento de sua renda e também a expansão de sua produção. Diante do contexto, pode-se citar o agrocentro Elvina Caetano na cidade de Patos na Paraíba que foi inaugurado em 11 de agosto do ano de 2005, beneficiado por uma localização geográfica favorável da cidade, acabou tornando-se um polo de comercialização de produtos agrícolas na região.

Para a realização deste trabalho temos como objetivo geral analisar a oferta e demanda de produtos agrícolas no agrocentro de Patos- PB- 2009 a 2011. Tendo como objetivos específicos, contextualizar historicamente a comercialização de produtos agrícolas; caracterizar o agrocentro de Patos- PB e avaliar do ponto de vista da oferta e demanda os produtos no agrocentro de Patos- PB.

A metodologia a ser utilizada é caracterizada como uma pesquisa de campo, com tipologia de ordem exploratória e descritiva, com técnicas de coleta de dados primários e secundários, onde o investigador deverá observar os fatos, registrá-los, analisá-los e interpretá-los através de uma observação sistemática, esclarecendo assim, a contribuição do agrocentro Elvina Caetano através de sua oferta e demanda de produtos agrícolas para o município de Patos e região.

1 Funcionamento geral da comercialização agrícola / Agrocentro Patos-PB

O processo de comercialização de produtos agrícolas baseia-se basicamente na necessidade da promoção do processo de comercialização, levando em conta os interesses econômicos dos produtores, assim como também, a proteção da produção e do comércio agrícola. Mas, segundo Accarini (1987), ela também pode ser definida como uma série de serviços que envolvem o produto desde o planejamento de sua produção, passando pelo cultivo e colheita, buscando métodos para realizar uma boa distribuição e venda, até chegar o ponto final, que é o ponto de consumo. Porém, existem muitas dificuldades para os produtores rurais, principalmente os da agricultura familiar, pois, grande parte desses produtores entrega sua produção aos chamados “atravessadores ou intermediários” a preços relativamente baixos.

No entanto, para Resende (1992), essa estratégia de comercialização é um conjunto de ações e de objetivos para o desenvolvimento do comércio agrícola onde o mesmo é vinculado através da iniciativa privada, das forças regentes de mercado e também do Estado atuando como regulador e facilitador do processo de comercialização.

Uma parte destes pequenos produtores, por estarem diretamente envolvidos na produção, e não terem um conhecimento específico de como atuar no processo de venda do produto, acabam não sabendo como lidar com os compradores, com isso, acabam ficando em uma posição desvantajosa na hora da negociação, se comparados com aqueles que de certa forma já estão mais familiarizados com o processo ou receberam treinamento para isto. Porém, podem desenvolver esse conhecimento através de treinamentos e até mesmo na prática ao longo dos anos. Para Accarini (1987, p. 131),

[...] o produtor passa maior parte do tempo preocupado em produzir e colher e nem sempre explora a mesma cultura todos os anos. Assim geralmente permanece mal informado sobre os preços e as condições de mercado com a agravante de às vezes precisar vender rapidamente o produto [...].

Diante desses entraves, o pequeno produtor torna-se impotente, ficando vulnerável às pressões dos que controlam o capital financeiro tendo que aceitar formas de comercialização, por mais que estas venham lhes prejudicar. O poder dos intermediários no processo de comercialização está no fato de controlarem o capital financeiro, onde se transforma em capital comercial.

No entanto, esses problemas acabam surgindo através das incertezas que a atividade agrícola gera, tais como: os preços dos produtos vigentes no mercado, e em se tratando dessa instabilidade de preços, Resende (1992), afirma serem:

[...]decorrentes das dificuldades de operar com produtos que são, naturalmente, perecíveis, estacionais, de baixo valor agregado, de difícil controle e que, obviamente, geram riscos econômicos de perda quantitativa e qualitativa efetivas das mercadorias.

Mas, o principal problema destes agricultores não está somente nas técnicas de produção, pois dentro da realidade de cada produtor essas já estão inseridas. Está basicamente no funcionamento do mercado, que está ficando mais exigente a cada dia, fazendo com que o produtor tenda a conhecer bem a forma de produzir e o mercado consumidor, para maiores ganhos na comercialização de sua produção, através de diferentes estratégias de comercialização.

Outro aspecto que prejudica os pequenos produtores na comercialização são as más condições do sistema rodoviário da região Nordeste, principalmente na época de chuvas, grande parte dos pequenos produtores ficam impossibilitados de chegar até as rodovias, no entanto, ficam ilhados devido à interdição de algumas estradas pela água. Contudo, os preços dos fretes durante esta época aumentam e acaba tornando-se inviáveis no que se refere à venda dos excedentes. É nesse processo que aparece os atravessadores intermediando a mercadoria entre o produtor e o consumidor. Porém é diante desse contexto que Medeiros (2003, p. 16), afirma que:

[...] a existência do intermediário resulta de causas muito mais profundas, cujas origens repousam na própria estrutura agrária, porém, as dificuldades de acesso “físico” aos mercados consumidores reforçam o poder desses agentes. Ainda assim, constitui uma operação de comércio com uma grande margem de risco para o produtor, visto que os mercados locais são muito restritos e o poder aquisitivo, muito baixo. [...]

Assim, o produtor é de certa forma forçado a vender pelo primeiro preço que lhe for oferecido, e é característico desses atravessadores aguardarem esses momentos para comprar a produção por preços relativamente baixos. Em busca de se fazer modificações nesse processo acabaram surgindo diversos mecanismos de controle e estabilização de preços, objetivando a redução dos riscos de perda da produção e de dar uma maior garantia de renda mínima aos produtores e sustentabilidade aos negócios agrícolas em geral, além de garantir o abastecimento de uma população crescente.

Dentro deste contexto, as centrais de abastecimento- CEASAS surgiram de um plano do governo Federal, para acabar com o papel dos intermediadores de mercadorias, que abusavam da notória precariedade de alguns produtores, para assim comprarem mercadorias a preços absurdos. Segundo Medeiros (2003, p. 23),

[...] podemos afirmar que a CEASA é um órgão responsável pela distribuição dos produtos hortícolas produzidos no país e que tem como objetivo principal, criar condições favoráveis à comercialização de produtos hortifrutigranjeiros. É um mercado onde se encontram comerciantes e produtores para realizarem os seus negócios de compra e venda de produtos hortifrutigranjeiros.

O desafio desses centros atacadistas é tentar regular o abastecimento de produtos hortigranjeiros e dos demais produtos ali negociados, de modo que, proporcione aos agentes produtivos e aos consumidores, um ambiente de trabalho mais firme e seguro, onde esses agentes possam passar para os consumidores uma segurança na qualidade dos produtos, e que esses centros possam ser mais que um ambiente de troca de serviços e passe a ser também um ambiente de troca de informações. De acordo com a Companhia Nacional de Abastecimento- CONAB (2011),

Os mercados atacadistas de hortigranjeiros são espaços econômicos e sociais diversificados que reúnem vendedores e compradores, produtores e comerciantes, consumidores e prestadores de serviços, agentes públicos e informais em uma intensa relação comercial e social realizada em curto espaço de tempo.

Neste dimensionamento, no sertão do estado da Paraíba, identificou-se a necessidade de se construir um destes centros de abastecimento, visto que nesse cenário havia pequenas propriedades cujos proprietários não tinham condições de escoarem a sua produção para grandes centros.

2 Patos- Lugar Central (oferta de bens e serviços)

O município Patos é hoje uma das cidades mais importantes do estado da Paraíba, sua localização geográfica viabiliza o acesso aos estados do Rio Grande do Norte, Pernambuco e Ceará. A cidade então, com toda sua expansão passou a ser um lugar central, onde de acordo com Clemente (2000), esses lugares centrais ofertam bens e serviços para outros lugares de menor centralidade e, esses lugares de menor centralidade ofertam bens e serviços para a zona Rural do seu devido município, sendo assim o lugar de maior centralidade exerce uma hierarquia sobre estes pequenos lugares, pois segundo o autor essa hierarquia dos lugares centrais age de acordo com uma rede de interdependência, cuja centralização desses lugares é uma tendência natural. Patos, porém, destaca-se sobre as demais cidades por sua vasta prestação de serviços, não somente na parte econômica, mas também na educação e saúde, já que possui um hospital regional que atende pessoas de toda região.

Geograficamente beneficiada, a cidade de Patos está localizada exatamente no centro do estado, o que facilitou ainda mais o seu progresso, pois para se cruzar o estado, obrigatoriamente terá que passar pelo território que a compreende, o que favoreceu o seu crescimento. Segundo Lopes (2004), essa favorável posição geográfica, fez com que a cidade de Patos exercesse influência econômica em vários municípios do Sertão Paraibano, assim como os estados de

Pernambuco e Rio Grande do Norte, e sua economia cresce à medida que abastece esses municípios com bens e serviços num intenso intercâmbio comercial.

Embora a base econômica do município de Patos esteja mais ligada ao comércio, o setor de transformações tem crescido expressivamente, a indústria calçadista e de derivados de couros tem avançado bastante e contribuindo para a geração de emprego e renda para a cidade, que além de vender a sua produção para o próprio município também levam os produtos para outros estados do país. Mas, também existem outros setores como o da indústria, que segundo Evangelista (2009), podem-se destacar as indústrias voltadas para o alumínio, alimentos e bebidas, que dão sua parcela de contribuição para a economia do município.

De acordo com os dados do IBGE (2011), 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, a nível de capital regional, ficando abaixo apenas das cidades de João Pessoa e Campina Grande. No entanto, segundo Clemente (2000, p. 89),

Quando se trata de serviços ou de bens distribuídos diretamente aos consumidores, as economias de escala na produção influenciam o tamanho da área de mercado, [...], as economias de escala das empresas comerciais atacadistas e varejistas também influenciam o tamanho da área de mercado e, portanto, a centralidade.

Esse intenso processo de comercialização influenciado pela privilegiada localização fez com que o município crescesse além do que se imagina para um município do interior do estado, vindo a ser batizada como “A capital do Sertão”.

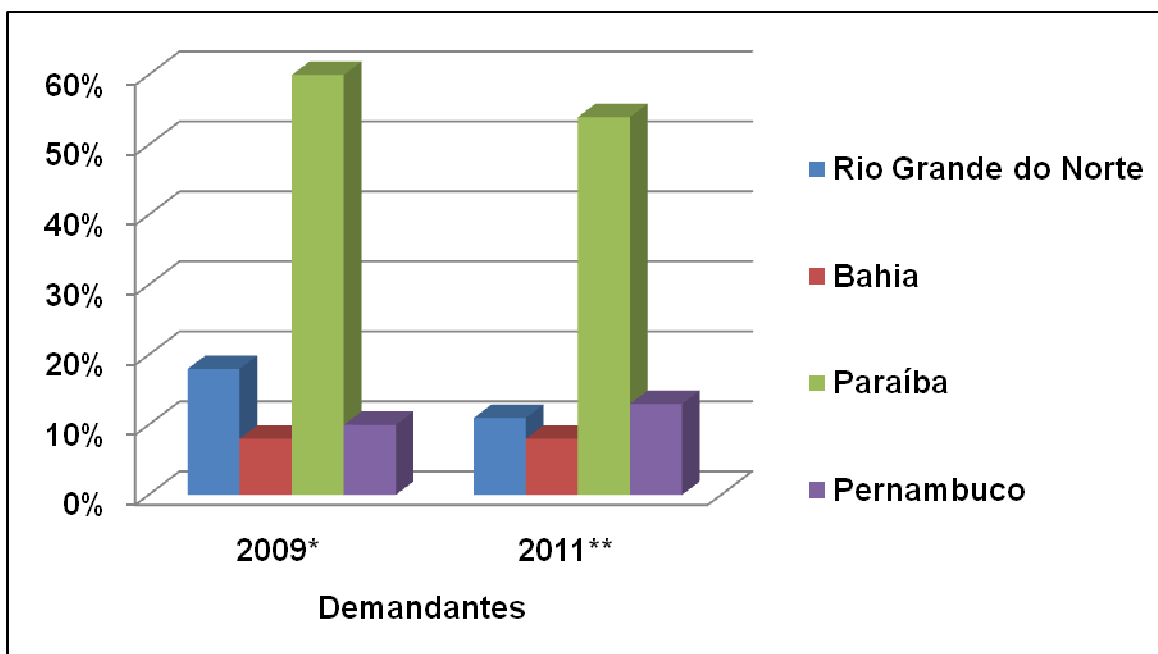
3 ANÁLISE DA OFERTA E DEMANDA DE PRODUTOS AGRÍCOLAS NO AGROCENTRO PATOS-PB (2009-2011)

De acordo com os dados coletados através da pesquisa de campo no agorcentro Elvina Caetano na cidade de patos-PB, foram elaborados gráficos, analisando números relacionados direto ou indiretamente ao objeto de estudo. No entanto, os mesmos foram construídos através de uma análise comparativa dos anos 2009/2011, baseando-se nos seguintes questionamentos: As vantagens de comercializar no agrocentro de Patos; 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.

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 Elvina Caetano, contribuindo para melhoria da infra-estrutura de comercialização dos produtos hortifrutigranjeiros na cidade.

O agrocentro Elvina Caetano disponibiliza muitas vantagens para os que comercializam os seus produtos em seu espaço físico. A central de abastecimento de produtos agrícolas de Patos-PB, disponibiliza aos produtores e comerciantes, uma ótima infra-estrutura, a sua localização as margens de uma BR favorece o acesso e ainda possibilita aos comerciantes melhores condições de trabalho. A seguir, o gráfico I mostrará uma avaliação comparativa, mostrando os estados compradores no agrocentro Patos-PB, nos anos 2009-2011.

GRÁFICO I - Estados compradores dos produtos do agrocentro / Patos – PB 2009-2011



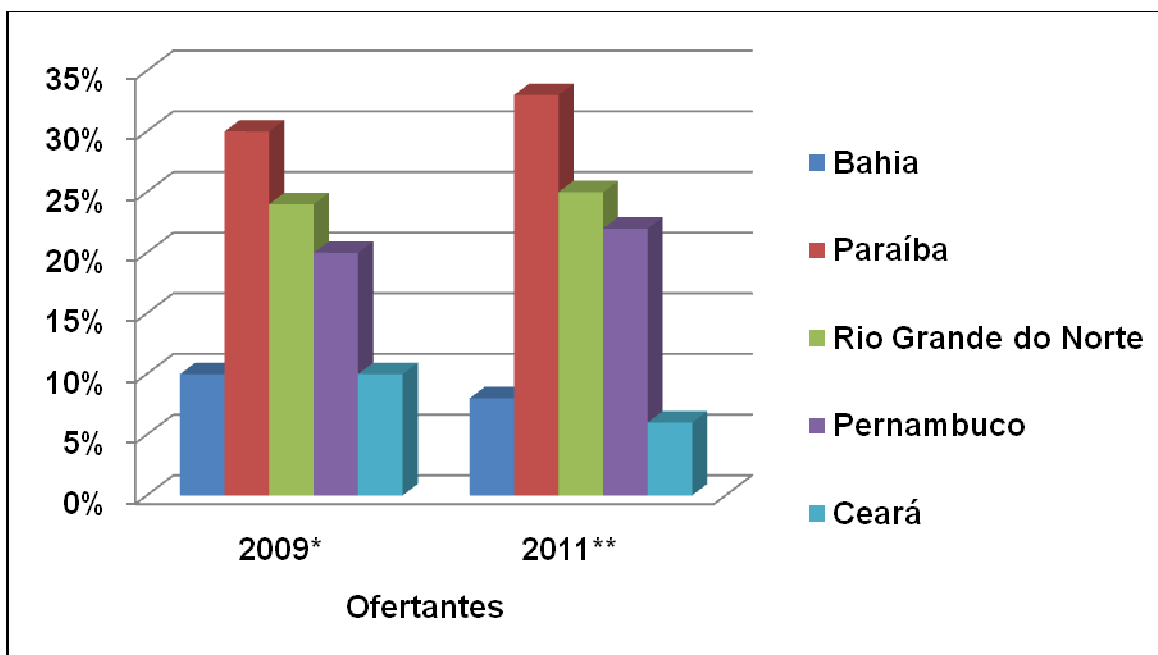
FONTE: *Medeiros; Brito (2011); ** Pesquisa empírica realizada em nov. de 2011.

A pesquisa constatou que alguns Estados, após a abertura do agrocentro de Patos, foram beneficiados, pois, o mesmo é responsável pelo escoamento de mercadorias para o abastecimento de várias localidades, sejam elas dentro ou fora do estado da Paraíba. No aspecto da demanda, os estados que mais se destacaram no ano de 2011 foram os seguintes: Paraíba (54%), havendo uma queda, pois, no ano de 2009 o Estado era responsável por 60% das compras realizadas no agrocentro; o Rio Grande do Norte, também houve uma redução na compra dos produtos, pois caiu de 18% no ano de 2009, para 11% neste ano; Pernambuco foi o único que teve um aumento na demanda por produtos ofertados pelo agrocentro, pois subiu de 10% para 13% e; o Estado da Bahia permaneceu em 8% desde o ano de 2009 até o ano corrente.

Desta forma, o agrocentro, destaca-se pela grande quantidade e diversidade de produtos agrícolas que comercializa, e assim, abastece a cidade de Patos assim como os municípios vizinhos e outros Estados. Apesar do Estado da Paraíba exercer certo predomínio na quantidade demandada, existe também a participação de outros Estados, na qualidade de demandantes, como por exemplo, Rio Grande do Norte, Bahia, Pernambuco, porém, em razão da distância geográfica,

estes Estados destacam-se relativamente menos quanto ao total comercializado. No próximo gráfico, enfatiza-se os Estados fornecedores para o agrocentro.

GRÁFICO II - Estados fornecedores para o agrocentro / Patos – PB 2009-2011

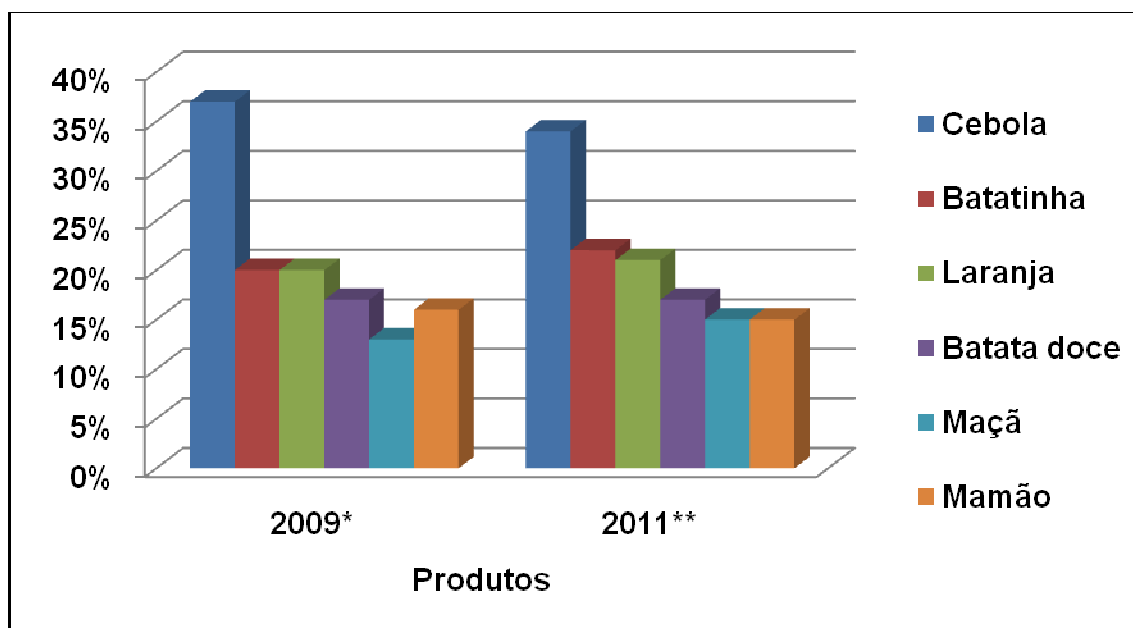


FONTE: *Medeiros; Brito (2011); ** Pesquisa empírica realizada em nov. de 2011.

O gráfico II, descreve a pesquisa do ponto de vista da oferta e mostra quais os Estados que se destacaram na oferta de produtos para o agrocentro. 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. O próximo gráfico, mostra-se uma análise quanto a porcentagem dos produtos que destacam-se na quantidade comercializada no agrocentro Patos-PB.

Gráfico III - Comercialização dos produtos agrocentro/ Patos-PB 2009-2011.

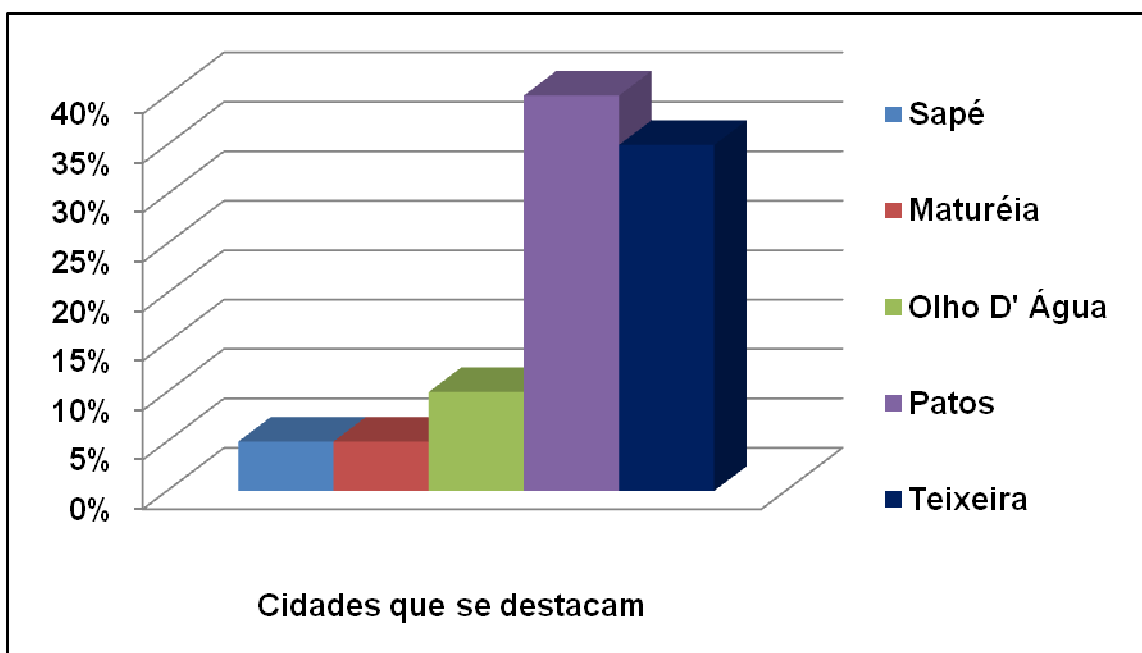


FONTE: *Medeiros; Brito (2011); ** Pesquisa empírica realizada em nov. de 2011.

O gráfico III, apresenta-se destacando os produtos mais comercializados no agrocentro e faz a análise comparativa dos anos 2009-2011. Destacaram-se os seguintes produtos: 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. Devido a enorme diversidade de produtos que estão sendo comercializados na central de abastecimento patoense, é justificável a redução na compra de alguns produtos, assim como, os preços também são fatores primordiais, pois quando não estão em época de safra abundante as mercadorias ficam relativamente mais caras, contudo há uma redução na compra e venda desses

produtos. No próximo gráfico, serão enfatizadas as cidades paraibanas que se destacam na oferta de produtos para o agrocentro Patos-PB no ano de 2011.

GRÁFICO IV – Cidades paraibanas que destacam-se na oferta de produtos para o agrocentro Patos-PB no ano de 2011.



FONTE: Elaboração própria (2011)

Neste gráfico, busca-se identificar a participação das cidades paraibanas que, relativamente, destacam-se na oferta de produtos para serem comercializados no agrocentro. Dentro deste contexto, podemos constatar que algumas cidades conseguem se destacar mais e outras relativamente menos em quantidade comercializada. 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 está apenas 30 Km de distancia 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. Isso mostra que, o agrocentro tem sido de muita relevância para o Estado, uma vez que os produtores e comerciantes desses municípios pequenos agora conseguem

escoar a sua mercadoria com maior tranquilidade e comodidade, fato que contribuiu para o aumento na produção, na venda, consumo e renda das pessoas envolvidas em todo o processo de comercialização. No quadro a seguir, será enfatizada a oferta de empregos diretos/indiretos no agrocentro Patos-PB.

QUADRO I – Empregos diretos e indiretos gerados pelo agrocentro Patos-PB no ano de 2009.

Setorização	Formais		Informais	
	2009	2011	2009	2011
Bloco MLP	(Comerciantes) 48	81	96	136
Bloco 01	(Comerciantes) 13	20	40	77
Bloco 02	(Comerciantes) 06	18	24	35
Bloco 03	(Comerciantes) 09	18	62	70
Limpeza	08	34		
Comissionados/EMPASA	15	15		
Segurança	11	26		
Efetivos/EMPASA	09	09		
Fretistas			48	59
Catadores			10	37
Flutuantes			09	22
Outros*			600	786
TOTAL	119	221	889	1222

FONTE: Agrocentro Elvina Caetano (2009/2011)

Este quadro foi formulado através de uma pesquisa realizada pelo setor administrativo, junto aos operadores de mercado/ comerciantes/ setor de

comercialização do agrocentro de Patos, de maneira que o mesmo venha mostrar a quantidade de empregos diretos e indiretos gerador pela central de abastecimento, realizando uma análise comparativa entre os anos de 2009/2011. Entretanto, o setor que está localizado o Mercado Livre do Produtor, o chamado Bloco MLP, emprega maior parte das pessoas. No ano de 2009, esse setor contava com 48 empregos formais e 96 informais, no ano de 2011 esses números subiram para 81 formais e 136 informais, seguido pelo Bloco 01 que antes empregava 53 pessoas divididas entre empregos diretos e indiretos, passou para 97. O Bloco 02 com 06 empregados formais e 24 informais, passou para 18 formais e 35 informais, já o Bloco 03 que contava com 09 empregados formais e 62 informais, passou para 18 formais e 70 informais.

A limpeza é feita por uma empresa terceirizada, a qual antes empregava 08 pessoas todos formais, passaram a contar com 34 profissionais, os comissionados da EMPASA continuam representando 15 empregos diretos, a segurança que antes era formada por 11 profissionais, passou a contar com 26 seguranças, os fretistas e os catadores somavam 58 empregados todos informais, chegando ao total de 96 no ano de 2011, já os trabalhadores flutuantes são compostos por pequenos agricultores que levam os seus excedentes para comercializarem no agrocentro, antes somavam 09 apenas, passando para 22 trabalhadores. Já a grande maioria, refere-se aos comerciantes de cidades vizinhas, assim como, pequenos comerciantes dos bairros do município que compram e vendem nesse centro de comercialização, que no ano de 2009 somavam 600 empregos informais, no ano de 2011 conta com 786 pessoas.

No entanto, após seis anos de funcionamento, os números têm crescido gradativamente ano após ano, mostrando a eficiência do agrocentro, quanto a oferta de produtos agrícolas, como também, a oferta de empregos. Contudo, pode-se dizer que agrocentro Elvina Caetano, tem correspondido às expectativas do governo, quando no início planejou-se instalar uma CEASA no sertão paraibano, buscando melhoria da qualidade de vida, bem como, também geração de emprego e renda, através de uma melhor infra-estrutura de comercialização, uma vez que, o município de Patos ganhou lugar de destaque neste aspecto e a região passou então a apresentar-se relativamente com melhores índices de desenvolvimento na esfera da comercialização de produtos agrícolas.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Após a realização da pesquisa, conclui-se que o agrocentro Elvina Caetano é imprescindível para a cidade de Patos e municípios circunvizinhos, pois, constatamos que o mesmo conta com bom espaço destinado a compra e venda de produtos, o qual aliado à ótima localização geográfica consolidou-o em termos de crescimento, contribuindo para o desenvolvimento econômico da cidade e região.

Contudo, pode-se afirmar que o centro de abastecimento de produtos agrícolas da cidade de Patos, está cumprindo sua missão no abastecimento alimentar, mostrando sinais positivos de que sua atuação tem contribuído para o desenvolvimento econômico e social da região, pois conta com uma boa infraestrutura e o número de comerciantes que buscam o agrocentro para comercializar os seus produtos é sempre crescente, assim como a geração de empregos.

Entretanto, identificou-se que após a abertura do agrocentro- Patos-PB, boa parte dos produtores passou a aumentar a sua produção, negociando seus produtos relativamente com maiores vantagens comerciais, provocando uma alavancagem nas vendas, abastecendo a própria cidade e municípios vizinhos. Além disso, produtores e comerciantes também passaram a vender em grandes quantidades para outros estados. De acordo com os resultados da pesquisa, percebe-se que a infra-estrutura oferecida, lhes proporcionou maior comodidade na hora das vendas, assim como passaram a exercer menos esforços, tornando o processo de comercialização mais tranquilo. Esta situação acontece em razão da sua posição geográfica, pois, está localizado exatamente no centro do estado, o que facilitou ainda mais o seu crescimento quanto centro de comercialização, beneficiando vários municípios da região que negociam sua produção naquela região.

Todavia, constatamos que alguns Estados após a abertura do agrocentro foram beneficiados, através da localização geográfica do centro de abastecimento. No se refere a demanda, os estados que mais se destacam foram: Paraíba (54%); o Rio Grande do Norte 11%; Pernambuco 13% e; o Estado da Bahia 8%. Do ponto de vista da oferta, a Paraíba continua se destacando atingindo os 33%, o Rio Grande do Norte 25%, o Estado de Pernambuco é responsável por 22% dos produtos

ofertados. No entanto, os Estados da Bahia e Ceará tem o seu percentual de participação, embora não tão favorável quanto os demais Estados.

Entretanto, identificou-se que a participação de algumas cidades paraibanas, quanto à oferta de produtos para o agrocentro, foi notória. As cidades que mais se destacaram foram: a cidade de Patos (40%), seguido do município de Teixeira (35%), o município de Olho D' Água (10%), Maturéia e Sapé com 5% cada uma.

O agrocentro Elvina Caetano representa maior volume de oferta e demanda de produtos agrícolas e geração de emprego e renda, os quais contribuíram para um melhor desenvolvimento e crescimento econômico do Sertão paraibano, bem como também dos Estados circunvizinhos que dependem direto ou indiretamente do centro de comercialização. Tal situação descreve a eficiência deste centro de comercialização quanto ao abastecimento de produtos hortifrutigranjeiros, e sua contribuição para a conjuntura econômica e social do município e região.

REFERÊNCIAS

ACCARINI, José Honório. **Economia rural e desenvolvimento**: reflexões do caso brasileiro. Petrópolis – RJ: Vozes, 1987.

AGROCENTRO ELVINA CAETANO. **A empresa como geradora de emprego e renda**. Patos-PB: Agrocentro Elvina Caetano, 2009.

_____. **A empresa como geradora de emprego e renda**. Patos-PB: Agrocentro Elvina Caetano, 2011.

CLEMENTE, Ademir; HIGACHI, Hermes Y. **Economia e desenvolvimento regional**. São Paulo: Atlas, 2000.

COMPANHIA NACIONAL DE ABASTECIMENTO - CONAB. **Diagnóstico dos mercados atacadistas de hortigranjeiros**. Disponível em: <www.ceasa.gov.br/dados/publicacao/pub47.pdf> Acesso em: 02 de out. de 2011.

EVANGELISTA, Ana Ysmênia. **Análise do programa fome zero: a importância do programa bolsa família para os beneficiários do município de Patos- PB.** 2009. 65p. Monografia (Graduação em Ciências Econômicas) Faculdades Integradas de Patos- FIP. Patos- PB.

INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA - IBGE. **Cidades@.** Disponível em: <
<http://www.ibge.gov.br/cidadesat/painel/painel.php?codmun=251080> > Acesso em: 01 de out. de 2011.

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.

RESENDE, Alberto Martins. **Comercialização agrícola, o grande problema do produtor.** 1992. Disponível em: <<http://www.cpt.com.br/artigos/comercializacao-agricola-o-grande-problema-do-produtor>>. Acesso em: 15 de nov. de 2010.