

Sustentabilidade, Visão de Futuro e a Distribuição de Insumos

*Matheus Alberto Consoli

*Marcos Fava Neves

*Lucas Sciencia do Prado

Estamos em um momento crítico do ponto de vista de quebra de paradigmas, nesse caso a questão ambiental e a sustentabilidade. É só avaliar as recentes discussões sobre o código florestal, posição do Brasil na RIO+20 e todo aparato debatido a respeito desses temas. Muitas dessas discussões carregadas de preconceitos, ideologias, ignorâncias, falta de informação e radicalismos.

Como “não tomar uma decisão é uma decisão”, ao não avançarmos nesses temas, perde o agronegócio, perde a sociedade brasileira (pena que muitos não enxergam isso!). Dentro desse contexto, como se encontram e se posicionam as empresas envolvidas na distribuição de insumos?

Escrevemos esse artigo para inicialmente chamar a atenção para a necessidade de envolvimento e da inserção desse tema na agenda estratégica das empresas. Independente dos rumos que as decisões políticas a respeito do tema tomar, um fato é certo: ainda temos muito que fazer em termos de sustentabilidade.

Com raras exceções, a questão da sustentabilidade ainda não está na agenda dos distribuidores de insumos. Apenas para recordar, a sustentabilidade diz respeito a um conjunto de fatores, regras, políticas, processos de gestão e resultados do ponto de vista **Econômico, Social e Ambiental**, sempre se considerando as inter-relações entre eles e o convívio mútuo, sem que um pilar da sustentabilidade ofusque ou prejudique outro. Assim, não é possível ser sustentável sem geração de lucro e riqueza, mas isso também não pode ser alcançado sem a preocupação com colaboradores, *stakeholders* e os impactos na sociedade (principalmente aquela local, próxima da atuação da empresa), e muito menos com impactos negativos no meio ambiente.

Nos últimos dois anos tivemos a oportunidade de interagir com mais de 200 empresas distribuidoras de insumos, sem contar atividades em eventos de multinacionais, associações e encontros da mais diversa natureza. Infelizmente, quando atuamos na área de planejamento estratégico, poucas empresas de fato tem colocado esse tema na agenda, nas suas atitudes e no dia a dia dos negócios.

Alguns argumentam que temos feito muito em termos de retorno de embalagens vazias (sim, é um mérito do sistema, das organizações envolvidas), mas sozinho isso não significa que estamos sendo sustentáveis. Ainda encontramos estratégias comerciais dissociadas dos

princípios técnicos de recomendação, uso, aplicação e descarte de produtos. Falta de integração das ações sociais e ambientais com a atuação de vendas e distribuição.

Em parte, estamos deixando de oferecer um grande diferencial de serviços de orientação, assistência técnica e consultoria agronômica e de melhoria ambiental, que de fato poderia iniciar um ciclo virtuoso de gestão e produção sustentáveis, mas que muitas vezes fica em segundo plano.

O momento atual é de mudanças e seremos vistos e “monitorados” por diversos agentes, nacionais e internacionais. Se quisermos de fato fazer a diferença e provarmos que somos e continuaremos ser o melhor agronegócio do planeta, teremos que dar exemplo, ensinar e mostrar nossas capacidades.

Distribuidores de insumos, com ou sem alinhamento com seus fornecedores, pense no seu negócio com um olhar de longo prazo (que tal as olimpíadas como referência?) e insira a sustentabilidade na sua agenda estratégica. Dentro de alguns anos veremos de fato quem serão os verdadeiros vencedores.

Mas isso exigirá esforços, investimentos em processos, pessoas e projetos orientados a resultados de longo prazo, tanto econômicos, sociais e ambientais. Mantenha-se informado, olhe para frente e comece fazer a diferença hoje.

Bom Trabalho a Todos!

* Os autores são consultores da Markestrat e atuam em projetos em agronegócios e distribuição de insumos agropecuários. Para maiores informações, acesse www.markestrat.org



* **Matheus Alberto Consoli** - Especialista em Estratégias de Negócios, Gestão de Cadeias de Suprimentos, Distribuição e Marketing. Doutor pela EESC/USP. Mestre em Administração pela FEA/USP. Administrador de Empresas pela FEA-RP/USP.



* **Marcos Fava Neves** - Especialista em Marketing, Canais de Distribuição, Networks e Gestão Estratégica de Empresas Orientadas para o Mercado. Doutor em Administração pela FEA/USP. Mestre em Administração também pela FEA/USP. Engenheiro Agrônomo pela ESALQ-USP. Professor Titular da FEA-RP/USP.



* **Lucas Sciencia do Prado** - Especialista em Sustentabilidade Social no Varejo e Negociação Empresarial. Mestre em Administração de Empresas pela FEA-RP/USP. Administrador de Empresas também pela FEA-RP/USP

