

Discussão positiva

A Convenção abordou temas como o futuro do canal indireto, a transformação digital no setor, o papel do trade marketing e os caminhos da retomada da economia

por **Rúbia Evangelinellis, Adriana Bruno e Thais Campanaro**

A programação de palestras da 39ª Convenção Anual do Canal Indireto da ABAD – Associação Brasileira de Atacadistas e Distribuidores contou com a apresentação de quatro painéis no dia 24 de abril. O primeiro deles abordou o tema “Alinhando o Presente e Projetando o Futuro do Canal Indireto”. Na ocasião, empresários e representantes da indústria e dos agentes de distribuição divulgaram o resultado de três encontros conjuntos, ocorridos em 2018. A proposta do comitê consistiu em manter reuniões regulares, duas já confirmadas para este ano, como recurso para avaliar o atual cenário e alinhar expectativas de negócios a partir de tendências já sinalizadas no sistema de abastecimento.

Entre os pontos altos abordados, destacam-se as medidas que deverão ser adotadas para que o Canal se adapte a um mercado que abre espaço preferencialmente para a especialização, a troca de informações – como recurso muito útil para dar dinamismo às relações comerciais –, o avanço tecnológico (inclusive como ferramenta de vendas), o fortalecimento das alianças entre as empresas que atuam na cadeia de consumo, e as maneiras de superar os gargalos e de estabelecer um plano de negócios que possibilite a negociação ganha-ganha, em que todos obtêm o melhor resultado. Outro ponto de destaque diz respeito a como preparar o vendedor atual, preparação essa estabelecida em um modelo transacional de negócios, para que ele adote uma postura de profissional do futuro, de consultor de negócios.

Roger Saltiel, da Integration Consulting, que atua como um dos mediadores do grupo, apresentou uma síntese da linha mestra dos trabalhos desenvolvidos pelo comitê, que conta com a participação de grandes empresas. Na avaliação do grupo, o panorama atual, pelo olhar da indústria, revela a rentabilidade da cadeia pressionada, com custo e margem muito pressionados, mas com uma tecnologia que facilita a comparação de preços entre canais e produtos. O grupo também ressalta a necessidade de que a especialização atinja níveis mais elevados (inclusive com a indústria avançando no atendimento direto) e um portfólio mais amplo. Por sua vez, na visão dos agentes de distribuição, ocorrem no momento



distorções de política comercial. Eles entendem que existe a necessidade de um alinhamento dos papéis desempenhados pelos canais de vendas, com a clara definição, pela indústria, do que ela espera de cada modelo de vendas e da transparência de custos.

Nelson Barrizzelli, também mediador do comitê, explica que um dos aspectos considerados refere-se a como fazer a transposição da situação atual para a futura, no que tange à perspectiva de que a tecnologia, em um processo sem volta, vai mudar o papel do vendedor em razão da inquestionável vantagem oferecida pelos recursos tornados disponíveis graças aos sistemas eletrônicos. “Temos hoje vendedores que visitam pontos de venda ainda recorrendo a um sistema de compras absolutamente transacionais, com um

elevado custo de locomoção e com a possibilidade de que ocorram rupturas de estoque se o vendedor não chegar. Se houver uma mudança nesse modo de atuar, também haverá uma vigorosa alteração nas relações com a indústria”, destaca.

André Felicíssimo, vice-presidente da P&G, acredita que a transição vai levar a um processo de evolução e exigir que o profissional inclua em seu perfil características de consultor, com conhecimentos de ciências exatas e de planejamento. Outro ponto abordado foi o sistema colaborativo, que exige modelos tecnológicos mais avançados, como os que capacitam a reposição contínua. Analisando pelo viés da indústria, Walter Faria Júnior, CEO da J.Macêdo, acredita que a situação deve ser reconhecida como uma mu-

**Na primeira palestra:
José Luiz Turmina, André Felicíssimo, Roger Saltiel, Walter Faria Jr., Emerson Destro, Nelson Barrizzelli, Euler Fuad Nejm e David Kahn**