

E-COMMERCE E TRANSFORMAÇÃO DIGITAL:

GRANDES ALIADOS
DO AGRONEGÓCIO



AGRISHOW

INTRODUÇÃO

Em um dos momentos mais desafiadores da história, decorrente da pandemia do novo coronavírus, temos presenciado uma verdadeira transformação digital em diversos setores da sociedade. Com isso, o mundo está muito mais online e conectado.

Associado a isso e em decorrência da pandemia, estamos presenciando uma significativa escalada de plataformas de e-commerce, permitindo que todo tipo de produto ou serviço sejam adquiridos sem que o consumidor saia do conforto e da segurança da sua casa.

Mas diante de toda essa transformação sempre fica uma pergunta: Como o agronegócio está se comportando como um dos setores mais representativos da economia brasileira?

Há algum tempo, mesmo antes da pandemia, especialistas têm “especulado” sobre o comportamento do agronegócio. A resposta tende a ser bastante complexa, mas de acordo com players do setor ela é “muito bem!”. Ou seja, a questão é “quando vai acontecer” e não “se vai acontecer”.

Por isso, para sabermos como a transformação digital e o E-commerce podem se tornar grandes aliados do agronegócio, conversamos com Helenice Moura, presidente do Comitê de Líderes de e-commerce e fundadora da “A Liga Digital”, que é um projeto social que leva jovens de periferia para o mercado digital.

Portanto: Você quer se aventurar no mundo da transformação digital/e-commerce e entender como isso pode ajudar o seu negócio? Então acompanhe este material.



TRANSFORMAÇÃO DIGITAL: REVOLUÇÃO CULTURAL E SOCIAL EM TODOS OS SEGMENTOS

Uma coisa é certa: mais cedo ou mais tarde, a pandemia do novo coronavírus irá passar. Mas quando isso acontecer, o que essa toda essa crise deixará de aprendizado?

Muitas podem ser as respostas, mas certamente a aceleração da transformação digital da sociedade será a mais recorrente, com a pandemia virando o motor de todo esse processo a ponto de marcar o início de uma nova era, com uma grande mudança na forma como produzimos e consumimos produtos.

MAS O QUE É TRANSFORMAÇÃO DIGITAL?

Várias são as definições para o processo de transformação digital. Mas de forma geral, é a capacidade de integrar a tecnologia digital a todos os aspectos de uma instituição, o que exige mudanças fundamentais de tecnologia, cultura, operações e entrega de valor.

A transformação digital requer uma mudança de foco para a borda da instituição com data centers mais ágeis, para suportar essa borda. Isso também significa se livrar da tecnologia legada, que pode custar caro para a empresa manter, além de alterar a cultura da companhia para apoiar a aceleração que vem com a transformação digital.



ROMPENDO BARREIRAS DENTRO DO AGRONEGÓCIO

No agronegócio, o conceito de transformação digital segue a mesma linha, porém para Helenice, ele está relacionado não apenas as máquinas e os equipamentos, estando também associada a toda uma revolução cultural e social do setor.

“Estamos passando por um grande movimento de inversão de poderes. Hoje uma única pessoa pode destruir todo um trabalho offline de uma marca, apenas com um post em redes sociais. Todo o modelo de negócio está sendo reestruturado com a transformação digital”, diz.

Segundo a especialista, no segmento do agronegócio essa transformação está rompendo as barreiras entre o que produz e quem consome.

A transformação digital está também revolucionando o agronegócio brasileiro em todo seu ciclo, da sustentabilidade à comercialização, passando pelo planejamento de safra, financiamento e gerenciamento de riscos.

Alguns dados de um estudo recente da McKinsey & Company comprovam isso:

- **71% dos agricultores usam canais digitais diariamente para questões relacionadas ao campo;**
- **33% do total de agricultores estão dispostos a comprar sementes, fertilizantes e defensivos online.**

Outro ponto bastante significativo da transformação digital no agronegócio é a capacidade de reinvenção de empresas, em maior ou menor escala. “Isso é muito positivo para toda sociedade”, diz Helenice.

Segundo ela, à medida que novos modelos de negócio surgem e que as relações entre produtores e consumidores ficam mais fortes, observamos que toda a sociedade está ficando mais conectada e mais pronta para adotar modelos de negócio mais saudáveis e competitivos.

“Por todas essas possibilidades, a transformação digital é a grande força motora do agronegócio”, completa a especialista.

Agora que você sabe do processo de transformação digital que o agronegócio vem passando, chegou a hora de conhecer a importância do E-commerce nessa transformação, que veremos a seguir.

E-COMMERCE: GRANDE REPRESENTANTE DA TRANSFORMAÇÃO DIGITAL

Um dos principais representantes da transformação digital de forma geral é o significativo avanço das vendas do e-commerce.

Diversas pesquisas globais comprovam isso. O mês de março, por exemplo, registrou sólido crescimento no seu comércio on-line, com aumento no número de pedidos e no faturamento de empresas.

No Brasil, levantamentos da Associação Brasileira de Comércio Eletrônico (ABComm) indicam situação semelhante, com o setor tendo uma alta de mais de 30% no primeiro mês de quarentena e a tendência, aparentemente, é que sigamos essa curva de expansão por muito tempo.

Porém, Helenice explica que quando o assunto e-commerce surge, logo tratamos seu conceito como sendo um bicho de 7 cabeças.

“Há quem diga que é só colocar uma lojinha no ar (coisa que você pode fazer gratuitamente na internet) e pronto. Mas há quem diga que é algo extremamente complexo que depende de milhões de investimento e é inviável para a grande maioria”.

Mas, a realidade é: quem chega primeiro, bebe água limpa!

Ou seja, ter um canal de vendas online hoje associado com uma loja virtual e redes sociais é tudo, sendo um aspecto primordial para a sustentabilidade dos negócios a médio e a longo prazo.

No agronegócio, o cenário de e-commerce é também bastante interessante e representativo, tanto que, como já citado, 33% dos agricultores já estão dispostos a comprar insumos online nas próximas duas safras, segunda uma pesquisa da McKinsey, realizada em maio deste ano.

Além do mais, o mesmo estudo indica que o E-commerce destinado à venda de produtos do agronegócio brasileiro tem mais força que mercados amadurecidos, como os Estados Unidos. No Brasil, cerca de 36% dos agricultores fazem compras online para o campo, contra apenas 24% dos agricultores americanos.

Segundo aponta o mesmo estudo, essa tendência é de crescimento para as próximas safras, por isso, Helenice alerta que esse processo deve ser iniciado o quanto antes: ***“Quem ainda não está estruturando sua presença digital, deve começar imediatamente”.***

○ E-COMMERCE COMO ALIADO DO PRODUTOR RURAL

Você sabia que na atualidade 88% dos produtores rurais utilizam o Whatsapp todos os dias, sendo que 77% destes usam também para resolver questões relacionadas a fazenda?

Essa é a prova de que agricultores usam cada vez mais os meios digitais para ajudar na tomada de decisões dentro da atividade. Mas, em um primeiro momento o e-commerce sempre foi muito mais utilizado para base de pesquisa, comparação e consultas. Já as vendas de maior valor agregado ainda são fechadas pessoalmente.

Porém com a pandemia, a presidente do Comitê de Líderes de E-commerce explica que a crescente busca pelo aumento da produtividade no campo e a troca de gerações são fatores que estão forçando o crescimento do comércio eletrônico no campo.

“A comodidade de pesquisar online e a possibilidade de encontrar as melhores soluções que se adequam a sua necessidade tem sido cada vez mais valorizada pelo homem do campo”.

Em contrapartida o crescimento das Agrofintechs (startups de financiamento de safra e insumos online), está levando o produtor rural a mergulhar cada vez mais para o ambiente online.



PRINCIPAIS BENEFÍCIOS DESSA TRANSFORMAÇÃO NO SETOR

Muitos são os benefícios mais potenciais do E-commerce para a agricultura. De modo geral esses benefícios podem abranger:

- Surgimento de soluções para um mercado muito grande, mas ainda fragmentado;
- Superação das limitações geográficas estabelecidas no caso dos mercados físicos;
- Estímulo ao surgimento de novas formas de logística e que sejam adaptadas a essa forma de comércio 'online';
- Existência de um E-Commerce totalmente integrado;
- Melhor e mais rápido acesso às informações de preços de seus produtos e dos insumos no mercado agro;
- Oportunidades para melhorar os serviços das cooperativas já existentes;
- Possibilidade de os produtores alocarem mais eficientemente seus recursos, como por exemplo reduzir seus estoques de insumos;
- Resultados secundários a partir da capacitação de o produtor operar na Internet, o que lhe possibilitará utilizar outros recursos da informática.

Além dos benefícios gerais já citados, Helenice ressalta que muitos são os benefícios exclusivos para empresas, já outros são alinhados aos produtores.

Para os produtores que querem comprar, os benefícios estão relacionados às maiores facilidades quanto aos ganhos de competitividade. ***“Produtores conseguem comparar melhor, comprar mais rápido e muitas vezes em conjunto, como já acontece na Argentina com o movimento Farmers”.***

Já para as empresas que vendem as vantagens são ainda maiores porque conseguem fazer seus produtos chegarem a mais pessoas e alcançarem produtores de todos os tamanhos com a mesma experiência e qualidade.

Além disso, a aproximação entre indústria e produtor rural no e-commerce, ajuda a indústria a entender melhor o comportamento do produtor rural e otimizar seus produtos e serviços.

“As barreiras geográficas que sempre foram tão importantes no campo, agora não existem mais”, indica Helenice.

MUITOS MARKETPLACES VISLUMBRAM GRANDES POSSIBILIDADES NO AGRO

Muitas são as oportunidades para o e-commerce no setor agro. Elas estão baseadas principalmente na comercialização de maquinários e insumos agrícolas.

Nessa modalidade, a jornada de compra começa com pesquisas online no Google e redes sociais, mas a venda é finalizada principalmente via Whatsapp, principalmente em tempos de pandemia.

Nesse sentido o e-commerce entra principalmente como fonte de pesquisa, informação e conexão da marca com os agricultores.

Assim, uma estratégia incrível para explorar e dar os primeiros passos no e-commerce são os marketplaces. Esses sites que funcionam como agregadores de lojistas e que possuem alto tráfego e tecnologia avançada, tal como a Magazine Luíza e o Mercado Livre.

Segundo Helenice, com o rápido avanço da transformação digital do agronegócio, muitos são os marketplaces que estão criando frentes direcionadas exclusivamente para o agronegócio.

“Apenas em 2020, surgiram 3 grandes portais de e-commerce voltados para esse segmento, Cocamar Cooperativa, Orbia e Canal Rural, além de Mercado Livre e Magalu (Magazine Luíza) que estão fomentando o crescimento deste canal”.

Esses marketplaces fazem a ponte entre os produtores e as empresas, que geralmente ficam responsáveis pela entrega. Eles têm se preocupado cada vez mais em abrir o leque de opções de pagamento para ganharem mercado.



COMO MONTAR UM E-COMMERCE SEM ERRO?

Mesmo sendo uma grande tendência que foi acelerada com a pandemia, montar um e-commerce no ambiente do agronegócio exige muito planejamento, principalmente para impedir que erros comuns sejam realizados. Afinal, ter uma loja online envolve diversos fatores, desde a criação da loja online a um modelo de faturamento, logística, atendimento ao cliente, entre outros.

Segundo Helenice, muitas empresas preocupam-se apenas com a tecnologia, plataforma e logística, porém é preciso ir além. ***“O mais importante é olhar para dentro e entender o que precisa ser estruturado para garantir uma ótima experiência para o produtor rural ou consumidor do e-commerce”.***

Como dizemos no meio rural, o problema está 'da porteira para dentro'.

Assim, as principais perguntas que devem ser respondidas quando da criação de um e-commerce são:

- **“Tenho um time de atendimento que vai ajudar o consumidor no ciclo de venda e pós venda?”.**
- **“Consigo entregar a mesma experiência e encantamento online que entrego hoje offline?”**

Helenice ressalta ainda que no e-commerce nunca existirá uma fórmula pronta. “O segredo é tentativa e erro, sempre dentro de um método”.

Outra preocupação e ponto de alerta tem relação com a segurança digital.

A pesquisa da Mckinsey indica que 39% do total dos agricultores entrevistados considera a segurança nas compras online como a principal barreira, tanto do ponto de vista transacional, quanto de entrega no prazo. Visto que 1 semana de atraso pode fazer toda a diferença no plantio, por exemplo.

Portanto, se atentar a esses pontos é fundamental para fazer com que projetos de e-commerce do agro atinjam seu sucesso.

Estamos na fase inicial ainda do e-commerce onde é preciso ganhar a confiança do produtor rural e para ganhar essa confiança precisamos entregar uma experiência incrível.



CONCLUSÕES

A pandemia que o mundo está enfrentando trouxe consequências nada vantajosas para todas as pessoas, mas se dissermos que houve algo positivo, certamente foi a aceleração da transformação digital, com significativo aumento do e-commerce.

Essa transformação também chegou ao agronegócio, principalmente com o crescimento de marketplaces com foco no agro, responsáveis por diminuir a distância entre produtores e empresas.

Mas para que esteja alinhado dentro desse cenário, o produtor e as empresas do agro brasileiro precisam olhar para dentro e entender o que precisa ser estruturado dentro da sua atividade.

Diante disso tudo, uma grande revolução já se faz presente no agronegócio brasileiro e estar conectado a ela fará toda diferença na sustentabilidade, crescimento e sucesso dos seus negócios! O agronegócio brasileiro agradece!



Fique por dentro do mercado
digital.agrishow.com.br

Conheça a Agrishow
www.agrishow.com.br



**AGRISHOW
DIGITAL**

REFERÊNCIAS

<https://digitalks.com.br/expo/digitalks-action-coronavirus/opinioes/disruptura-do-habito-como-a-pandemia-virou-o-motor-da-transformacao-digital/>

<http://www.iea.sp.gov.br/out/LerTexto.php?codTexto=2360>

<https://www.hpe.com/br/pt/what-is/digital-transformation.html#:~:text=Defini%C3%A7%C3%A3o%20de%20transforma%C3%A7%C3%A3o%20digital,opera%C3%A7%C3%B5es%20e%20entrega%20de%20valor.>

<https://www.noticiasagricolas.com.br/artigos/artigos-geral/267376-transformacao-digital-e-e-commerce-no-agronegocio-por-helenice-moura.html#.X5hWYlhKjIU>

<https://www.beefpoint.com.br/lojas-virtuais-ganham-forca-no-campo/>

<https://www.mckinsey.com/business-functions/mckinsey-digital/our-insights/building-an-e-commerce-business-lessons-on-moving-fast>