

O papel do consultor de vendas em tempos de digitalização da agricultura

Tássia Gerbasi, Vitor Marques

A digitalização tem transformado rapidamente diversos setores da economia, e na agricultura não é diferente. O grande avanço no desenvolvimento e utilização de tecnologias têm permitido que agricultores aumentem a eficiência e produtividade em suas atividades e operações, além de reduzir custos e minimizar impactos ambientais.

Nos últimos anos, temos visto uma explosão no desenvolvimento de tecnologias no meio agrícola. Sensoriamento remoto, com a utilização de drones e satélites, máquinas autônomas, sensores diversos para monitoramento do ambiente produtivo, plataformas de gestão financeira e de gestão de operações; tecnologias tais que permitem que os agricultores sejam cada vez mais eficientes tanto nas atividades de campo como naquelas de escritório. No entanto, a grande oferta de novas tecnologias tem trazido consigo um novo desafio: **o de simplificação e objetividade.**

Os produtores não têm mais dúvidas de que a adoção de tecnologia é o caminho para que alcancem novos patamares de produtividade ou de rentabilidade, porém esbarram em uma série de questionamentos inerentes ao processo/curva de adoção: Qual tecnologia devo utilizar considerando as especificidades no meu negócio? Como consigo conectar as diferentes tecnologias que utilizo? Quais os reais benefícios que cada uma entrega?

É relevante salientar que a capacidade de adoção de determinada solução está diretamente relacionada ao perfil do produtor e a estrutura disponível na fazenda. Tamanho da propriedade, cultura produzida, nível de capitalização do produtor, disponibilidade de conexão com internet (sede e/ou talhões), tamanho e idade da frota de maquinário e equipamentos, dentre outras variáveis, podem condicionar a escolha e utilização de determinada solução.

Atividades como prover serviços agronômicos, comercializar os diversos insumos e apoiar o escoamento da produção, conferem aos canais de distribuição, papel fundamental no aprimoramento do negócio dos agricultores. Com a transformação digital não é diferente. Entendendo que a próxima onda de incremento dos índices de produção virá de novas tecnologias, os canais de distribuição têm mobilizado sua estrutura e equipes de campo para apoiar o produtor nessa transição, o que não é uma tarefa simples.

O entendimento das novas tecnologias, incluindo a forma com que elas se conectam com cada um dos perfis de fazendas para gerar valor, é uma atividade complexa e só será desempenhada por equipes ou profissionais que:

- Possuam amplo conhecimento do negócio do seu cliente
- Busquem constantemente se atualizar quanto às demandas latentes do cliente
- Tenham como foco principal a busca de sucesso para o negócio do cliente

- Estejam atualizados quanto às novas tecnologias disponíveis no mercado
 - E finalmente, sejam capazes de conectar todos os itens anteriores para apresentar uma solução simples, objetiva e que propicie ganhos para o agricultor.
- Entendemos que não se trata de uma tarefa fácil!

No intuito de apoiar os consultores de vendas no entendimento desse complexo mundo que são as soluções digitais do campo, propomos aqui uma organização em 3 grandes pilares, sendo eles:

1. **Soluções de Gestão Agronômica:** categoria que compreende os *softwares* voltados ao monitoramento de dados agronômicos e de operações. Tais ferramentas são capazes de integrar e sobrepor informações de diversas fontes para uma tomada de decisão mais assertiva e embasada.
2. **Ferramentas de Tecnologia Agrícola:** tendem a ser equipamentos, sensores ou outros tipos de tecnologias que endereçam um problema específico do agricultor. Uma nova forma de mapear pragas, de fazer análise de solo mais precisa ou até mesmo de entender o microclima de determinado ambiente produtivo se enquadram nessa categoria. Por apresentarem um nível de especificidade maior, muitas vezes são tratadas como soluções ultrassegmentadas.
3. **Soluções de Telemetria:** são dispositivos e *softwares* focados na gestão de máquinas e implementos, através do monitoramento de sua performance, visando otimizar as operações agrícolas.

Propomos a você, profissional do agro, uma reflexão seguindo os seguintes passos: (1) Quais são as soluções digitais que conheço atualmente? (2) Em qual dos pilares apresentados acima é possível enquadrar cada uma delas? (3) Como elas podem se conectar para entregar valor a cada perfil de produtor que atendo?

As revendas e seus consultores possuem grande oportunidade de agregar diferentes soluções, muitas vezes ultrassegmentadas, para construção de uma solução completa e robusta de serviços digitais. Esse movimento de convergência já é observado em diversos canais de distribuição, e vem se mostrando efetivo na criação de uma relação ganha-ganha entre distribuidor, empresa de tecnologia e produtor. O primeiro se beneficia pela oferta de valor adicional ao portfólio de insumos; a segunda passa a ter acesso e penetração nos produtores do canal, e por fim, o produtor colhe todos os benefícios do uso assertivo das novas tecnologias na sua realidade.

Temos certeza de que, a partir dessa reflexão, e com amplo e contínuo conhecimento de cada um dos seus clientes, você estará mais preparado para usar a tecnologia como forma de impulsionar seus negócios no campo.

Sobre os autores:

Tássia Gerbasi: Tássia é sócia da Markestrat Group. Graduada em Medicina Veterinária pela Universidade Estadual Paulista (UNESP). Mestrado em Administração de Organizações na Universidade de São Paulo (FEARP – USP) com especialização em planejamento estratégico de cadeias produtivas. Participou de mais de 30 projetos para instituições públicas e privadas relacionadas ao agronegócio. Autora e coautora de diversos artigos publicados no Brasil e em revistas internacionais.

Vitor Nardini Marques: Vitor é consultor associado na Markestrat Group, com experiência em projetos de inteligência de mercado, planejamento estratégico, *go-to-market* e desenvolvimento de negócios e *startups* no agronegócio. Possui graduação em Engenharia Agrônoma pela ESALQ/USP e é discente do programa de mestrado em Administração de Organizações da FEA-RP/USP.