

UMA ANÁLISE DO CANAL DE COMERCIALIZAÇÃO EXTERNO DA PRODUÇÃO DE ACEROLA DA REGIÃO DE DRACENA COMO ALTERNATIVA DE DESENVOLVIMENTO REGIONAL

CACCIATORI, Pedro Leonardo Santos¹; FERNANDES, Douglas²

PALAVRAS-CHAVE: Desenvolvimento Regional, Exportação e Fruticultura

Observando o mundo contemporâneo, nota-se que ele vem passando por inúmeras transformações nos últimos vinte anos, resultado de uma série de crises que levam a novas estruturas e novas formas de relações entre governo e sociedade. Não se pode pensar mais em desenvolvimento de uma maneira nacional. A tendência, já concretizada na prática é uma nova ordem que coloca o desenvolvimento, que antes era a nível nacional, em um nível de localidade. Assim, as localidades ganharam para si a responsabilidade de fazer seu desenvolvimento. Desse modo sobra a cada localidade usar suas particularidades da melhor forma para buscar seu desenvolvimento. O Brasil tem hoje 2,3 milhões de hectares de fruticultura. Desse total, 1,5% da produção é integrada e o país ganhou competitividade e igualdade para exportar a qualquer mercado do mundo. As exigências internacionais conduzem a um sistema de produção integrada que exige a assistência técnica de agrônomos capacitados, auditoria de campo e pós colheita e a participação de organismos independentes. Uma proposta feita pelo programa Produção Integrada de Frutas (PIF) envolve algumas regalias para estimular os acessos a micros e pequenos produtores, esses podem participar via associações ou cooperativas, podendo dividir os custos do processo. Diante desse contexto pretende-se analisar e esclarecer o canal de comercialização externa da acerola, na região de Dracena e as vantagens econômicas que as exportações possam trazer para o desenvolvimento dessa região. A escolha da acerola para a análise do seu canal de exportação na região de Dracena se justifica pela potencialidade dessa região em seu cultivo e também por se tratar de uma cultura difundida regionalmente. Observando-se sua cadeia produtiva na região nota-se que a produção é destinada na grande maioria das vezes ao comércio interno. A comercialização externa dessa produção é uma idéia pouco difundida nessa região e que pode trazer, se bem trabalhada, uma alternativa forte de comercialização. Analisar o canal de exportação desse produto apontará para um novo comércio, uma especialização nessa produção, adequação nos moldes externos e servirá como ferramenta de desenvolvimento, sendo um grande trunfo econômico a ser usado. Com a inserção da produção regional no mercado externo abre-se um novo caminho comercial. Com um novo destino dos produtos, a produção se especializa adequando-se ao mercado externo, assim, aumentando sua produção, investimentos e outros segmentos econômicos ligados a essa produção, sinalizando um crescimento econômico. Esse aumento pode ser considerado como propulsor do desenvolvimento regional.

¹ Graduando em Ciências Econômicas pelas “Faculdades Integradas Antônio Eufrásio de Toledo” de Presidente Prudente – contato: cartaeletronica@hotmail.com

² Economista Mestre e professor no curso de Ciências Econômicas das “Faculdades Integradas Antônio Eufrásio de Toledo” de Presidente Prudente – contato: profdouglas@unitedo.br