

COMPETÊNCIAS INTERPESSOAIS E TECNOLÓGICAS EM EQUIPES DE REVENDAS E DISTRIBUIDORAS DE INSUMOS AGRÍCOLAS

MENESES, J.¹; SANTOS, P.E.²; BATISTA, P.B.³; EUSTÁQUIO FILHO, A.⁴; MOURA, M. M. A.⁵; SILVA JUNIOR, H. P.⁶

¹Discente do Mestrado Profissional em Medicina Veterinária - PPGVET do IFNMG; ²Discente do curso superior em Engenharia Florestal IFNMG – *Campus* Salinas; ³Docente do IFNMG – *Campus* Salinas; ⁴Docente do IFNMG – *Campus* Salinas; ⁵Discente do Doutorado da Universidade Estadual de Montes Claros (Unimontes); ⁶Discente do Mestrado Profissional em Medicina Veterinária - PPGVET do IFNMG.

Introdução

O agronegócio brasileiro, reconhecido por abastecer o mercado interno e atender à crescente demanda global, depende de uma complexa cadeia de insumos agrícolas e veterinários. Nesse cenário, revendas e distribuidoras assumem papel estratégico, especialmente diante da concentração do setor impulsionada por fundos de investimento e fusões (CADE, 2020). Com produtos similares disputando os mesmos clientes, a diferenciação competitiva reside nas equipes de vendas, que precisam aliar competências interpessoais e tecnológicas para construir relacionamentos, compreender as necessidades do produtor rural e adotar ferramentas digitais que ampliem a eficiência comercial em um mercado cada vez mais competitivo. O objetivo da pesquisa foi realizar uma análise das competências interpessoais e tecnológicas de profissionais de vendas do agronegócio.

Material e Métodos

Realizou-se estudo descritivo e transversal, com abordagem quantitativa, envolvendo 60 consultores técnicos de vendas de empresas distribuidoras de insumos agrícolas de Minas Gerais. Os critérios de inclusão contemplaram profissionais graduados em Agronomia, Medicina Veterinária ou Zootecnia, de ambos os sexos. Na sequência, foi aplicado um questionário para avaliação da presença de comportamentos associados às competências de vendas das equipes comerciais em revendas e distribuidoras de insumos agrícolas, elaborado pelo próprio autor, baseado no modelo proposto por LAS CASAS (2025), composto por perguntas objetivas, divididas em quatro categorias de competências: conhecimento, habilidade, capacidade e outras. A coleta de dados foi feita por conveniência e analisada por estatística descritiva (frequências e porcentagens) com auxílio do SPSS. Para comparações entre idade, tipo de empresa, tempo de formação e experiência em vendas, aplicou-se o teste de Kruskal-Wallis, com significância de 5%.

Resultados e Discussão

Os dados apresentados na tabela 1 evidenciaram que os profissionais de vendas no agronegócio demonstram elevado domínio em competências interpessoais e tecnológicas: 91,7% relatam possuir suficientemente a habilidade de influenciar pessoas, 88,3% em negociação, 83,3% em ouvir eficazmente e 80% em informática e tecnologia. Esses resultados refletiram a crescente importância da comunicação eficaz e da construção de relacionamentos no setor. A habilidade de ouvir eficazmente é fundamental para entender as necessidades dos clientes e adaptar as soluções oferecidas, promovendo uma abordagem mais consultiva nas vendas. Além disso, o domínio de tecnologias da informação facilita a identificação de oportunidades de negócio e a manutenção de contatos lucrativos, alinhando-se às exigências de um mercado cada vez mais digitalizado. Assim, o desenvolvimento contínuo dessas competências é crucial para o sucesso dos profissionais de vendas no agronegócio.

Considerações finais

As competências interpessoais e o domínio de recursos tecnológicos são características fundamentais para os profissionais de vendas no agronegócio. Os resultados obtidos demonstram que os participantes apresentam um bom nível de desenvolvimento dessas competências, o que reforça a importância da formação continuada e da adaptação às novas ferramentas de trabalho.

Agradecimentos

Agradecemos aos profissionais que participaram da pesquisa, às instituições que viabilizaram o desenvolvimento deste trabalho e ao Grupo de Estudos Aplicados em Inovação e Empreendedorismo no Agronegócio (NUPA).

Referências

LAS CASAS, Alexandre Luzzi. Administração de vendas. 8. ed. São Paulo: Atlas, 2005.

	n	%
Possuo suficientemente.	48	80,0

<i>Informática e Tecnologia: conhece e utiliza a tecnologia como ferramenta para facilitar sua capacidade em identificar, selecionar e realizar contatos e negócios lucrativos.</i>	Ainda não possuo suficientemente.	12	20,0
	Total	60	100,0
<i>Influência Sobre as Pessoas: estabelece credibilidade pela seleção das informações e benefícios que interessam aos clientes; constrói relacionamentos verdadeiros com seus clientes e colegas.</i>	Possuo suficientemente.	55	91,7
	Ainda não possuo suficientemente.	5	8,3
	Total	60	100,0
<i>Negociação: realiza acordos comerciais com os clientes de forma equilibrada, adicionando valor em vez de concessões; busca opções para atender aos interesses dos clientes e da empresa.</i>	Possuo suficientemente.	53	88,3
	Ainda não possuo suficientemente.	7	11,7
	Total	60	100,0
<i>Ouvir Eficazmente: desenvolve diálogos interativos com as pessoas, pergunta por mais detalhes sobre os assuntos, avalia as mensagens e fornece feedback.</i>	Possuo suficientemente.	50	83,3
	Ainda não possuo suficientemente.	10	16,7
	Total	60	100,0

Tabela 1 – Domínio em competências interpessoais e tecnológicas de profissionais de vendas. Skill (Habilidade).

Fonte: Próprio autor, 2025.