

# Agrale aposta em repasse de custo menor

Empresa cita produtos “simples, fortes, práticos e econômicos” para ganhar mercado

É no discurso apresentado pelos executivos da nacional Agrale que se percebe um tom mais brasileiro que global para as expectativas de resultado nos próximos anos. E as perspectivas são positivas e sugerem desempenho superior ao dos bons anos de 2007 e 2008 vividos pela empresa. Contra o primeiro trimestre de 2009 – um dos piores em vendas –, a companhia já registra aumento de 48% no volume comercializado neste ano.

Esses resultados vêm, segundo o diretor de vendas e marketing da Agrale, Flávio Crosa, do ajuste que a companhia se preocupa em manter entre o que o cliente quer e pode pagar e as necessidades de competitividade de processos que as máquinas precisam gerar. “Nossos produtos têm que ser simples, fortes, práticos e econômicos”, afirma Crosa.

Para Silvio Rigoni, gerente nacional de tratores, não adianta tentar empurrar para o mercado brasileiro um produto que esbanje qualquer parafernália eletrônica se esta não é a necessidade do cliente local. “O uso de um trator no mercado europeu é muito diferente do nosso porque nós não mexemos com a terra, nós plantamos direto”, completa.

Mas os resultados apresentados pela empresa também são fruto dos programas governamentais de incentivo à compra de maquinário pelos pequenos produtores (especialmente o programa Mais Alimento, do governo federal), que representaram no último ano quase 50% das vendas da Agrale para o segmento de agricultura familiar.

Para ganhar novas fatias de mercado, porém, o grupo Agrale optou pela criação da unidade de negócios Lintec – que, antes, operava como uma marca para a comercialização no Brasil de produtos importados. “Esta foi uma decisão tomada principalmente para fazermos frente à concorrência de empresas asiáticas que chegam ao Brasil para atuar nesse segmento”, explica Crosa.



**Flávio Crosa**  
Diretor de vendas e marketing da Agrale

“Nossos produtos têm que ser simples, fortes, práticos e econômicos.”

Além disso, a Agrale vai ampliar o foco no mercado de cana-de-açúcar no qual, além dos tratores, quer reforçar também a participação de seus outros produtos: caminhões, chassis e veículos off-road – que, hoje, correspondem a 65% das vendas da companhia e também estão inseridos nos financiamentos do programa governamental Mais Alimento. ■ C.B.

Anúncio