

CONHECIMENTO TÁCITO DE EQUIPES DE VENDAS NA EFICIENCIA COMERCIAL NO AGRONEGÓCIO

SILVA, L.D.¹; MENESES, J.¹; BATISTA, P.B.³; EUSTÁQUIO FILHO, A.³; SANTOS, P. E. F.³

¹Discente do Mestrado Profissional em Medicina Veterinária - PPGVET do IFNMG; ²Discente do MBA em Agronegócio USP Esalq; ³Docente do IFBA; Docente do IFNMG - *Campus* Salinas.

Introdução

O agronegócio brasileiro destaca-se no cenário mundial por sua capacidade de atender ao mercado interno e contribuir para a segurança alimentar global. Nesse contexto, a eficiência comercial tornou-se fator estratégico para empresas distribuidoras de insumos, que atuam como elos essenciais na cadeia produtiva. A crescente concentração do setor, impulsionada por fundos de investimento e pela demanda por tecnologia, exige equipes de vendas altamente capacitadas (CADE, 2020). Mais que conhecimento técnico, o desempenho competitivo depende do uso do conhecimento tácito acumulado por vendedores em campo, que favorece a construção de relacionamentos, a identificação de oportunidades e o aumento da eficiência comercial no agronegócio. Diante disso, o objetivo-se avaliar a importância do conhecimento baseado em experiências, habilidades e intuições em profissionais de vendas do setor de insumos agropecuários.

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 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 (Statistical Package for the Social Sciences). 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 da Tabela 1 demonstraram que os profissionais de vendas do agronegócio apresentam elevado domínio em três dimensões essenciais: orientação ao cliente (90%), conhecimento de produtos

e serviços (80%) e vendas e marketing (76,7%). Esses achados corroboram com Silva e Lopes (2021), ao reforçarem que o conhecimento técnico-comercial agrega valor às relações com clientes rurais. Por outro lado, a menor proficiência observada no uso de ferramentas ECR (56,7%) evidencia uma lacuna na integração de processos e colaboração com parceiros da cadeia, convergindo com Costa e Souza (2022), que apontam as competências digitais e logísticas como desafios à modernização comercial. Ademais, os resultados reforçam que o conhecimento tácito, fruto da experiência prática em campo, é determinante para antecipar demandas e otimizar negociações, conforme defendem Almeida *et al.* (2020).

Considerações finais

O conhecimento tácito é elemento-chave para a eficiência comercial no agronegócio.

Agradecimentos

Ao MBA USP Esalq, ao IFNMG, ao grupo de Estudos Aplicados em Inovação e Empreendedorismo no Agronegócio (NUPA) e aos profissionais que atuam no setor comercial do Agro pelo apoio na realização da pesquisa.

Referências

- ALMEIDA, D. F.; SILVA, L. J.; BARRETO, M. T. Aprendizagem e conhecimento tácito em equipes de vendas rurais: um estudo multicaso no setor agropecuário. **Revista de Administração e Inovação**, v. 17, n. 2, p. 45-60, 2020.
- CONSELHO ADMINISTRATIVO DE DEFESA ECONÔMICA (CADE). *Cadernos do CADE: Mercado de insumos agrícolas**. Brasília, 2020.
- COSTA, J. P.; SOUZA, A. C. Desafios da transformação digital no agronegócio: competências e integração da cadeia. **Revista de Gestão e Projetos**, v. 13, n. 3, p. 85-101, 2022.
- CUNHA, F. C.; OLIVEIRA, M. L. Estrutura dos canais de distribuição no agronegócio brasileiro: uma análise sobre o papel das revendas e cooperativas. **Revista de Economia e Sociologia Rural**, v. 59, n. 3, 2021.
- LAS CASAS, ALEXANDRE LUZZI. *Administração de vendas*. 8. ed. São Paulo: Atlas, 2005.
- SILVA, R. M.; LOPES, F. M. Competências comerciais no agronegócio: uma análise sob a perspectiva da criação de valor. *Revista de Administração do Agronegócio*, v. 13, n. 1, p. 55–71, 2021.

Tabela 1. Domínio das dimensões do conhecimento tácito pelos profissionais de vendas.

		n	%
<i>Vendas e Marketing: constrói relações com as pessoas-chave para realizar suas metas e objetivos de vendas; aplica técnicas de vendas, supera objeções e fecha acordos.</i>	Possuo suficientemente.	46	76,7
	Ainda não possuo suficientemente.	14	23,3
	Total	60	100,0
<i>Orientação ao Cliente: conhece o negócio do cliente - forças e fraquezas - dando-lhes assessoria na condução de estratégias relacionadas a seus produtos; realiza esforços extras para atender às necessidades dos clientes; resolve de forma rápida e eficaz os problemas do cliente.</i>	Possuo suficientemente.	54	90,0
	Ainda não possuo suficientemente.	6	10,0
	Total	60	100,0
<i>Produtos e Serviços: conhece os produtos, características e aplicações que comercializa e seus benefícios para seus clientes.</i>	Possuo suficientemente.	48	80,0
	Ainda não possuo suficientemente.	12	20,0
	Total	60	100,0
<i>Ferramentas ECR (Resposta Eficiente ao Consumidor): conhece e utiliza ferramentas ECR para construir relacionamento com os clientes; envolve interessados, implementa e acompanha os processos integradores para maior benefício aos clientes.</i>	Possuo suficientemente.	34	56,7
	Ainda não possuo suficientemente.	26	43,3
	Total	60	100,0

Fonte: Próprio autor, 2025.