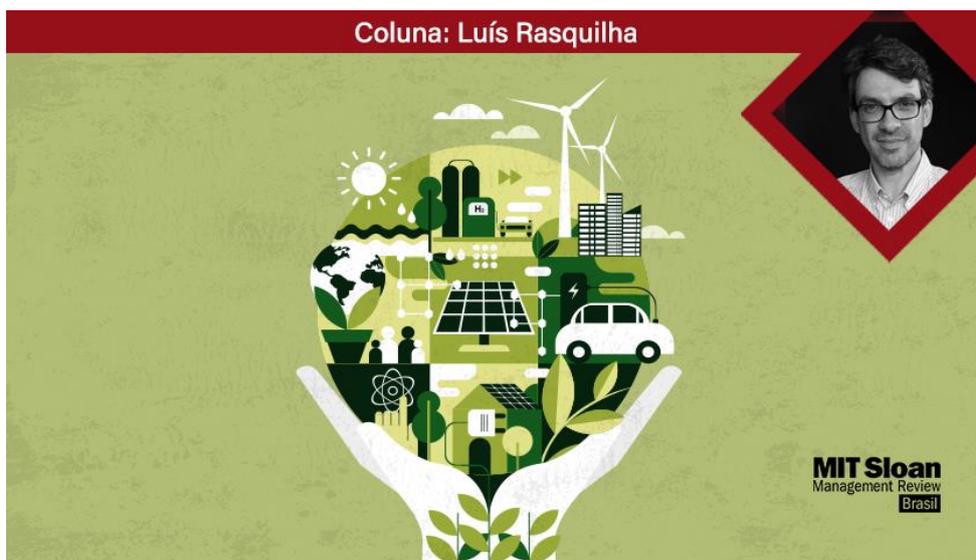


8 tendências de negócio para o agro

Nova geração de produtores agrícolas tem na tecnologia uma aliada revolucionária



Luís Rasquilha
26 de Outubro



A chegada da tecnologia e de uma nova geração de produtores agrícolas têm catapultado o agro para a ribalta econômica, digital e produtiva. Eles estão assumindo uma forma muito mais profissional de gerenciar negócios familiares, conectando-os às grandes cooperativas e às multinacionais. São gestores que já estão online, sedentos de conhecimento e buscando informação em diversas fontes, exigindo maior proatividade na forma de atuar por parte de empresas, distribuidores e cooperativas.

Podemos caracterizá-los por meio de alguns eixos bem interessantes (Fonte: ABMRA, International Telecommunication Union – CEB – Gartner, Horizon Company):

- É jovem e representante da chamada geração nativa digital
- Compra de forma independente por meio de soluções digitais que começam a despontar nos mercados.
- Pouco influenciado pelas relações do passado, uma vez que está bastante envolvido com as movimentações atuais e evoluções tecnológicas.
- Faz tudo no celular. Ainda existem algumas, naturais, limitações de conexão, que tendem a ser resolvidas com a chegada e massificação do 5G.
- Toma decisões utilizando o “digital farming”, uma forma mais rápida, segura e efetiva de usar as soluções tecnológicas e a digitalização.
- Procura e aprende nos canais digitais, onde conteúdo é gratuito e de fácil acesso.

- São críticos na decisão, uma vez que existem diversos players que vencem a barreira da distância e que podem estar conectados o tempo inteiro.
- Serviço pós-venda e serviços como um todo são cada vez mais importantes do que apenas o preço, o que revela uma grande mudança de mentalidade na forma de gerenciar os negócios.

Temos assistido a várias mudanças e muitas evoluções. Esses movimentos podem ser sistematizados em oito grandes tendências do agro e suas respectivas caracterizações e impactos:

1. Planeta menos previsível
2. Foco na saúde e na qualidade de vida
3. Preocupação com a sustentabilidade
4. Clientes mais exigentes
5. Mundo globalizado
6. Cadeia de valor inteligente
7. Integração de canais | Omnicanal
8. Digital farming

Vejamos cada uma delas em detalhe:

1. Planeta menos previsível

Com o notório crescimento populacional e maior demanda por recursos, assistiremos a maiores volatilidades do planeta, o que impacta os ciclos produtivos e as decisões de longo prazo. O que caracteriza esta tendência:

- Queda da qualidade e da quantidade dos recursos naturais disponíveis
- Instabilidade climática crescente
- Queda da biodiversidade
- Aumento da virulência de microrganismos e parasitas e aumento da resistência antimicrobiana
- Exigência crescente por comportamentos ambientalmente mais responsáveis.

2. Foco na saúde e na qualidade de vida

Um tema cada vez mais presente, fruto da evolução da humanidade, na busca de melhores índices de qualidade de vida que naturalmente

influenciarão cada dia mais a lógica de gestão e o processo produtivo. O que caracteriza esta tendência:

- Envelhecimento da população
- Aumento de doenças crônicas
- Crescente importância da saúde e bem-estar
- Aumento da importância da segurança alimentar
- Aumento da procura por produtos orientados ao equilíbrio de corpo e mente.

3. Preocupação com a sustentabilidade

Com a marca de 8 bilhões de pessoas a ser atingida em breve no planeta, a preocupação com as pautas sustentáveis tem crescido ano após ano. E essa preocupação ganha muito mais força pela mão e exigência dos consumidores do que propriamente pela mão das empresas. O que caracteriza esta tendência:

- Aumento da consciência sustentável – ESG
- Maior exigência por produtos sustentáveis e amigos do ambiente
- Busca pela maior racionalização de recursos em toda a cadeia de valor
- Avaliação de marcas e empresas dependerá cada vez mais da sua pegada sustentável
- Integração crescente de novos players com DNA sustentável no mercado.

4. Clientes mais exigentes

Fruto da maior conectividade e acesso fácil a conteúdos e ofertas digitais, o conhecimento alarga-se, democratiza-se e a exigência aumenta em todos os níveis. Qualidade, compromisso, legado são indissociáveis na escolha de prestadores de serviços e marcas presentes nos mais variados mercados do agro. O que caracteriza esta tendência:

- Aumento do poder de compra da classe média asiática
- Urbanização crescente
- Maior demanda por conveniência, consumo fora de casa, experiências gastronômicas e ofertas customizadas

- Aumento da demanda por informações de origem e reputação das marcas presentes nos mercados
- Maior disposição do consumidor para mudar.

5. Mundo globalizado

A globalização dominante hoje é sem dúvida a globalização digital, que se tem sobreposto às globalizações culturais ou econômicas, por exemplo. Ela permite uma maior velocidade das informações e naturalmente um acesso mais amplo às ofertas, recomendações, críticas e resultados. E isso pauta a decisão de clientes, parceiros, fornecedores e sociedade com o apoio da velocidade (não só digital) e a agilidade como grandes forças. O que caracteriza esta tendência:

- Aumento da cadeia de valor conectada
- Maior exposição a produtos e serviços de outras regiões e culturas do planeta
- Concorrência globalizada internacionalmente
- Aumento dos riscos de biossegurança
- Grande possibilidade de problemas de suprimentos

6. Cadeia de valor inteligente

Um dos grandes temas hoje é sem dúvida a cadeia de valor cada vez mais ampla, diversificada e naturalmente inteligente, no tratamento de dados, na gestão de processos e na entrega de valor. O que caracteriza esta tendência:

- Aumento mundial da demanda por alimentos
- Crescente preocupação com questões de segurança
- Maior penetração de ferramentas e soluções big data e analytics para o agro
- Crescimento da conexão e dos negócios de e-commerce, marketplace e plataformas
- Integração verticalizada, descentralizada e não linear da cadeia de valor tradicional, tornando-a mais ágil e flexível

7. Integração de canais | Omnicanal

Não sendo um tema novo em nenhum mercado, ganha no agro cada vez mais relevância, uma vez que sendo o cliente um só e conectado, há de se chegar a ele por meio de diversos pontos de contato, que

devem estar integrados na gestão da relação, de dados e da oferta. O que caracteriza esta tendência:

- Mundo físico e digital aproximam-se cada vez mais
- Aumento da transferência de recursos do físico para o digital
- Varejo mais complexo e completo nos pontos de contato (touchpoints)
- Crescente adoção tecnológica nos negócios para melhorar relacionamento
- Maior conhecimento do cliente e consequente ajuste das ofertas, dos portfólios e das soluções.

8. Digital farming

Não menos importante, a tecnologia chegou decisivamente ao agro acelerando a produção e agregando valor em toda a cadeia. A indústria 4.0 deu início a uma jornada digital sem precedentes, alterando a lógica global do agro. O que caracteriza esta tendência:

- Transformação digital como centro da mudança dos negócios
- Inteligência artificial e internet das coisas substituirão as funções operacionais
- Gestão do conhecimento permanente para otimizar a produção e maximizar a equação custo-benefício
- Monitoramento permanente e completo de toda a operação remota e mobile
- Plataformas digitais de produtos e serviços complementares
- Blockchain em toda a cadeia de valor.

A pergunta que agora se coloca é: o que fazer com tudo isso? Naturalmente cada profissional do setor fará a sua interpretação e respectiva decisão, até porque é possível realizar recortes específicos desse tema caso falemos de grão, café, frutas, legumes ou plantas, por exemplo. Mas partir dessa base já é um grande avanço para manter um escopo de atualização permanente do agro.

Mas existem algumas recomendações necessárias para a melhor utilização desse relatório. A meu ver são:

- É necessário estabelecer uma base de educação continuada para que colaboradores e elementos do negócio estejam a par das mudanças e evoluções tecnológicas em curso e as que já se desenham no futuro.



- A forma de fazer negócio mudou e é necessário adotar (ou testar pelo menos) novas formas e ideias produtivas e de comercialização da produção realizada.
- Incorporar soluções tecnológicas ajustadas à realidade de cada produtor ajudará a antecipar riscos e aproveitar as oportunidades.
- Abrir-se aos ecossistemas e à colaboração vai sem dúvida levar o negócio para um novo patamar.
- Realizar regularmente análises de cenários e tendências e refletir isso na decisão estratégica trará certamente ganhos constantes ao negócio.