



AGRITECH

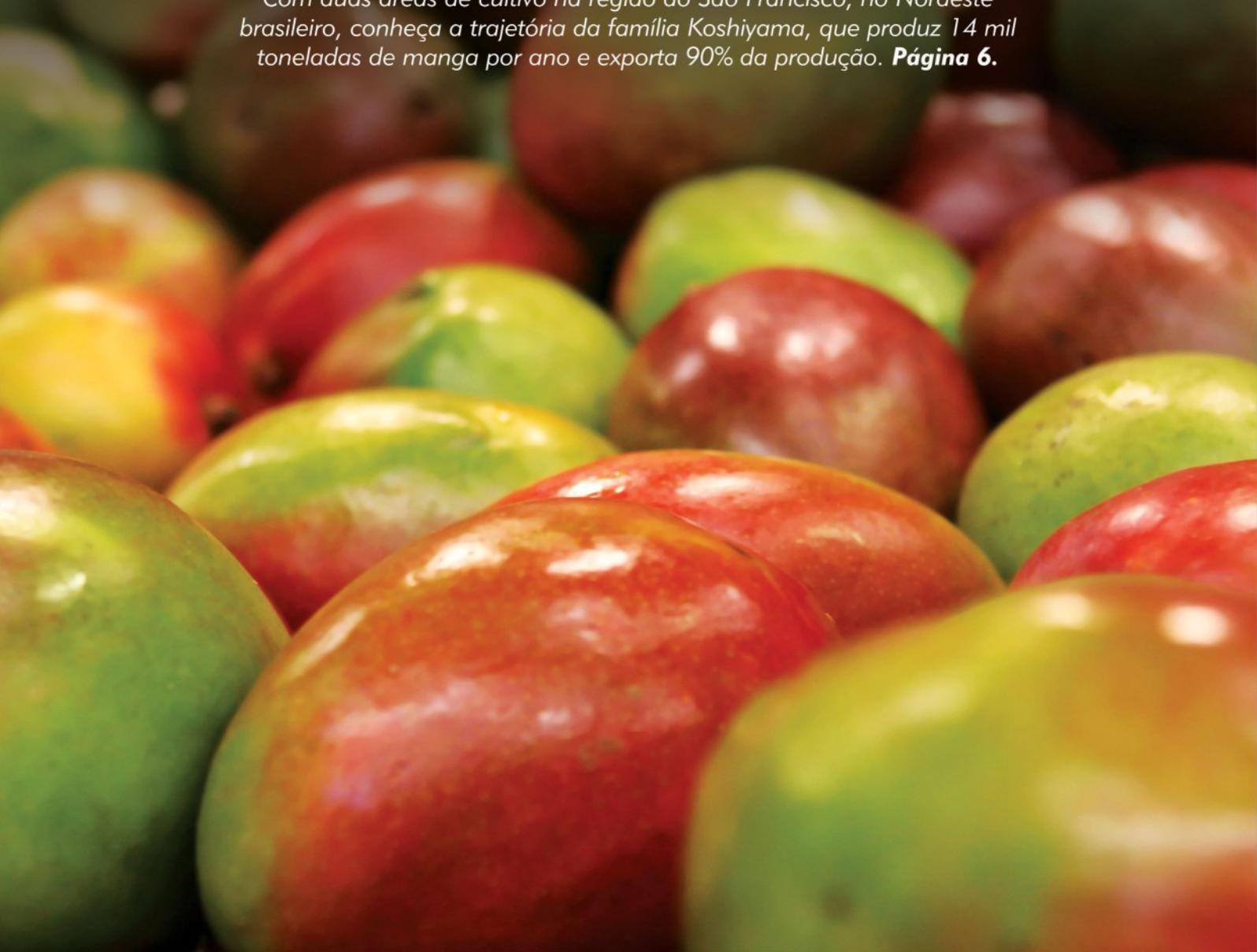
em ação

Edição **45**

Abril / Maio / Junho de 2019
Boletim Informativo
da **AGRITECH**

FRUTA TIPO EXPORTAÇÃO

*Com duas áreas de cultivo na região do São Francisco, no Nordeste brasileiro, conheça a trajetória da família Koshiyama, que produz 14 mil toneladas de manga por ano e exporta 90% da produção. **Página 6.***



Entrevista: Presidente da Associação Brasileira dos Produtores Exportadores de Frutas, Luiz Roberto Barcelos, aponta caminhos para melhorar o cenário de exportação - **Pág. 08**

Nossos Parceiros: Conheça a história do líder em vendas no ES e há 18 anos conscientiza os produtores sobre a necessidade de mecanização no campo - **Pág. 11**

Dica Técnica: Qual a importância da entrega técnica? Conheça alguns passos para que bons negócios sejam realizados - **Pág. 12**

UM ANO DE SUPERAÇÃO E NOVOS DESAFIOS

Nossa empresa está vivenciando um momento de virada de página e conseguindo a cada dia superar os novos desafios impostos pelo nosso mercado. Mesmo diante de um cenário econômico sinalizando um semestre bastante conturbado, devido ao início de governo, falta de recursos e o preço do café em baixa, estamos muito otimistas para os próximos meses.

Apostamos que com os anúncios feitos durante a Agrishow – Feira Internacional de Tecnologia Agrícola em Ação e a publicação do novo Plano Safra 2019/2020, que vai disponibilizar recursos para o Programa Nacional de Apoio ao Médio Produtor Rural (Pronamp) e Programa Nacional de Fortalecimento da Agricultura Familiar (Pronaf), além do realinhamento de preços por parte dos fabricantes em função do fim do estoque 2018, há grande probabilidade de o mercado retomar o seu curso de crescimento. Com isso, teremos, com certeza, um segundo semestre de recuperação.

Como colaborador da Agritech, trabalhando na empresa há pelo menos 18 anos, passei por muitos períodos de transição e superamos todos. Sempre atuei no Departamento Comercial, na função de coordenador de Negócios, atendendo os estados de São Paulo e Minas Gerais, regiões com um expressivo peso no nosso faturamento, índice superior aos 30%.

Agora, assumo mais uma missão. Aceitei o desafio de coordenar o departamento Comercial, Marketing e Exportação. Publicamente, agradeço pela confiança em mim depositada e espero superar as expectativas. Junto com toda a minha equipe e parceria da rede, espero contribuir, de forma significativa para o crescimento de nossa marca no mercado e ajudar a mantê-la em lugar de destaque. Vamos juntos!



Cesar Roberto Guimarães de Oliveira
Coordenador de Negócios,
Marketing e Exportação

POLÍTICA DE QUALIDADE

AGRITECH LAVRALE

DIVISÃO AGRITECH

- Satisfação do Cliente
- Treinamento
- Qualidade Total

AGRITECH LAVRALE S.A. - DIVISÃO AGRITECH

Negócio: Tratores, motores e componentes.

Missão: Oferecer soluções aos nossos clientes com comprometimento na busca da excelência em tratores, motores e componentes.

Visão do futuro: Fidelização pelas soluções diferenciadas

PRINCÍPIOS

- Idoneidade e comportamento ético;
- Foco no cliente;
- Rentabilidade;
- Perpetuação da empresa;
- Responsabilidade social;
- Respeito ao meio ambiente;
- Evolução do conhecimento;
- Qualidade em todas as ações;
- Valorização dos colaboradores.

EXPEDIENTE

Uma publicação trimestral produzida pela Agritech

Edição

Abril / Maio / Junho de 2019
Tiragem: 3000 exemplares

Supervisão

Dep. Marketing Agritech
Cesar Roberto Guimarães de Oliveira

Produção e Desenvolvimento

Attuale Comunicação

Textos

Mariane Belasco

Jornalista Responsável

Mariele Prévdi (MTb 39.739)

AGRITECH LANÇA DOIS TRATORES PARA FRUTICULTURA NA HORTITEC

Os modelos 1155 e 1160 são equipados com motores eletrônicos ultramodernos que atendem as exigências do programa MAR-1

A Agritech apresentou durante a 26ª Hortitec (Exposição Técnica de Horticultura, Cultivo Protegido e Culturas Intensivas), entre os dias 26 e 28 de junho, em Holambra (SP), dois novos modelos de tratores para fruticultura.

São as versões 1155 Fruteiro e 1160 Fruteiro, equipados com motores ultramodernos que atendem às exigências das normas internacionais de emissões de poluente e baixo ruído. A tecnologia adotada pela empresa antecipa o futuro do conceito em eficiência e está adequada ao programa MAR-1 (Máquinas Agrícolas e Rodoviárias – Fase 1).

“O mercado de culturas adensadas exige cada vez mais produtos com características específicas para a atividade. Por isso, os nossos lançamentos vêm ao encontro dessas exigências tais como variação de potência, dimensões adequadas, baixa compactação de solo, considerado fator muito importante em culturas perenes. Tudo isso aliado ao baixo consumo de combustível”, aponta o coordenador de Negócios, César Roberto Guimarães de Oliveira.



ESPECIFICAÇÕES TÉCNICAS

O modelo 1155 Fruteiro possui potência de 42 cv, pneus radiais que proporcionam baixa compactação de solo e largura mínima de 1,350 mm e altura medida até o volante de 1,275 mm.

Já a versão 1160 Fruteiro tem potência de 51,6 cv, transmissão sincronizada de 48 velocidades (24F e 24R), pneus radiais que proporcionam baixa compactação de solo, com largura mínima de 1,400 mm e altura medida até o volante de 1,375mm.

PERSPECTIVAS POSITIVAS

A Hortitec é considerada a mais importante feira para o setor de hortaliças, flores e frutas da América Latina. Além dos lançamentos, a empresa levou sua linha completa destinada às culturas de frutas, horticultura e floricultura. A edição 2019 da Hortitec reuniu 430 empresas expositoras em cerca de 30 mil m² de área de exposição, além de mais de 30 mil visitantes vindos de todas as partes do país. O evento, que agradou os concessionários, movimentou este ano cerca de R\$ 100 milhões.

AGRISHOW E EXPOCAFÉ APRESENTARAM NOVIDADES ESTE ANO

Durante a maior feira de agronegócio na América Latina, a Agrishow, realizada entre 29 de abril e 3 maio, em Ribeirão Preto (SP), e na ExpoCAFÉ a 2019, a maior feira do país voltada para o setor cafeeiro, que ocorreu entre os dias 15 e 17 de maio, em Três Pontas (MG), a Agritech apresentou suas novas versões de tratores que foram atualizados e equipados com os motores eletrônicos: são as linhas 1160, nas versões Fruteiro e Agrícola; a 1175, na versão Compacto e a 1185, nas versões Compacto e Agrícola.

“Temos como premissa levar tecnologia para o campo e assim contribuir com o desenvolvimento dos agricultores e da produção nacional. Os novos motores eletrônicos implementados pela Agritech proporcionam uma recuperação rápida quando exigidos e oferecem melhor queima de combustível, que resultará em economia no consumo, maior durabilidade dos motores e contribuição ao meio ambiente. Além disso, objetivam melhorar os produtos já oferecidos aos nossos clientes. A tecnologia não só atende, mas supera todas as exigências impostas pelo programa MAR-1. Essa combinação de trabalho sustentável entre a Agritech e produtor, resultará em crescimento constante de ambos os lados: indústria e campo”, ressalta o gerente nacional de Vendas da empresa, Nelson Watanabe.

Visitantes que estiveram na Agrishow puderam conferir as novidades em primeira mão



AGRITECH EXPORTA MAIS DE MIL MICROTRATORES PARA REPÚBLICA DO SENEGAL E GANA

Empresa indaiatubana, pioneira na fabricação de produtos para agricultura familiar, também concluiu a entrega de mais de 3,7 mil implementos aos países africanos

A Agritech, pioneira na indústria brasileira ao fabricar linhas voltadas especialmente para a agricultura familiar, concluiu a exportação de 1.085 microtratores modelo TC 14 (14 cv) e 3.750 implementos agrícolas, entre sulcadoras, arados, encanteiradores, plantadeiras, carretas e enxadas rotativas, para os países da África Ocidental: República do Senegal e Gana. Os equipamentos têm o objetivo de ajudar amplamente no desenvolvimento agrícola dos dois países, que possuem grande parte da população economicamente ativa empregada no setor.

O primeiro embarque dos produtos Agritech para os países africanos foi em 2014, por meio do Programa Mais Alimentos Internacional – PMAI, quando foram enviados 36 tratores modelo 1175, 30 microtratores modelo TC 14 e 10 roçadeiras.

“Realizar uma operação como esta é muito importante porque nos permite alavancar as vendas. Agora, é mais uma grande vitória para a nossa empresa que contou com muito esforço dos nossos colaboradores e fornecedores, pois em apenas cinco meses produzimos 1.085 microtratores. Com este despacho, concluímos o contrato que foi assinado pelo governo brasileiro há quatro anos com estes países”, comemora o gerente nacional de Vendas da Agritech, Nelson Watanabe.

Ao todo foram exportados para Gana 1.000 microtratores TC 14 (14 cv), 1.000 enxadas rotativas, 500 sulcadoras, 500 arados, 500 rodas para arado, 500 rodas amassadora e 250 kit encanteirador. Já a República do Senegal recebeu 85 microtratores TC 14 (14 cv), 85 enxadas rotativas, 85 arados, 85 carretas, 75 plantadeiras para microtrator, 70 rodas amassadora e 15 rodas para arado.





PRODUTORES PARTICIPAM DE TREINAMENTO COM TÉCNICOS AGRITECH

No início de junho, os agricultores de Gana participaram de treinamentos na entrega dos equipamentos sobre a manutenção técnica, bem como receberam orientações sobre operação segura e melhor aproveitamento dos implementos e microtratores fornecidos.

A capacitação foi promovida pelo coordenador de Negócios – Departamento de Exportação, Wagner da Silva e, pelo coordenador Técnico – Departamento Pós-Venda, Everton Fabiano Rodrigues.

“Nas regiões em que foram realizados apresentações e treinamentos com os microtratores e implementos predominam a existência de agricultores com áreas agrícolas em pequenas extensões, similar ao nosso agricultor familiar. Em sua maioria são produtores de arroz em sistema irrigado, entre outros cultivos, como horticultura. A nossa linha de produtos – microtratores e implementos – se encaixa muito bem às necessidades desses agricultores, o que gerou boas expectativas quanto a melhorias nas condições de trabalho e produção”, relata Wagner.

O Programa Mais Alimentos Internacional estabelece uma linha de crédito concessional para o financiamento de exportações brasileiras de máquinas e equipamentos destinados à agricultura familiar e fornecer apoio a projetos de desenvolvimento rural para o fortalecimento da produção da agricultura familiar por meio da cooperação técnica e do intercâmbio de políticas públicas.

Coordenado pelo Ministério da Agricultura, Pecuária e Abastecimento, atualmente integram o Programa: Zimbábue, Moçambique, Senegal, Gana, Quênia e Cuba.



DO VALE DO SÃO FRANCISCO PARA O MUNDO



Família Koshiyama produz 14 mil toneladas de manga por ano; 90% é para o mercado internacional

O Vale do São Francisco – região drenada pelo rio São Francisco e seus afluentes e que engloba os estados de Minas Gerais, Bahia, Pernambuco, Sergipe e Alagoas – é considerado o berço da produção de frutas no Brasil. Com o uso de novas tecnologias, seja para o manejo de cultivos como para o combate às pragas, os produtores da região têm alcançado boas safras, principalmente produzindo manga e uva. Essas frutas, além de atender uma demanda nacional, ultrapassam as fronteiras brasileiras e atualmente estão nas mesas de consumidores estrangeiros como europeus, asiáticos e norte-americanos.

Essa história de expansão da produtividade e exportação se funde perfeitamente com a trajetória da Special Fruit. Há 25 anos a empresa está no mercado e é admi-

nistrada pela família Koshiyama, representada por Roberto Akio Koshiyama e os irmãos Fernando Toshio Koshiyama e Valeria Sayuri Koshiyama, além dos pais Suemi e Ivanilde Koshiyama.

Com duas áreas de produção, uma em Petrolina (PE) e outra em Juazeiro (BA), são 600 hectares que produzem 14 mil toneladas de manga por ano, sendo que 90% do que é produzido vai para fora do

Brasil e apenas 10% fica no mercado interno. Já com a produção de uva ocorre o oposto. Das 9 mil toneladas produzidas anualmente em 220 hectares, apenas 10% da produção é exportada e o restante é consumido pelos brasileiros.

“Nossa empresa é totalmente familiar e a história começou com a vinda do meu pai do Japão para o Brasil. Em 1982 ele chegou ao nordeste do Brasil e começou a atividade agrícola com o apoio de cooperativa. Iniciou com plantio de melão, uva, tomate, cebola, melancia e outras pequenas culturas. Posteriormente, ele se especializou e ficou com o cultivo de manga e uva apenas”, relata Roberto.

Nesse período, a empresa demonstra imensa parcela de colaboração no desenvolvimento do principal polo frutícola do Brasil. Por isso, há duas décadas investe na produção das duas frutas mais cultivadas e exportadas no Vale do São Francisco.

Somente em 2018, por exemplo, 14% da uva produzida na região e 19% de manga foram exportadas para os Estados Unidos, além de países na Europa e Ásia. Outros mercados, como dos Emirados Árabes, também tem sinalizado de forma positiva para as frutas brasileiras. Quase 100% dessas frutas exportadas vêm da produção



As mangas brasileiras vão para os países do Mercosul, Europa, Estados Unidos e Coreia



Da esquerda para a direita: Roberto com os pais Ivanilde e Suemi e os irmãos Fernando e Valeria Koshiyama

no Vale do São Francisco.

Para atender toda essa demanda, a região conta com o trabalho e dedicação de produtores como os Koshiyamas. Garantir alta produtividade e qualidade das frutas é algo necessário, por isso a Special Fruit concentra a sua produção em duas fazendas na região. Em uma delas, a água para irrigar as frutas vem direto do Rio São Francisco. Noutra, a captação ocorre na barragem de Sobradinho (BA), a partir de um projeto de irrigação desenvolvido na região.

"Atualmente temos uma reserva de água considerável e não chega a preocupar", garante Roberto Akio Koshiyama. "No passado, até passamos por períodos mais difíceis relacionados à irrigação, mas nunca tivemos problemas com falta d'água", garante.

A Special Fruit adota as melhores técnicas de produção, que são avaliadas e aprovadas pelos protocolos Tesco Nature's Choice (Gold) e Globalgap. A empresa possui uma equipe capacitada, que busca produzir frutos com qualidade e excelência quando o assunto é segurança alimentar. "Buscamos, por meio da redução do uso de agroquímicos, minimizar os impactos negativos ao meio ambiente e atuar com responsabilidade social, prezando pela saúde e bem-estar dos nossos colaboradores", salienta Roberto.

Esse investimento em soluções tecnológicas e de manejo tem garantido alta produtividade e aumento da exportação das frutas brasileiras. Segundo a Associação Brasileira de Produtos Exportadores de Frutas e Derivados (Abrafrutas), a exportação no primeiro semestre de 2019 cresceu 21% em volume e 15% no valor. Entre as frutas mais exportadas pelo Brasil, a uva teve aumento de 224% em volume, a

banana 57%, manga 56% e melão 39%.

O transporte de frutas fora do Brasil, feito pela Special Fruit, é realizado tanto por via aérea quanto por navios. "No caso da exportação, 90% do transporte da manga ocorre via marítima, sendo que a mesma logística é utilizada para 100% da uva", explica Roberto. "Enquanto que, para o mercado interno, o transporte é rodoviário."

Atualmente o transporte de frutas do Vale do São Francisco é realizado via aeroporto de Petrolina, que conta com dois voos semanais para Luxemburgo. O embarque das frutas é realizado num avião cargueiro, cuja aeronave tem capacidade para levar 140 toneladas de produtos. Já pelo mar, as cargas são transportadas por caminhões com contêineres refrigerados, do Vale do São Francisco para portos no Rio Grande do Norte, Ceará e Bahia. De lá, a travessia é feita pelo Atlântico até a Europa. A viagem costuma durar até 15 dias e, mesmo com os contratempos e exigências burocráticas, a rentabilidade desse modelo faz valer a pena.

VALE DO SÃO FRANCISCO É BERÇO DA PRODUÇÃO E GERAÇÃO DE EMPREGOS

A alta produtividade da região para atender a demanda reflete positivamente também no mercado de trabalho. A exportação da manga, por exemplo, tem gerado 200 mil novos empregos diretos, segundo a Abrafrutas. Dados da Valexport, associação que reúne cerca de 70% de produtores exportadores da região, sendo 40 deles produtores de manga, revelam que a cada hectare irrigado da fruta para exportação há uma geração de quatro empregos diretos. Durante o pico da safra, os 6 mil hectares destinados



Roberto Koshiyama exhibe com orgulho a produção

à exportação criam 24 mil empregos diretos e 30 mil indiretos.

Somente a empresa dos Koshiyama, em período normal, emprega 1600 pessoas. "Na época de safra esse número salta para 2200 a 2500 funcionários", ressalta Roberto.

A exportação de frutas tem crescido no Brasil graças, principalmente, à alta produtividade alcançada no Vale do São Francisco. A região é referência na produção de manga, principalmente das espécies Tommy Atkins, Kent, Palmer e Keitt. Esse destaque em produtividade é comprovado por números. Dados da Abrafrutas revelam que a região é responsável por 90% da manga brasileira exportada.

Arelada ainda à qualidade das uvas de mesa, a região recebeu este ano o Selo de Indicação e Procedência do Instituto Nacional de Propriedade Industrial (INPI). O reconhecimento veio a partir do requerimento feito pelo Conselho das União das Associações e Cooperativas dos Produtores de Uvas de Mesa e Mangas do Vale do Submédio São Francisco (Univale).

MANGA: ADOÇA O PALADAR E MOVIMENTA A ECONOMIA

A fruta que adoça o paladar, também movimentou a economia. Segundo dados da Secretaria de Comércio Exterior, de janeiro a junho deste ano, somente para a União Europeia, o volume embarcado de manga foi de 69,7 mil toneladas. Um aumento de 57,6% em relação ao mesmo período do ano passado. Já o incremento em receita foi de 53,8% na mesma comparação, atingindo um montante de US\$ 48,9 milhões.

Entre os maiores compradores estão Holanda, Espanha, Reino Unido e Portugal, os quais, somados, representam 98,9% do total embarcado.

Para o segundo semestre, as expectativas também são positivas. A partir de setembro inicia o período em que o Vale do São Francisco eleva a oferta e, neste ano, especificamente, devido às floradas e ao desenvolvimento dos pomares as perspectivas são de uma safra abundante.



FRUTICULTURA BRASILEIRA: RUMO A U\$ 1 BILHÃO DE EXPORTAÇÃO

O País produziu mais de 44 milhões de toneladas de frutas nos últimos anos e figura como terceiro como maior produtor do mundo, mas patina quando o assunto é exportação

Sinônimo de qualidade e sabor diferenciado, as frutas brasileiras fazem sucesso na Europa, Estados Unidos, América do Sul, Oriente Médio e outros destinos como Ásia, Japão e Coréia do Sul. Recentemente, mais um mercado foi conquistado, a África do Sul.

O Brasil é o terceiro maior produtor de frutas do mundo. De norte a sul do País são mais de 2,5 milhões de hectares cultivados. A estimativa de produção chega a R\$ 33 milhões em valores brutos e o setor detém cerca de 16% de toda a mão de obra do agronegócio brasileiro, ou seja, são mais de milhões de empregos gerados. Entretanto, no que se refere à exportação, o país ocupa a 23ª posição e apenas 3% do que é produzido é exportado.

Mesmo nessa posição do ranking de países exportadores de frutas, sabe-se que o Brasil tem grande potencial para figurar entre os cinco maiores do mundo, porém alguns entraves já bem conhecidos como a lentidão no registro de defensivos, a burocratização nos portos e aeroportos e outros dificultam o crescimento.

Apesar disso, com produção nos últimos três anos de mais de 44 milhões de toneladas, somos o terceiro maior produtor do mundo.

Com o objetivo de promover as frutas brasileiras e alcançar a meta de estar entre os primeiros cinco colocados no ranking mundial de exportadores, a Associação Brasileira dos Produtores Exportadores de Frutas e Derivados (Abrafrutas) tem atuado de forma a promover as frutas brasileiras, além de ser um grande incentivador para que os produtores pensem além do mercado interno. Além disso, a Associação realiza outras ações junto ao governo no intuito de amenizar os desafios e conquistar novos mercados.

O presidente da Associação Brasileira dos Produtores Exportadores de Frutas (Abrafrutas), Luiz Roberto Barcelos, aponta caminhos para melhorar o cenário de exportação, as ações da entidade, as projeções para os próximos anos e as frutas bra-



O presidente da Associação Brasileira dos Produtores Exportadores de Frutas (Abrafrutas), Luiz Roberto Barcelos, aponta caminhos para melhorar o cenário de exportação para a fruta brasileira

sileiras que mais se destacam. Confira a entrevista:

Agritech em Ação: O Brasil é um dos maiores produtores de frutas do mundo, mas não figura como um grande exportador mundial. Por quê?

Luiz Roberto Barcelos: Uma série de fatores faz com o Brasil não seja um grande exportador de frutas. Pelo lado dos produtores existe ainda uma falta de cultura e conhecimento desses mercados de fora. O produtor é muito bom da "porteira para dentro", mas ele não é um bom vendedor dos seus produtos. Nem mesmo no mer-

cado interno ele faz um grande trabalho na área de vendas, porque falta o hábito.

Falta também, pelo lado do governo, criar o ambiente de exportação. Para exportar mais precisamos de defensivos registrados para as culturas da maioria das frutas, abertura de novos mercados, acordos de livre comércio, por exemplo. Apenas atuar no Mercosul, restringe muito a competitividade da fruticultura brasileira. Outros países exportam muitas frutas porque têm acordos de livre comércio. É o caso do Chile, do Peru, além da América Central, que possui acordo com os Estados Unidos.

Agritech em Ação: O que precisa ser feito para o que o País consiga uma posição mais favorável no ranking de exportação de frutas?

Luiz Roberto Barcelos: O que falta é realmente o governo trabalhar mais a questão de fruticultura. O Brasil é grande exportador de soja, proteína animal, grãos, café e açúcar, mas toda vez que o governo sai para dialogar com outros países, a fruticultura nunca está em pauta. Precisamos que seja dada uma atenção especial. Além disso, é preciso promover mais a questão de análise de risco de pragas, pressionar os outros países a fazer essas análises para que possamos exportar.

Nossa comercialização está muito concentrada na Europa porque é uma região com países que aceitam nossas frutas sem muitas exigências fitossanitárias. No entanto, para avançar em novos mercados é preciso fazer a análise de pragas e o protocolo que estabelece as diretrizes. O governo brasileiro ao longo dos últimos anos não vem promovendo isso junto aos mercados e os produtores ficam sem poder acessar esses países. Também precisamos avançar numa legislação mais moderna para registro de defensivos.

Agritech em Ação: Qual a previsão de exportação para 2019? Já é possível fazer um panorama comparativo em relação a anos anteriores?

Luiz Roberto Barcelos: A fruticultura brasileira vem buscando alcançar US\$ 1 bilhão de exportação. Ainda está um pouco longe disso, pois no ano passado fechou pouco acima de US\$ 840 milhões. Esse ano esperamos chegar perto de US\$ 900 milhões.

O mercado brasileiro está desaquecido. A recessão econômica faz com que o consumo seja muito baixo e os produtores que têm mais acesso aos mercados fora acabam aumentando suas exportações.

A projeção é que em 2019 devemos subir 10% nas exportações e, quem sabe já no ano que vem, atingiremos a marca de US\$ 1 bi de exportação.

Agritech em Ação: O que faz com que países como Peru e Chile consigam exportar quase dez vezes mais que o Brasil?

Luiz Roberto Barcelos: Primeiro que esses países não têm um mercado interno

grande como tem o Brasil. São países com população bem menor e a produção acaba necessariamente tendo que ser exportada. Os produtores peruanos e chilenos já começam seus investimentos e atividades pensando em exportação. Como nós temos um mercado interno muito forte, de certa forma acaba desestimulando a exportação. O produtor brasileiro consegue colocar toda sua produção no mercado local. Além disso, tanto Chile como Peru têm planos de desenvolvimento para a atividade. Recentemente, o Brasil criou o Plano Nacional de Desenvolvimento da Fruticultura, também pensando em fortalecer a cadeia produtiva de frutas, em exportar mais.

Então essa é a grande diferença: a exportação de frutas por esses países tem peso grande na balança comercial, por isso os governos acabam dando mais atenção para esse setor do agro, diferente do que acontece com a fruticultura aqui no Brasil.

Agritech em Ação: Que frutas mais se destacam no cenário de exportação e quais os principais mercados?

Luiz Roberto Barcelos: As frutas mais exportadas pelo Brasil são o melão e a manga. Essas duas variedades ocupam a liderança, tanto em volume como em valores. No caso do melão, metade de toda produção nacional é voltada para exportação, seguido pela manga que também tem uma participação muito grande. Em seguida no nosso ranking aparecem o limão, a maçã e a uva, que são produtos com uma importância bastante grande.

Agritech em Ação: Quais são os principais gargalos e barreiras enfrentados pelos produtores brasileiros e pelo setor de modo geral?

Luiz Roberto Barcelos: Os principais gargalos são ainda portos com baixa eficiência, em que muitas vezes as frutas acabam não saindo na velocidade que o exportador quer. Também temos dificuldades em acordos com países. Muitos acabam dificultando a abertura de mercado para a fruta brasileira com questões fitossanitárias, as chamadas barreiras não tarifárias, que acabam prejudicando bastante o Brasil.

Outro problema é que o Brasil possui uma série de pragas e de moscas de frutas, que acabam atrapalhando a negoci-

ação. Os países que recebem nossas frutas têm grande preocupação de não receber essas pragas e as análises são muito demoradas, com exigências rigorosas, o que acaba dificultando a abertura de mercados.

Agritech em Ação: O que fazer para superar as normas rígidas e barreiras fitossanitárias impostas pela China e União Europeia? Qual o papel da entidade quando se trata deste tema?

Luiz Roberto Barcelos: A Europa até não tinha muito problema com as frutas brasileiras, mas a cada ano vem aumentando os requisitos sanitários e está dificultando ou banindo a utilização de defensivos. A China é muito preocupada com a questão da mosca do mediterrâneo e essa praga está em vários lugares do Brasil.

A forma de tratar isso é com muito diálogo técnico-comercial. É papel da parte técnica mostrar que existem tratamentos que podem ser feitos para evitar que essas pragas viajem junto com as frutas. O trabalho da Abrafrutas é entrar em contato com esses países e mostrar a qualidade que a fruta brasileira tem.

Agritech em Ação: Qual o trabalho desempenhado pela Abrafrutas para conquistar novos mercados para as frutas brasileiras no exterior?

Luiz Roberto Barcelos: A Abrafrutas, desde a sua fundação, tem convênio com a Apex-Brasil (Agência Brasileira de Promoção de Exportações e Investimentos), para divulgar a imagem do Brasil, levar os produtores para conhecer missões fora do país e feiras internacionais.

Temos trabalhado para criar uma cultura exportadora nos produtores. No dia a dia também atuamos ajudando na parte burocrática, como a questão de emissão dos documentos fitossanitários.

Também temos trabalhado junto ao Ministério da Agricultura a questão de abertura de novos mercados, principalmente contatando os produtores brasileiros para mostrar que o mercado de exportação não é difícil. Às vezes é mais difícil vender uma fruta no mercado brasileiro do que fazer uma exportação. Apoiamos para que os produtores possam ampliar seus horizontes, mostrando que atuar em dois mercados pode lhe trazer condições melhores para os seus negócios.



Na Web

ORGULHO EM SER AGRITECH

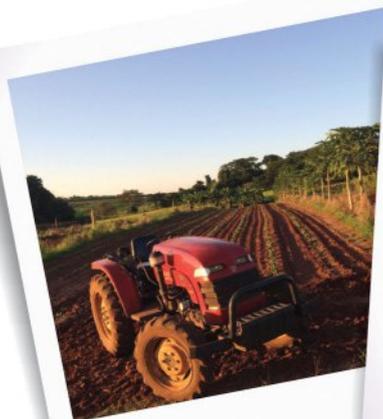


Evair Gomes, de Morrinhos do Sul (RS)

Confira as imagens enviadas pelos nossos clientes com a hashtag **#OrgulhoEmSerAgritech**. Quer aparecer nesta seção? Envie sua foto pelas nossas redes sociais no Facebook (Agritech Lavrale) e Instagram (@agritech.lavrale), com o seu nome completo e cidade.



Renan Milani, de Garibaldi (RS)



Felipe Tanaka, de Palmeira D'Oeste (SP)



Marcio Selhorst, de Braço do Norte (SC)



Rian Pereira, de Vidal Ramos (SC)



FILHO DE AGRICULTORES SE TORNA O NÚMERO 'UM' DE VENDAS DA COMERCIAL SCARDUA

Conheça um pouco da trajetória do vendedor **Giovani Gomes**, que há 18 anos conscientiza produtores sobre a necessidade de mecanização no campo



Natural da cidade de Itarana, município com pouco mais de 10 mil habitantes localizado no interior do estado do Espírito Santo, o vendedor **Giovani Gomes**, de 35 anos, consolidou sua carreira na Comercial Scardua, revenda parceira da Agritech. Com 18 anos de experiência e atuação no setor comercial, o filho de agricultores, em 2018, ele conquistou o primeiro lugar no ranking de vendas da concessionária.

Ele deu início a sua trajetória profissional em 2001, quando teve a oportunidade de ocupar o cargo de balconista. "Comecei a trabalhar na Comercial Scardua aos 18 anos como balconista de vendas. Eu estudava à noite e trabalhava durante o dia. No início já tive facilidade, porque tinha conhecimento na maioria dos produtos utilizados na agricultura, pois sempre tive contato com o setor por ser filho de agricultores e desde pequeno já ajudava meus pais no campo", conta.

De balconista, **Giovani** abraçou uma nova oportunidade que lhe foi proposta: trabalhar como entregador de mercadorias. "Sabia que essa seria uma função mais trabalhosa do que ser balconista. Mas, eu também sabia que era mais uma chance de crescimento que eu poderia ter de expandir meus horizontes, de criar uma relação maior com o cliente e suas necessidades, apesar de eu ser 'apenas' um entregador. Com o tempo criei expe-

riência e aprendi mais sobre as máquinas e equipamentos", relembra.

Quebra de paradigmas com os pomeranos

Depois de cinco anos na Comercial Scardua, em 2006, ele recebeu uma nova proposta: atender os produtores das cidades de Santa Maria de Jetibá e Santa Leopoldina. Elas estão localizadas na região serrana do estado do Espírito Santo e são fortemente habitadas por imigrantes pomeranos com cultura e tradição muito preservadas. "Veio então a oportunidade de trabalhar como vendedor externo em uma região fortemente voltada para a agricultura. Sabia que o desafio era grande, mas eu queria algo mais, queria fazer a diferença. Ao contrário do que acontece em muitas regiões do Brasil, observei na região que a sucessão familiar é algo predominante. Em sua grande maioria muitos jovens querem continuar na roça para seguir os caminhos dos pais, constituir suas famílias e preservar suas tradições, mantendo o foco na agricultura como sua fonte de renda", relata.

A maior parte da cultura agrícola da região está voltada para produção de hortaliças e a maioria dos produtores rurais possui pequenas propriedades em locais com relevo bastante acidentado. Foi neste cenário que **Giovani** encontrou a

oportunidade para conscientizar os produtores sobre a importância da mecanização no campo.

"Assimilei as necessidades desses produtores com relação ao terreno e percebi que com o custo benefício do microtrator e seus implementos, as possibilidades de crescimento em vendas deles seria maior. Mas, sem conhecer ninguém e ainda muito jovem sabia que teria que me dedicar ao máximo para atingir meus objetivos. Fui aos poucos conscientizando os produtores da região sobre o bom desempenho do microtrator e a viabilidade que ele proporciona na redução de custos e aumento na produtividade", aponta.

Sucesso na carreira e nas vendas

Segundo ele, para atuar na área de vendas é fundamental ter sinceridade e honestidade com o cliente. São essas as bases que fidelizam e trazem confiança. "Nunca prometa algo para o seu cliente que você não possa cumprir. Isso é algo primordial para construir uma relação verdadeira e duradoura. Outro fator de grande importância e que considero muito é a qualidade no atendimento. Sabemos que cada cliente é único e por isso me preocupo em tratá-lo como prioridade, ouvindo-o atentamente e, acima de tudo, trato com respeito as suas decisões e opiniões", afirma.

"Quando você demonstra para o seu cliente que ele é importante e que está acompanhando de perto tudo que diz respeito ao negócio dele, você o conquista", completa.

Ao fazer uma reflexão sobre os seus 18 anos de empresa, ele comemora o sucesso no trabalho nas vendas e se orgulha em dizer que a região serrana do Espírito Santo, atualmente, possui a maior concentração de microtratores do estado. "Consegui realizar muitas vendas e o microtrator sempre foi o produto principal. Tenho muito orgulho da minha profissão e gosto do que faço. Ser vendedor para mim é saber se relacionar, se comunicar e descobrir o que realmente importa para o seu cliente. Dessa forma, você não só conquista clientes como também ganha amigos e a confiança depositada em mim é muito gratificante", finaliza.



A IMPORTÂNCIA DA ENTREGA TÉCNICA

Podemos afirmar que a entrega técnica é um importante momento no processo de venda do produto. É quando o cliente terá seu primeiro contato antes do uso. Já o concessionário tem a oportunidade de apresentar o manual de instruções, ressaltar os benefícios que o produto pode proporcionar quando operado de maneira correta, orientar sobre segurança na operação, garantia do produto, manutenção preventiva, revisões obrigatórias e destacar a importância do uso de peças originais para manter a alta performance do equipamento.

Sem dúvida que uma entrega técnica de qualidade e profissionais preparados são apenas alguns dos passos para que bons negócios sejam realizados. Esta é uma ação simples da Agritech que fortalece a confiança, estreita a relação e valoriza o rendimento do trator.

A entrega técnica consiste primeiramente em apresentar a máquina, suas funções e especificações técnicas em geral (contidas no manual de instruções), dando foco para as características e funções do produto, de modo que o cliente se familiarize com os controles de operação e que tenha total conhecimento sobre o produto, domínio sobre o equipamento e as atividades que podem ser desempenhadas, ressaltando seus benefícios.

Outro item que merece destaque na entrega técnica é a segurança. O técnico tem a responsabilidade de apresentar os itens de segurança do trator, tais como: cinto de segurança, arco de segurança e por fim, faróis, lanternas e alarme sonoro, que sinalizam a terceiros quando o trator estiver em movimento.

Ainda falando em segurança, com o objetivo de proteger e preservar a integridade física do operador, também é de responsabilidade do técnico orientar sobre a importância do uso de EPIs (Equipamentos de Proteção Individual) tais como: protetor auricular, os óculos de proteção, vestimentas adequadas e calçado de segurança.

A abordagem no assunto segurança transmite ao proprietário confiança no



produto e total tranquilidade na utilização, demonstrando a preocupação da Agritech com o bem-estar do operador.

Disponibilizamos o manual de instruções, uma ferramenta de grande valor que oferece ao operador informações indispensáveis sobre o produto no dia a dia no campo. Todas as informações contidas no manual de instruções são importantes e o técnico deverá focar nos itens de frequente uso, tais como: Tabela de Manutenção Periódica, Possíveis Avarias e Soluções, Meio Ambiente e Dicas de Segurança.

Informações sobre as revisões e

garantia é outro item que deve ser abordado pelo técnico. O cliente precisa tomar ciência dos prazos das revisões e do dever de comunicá-las à concessionária. As revisões obrigatórias estão diretamente ligadas à garantia do trator.

Mais que um conjunto de procedimentos, a entrega técnica é uma ação de promoção dos tratores. Não é necessário um esforço fora do comum para que ela dê bons resultados. O grande segredo é transmitir ao cliente segurança e confiança, mostrando o quanto ele tem valor e que poderá contar com toda equipe e estrutura da Agritech quando necessário.