

AVALIAÇÃO DE PROGRAMAS DE TREINAMENTO EM TECNOLOGIAS BIOLÓGICAS EM UMA EMPRESA DO AGRONEGÓCIO

EVALUATION OF TRAINING PROGRAMS IN BIOLOGICAL TECHNOLOGIES IN AN AGRIBUSINESS ENTERPRISE

Andrey Mocelin de Godoy [I]
Gustavo Barbieri Lima[II]

Área: A11. Gestão de Marketing (GMKT)
Subárea: S14. Outros Temas de Tendências e Interesse em Marketing

Treinamentos e capacitações são importantes instrumentos para o aprimoramento das equipes e que podem acarretar o incremento das vendas das empresas. Assim sendo, o objetivo central da presente pesquisa é avaliar os impactos de programas de treinamento, voltados para o segmento de produtos biológicos direcionado para a equipe comercial, com base em um diagnóstico estruturado de necessidades, em uma empresa de insumos agrícolas estabelecida no Paraguai. Para tal, realizaram-se dois *Focus Groups* ou Grupos de Foco com 09 participantes da equipe comercial. As atividades foram realizadas nos dias 15 e 16 de novembro de 2022. Os principais resultados apontaram que: a) Treinamentos são ferramentas essenciais trazendo mais informação e segurança para a equipe, resultando em uma melhor assistência técnica e reflexo nas vendas; b) Os entrevistados, em sua grande maioria, estão satisfeitos com os programas e consideram essencial terem abordagens frequentes, com novas informações e profissionais capacitados.; c) Constatou-se que a equipe quer ser mais escutada, criar oportunidades para discutir e modular os programas quanto à conteúdo, metodologia e época seria importante para eles. Fornecer informações dos concorrentes e sempre diversificar as abordagens faria com que a empresa pudesse atingir um nível de excelência.

Palavras-chave: Agronegócio. Capacitação de Equipes. Comercial. Insumos. Vendas.

ABSTRACT

Trainings are important tools for improving teams and they can lead to an increase in the sales for companies. The central objective of this research is to evaluate the impacts of training programs, aimed at the biological products segment directed at the commercial team, based on a structured diagnosis of needs, in a company of agricultural inputs settled in Paraguay. To this end, two Focus Groups were held with 09 participants from the commercial team. The activities were carried out on November 15 and 16, 2022. The main results pointed out that: a) Trainings are essential tools bringing more information and security to the team, resulting in a better technical assistance and reflection on sales; b) Most of the participants are satisfied with the programs and consider having frequent approaches essential, with new information

[I]Estudante do Curso de MBA em Marketing – PECEGE/ ESALQ – Universidade de São Paulo – Piracicaba – S.P. – Brasil. E-mail: andrey.godoy@live.com
[II]Prof. Ms. do PECEGE/ ESALQ – Universidade de São Paulo – Piracicaba – S.P. – Brasil. E-mail: barbieri.lima@yahoo.com.br



and trained professionals.; c) It was found that the team wants to be more listened to, creating opportunities to discuss and modulate the programs in terms of content, methodology and timing would be important for them. Offering them more information about their competitors and always diversify the approaches would allow the company to reach a level of excellence.

Keywords: Agribusiness. Team Training. Commercial. Inputs. Sales.

Data de submissão do artigo: 25/05/2023.
Data de aprovação do artigo: 01/09/2023.
DOI: 10.33635/sitefa.v1i1.244

1 INTRODUÇÃO

As soluções biológicas disponíveis para utilização como insumos na agricultura têm ganhado bastante notoriedade na última década e vêm passando de uma medida alternativa para algo essencial. Analisando os aspectos de crescimento, estima-se taxas médias anuais nos últimos anos de 40%. Já o mercado de insumos agrícolas, em geral, cresce em taxas muito inferiores (GUIMARÃES *et al*., 2019).

Conforme Mondin (2022) este mercado movimenta atualmente U$10,6 bilhões e está em franca expansão. Cabe destacar que a América Latina, que inclui países como Brasil e Paraguai, possui uma participação relevante neste mercado. Para se ter uma ideia, o nível de adoção de inoculantes, um insumo biológico para cultura da soja, foi de 88% na safra de 2019. Atualmente, estima-se índices mais elevados ainda (ANPII, 2019). Corroborando, outra informação relevante do Ministério da Agricultura divulgada em consórcio com a CropLifeBrasil (2021), até o final de 2021 foram registrados 433 produtos biológicos, enquanto até o ano 2000 havia apenas 21 produtos registrados no Brasil, ou seja, um crescimento expressivo.

Em resumo, soluções biológicas são produtos de baixa toxidade e baixo poder de contaminação de alimentos, com menos potencial nocivo aos humanos, pois as suas formulações são feitas com organismos biológicos. A aplicabilidade na agricultura é bem ampla: utiliza-se para controle de pragas, doenças e estímulos positivos às plantas. A inclusão dessas tecnologias permite a redução da aplicação de soluções químicas, deixando a produção mais sustentável, além do mais auxilia na redução de doenças e pragas mais resistentes pelo uso contínuo de moléculas químicas (GUIMARÃES *et al*., 2019).

De acordo com Mondin (2022), alguns fatores vêm contribuindo para um crescimento na adoção de insumos biológicos por agricultores, tais como: diminuição da disponibilidade de moléculas químicas por restrição regulatória, custo dos produtos químicos e, principalmente, pressão ambiental em busca de uma produção agrícola mais sustentável.

Com este segmento de mercado em pleno desenvolvimento e expansão, as empresas que comercializam insumos ocupam um papel muito relevante no que se refere à difusão destas tecnologias e desenvolvimento no campo. Em inúmeras regiões de diferentes países e estados, a comercialização, recomendação de uso de insumos são realizados por técnicos destas empresas, sendo que o profissional responsável por atender o cliente precisa estar preparado e treinado.

Neste sentido o objetivo central da presente pesquisa é avaliar os impactos de programas de treinamento, voltado para o segmento de produtos biológicos direcionado para a



equipe comercial, com base em um diagnóstico estruturado de necessidades, em uma empresa de insumos agrícolas estabelecida no Paraguai.

2 REVISÃO BIBLIOGRÁFICA

Treinamento e preparação de pessoas, segundo Lacombe (2006) é uma ferramenta que auxilia a tornar as pessoas melhores e mais eficientes em suas funções, sendo estas funções usuais ou novas. As empresas quando buscam treinamento para seus colaboradores de forma prioritária, buscam aumentar o conhecimento deles. Em se tratando de tecnologia nova, além da transmissão de conhecimento, é importante a acreditação do colaborador, uma vez que se trata de novas soluções, com quebra de paradigmas costumeiros, o treinamento tem um peso ainda mais relevante.

Conforme Chiavenato (2002) a visão e abordagem de treinamento é algo muito mais amplo que apenas fornece informação. Trata-se de utilizar instrumentos adequados consistentemente e continua em busca do desenvolvimento do colaborador, criando uma cultura do aprendizado constante. Para tal objetivo, conforme Pedreira *et al*. (2010) existem algumas etapas consideradas básicas quando se deseja implantar um programa de treinamento, são elas: diagnóstico de necessidades, planejamento do treinamento, execução do programa, avaliação e mensuração de resultados.

Segundo Las Casas (2005), algumas ferramentas auxiliam para um diagnóstico de necessidades adequado, como entrevista com os consultores de vendas para a real identificação de debilidades e um direcionamento mais assertivo da abordagem a ser realizada na implementação do programa. O autor ainda ressalta que a etapa de avaliação e mensuração do programa é imprescindível para visualizar se obtiveram-se os resultados esperados. Para isto, pode-se realizar avaliações especificas e, de forma complementar, avaliar o faturamento após o programa de treinamento.

Diante do exposto, a empresa na qual será conduzido o estudo trata-se de uma das maiores distribuidoras de insumos agrícolas do Paraguai, com 21 anos de mercado e que, mesmo ocupando uma posição favorável em seu segmento, a implementação de novos produtos e tecnologias também é dificultosa. Neste sentido, torna-se relevante realizar um diagnóstico dos impactos dos programas de treinamentos implantados.

3 PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS

A presente pesquisa caracteriza-se como qualitativa, de natureza exploratória, onde se realizaram dois *Focus Groups* ou Grupos de Foco (pesquisa qualitativa) com a equipe comercial, com o intuito de se realizar um diagnóstico sobre os treinamentos realizados pela empresa. De acordo com Dias (2000), grupos focais consistem em um grupo de participantes que discutem com maior profundidade um tema proposto. O objetivo é compreender o que as pessoas têm a dizer com um maior nível de detalhe. O autor reitera que entrevista de *Focus Groups* é um instrumento qualitativo e que pode ser utilizado isoladamente ou combinado com técnicas quantitativas para aprofundar um diagnóstico ou necessidade.

Para tal pesquisa foram elaboradas 16 perguntas para condução dos grupos. Foram realizados dois *Focus Groups*, totalizando 9 participantes do setor comercial, entre consultores de vendas, desenvolvimento de mercado e gerente comercial com diferentes tempos de trabalho na empresa. As atividades foram realizadas nos dias 15 e 16 de novembro de 2022.



4 RESULTADOS E DISCUSSÃO

Quadro 01 - Dados dos participantes dos *Focus Groups*

G.1.1	**Idade:** 37 anos **Tempo de Empresa:** 04 meses **Função:** Consultor Comercial **Escolaridade**: Superior Completo
G.1.2	**Idade:** 34 anos **Tempo de Empresa:** 04 anos e 10 meses **Função:** Consultor Comercial **Escolaridade**: Especialista
G.1.3	**Idade:** 29 anos **Tempo de Empresa:** 01 ano e 3 meses **Função:** Consultor Comercial **Escolaridade**: Superior Completo
G.1.4	**Idade:** 27 anos **Tempo de Empresa:** 02 anos **Função:** Suporte técnico **Escolaridade**: Especialista
G.1.5	**Idade:** 32 anos **Tempo de Empresa:** 03 anos **Função:** Gerente Comercial **Escolaridade**: Especialista
G.2.1	**Idade:** 54 anos **Tempo de Empresa:** 21 anos **Função:** Consultor Comercial **Escolaridade**: Ensino médio técnico
G.2.2	**Idade:** 32 anos **Tempo de Empresa:** 02 anos e 04 meses **Função:** Consultor Comercial **Escolaridade**: Superior Completo
G.2.3	**Idade:** 28 anos **Tempo de Empresa:** 02 anos **Função:** Suporte técnico **Escolaridade**: Superior Completo
G.2.4	**Idade:** 36 anos **Tempo de Empresa:** 01 ano e 11 meses **Função:** Consultor Comercial **Escolaridade**: Superior Completo

Fonte: Resultados originais da pesquisa (2022)



Quadro 02 - Resultados Focus Groups

1 - De qual forma os consultores de negócios podem influenciar na adoção de novas tecnologias para os agricultores?	**G.1.1:** Penso que através do bom conhecimento das soluções e com resultados comprovados no campo, podemos influenciar **G.1.2:** Vejo que mostrando o desempenho dessas tecnologias a campo, e testar seguidamente para nós e para os clientes. **G.1.3:** Acompanhando de perto o manejo do cliente e recomendar soluções com base em informações concretas. **G.1.4:** A Princípio trazendo informações sobre os produtos, por meio de palestras, demonstrações, dias de campo e visitas guiadas**.** **G.1.5:** Através da especialização aquisição de conhecimento, o vendedor consegue se posicionar, e passar segurança ao produtor. Com o conhecimento e possível passar segurança ao produtor. **G.2.1:** Conhecimento, difusão deste, relacionamento e a confiança como uma consequência, **G.2.2:** Trabalhos de comparação na propriedade do cliente não pode faltar, e a forma mais eficiente e rápida eu vejo. **G.2.3:** A forma mais eficaz dos vendedores influenciarem na adoção de novas tecnologias é por meio de acompanhamento constante, monitoramento em campo e demonstração de confiança nas tecnologias que temos em nosso portfólio. **G.2.4:** Através da realização de trabalhos e ensaios junto aos clientes, demonstrando bons resultados com o acompanhamento dos Coordenadores.
2- Vocês acreditam que o aumento do conhecimento técnico em soluções biológicas pode ser responsável em aumentar as vendas na carteira de vocês?	**G.1.1:** Como a venda grande parte dela e argumentativa acredito que sim, os pilares são conhecimento e argumentos, como já comentado. **G.1.2:** Sim, mas isso e algo bem contínuo, não depende só do que recebemos nos encontros, mas sim de nós mesmos, no meu ver. **G.1.3:** Sim, por possibilitar uma maior assertividade nas recomendações resumidamente diria isso. **G.1.4:** Sem dúvida, quanto mais conhecimento, melhores as orientações positivas na hora de negociar. Sendo um mercado relativamente inexplorado e com muita informação irreal. É sempre bom estar informado e atualizado para poder posicionar os produtos da forma correta e induzir os clientes a comprarem. **G.1.5:** Sim, uma vez com o conhecimento, passa uma mensagem ao cliente com segurança, e por consequência, vende. Ademais cria sustentabilidade de vendas e diminui espaço da concorrência. **G.2.1:** Sim, sempre aliado a um bom marketing da empresa. **G.2.2:** Claro que sim, vejo que um consultor com uma maior bagagem de conhecimento, tem uma maior tendência em aumentar as vendas, não que seja uma regra, mas a tendência é maior. **G.2.3:** Pessoalmente, acho que quanto mais familiares forem as soluções biológicas, ela estaria se posicionando mais no portfólio e tendo um melhor resultado em vendas. **G.2.4:** Concordo plenamente, quanto mais conhecimento, mais argumentos para gerar vendas.
3 - Nas negociações comerciais você se sente seguro de recomendar as soluções biológicas que você possui em portfólio?	**G.1.1:** Tenho ficado mais confiantes com o passar dos meses, pela qualidade dos produtos que tenho observado e o portfólio ser bem amplo. **G.1.2:** Hoje acredito que sim. **G.1.3:** Atualmente, sim, pelo suporte dos profissionais e os treinamentos realizados. .**G.1.4:** Sim, pois já fiz alguns trabalhos que me deram mais confiança atualmente. **G.1.5:** Sim, pela qualidade da empresa e os resultados que venho acompanhando no período que estou na empresa. **G.2.1:** sim, pois já experimentei bem os produtos a campo. **G.2.2:** sim, cada dia melhor mais. **G.2.3:** Totalmente da minha parte, pois o que vejo, em muitas ocasiões é possível



	ver uma melhora considerável nas áreas onde nossas tecnologias estão sendo utilizadas, como nas áreas onde são utilizados nossos nematicidas. **G.2.4:** Concordo plenamente, quanto mais conhecimento, mais argumentos para gerar vendas.
4 - Vocês precisam de forma frequente da ajuda de um profissional técnico em biológicos para recomendar e atender alguma dúvida dos produtores?	**G.1.1:** Não sempre, em todas as recomendações, mas assim como os colegas, mas em alguns casos específicos é importante ter o apoio de um profissional especialista neste segmento **G.1.2**: Vejo estes profissionais como a cereja do bolo, em casos específicos preciso sim. **G.1.3:** Em situações especificas, de modo geral eu me viro. **G.1.4:** Não, no meu caso, em raras exceções, o que posso dizer. Situações mais complexas mesmo. **G.1.5:** Sim e necessário alguns casos o auxílio do especialista, pois este profissional respira este seguimento todo momento, e assim tem mais assunto com o produtor ema alguns casos. **G.2.1**: Sim, é importante, pois visitas pontuais ajudam a passar mais credibilidade. **G.2.2:** Sim, mas acho válido o consultor ser cada vez mais capacitado. **G.2.3:** Acho que uma ou até duas vezes ao ano já seria suficiente para atualizar os conhecimentos com profissionais de reconhecida trajetória**.** **G.2.4:** Sim, pois nosso conhecimento na área é limitado e precisamos de uma pessoa focada nisso para ajudar nas negociações
5 - Os programas de treinamentos em soluções biológicos atuais são suficientes para o desempenho adequado do trabalho?	**G.1.1:** Acredito que não, pois entrei na empresa a pouco tempo e ainda não estou preparado. **G.1.2:** Creio que não também, pois não são tão profundos, na minha opinião. **G.1.3:** Sim, vejo que são suficientes, sempre se reforça. **G.1.5:** O formato realizado e satisfatório, porém e necessário maior intensidade. **G.1.4:** Em relação aos produtos que estamos lidando agora, sim. Mas é importante na hora de lançar os novos, ter um bom treinamento para a adoção mais rápida da tecnologia. **G.2.1:** Creio que sim, além disso, já dependerá do nível de comprometimento de cada consultor. **G.2.2:** Estamos no caminho, mas para se destacar mesmo no mercado, vamos precisar aumentar a carga. **G.2.3:** Vejo que os programas de treinamento como o treinamento nas unidades e os dias biológicos são realmente muito bons para esclarecer dúvidas por parte dos consultores, mas acho que podemos estar incluindo um programa extra de treinamento direto no campo, onde eles podem realizar um teste técnico e demonstrar os seus conhecimentos e fornecer-lhes as ferramentas e os casos específicos onde devem demonstrar as suas competências de posicionamento destas linhas. **G.2.4:** Poderíamos aumentar um pouco, a meu ver, a questão do idioma seria importante ponderar para nossa regional.
6 - Vocês acreditam que o formato de abordagem nos treinamentos atuais atende às necessidades de vocês como técnicos/ comerciais?	**G.1.1:** Acredito que não, pois entrei na empresa alguns meses e só obtive apenas um contato a respeito **G.1.2:** Em partes tem atendido, mas devemos estruturar mais e com mais frequência. **G.1.3:** Comparada a minha empresa anterior, os profissionais são bons e vem bastante informações. **G.1.4:** Sim. Muito satisfeito com a formação realizada, não tenho maiores observações. **G.1.5:** Sim atendem, porém, e muito importante elaboração de mais cases com situações práticas onde o consultor retrate a abordagem comercial junto aos colegas



	G.2.1: Sim, atendem, mas se somar pesquisadores nessas abordagens ficaria bom. **G.2.2:** Acho bom, mas espero sempre novas informações que na ponta acabamos não tendo acesso. **G.2.3:** De minha parte, posso afirmar que o formato é o indicado, e quero destacar que uma das formas de fortalecer o conhecimento é colocá-lo em prática, muitas vezes diretamente com nossos clientes. **G.2.4:** Olha, são bem específicos e técnicos, auxiliam bem.
7 - Vocês acreditam que as pessoas responsáveis por ministrar os treinamentos até hoje possuíam plena capacidade técnica e didática na condução dos treinamentos realizados?	**G.1.1:** Não tenho muita opinião sobre isso, só tive um contato. **G.1.2:** São bons, mas vejo que em alguns casos faltam informações, deveria ser mais intenso. **G.1.3:** Sim, são bons. **G.1.5:** Sim possuíam, porém, poderiam se classificar diferentes níveis de treinamentos para iniciantes e para os mais avançados, segmentando as abordagens. **G.1.4:** Na maioria, sim, mas alguns poderiam ser menos monólogo**.** **G.2.1:** Sim. **G.2.2:** Sim, vejo que sim, conseguiram atender no momento. **G.2.3:** Os palestrantes de treinamentos foram bem treinados, em algumas ocasiões, notou-se falta de compreensão com colegas que não entendem bem o português, mas por parte dos palestrantes, todos tiveram um alto entendimento de seu assunto. **G.2.4:** Sim, somente reforço a questão do idioma.
8 - Vocês pensam ser necessário realizar abordagens, encontros com foco em treinamento, antecedente a cada ciclo de cultivos a serem negociados?	**G.1.1:** Penso que sim, pois quanto mais informação de qualidade penso que posso melhorar as vendas **G.1.2:** E fundamental, pois muitos só olham conteúdos a respeito de biológicos em caso de urgências**.** **G.1.3:** Seria bom, no meu caso, para dar uma oxigenada, rever os posicionamentos e conceitos, atualizações**.** **G.1.4:** Sim, é necessário, pois o vendedor trabalha com diversos produtos e realizar essas reuniões objetivamente para as negociações é muito importante, pois podemos trazer informações atualizadas que podem auxiliar nas negociações e auxiliar no foco que eles têm após aquele treinamento. **G.1.5:** Sim, fundamental, realizar a cada cultura safrinha, trigo, soja safra, de uma forma tentar prever o que pode ocorrer e minimiza com manejo. **G.2.1:** Não vejo que seria necessário, como mencionei antes. Depende mais de cada um. **G.2.2:** Extremamente importante, principalmente por nos possuirmos um portfólio muito grande de vários segmentos, devido ao mercado ser dinâmico é importante sim. **G.2.3:** Gostaria que os cursos fossem realizados antes de cada ciclo para ficar por dentro das novidades e melhorias de posicionamento, principalmente para novos consultores que ainda não dominam o portfólio completo. **G.2.4:** Concordo plenamente, é muito necessário lembrar argumentos técnicos de vendas.
9 - Vocês consideram importante receber informativos técnicos, dos especialistas em biológicos de maneira regular?	**G.1.1:** Não sei, não estou acostumado com isso, pode ser que ajude. **G.1.2:** Sim, seria bom, nos grupos ou até mesmo postagens nas redes sociais seriam legais. **G.1.3:** Sim, vejo como algo muito importante. **G.1.4:** Sim, sempre é bom. **G.1.5:** Muito importante, porém a melhor ferramenta seria através de áudios ou vídeo. Ou até mesmo Podcast interno. **G.2.1:** Sim, materiais estratégicos resumidos gosto muito. **G.2.2:** Sim, mas devem ser curtos e objetivos que nos sirvam para vender. **G.2.3:** Acho que seria importante, mas no meu caso particular, estou



	constantemente acompanhando as novidades do mercado de orgânicos ao nível regional. **G.2.4:** Vejo que sim, eu sempre salvo e busco esses informes.
10 - Em caso de os clientes possuírem dúvidas de utilização de essas tecnologias, quanto a dosagem, compatibilidade, funcionalidade, você se sente preparado para saná-las?	**G.1.1:** O mais básico, no momento, eu consigo... se for mais complexo devo recorrer a algum suporte. **G.1.2:** Sim, da minha parte isto é muito tranquilo **G.1.3:** Me sinto preparado... até o momento consegui resolver as dúvidas dos produtores. **G.1.4:** Até o momento sempre tenho conseguido resolver. **G.1.5:** No processo da venda se esclarece o máximo possível para não gerar dúvidas, porém caso persistam ao uso, estamos capacitados para esclarecer, com situações de campo inclusivo. **G.2.1:** Sim, possuímos. **G.2.2:** Sim, me sinto, até hoje consegui resolver. **G.2.3:** Com certeza, quando os consultores ou clientes têm alguma dúvida, procuro sempre responder da melhor forma possível para ficar fácil de entender. **G.2.4:** Alguns, sim, mas ainda preciso de ajuda.
11 – Existe, por parte da organização, algum sistema de avaliação ou identificação de necessidade de treinamento, para este segmento em específico?	**G.1.1:** Não existe... só tive uma experiência no momento, e foi um pouco extensa, não aproveitei tanto. **G.1.2:** Não existe... que eu tenha percebido ou chegado até mim não. **G.1.3:** Não reconheço, seria interessante isso, algo teórico também prático seria legal ter. **G.1.4:** Não, que eu saiba. **G.1.5:** Não existe, se não e solicitado pelos superiores. **G.2.1:** Não tem, seria importante ter algo definido neste aspecto. **G.2.2:** Se realizou algumas dinâmicas nos treinamentos ao final, então vejo que sim. Não sei o que poderia propor de diferente. **G.2.3:** Atualmente, no treinamento estão sendo feitas perguntas com casos específicos a resolver, mas poderia ser feito um teste mais aprofundado sobre esses temas para avaliar o entendimento de todos sobre essas tecnologias. **G.2.4:** Não, que eu tenha conhecimento.
12 - Quais aspectos acreditam que não pode faltar em um programa de treinamento para este segmento de insumos?	**G.1.1:** Não sei o que posso opinar **G.1.2**:Validação das tecnologias, conhecer as indústrias, o processo de fabricação sinto falta e acho que seria importante. **G.1.3:** Olha, teórico, abordagem geral, características, alguns cases práticos também e por fim trabalhos científicos de respaldo. Vejo que é bem importante. **G.1.4. Primeiramente**, conseguir alguém que seja referência no assunto para a dissertação e a presença de representantes das empresas. Tenha um objetivo de aprendizagem definido nesses treinamentos, medido por meio de dinâmicas de grupo, por exemplo. Apresentação de resultados e metodologias de vendas. Qualidades e diferenciais dos insumos em relação à concorrência. **G.1.5:** Não pode faltar resultados de campo, abordagem dos principais concorrentes, cases de situação, assim como sempre menciono com os colegas. **G.2.1:** O responsável do treinamento, com experiência de campo, seguro e com credibilidade. **G.2.2:** O máximo de informação, que possa ser visualmente representado, acho que seria relevante. **G.2.3:** Você não pode perder informações sobre nutrição de plantas, doenças em geral, nematoides e insetos que podem ser atingidos com essas ferramentas. **G.2.4**: Identificação de pragas. Resultados locais, compatibilidades.
13 - Existe um canal aberto de comunicação	**G.1.1:** Tem os especialistas de produto que nos dão suporte, se for referente isso a discussão diria que é um canal aberto, mas se a empresa, gestão vem procurar não



entre vocês e a empresa, para expor alguma dificuldade, necessidade relacionada às soluções biológicas?	existe. **G.1.2:** Não sei se compreendi bem, mas deveria ser mais bem estruturado. **G.1.3:** Sim, diretamente com o suporte técnico. **G.1.4:** Sim, através do meu gestor direto, não sei como é com os outros. **G.1.5:** Existe o canal, porém poderíamos estruturar encontros para discutir esta finalidade. **G.2.1:** Eu utilizo o canal de comunicação com meu gestor direto. Fora isso, não conheço outro**.** **G.2.2**: Sim, o pessoal do suporte técnico sempre nos atende. **G.2.3:** Sim existe, no meu caso é diretamente com o meu gestor, a quem transmito as preocupações ou dificuldades que tenho no desenvolvimento do trabalho. **G.2.4:** Sim, diretamente com o coordenador de linha.
14 - Acreditam que as opiniões dos consultores de vendas são consideradas para elaboração de alguma abordagem voltada a treinamentos neste segmento?	**G.1.1:** Não posso responder isso, não tenho base suficiente igual os colegas que já estão a mais tempo. **G.1.2:** Sim e levadas, sim, porém em alguns casos não se aplicam. **G.1.3:** Vejo que sim, pois os programas são moldados para atender o comercial. **G.1.4:** Por isso a coleta de dados é importante. Para saber o que falta e em que formação se deve focar mais. **G.1.5:** Acredito que sim, e considerado. Porém, faltaria estrutura dia específico para escutar a equipe e modelar a abordagem. **G.2.1:** Não vejo que é levado, pois não se discute este assunto em nenhum caso. **G.2.2**: Somos ouvidos, mas muitas vezes não se implanta as sugestões. **G.2.3:** Sim, os materiais elaborados até ao momento são fruto das experiências adquiridas em várias formações anteriores. **G.2.4:** Não, porque as opiniões nunca foram consultadas.
15 - Em uma escala de 0 a 10, você está preparado e seguro para recomendar e vender soluções biológicas?	**G.1.1:** Considero 5, pois entrei há 04 meses na empresa... então tenho muito para aprender. **G.1.2:** Os produtos atuais do portfólio, me considero 10. **G.1.3:** 8, pois tenho pontos a melhorar. **G.1.4:** Olha, sem modéstia, eu acho que 10. **G.1.5 :**Considero minha preparação em uma escala 9 de 10. **G.2.1:** No momento diria que 7, pois tenho a melhorar. **G.2.2:** Olha, 7. Quase lá. **G.2.3:** Quanto à segurança em recomendar o uso de tecnologias biológicas, me considero nota 10 nessa escala, pois além de vender soluções biológicas já tenho experiência com ferramentas em campo e os resultados são muito satisfatórios, e isso me dá uma segurança maior para continuar trabalhando com esta linha. **G.2.4:** Acho que 5.
16 - Em uma escala de 0 a 10, você está preparado e seguro para recomendar e vender soluções biológicas comparado ao seu principal concorrente neste segmento?	**G.1.1:** Pela minha experiência anterior com alguns produtos considero 5..., porém preciso de muita informação ainda principalmente do portfólio da empresa que tive pouco contato **G.1.2:** Também considero 10, tratando do mesmo grupo que possuímos no portfólio. **G.1.3:** Neste caso, 10, pois tenho recebido bastante informação, inclusive da concorrência. **G.1.4:** Me vejo 10 também. **G.1.5:** Considero minha preparação em uma escala 9 de 10 também em comparação aos principais da região. **G.2.1:** Não atribuirei nota, mas tenho considerações, a maioria dos meus clientes usa nossas soluções, estamos capacitados, mas a atualização é constante, a todo momento entram novas tecnologias devemos estar melhorando campanha após campanha. **G.2.2:** Neste caso 9, pois sempre nos trazem o detalhamento dos concorrentes nos



	treinamentos. **G.2.3:** Nessa escala também será 10 em relação à concorrência, pois conheço seus produtos, pontos fortes e fracos, e as regiões onde eles mais atuam no país. **G.2.4:** 5 também.

Fonte: Resultados originais da pesquisa (2022)

Quadro 03 - Observações gerais com a realização dos *Focus Groups*

- A informação e o conhecimento estão intimamente interligados no poder de influência junto aos clientes produtores.
- O conhecimento repassado é visto como algo muito importante para a segurança e uma perspectiva de possibilidade de aumento de vendas.
- Os entrevistados se sentem seguros, porém ainda existe espaço para ajustes e melhorias.
- Em muitos casos, a ajuda do suporte técnico ainda é necessária.
- Os programas de treinamento realizados até o momento atendem à demanda básica, mas poderia aumentar a carga e agregar novas abordagens.
- Os responsáveis pelos treinamentos atenderem as demandas, mas poder-se-ia acrescentar pesquisadores nas discussões para atender melhor a demanda e melhorar a qualidade dos treinamentos.
- De modo geral, a realização de abordagem de treinamentos antes de cada ciclo produtivo dos cultivos é interessante.
- Os informativos técnicos são importantes.
- Não existe sistema de avaliação ou mensuração dos treinamentos realizados.
- Faz-se necessário estruturar melhor o canal de suporte técnico para este segmento junto a equipe.
- Constatou-se que se faz necessário estruturar um canal para ouvir opiniões e entender as necessidades visando-se elaborar os treinamentos de forma mais assertiva.

Fonte: Resultados originais da pesquisa (2022)

5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Resgatando o objetivo central da pesquisa, tem-se: avaliar os impactos de programas de treinamento, voltados para o segmento de produtos biológicos, direcionado para a equipe comercial, com base em um diagnóstico estruturado de necessidades. Conforme os resultados levantados, utilizando-se pesquisa qualitativa, constatou-se que a equipe acredita que treinamentos voltados a tecnologias biológicas são essenciais e indispensáveis, uma vez que fornece subsídios e informações para a recomendação dos produtos e assistência técnica de maior qualidade para os clientes.

Tais treinamentos devem ser realizados com frequência como uma forma de reciclagem contínua sempre com novas pesquisas, resultados e atualizações. Isso deixaria com entrevistados mais seguros e confiantes no posicionamento junto aos clientes e a maioria acredita que reflete diretamente nas vendas. Também foram constatados aspectos de melhorias para se atingir a excelência nos programas de treinamentos da empresa em questão: realizar discussões prévias para modular a melhor abordagem, conteúdo e época de realização.

Outro aspecto importante seria fornecer informações atualizadas à equipe a respeito dos principais concorrentes da empresa nos treinamentos. Outro fator importante e que merece destaque é diversificar as abordagens, integrando teoria e prática.



REFERÊNCIAS

ASSOCIAÇÃO NACIONAL DOS PRODUTORES DE INOCULANTES [ANPI]. **Haverá grande expansão de inoculantes no Brasil**. 2019. Disponível em: http://www.anpii.org.br/agrolink-havera-grande-expansao-de-inoculantes-no-brasil/. Acesso em: 16 ago. 2022.

CHIAVENATO, I. **Recursos humanos**. 7ed. São Paulo: Atlas, 2022.

CROPLIFE BRASIL [CLB].**Atlas do agronegócio brasileiro**: uma jornada sustentável, São Paulo, 2021.

DIAS, C. **Grupo focal:** Técnica de Coleta de Dados em Pesquisas Qualitativas. Periódicos UFPB, 2000. 10: 1-12.

GUIMARÃES, R.A.; SILVA J.C; MEDEIROS, F.H. 2019. Mercado de produtos biológicos: Uma visão atual da aplicação no território brasileiro. In: **XIX International Symposium on Plant Disease Management Plant Health in Tropical Agribusiness**: The Numbers of the Giant. 2019.Lavras, MG, Anais…p.162-170.

LACOMBE, F.J.;HEILBORN, G.L. **Administração princípios e tendências**. 3. ed. São Paulo: Saraiva, 2006.

LAS CASAS, A. **Administração de vendas**. 7ed. São Paulo: Atlas, 2005.

MONDIN, M. 2022. **Mercado de produtos biológicos devem atingir valor de U$19 bilhões até 2026.** Disponível em: https://www.startagro.agr.br/mercado-de-produtos-biologicos-deve-atingir-valor-de-us-19-bilhoes-ate-2026-mas-produtos-quimicos-devem-continuar-crescendo/. Acesso em: 10 ago. 2022.

PEDREIRA, E.M,;SILVA, C.C.; GOMES, J.F.; AMARAL, K.P.; LOURENÇONI, M.A. **Treinamento de equipe de vendas**. Intellectus, 2010, 10: 85-105.