

## **A Transformação Digital no Agro e as Oportunidades na Distribuição (IV)**

*Matheus Alberto CÔnsoli*

Procurei abordar nos artigos anteriores desta série alguns temas “sensíveis”, que incomodam as indústrias e agrodistribuidores no que diz respeito à transformação digital e possíveis mudanças em modelos de negócios que acessam o produtor. Como já citado, começamos essa abordagem quanto tratamos do “futuro da distribuição e o distribuidor do futuro”.

- “A Transformação Digital no Agro e as Oportunidades na Distribuição (I)”:  
[http://www.agrodistribuidor.com.br/publicacao.php?id\\_item=516](http://www.agrodistribuidor.com.br/publicacao.php?id_item=516)
- “A Transformação Digital no Agro e as Oportunidades na Distribuição (II)”:  
[http://www.agrodistribuidor.com.br/publicacao.php?id\\_item=518](http://www.agrodistribuidor.com.br/publicacao.php?id_item=518)
- “A Transformação Digital no Agro e as Oportunidades na Distribuição (III)”:  
[http://www.agrodistribuidor.com.br/publicacao.php?id\\_item=519](http://www.agrodistribuidor.com.br/publicacao.php?id_item=519)

Mas naturalmente, apesar da crença e expectativas quanto a essas transformações, desenvolvimento de novos modelos de negócio (e alguns ameaçam as empresas e modelos estabelecidos), novos entrantes e potencial reestruturação dos modelos de distribuição e acesso ao mercado, essas mudanças deverão ser paulatinas e incrementais.

Nosso ponto de vista e recomendação não é do tipo: - “corra e comece a se reestruturar agora!”, mas do tipo: “não fique parado e planeje sua transformação aos poucos”. Digo isso pois, primeiro, as mudanças assustam, geram insegurança, demandam esforços e investimentos que não estamos acostumados a fazer. Segundo, ainda não temos padrões estabelecidos, as novas tecnologias estão em desenvolvimento, o agricultor está “testando” e as ferramentas e soluções ainda estão pouco integradas entre si. Por outro lado, costuma-se dizer que essas transformações são irreversíveis e é apenas uma questão de tempo.

O que está em jogo é o futuro do seu negócio. Estamos falando em transformação digital, tecnologias, interação via ferramentas, uso de APPs, venda online etc, mas boa parte dos distribuidores sequer usa de maneira integral seus sistemas ERPs.

Muitas empresas possuem informações em bancos de dados isolados, o uso de BI e automação de informações, processos comerciais e de CRM, pedidos e faturamento ainda são “manuais” ou gerenciados em Excel!

Nesse sentido, do ponto de vista de transformação digital, processos internos e modelos de negócio, boa parte dos distribuidores terá que sair da fase “engatinhar” para a fase “correr”, tendo que pular a fase “andar”, ou no mínimo a acelerar bastante.

Assim, a maioria das empresas na distribuição ainda estão em uma fase Pré digital. Será necessário revisar o modelo atual e identificar oportunidades iniciais de utilizar tecnologia para beneficiar seus negócios.

Comece pequeno, selecione um time/equipe focado nisso para implementar um projeto piloto com algumas poucas opções de tecnologias/soluções em partes do seu processo, como gestão de vendas, estoques, crédito etc. Você vai provavelmente errar bastante, aprender muito e sair mais preparado lá na frente.

Após esse processo inicial, faça benchmarking (não apenas na distribuição, mas em outros negócios também), procure alinhar ações, investimentos e estratégias com seus parceiros fornecedores e eventualmente com outros distribuidores, para ganhar escala, reduzir custos e riscos. Pesquise e selecione tecnologias e parceiros de negócios para estar junto na caminhada para sua transformação digital, montando um plano de longo prazo “macro” e o implementando por fases.

Seu negócio passará então a conviver com processos “tradicionais” e processos “digitais” ao mesmo tempo. O importante é que eles estejam integrados e alinhados, e que você possa ganhar agilidade, reduzir custos e melhorar o nível de serviços aos seus clientes, para então escalar as mudanças para em 4-6 anos estar de fato com operações digitalizadas, utilizando tecnologias de ponta com softwares, infraestrutura, parceiros e ferramentas modernos.

Não esqueça de, durante esse processo, acompanhar e selecionar “clientes piloto”, para que esses participem do processo, testem as soluções, apresentem suas demandas, necessidades e o apoie no desenvolvimento das ferramentas, utilização de dados e recomendações.

É muito provável que esse seja um processo dinâmico e cíclico, e como a mudança é a única certeza que temos nessa vida, continue aberto para as novidades e oportunidades, pois como escutei uma vez em um documentário sobre Walt Disney, ele dizia que “meu projeto é do tamanho dos meus sonhos”, dado que ele não conseguia explicar tudo que queria fazer, nem colocar tudo num “papel” para apresentar. Espero

que você também tenha “sonhos grandes” e que a transformação digital seja mais uma oportunidade para você os realizar! Bom trabalho a todos.

## Sobre o autor:



### **MATHEUS ALBERTO CÒNSOLI**

Especialista em Estratégias de Negócios, Distribuição, Marketing e Vendas, Gestão de Cadeias de Suprimentos, e Avaliação de Investimentos. Doutor em Eng. Produção pela EESC/USP. Mestre e Graduado em Administração pela FEA/USP. Professor de MBA's na FGV, FUNDACE, FIA, PECEGE/Esalq, FAAP entre outras.

