

**UNIVERSIDADE DE SERGIPE
CAMPUS UNIVERSITÁRIO PROFESSOR ALBERTO CARVALHO
DEPARTAMENTO DE ADMINISTRAÇÃO**

ROBSON BATISTA DE SANTANA JÚNIOR

**A VIABILIDADE DO TREINAMENTO DOS VENDEDORES, COMO EDUCAÇÃO
CORPORATIVA NA COMERCIAL DE BEBIDAS SERGIPANAS – CBS EM
ITABAIANA – SE**

ITABAIANA

2021

ROBSON BATISTA DE SANTANA JÚNIOR

A VIABILIDADE DO TREINAMENTO DOS VENDEDORES, COMO EDUCAÇÃO CORPORATIVA NA COMERCIAL DE BEBIDAS SERGIPANAS – CBS EM ITABAIANA – SE

Monografia apresentada à Universidade Federal de Sergipe, Centro Campus Universitário Prof. Alberto Carvalho, Departamento de Administração, Área: Gestão de pessoas, em cumprimento às normas do Estágio Curricular regulamentadas pela Resolução nº 38/07CONEP, como um dos pré-requisitos para obtenção do grau de Bacharel em Administração.

Área: Administração de recursos humanos

Orientadora: Prof^a. Dr^a. Valdice Barbosa de Queiroz

ITABAIANA

2021

ROBSON BATISTA DE SANTANA JÚNIOR

**A VIABILIDADE DO TREINAMENTO DOS VENDEDORES, COMO EDUCAÇÃO
CORPORATIVA NA COMERCIAL DE BEBIDAS SERGIPANAS – CBS EM
ITABAIANA – SE**

Aprovada em Itabaiana/SE, ____/____/____

BANCA EXAMINADORA

Prof^a. Dr^a. Valdice Barbosa de Queiroz
Universidade Federal de Sergipe - Orientadora

Prof^a Dra Alessandra Cabral Nogueira Lima
Universidade Federal de Sergipe - Membro

Prof^a MsC Danielle Monique Cardinal Corbett
Universidade Federal de Sergipe - Membro

AGRADECIMENTOS

Agradecer. Segundo o Dicio, dicionário online de português, significa demonstrar gratidão; oferecer graças; reconhecer um bem feito por outra pessoa: agradecer um presente; agradecer a uma santa Graça adquirida; com um sorriso, agradeceu. Mas agradecer para mim e neste trabalho significa olhar para os 5 últimos anos, para os amigos da Universidade, para os professores e para minha orientadora. Olhar para dentro e agradecer a mim mesmo por nunca ter desistido mesmo quando achava impossível dar mais um passo. Nos últimos anos vivi mais do que no total de toda a minha vida. Conheci pessoas ímpares como Isabelle e Aline que olho com orgulho de nunca terem me abandonado e as quero levar para todo o resto da minha vida. Meus amigos próximos, olho com a sensação de alívio, pois eles acompanharam meu estresse diário na elaboração dessa monografia. Para meus pais, olho com a sensação de dever cumprido, afinal, sou o filho único e logo mais estarei formado pela Universidade Federal de Sergipe. A família, olho com o desejo de poder retribuir todo o apoio dado a mim. Quantas e quantas vezes me questioneei se estava seguindo o caminho certo..., mas o caminho certo é aquele em que você faz dar certo!

“Mudar é complicado, mas se acomodar é perecer!

(Mario Sérgio Cortella)

RESUMO

Administração e pessoas são elementos indispensáveis nas organizações e para desenvolver estes dois elementos, se fazem necessário processos de aprendizagem contínua, sempre identificando necessidades e criando cada vez mais conhecimento. Definir o que é criar conhecimento e como disseminá-lo nas organizações é papel do setor de recursos humanos. Dessa forma, a presente pesquisa tem como objetivo geral analisar a viabilidade do treinamento dos vendedores como educação corporativa na Comercial de Bebidas Sergipanas, de acordo com os tipos de treinamento, métodos de aplicação quanto ao tempo, local e frequência. Para encontrar os resultados, utilizou-se como meio uma pesquisa quantitativa, onde se utilizou questionários para a coleta dos dados e em seguida gráficos elaborados pelo Google® Formulários® para uma análise estatística. Sobre essa ótica foram identificados os tipos de treinamento utilizados pela empresa que são os programas de integração, treinamentos técnicos, de equipe, lideranças, rota *coaching*, reunião matinal, reunião de *engagement* e palestras. Estes treinamentos são aplicados com frequências diferentes de acordo com cada objetivo e aplicados tanto no próprio local de trabalho, na empresa, mas fora do local de trabalho, quanto fora da empresa. Os vendedores confirmaram também que a empresa se preocupa não só com o processo de aprendizagem, mas também com a percepção dos vendedores e está sempre levantando as novas necessidades para poder aprimorá-lo cada vez mais. Podendo-se concluir então a viabilidade do treinamento como educação corporativa dos vendedores com base nos métodos, formas de aplicação do treinamento e percepção dos vendedores.

Palavras – chave: conhecimento; treinamento e educação corporativa.

ABSTRACT

Administration and people are essential elements in organizations and to develop these two elements, continuous learning processes are necessary, always identifying needs and creating more and more knowledge. Defining what it is to create knowledge and how to disseminate it in organizations is the role of the human resources sector. Thus, this research aims to analyze the feasibility of training as corporate education at Comercial de Bebidas Sergipanas, according to the types of training, application methods in terms of time, place and frequency. To find the results, a quantitative research was used as a means, where questionnaires were used to collect data and then graphs prepared by Google® Forms® for statistical analysis. From this perspective, the types of training used by the company were identified, which are integration programs, technical training, team training, leadership, coaching route, morning meeting, engagement meeting and lectures. These trainings are applied at different frequencies according to each objective and applied both in the workplace itself, in the company, but outside the workplace, as well as outside the company. The sellers also confirmed that the company is concerned not only with the learning process, but also with the perception of the sellers and is always raising new needs in order to be able to improve it even more. Therefore, the feasibility of training as a corporate education of salespeople can be concluded based on the methods, forms of application of training and perception of the salespeople.

Keywords: knowledge; training and corporate education.

LISTA DE FIGURAS

FIGURA 1 - O ciclo do treinamento e suas quatro fases	15
FIGURA 2 - Os quatro tipos de treinamento	16
FIGURA 3 - Ciclo de vida do processo de aprendizagem empresarial	23

LISTA DE GRÁFICOS

GRÁFICO 1 - Perfil - sexo.....	29
GRÁFICO 2 - Perfil - idade.....	29
GRÁFICO 3 - Perfil – escolaridade	30
GRÁFICO 4 - Perfil - tempo de trabalho na empresa.....	30
GRÁFICO 5 - Perfil - experiência profissional na área antes da admissão	31
GRÁFICO 6 - Técnicas de treinamento quanto ao tempo.....	32
GRÁFICO 7 - Formas de treinamento utilizados pela empresa	33
GRÁFICO 8 - Percepção dos vendedores quanto as formas de treinamento.....	34
GRÁFICO 9 - Frequência do treinamento.....	35
GRÁFICO 10 - Percepção dos vendedores sobre a frequência dos treinamentos ...	35
GRÁFICO 11 - Local de aplicação do treinamento	36
GRÁFICO 12 - Percepção de capacitação dos aplicadores dos treinamentos	36
GRÁFICO 13 - Percepção sobre a influência do treinamento na produtividade	37
GRÁFICO 14 - Percepção sobre a viabilidade do aprendizado	38
GRÁFICO 15 - Percepção sobre atualização de conhecimentos pela empresa.....	39
GRÁFICO 16 - Percepção sobre a intenção da empresa em passar conhecimento	40
GRÁFICO 17 - Integração ou socialização na empresa	41
GRÁFICO 18 - Percepção de incentivo a novos conhecimentos	42
GRÁFICO 19 - Apoio de uso de conhecimento prévio para o exercício da função...	42
GRÁFICO 20 - Preocupação da empresa em pedir ajuda com base nos conhecimentos prévios do vendedor.....	43

LISTA DE QUADROS

QUADRO 1 - Formas de treinamento e desenvolvimento	17
QUADRO 2 - Mudanças de paradigmas de treinamento para a aprendizagem	24
QUADRO 3 - Quantidade de questões da pesquisa	28
QUADRO 4 - Encontros coletivos para discussão de melhorias na CBS	39

SUMÁRIO

1	INTRODUÇÃO	10
2	A ADMINISTRAÇÃO DE RECURSOS HUMANOS	12
3	TREINAMENTO	14
3.1	Planejamento de treinamento	15
3.2	Tipos de treinamento	16
3.3	Formas e Técnicas de treinamento	16
4	CRIAÇÃO DO CONHECIMENTO ORGANIZACIONAL	20
4.1	O processo de agregar pessoas à empresa	20
4.2	Geração do conhecimento	20
5	EDUCAÇÃO CORPORATIVA	23
6	METODOLOGIA	26
6.1	Caracterização da pesquisa	26
6.2	Instrumentos de coleta de dados	26
6.3	Análise dos dados coletados	27
6.4	Universo e amostra da pesquisa	27
7	APRESENTAÇÃO DOS RESULTADOS, DISCUSSÃO E ANÁLISES	28
7.1	Breve apresentação da empresa	28
7.2	Análise e discussão dos resultados	28
7.2.1	Perfil dos vendedores	28
7.2.2	Treinamento	31
7.2.3	Educação corporativa	38
7.2.4	Criação do conhecimento organizacional	41
8	CONSIDERAÇÕES FINAIS	44
8.1	Quanto aos objetivos específicos e gerais	45
8.2	Quanto as limitações da pesquisa	45
8.3	Quanto a sugestões e próximas pesquisas	46
	REFERÊNCIAS	47
	APÊNDICES	51
	APÊNDICE A – QUESTIONÁRIO	51
	APÊNDICE B – TERMO DE CONSENTIMENTO	57

1 INTRODUÇÃO

A administração de recursos humanos em uma empresa pode ser marcada pela união de técnicas e ferramentas que permitem possibilitar a manutenção, desempenho e desenvolvimento de pessoas com treinamento para fins de melhores resultados organizacionais, (SOUZA, 2017).

O treinamento é uma das formas de criação de conhecimento organizacional mais utilizado pelas empresas em todos os seus níveis, do tácito ao operacional. As empresas atuais lidam com a educação de forma frequente e espontânea de modo com que se faça do aprendizado um processo contínuo (CHIAVENATO, 2010).

Com base nisso, a presente pesquisa trata da necessidade de conhecer como o processo de treinamento viabiliza a educação corporativa dos colaboradores na empresa.

Como norte da pesquisa, adotou-se como objetivo geral a análise da viabilidade do treinamento dos vendedores, como educação corporativa na Comercial de Bebidas Sergipanas – CBS. E, para que este objetivo fosse alcançado, delimitou-se, como objetivos específicos, investigar as formas de treinamento e métodos de aplicação utilizados pela empresa; identificar a percepção da equipe de vendedores sobre os treinamentos utilizados pela empresa e verificar a viabilidade do treinamento como educação corporativa.

A pesquisa trará uma contribuição para a administração à medida que se entende que treinamento é importante para que a empresa tenha trabalhadores preparados para as mudanças de um mercado cada vez mais estratégico e competitivo, já a educação corporativa tornou-se um tema de interesse pois há de se perceber que treinar de forma sistêmica nada mais é do que educar, e fazer esse tipo de movimento numa empresa, acaba gerando benefício tanto para os trabalhadores que se desenvolvem como profissionais, quanto para empresa que também se desenvolve e mais facilmente atinge seus objetivos.

A metodologia adotou a pesquisa quantitativa e contemplou, inicialmente, o levantamento bibliográfico dos dados acerca do tema abordado, o que se deu por meio da leitura de livros e/ou artigos na *internet*. O procedimento adotado para a pesquisa de campo, de caráter quantitativo, através do uso de questionário elaborado

pelo autor como meio de coleta de dados. Este questionário foi construído na plataforma do Google® Formulários® e aplicado junto aos vendedores da empresa.

A estrutura do trabalho conta com um referencial bibliográfico que aborda temas como: A administração de recursos humanos, contextualizando os seus princípios básicos, mostrando seus objetivos e a importância de desenvolvê-los. São abordadas questões elementares acerca do treinamento, como os seus conceitos, tipos, formas, locais de aplicação, importância e consequências de se aplicar o treinamento de maneira correta. No Capítulo 4 aborda-se a criação do conhecimento organizacional, onde se fala sobre o processo de agregar pessoas à empresa e todo o processo de geração de conhecimento. No Capítulo 5 é apresentado aspectos relacionados à educação corporativa, onde se vê o ciclo de vida do processo de aprendizagem empresarial, as mudanças de paradigma de treinamento para a aprendizagem entre outros conceitos sobre este tema.

2 A ADMINISTRAÇÃO DE RECURSOS HUMANOS

Os princípios básicos da teoria da administração refletem a união de inúmeros pioneiros no decorrer do tempo, cada qual com a sua contribuição em determinado ramo de atividade e de divulgação de suas teorias.

Em 400 a.c., a faculdade de administração foi concebida por Sócrates na Grécia. Os princípios de planejar, organizar e controlar foram desenvolvidos possibilitando o estudo circunstancial das relações humanas, contabilidade, divisão internacional de trabalho e estudo de sistemas políticos dando origem à abordagem clássica da administração. A partir da revolução industrial houve um maior desenvolvimento dos princípios gerais da administração por conta do avanço tecnológico, da ampliação abrangente de mercado e por conta da mudança nas relações e formas de trabalho. Foi nesse contexto, que a administração se revelou como ciência. A teoria geral dos recursos humanos teve seu desenvolvimento interposto em diferentes fases. No início do século XX, eram responsáveis pelas contratações, demissões e pagamentos. Posteriormente, na década de 30 do século passado com o desenvolvimento tecnológico começaram a desempenhar papéis relevantes no tocante ao treinamento de pessoal, entrevistas e toda a promoção de funcionários. Nessa fase, houve o início dos sindicatos como fator protetivo das relações e condições de trabalho entre empresas e funcionários (CHIAVENATO, 2008).

Skinner (1997), desenvolve que todo o sistema de pessoal busca averiguar o conhecimento e amplitude dos recursos humanos como objeto central das relações de capital e de trabalho. Nesse contexto, todas as empresas possuem procedimentos de pessoal bem definidos dentro da política interna da empresa que regulamentam todas as nuances que envolvem as relações vigentes de trabalho.

Chiavenato (2010, p.7), traça que os principais objetivos da ARH são:

- 1) Proporcionar à empresa os talentos e competências mais adequados ao seu funcionamento, desenvolvê-lo e mantê-los em longo prazo na organização.
- 2) Proporcionar às pessoas trabalho e ambiente adequados de tal modo que se sintam bem e motivadas a permanecer e a trabalhar com dedicação.
- 3) Proporcionar condições de perfeito alinhamento entre os objetivos empresariais e os objetivos individuais das pessoas.

A metodologia relacionada à gerência de pessoas envolve um conjunto organizado de ferramentas dinâmicas por meio de 6 (seis) processos básicos: o de agregar, aplicar, recompensar, desenvolver, manter e monitorar pessoas (SKINNER, 1997).

Como aponta Chiavenato (2008), as especificidades tratadas pelos departamentos referem-se a aspectos externos e internos das instituições. Os aspectos externos ou ambientais referem-se a: pesquisas de condições mercadológicas e de trabalho, ligações sindicais, pesquisa geral de salários e benefícios em geral. Os aspectos internos regulam diretamente ações como: a análise e avaliação dos cargos, treinamento, desempenho, plano de carreira e políticas salariais, além de fatores relacionados às condições de salubridade, segurança e benefícios sociais.

Ribeiro (2012 p.16), trata dos desafios do mundo globalizado com a utilização do conhecimento das pessoas dessa forma:

Em uma época em que a globalização, a competição, o forte impacto da tecnologia e as céleres mudanças se tornaram os maiores desafios fora da organização, a vantagem competitiva das empresas hoje está na maneira como o conhecimento das pessoas é utilizado, de forma a colocá-lo logo e eficazmente em ação, na busca de soluções satisfatórias e de novos produtos e serviços inovadores.

Apesar de as instituições deterem vários recursos, entende-se que a chave para o desenvolvimento se encontra nos recursos humanos. “Na verdade, as pessoas são os únicos recursos vivos e inteligentes de uma empresa, capazes de lidar com todos os demais recursos empresariais.” (CHIAVENATO 2010 p.3).

Mostrando ser essencial desenvolver este recurso, Chiavenato (2010 p.4), descreve então que:

São os recursos humanos – as pessoas – os únicos recursos que proporcionam inteligência, conhecimentos, competências e decisões que põem em ação todos os demais recursos empresariais, que são inertes, estáticos e sem vida própria.

3 TREINAMENTO

O treinamento no exercício das atividades públicas ou privadas no ambiente de trabalho não é resultado somente do sistema administrativo ou de máquinas de produção. O fator humano influencia decisivamente sobre a eficácia e a eficiência na entrega do serviço ou produto.

A partir disto, vê-se como é fundamental a capacitação e participação do colaborador para se manter uma empresa, do mesmo modo que Reichel (2008, p.26), complementa sobre longevidade de uma empresa:

A empresa, para ter longevidade, precisa aprender a conviver com pessoas, isto é, clientes, empregados, fornecedores e tantos outros. As pessoas estão presentes em todos os processos, portanto o convívio democrático e tolerante faz com que a empresa adquira um grau de confiabilidade e identidade específico, caracterizando-a e diferenciando-a das outras. Portanto, podemos perceber que quem constrói a longevidade da empresa são as pessoas. Por isso, deve ser construída uma boa base de capacitação e potencial humano.

Abaixo se apresenta três conceitos diferentes de treinamento, segundo alguns autores:

Chiavenato (2009, p. 389), conceitua treinamento como:

o processo educacional focado no curto prazo e aplicado de maneira sistemática e organizada através do qual as pessoas aprendem conhecimentos, habilidades e competências em função de objetivos definidos.

Ferreira (1979, p.219), define treinamento como:

treinamento dentro de uma empresa poderá objetivar tanto a preparação do elemento humano para o desenvolvimento de atividades que virá a executar, como desenvolvimento de suas potencialidades para o melhor desempenho das que já executa.

Toledo (1986) conceitua treinamento como “A ação de formação e capacitação de mão-de-obra, desenvolvida pela própria empresa, com vistas a suprir suas necessidades.”

Dessa forma, o treinamento segundo os autores acima citados, resume-se a capacitação e desenvolvimento do funcionário de acordo com a necessidade levantada pela empresa para atingir objetivos.

Contudo, para que um treinamento funcione da maneira programada, Chiavenato (2010, p.65), aponta um ciclo de quatro fases, como aponta a figura 1:

FIGURA 1 - O ciclo do treinamento e suas quatro fases



Fonte: CHIAVENATO (2010, p.65)

Dessa forma, assegura-se que, quando bem levantadas as necessidades do treinamento, se faça um planejamento adequado, execute-o da maneira correta, a probabilidade de se obter resultados condizentes com os objetivos são grandes.

Como objetivos específicos do treinamento, Marras (2000 *apud*, Pezzi e Figueiredo 2013, p.68), aponta três: formação profissional, especialização e reciclagem, todos com intuito de capacitar o colaborador quanto as suas funções para que haja o melhor desempenho possível do colaborador e conseqüentemente da empresa.

3.1 Planejamento de treinamento

Ao que se fala no tocante de planejar um treinamento eficaz, Reichel (2008, p.128), define as seguintes etapas:

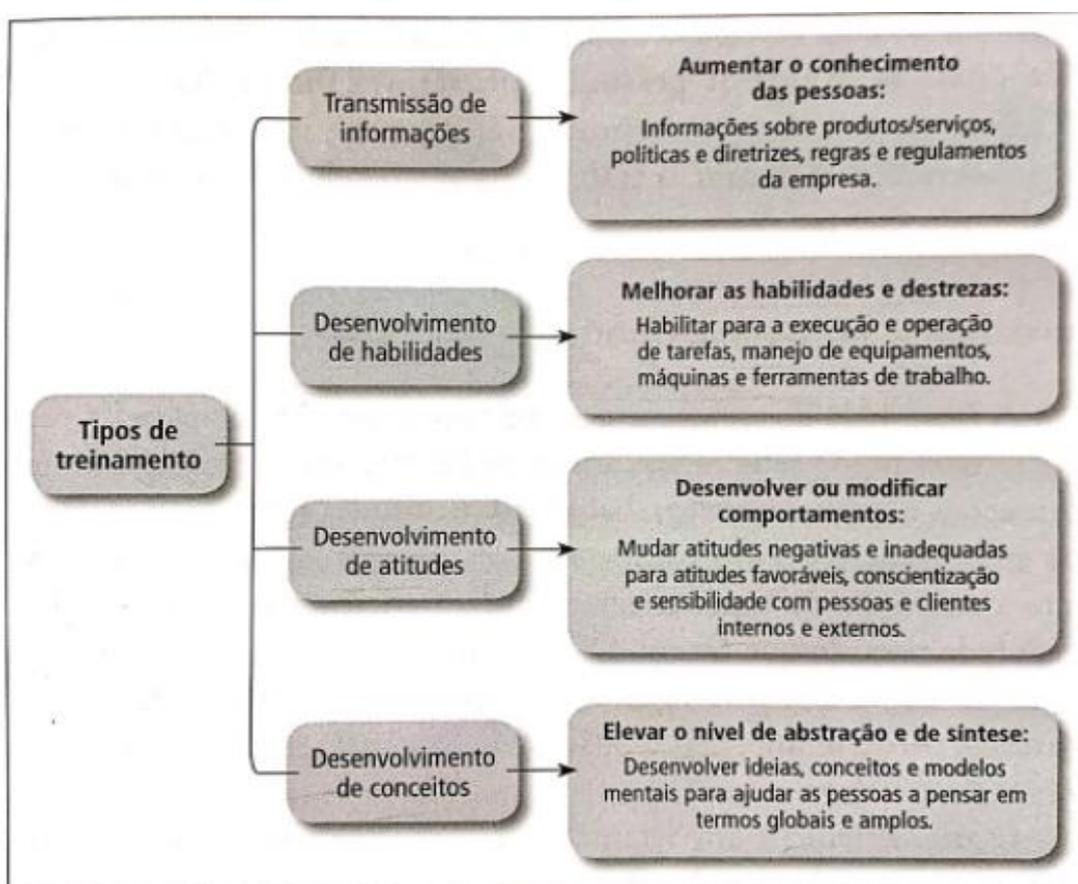
- **Quantificar o treinamento necessário:** é a relação entre o número de pessoas a serem treinadas e a necessidade de treinamento de cada um deles.
- **Definir a data do treinamento:** determinar o momento em que cada necessidade de treinamento deve ser suprida. É necessário seguir critérios econômicos e avaliar a prioridade para tornar cada funcionário mais produtivo, no menor tempo possível e com a melhor relação de retorno sobre o investimento.
- **Classificar as necessidades quanto ao conteúdo:** devem ser analisadas de acordo com os conhecimentos, habilidades e atitudes, os gerentes devem colaborar com essas informações para uma maior precisão.

- **Eleger a metodologia para cada necessidade de T&D:** definir o melhor método ou combinações de métodos sob a relação de custo x benefício

3.2 Tipos de treinamento

Existem várias abordagens diferentes para treinar os colaboradores de uma empresa, Chiavenato (2010 p.63), define os tipos de treinamento em quatro, que estão apresentados na figura 2:

FIGURA 2 - Os quatro tipos de treinamento



Fonte: CHIAVENATO (2010, p.63)

3.3 Formas e Técnicas de treinamento

Quanto as formas Pereira et al (2018, p.61-62), elabora um quadro variado sobre as formas de treinamento e desenvolvimento e sua descrição baseando-se em vários autores:

QUADRO 1 - Formas de treinamento e desenvolvimento

Formas	Descrição
Programa de integração	Promove meios para a adaptação do novo funcionário à empresa. Um programa de integração aborda o histórico da instituição, seus valores, missão, visão e a sua cultura (WEISS, 2013).
Treinamento técnico	É de fundamental importância, para a produtividade, qualidade da produção e/ou serviços prestados. Demandam à necessidade de treinamento técnico: nova tecnologia, acidentes de trabalho, reclamações recebidas etc. (REICHEL, 2008).
Treinamento de equipes	Visa melhorar a eficácia de equipes, ou seja, as equipes envolvem-se em um ciclo que consiste em identificar as suas metas, ter interações interpessoais e tomar atitudes para alcançar as metas. Esse ciclo é repetido conforme as metas são alcançadas, e a equipe parte para novas metas e tarefas (NOE, 2015).
Treinamento de lideranças	Refere-se ao treinamento recebido pelos líderes sobre como solucionar conflitos dentro da equipe, sobre como ajudar a coordenar as atividades ou outras habilidades (NOE, 2015).
Treinamento <i>on the job</i>	Refere-se ao ensino no próprio local de trabalho e durante o expediente por meio da observação de pares ou gerentes no desempenho de suas atividades (NOE, 2015).
Cursos	Programas de curta duração, de um dia até duas semanas. Indicado para o aprendizado de um conjunto restrito e específico de conhecimentos (BOOG, 2001).
Palestras	Utilizada para passar informações sobre modelos conceituais ou comportamento-chave aos aprendizes, antes que eles recebam um treinamento mais interativo e personalizado (NOE, 2015).
<i>Workshop</i>	Um tipo muito especial de curso, onde a ênfase está no exercício de alguma habilidade e não na aquisição de um conhecimento (HARAZIM, 2001).
<i>Coaching</i>	Relacionamento de ajuda e apoio do Coach a um aprendiz, para que este, por sua vez possa atingir determinado resultado, aumentando seus conhecimentos e conseqüente seu desempenho (REICHEL, 2008).
<i>Mentoring</i>	Relação em que uma pessoa mais experiente (o mentor) se volta a ensinar e preparar outra pessoa com menos conhecimento ou familiaridade em determinada área. (REICHEL, 2008).
Aprendizagem de aventura	Método de aprendizagem experiencial que foca no desenvolvimento de trabalho em equipe e de habilidades de liderança por meio de atividades estruturadas, podendo ser realizadas ao ar livre. Pode envolver atividades físicas exaustivas e desafiadoras e parece ser mais adequada ao

	desenvolvimento de habilidades relacionadas à eficácia de grupos, como autoconhecimento, resolução de problemas, gestão de conflitos, entre outras (NOE, 2015).
--	---

Fonte: Pereira et al (2018, p. 61-62)

Reichel (2008) fala sobre as técnicas de treinamento quanto ao tempo, que são elencadas em duas: Treinamento de indução ou de ingresso à empresa e Treinamento depois do ingresso no trabalho. Já sobre as técnicas de treinamento quanto ao local de aplicação ele as define em duas: Treinamento no local de trabalho ou Treinamento fora do local de trabalho.

No que se dá por execução de treinamento quanto ao local de aplicação, Chiavenato (2010 p.69) elabora que pode ser feita de três maneiras diferentes:

- 1) *No próprio local de trabalho do funcionário:* o treinamento é executado onde o funcionário trabalha e enquanto trabalha. Não há necessidade de sair da seção para ser treinado. É o caso do treinamento das habilidades e destrezas na operação das máquinas e dos equipamentos que o funcionário utiliza no próprio cargo, como calculadoras, computador, terminais de informação etc.
- 2) *Na empresa, mas fora do local de trabalho:* o treinamento é executado em alguma sala de aula ou em outro local dentro da empresa. Não há necessidade de sair da empresa, mas o funcionário se desloca para outra seção. É o caso do treinamento de novas atitudes ou de novos conhecimentos que exigem uma sala de aula especial. É o caso também do programa de integração de novos funcionários na empresa.
- 3) *Fora da empresa:* o treinamento é executado em local fora da empresa ou em uma escola ou instituição externa. É o chamado treinamento externo. É o caso do treinamento de novos conhecimentos especializados que exigem instrutores especialistas de outras organizações ou empresas.

Nesse raciocínio, Dias (2010) afirma que a produtividade não é consequência apenas das pessoas em máquinas ou processos de produção, é também a vontade das pessoas que trabalham nas empresas, da satisfação, suas necessidades e anseios, que devem ser avaliados e medidos por uma pesquisa de clima, que consiga medir o grau de satisfação dos empregados. Oliveira e Junior (2013) afirmam que proporcionar um clima organizacional favorável é uma forma de incentivar o comportamento positivo dos empregados.

A percepção que os trabalhadores têm do ambiente de trabalho voltados para o treinamento se tornou, nos últimos anos, uma variável importante para as organizações. Isso porque, as mudanças ocorrem em tempo real, fazendo com que as organizações tentem conhecer melhor a suas dinâmicas buscando identificar como seus funcionários veem a cultura da organização e as implicações que ocorre no local de trabalho (SANCHES; CASTRO, 2015).

Essa preocupação com a percepção que o trabalhador tem do ambiente de trabalho, coloca a organização num patamar de vantagens, uma vez que, essa percepção implica positivamente ou negativamente na conduta e comportamento individual do funcionário, que pode interferir na lucratividade da empresa (STEFANO et al., 2014).

Os estudos sobre o treinamento no trabalho não se resumem apenas a motivação. Robbins (2000, p.6) diz que “o treinamento organizacional se refere a estudos sobre os impactos que as pessoas, grupos e estruturas têm sobre o comportamento dentro das organizações e como esse comportamento afeta o desempenho organizacional.”

Assim, ao longo dos anos surgiram diversas abordagens englobadas pelo Comportamento Organizacional, dentre as quais, o treinamento seria uma ligação que vincularia o indivíduo à organização, levando-o a fazer sacrifício em prol dela. Assim, indivíduos comprometidos tendem a querer permanecer na organização por mais tempo do que aqueles que não são com ela comprometidos (OLIVEIRA & COSTA 2016).

4 CRIAÇÃO DO CONHECIMENTO ORGANIZACIONAL

No limiar da discussão sobre o conhecimento organizacional, devemos entender a importância de recrutar bem o colaborador e integrá-lo à equipe da melhor maneira possível.

4.1 O processo de agregar pessoas à empresa

Na perspectiva de Chiavenato (2008), organizações e pessoas apesar de não nascerem juntas, elas podem se escolher durante sua trajetória de forma em que a aplicação de esforços de ambos seja focado em trazer bons resultados e essa combinação se dá por meio do recrutamento, onde as organizações manifestam suas necessidades e as pessoas o seu interesse de participação. Sendo assim, todo o procedimento de agregar pessoas está centrado no objeto central de inclusão de pessoas numa empresa. O que só pode ser considerado por meio da geração de conhecimento

Logo após recrutar, deve-se integrar e socializar o colaborador gerando conhecimento prévio para o início das atividades. Como propõe Caxito (2008), a integração do indivíduo auxilia na captação dos valores e hábitos comuns entre os funcionários e socializando esse indivíduo pode-se confirmar qualidades valiosas e excluir aquelas que não agreguem na organização.

4.2 Geração do conhecimento

A criação do conhecimento organizacional tem se constituído numa poderosa ferramenta para a compreensão do comportamento humano nas organizações. Esta terminologia é uma forma metafórica de se referir a maneira como as pessoas se relacionam num ambiente organizacional.

Conforme Andrade et al. (2015), o termo teve como pioneiros em seu uso, os psicólogos sociais Lewin, Lippitt e White quando fizeram pesquisa publicando no ano de 1939. Na pesquisa apresentaram conceitos sobre atmosfera social que também ficou conhecida como clima social, o estudo referia a processos sociais, comportamentais e emocionais.

Para Takeuchi e Nonaka (2008) “O conhecimento é essencialmente relacionado com a ação humana”. Uma organização não pode criar conhecimento sem indivíduos. A organização apoia os indivíduos criativos ou lhes proporciona contextos para a criação do conhecimento.

A criação do conhecimento organizacional, pois, deve ser entendida como um processo que amplia “organizacionalmente” o conhecimento criado pelos indivíduos, cristalizando-o como parte da rede de conhecimentos da organização (TAKEUCHI E NONAKA, 2008).

O conhecimento organizacional é um dos elementos de grande centralidade no campo do comportamento organizacional e tem sido uma das variáveis psicológicas mais investigadas em organizações. Os autores explicam que esse elemento está relacionado com o estudo das percepções construídas pelos indivíduos frente aos diversos aspectos do seu trabalho. Assim, o clima organizacional está entre os atributos mais relevantes que regula e orienta o comportamento humano nas organizações (MENEZES E GOMES, 2010).

O conhecimento deve ser recebido e convertido para os colaboradores, mas ainda assim é um desafio para as empresas, o que pode ser confirmado Schlesinger et all (2008, p. 5):

O maior desafio das organizações, na atualidade, está em aprender a converter o conhecimento dos seus colaboradores em conhecimento organizacional. As inquietações e a complexidade dessa “nova era” começam pelas próprias tentativas de possibilitar a verbalização ou explicitação do recurso conhecimento. Um recurso que, ao contrário dos outros, como os recursos financeiros, naturais ou a mão-de-obra, é dificilmente compreendido, classificado, medido ou transmitido. É um recurso invisível, intangível, de difícil imitação e que teve, ao longo da história, diferentes significados e funções.

A conversão do conhecimento encontra-se em quatro formas: Socialização, externalização, combinação e internalização, estas formas interagem de forma que os conhecimentos explícito e tácito formem um novo tipo de conhecimento para indivíduo. (TAKEUCHI E NONAKA, 2008).

Takeuchi e Nonaka (2008, p.60) definem socialização, quando:

O indivíduo pode adquirir conhecimento tácito diretamente dos outros sem utilizar a linguagem. Os aprendizes trabalham com seus mestres e aprendem a sua arte não através da linguagem, mas da observação, da imitação e da prática. No cenário de negócios, treinamento no trabalho usa basicamente o mesmo princípio. A chave para a aquisição do conhecimento tácito é a experiência. Sem alguma forma de experiência compartilhada, é extremamente difícil que uma pessoa se projete no processo de raciocínio de outro indivíduo.

Takeuchi e Nonaka (2008, p.62) definem a externalização, como: “é a quintessência do processo de criação do conhecimento, no qual o conhecimento tácito se transforma em explícito, tomando a forma de metáforas, analogias, conceitos, hipóteses ou modelos.”

Takeuchi e Nonaka (2008, p.65) definem combinação, quando: “os indivíduos trocam e combinam o conhecimento através de meios como documentos, reuniões, conversas telefônicas ou de redes de comunicação computadorizadas”

Takeuchi e Nonaka (2008, p.67) afirmam que a Internalização:

É um processo de incorporação do conhecimento explícito em conhecimento tácito. Está intimamente ligada ao “aprender fazendo”. Quando as experiências através da socialização, externalização e combinação são internalizadas nas bases de conhecimento tácito do indivíduo, na forma de modelos mentais compartilhados ou know-how técnico, tornam-se um patrimônio valioso.

Conhecimento, portanto, é o conjunto de percepções, sentimentos e tendências comportamentais relacionadas aos diversos aspectos do trabalho dos colaboradores de uma organização. Não pode ser visualizado e nem mesmo ser tocado, no entanto, do ponto de vista psicológico, é possível percebê-lo; já na visão de Luz (2003), embora seja intangível, ele se materializa nas instituições através de indicadores que, de certa forma, mostram a qualidade e, portanto, através da rotatividade, absenteísmo, greves, conflitos interpessoais e interdepartamentais.

Atualmente, existe uma preocupação muito grande com a percepção das pessoas sobre o ambiente de trabalho, por parte das organizações públicas e privadas, pois cresce o número de estudos sobre clima e até mesmo, publicação de listas de empresas que buscam se destacar pelo ambiente de trabalho, tanto no Brasil quanto no mundo. Esse diferencial dá destaque para a empresa como o melhor lugar para trabalhar, atraindo as mãos de obra mais qualificadas do mercado de trabalho para a organização (ANDRADE et al., 2015).

É uma expectativa que crescentemente chama a atenção das organizações. Pessoas que trabalham em lugares satisfatórios vivem mais felizes, possuem produtividade melhor e apresentam melhor qualidade de vida, tanto profissional, quanto pessoal. Inclusive, nos períodos modernos e com a desenvolvida tecnologia, é cada vez mais complicado delimitar, com precisão, vida profissional e vida privada (DUARTE, 2017). Fazendo uma das necessidades, treinar para que haja um bom desenvolvimento profissional e pessoal.

5 EDUCAÇÃO CORPORATIVA

Visto que o mercado está cada vez mais competitivo, as empresas não podem deixar de tentar estar sempre a frente dos seus concorrentes e uma estratégia para que isso aconteça é investir em conhecimento para com os seus colaboradores. Neste capítulo, serão mostradas as premissas e as vantagens de se manter uma educação corporativa.

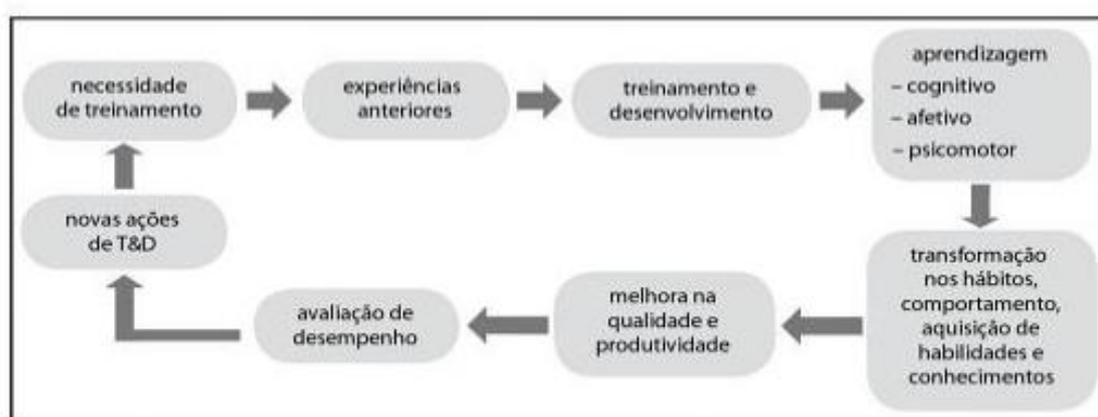
Com o mercado dinâmico e cada vez mais competitivo, as empresas estão mudando a abordagem da formação educacional dos seus colaboradores, trazendo para a responsabilidade de viabilizar o aprendizado para a empresa e com o objetivo de melhorá-la (MUNHOZ, 2001).

A aprendizagem é algo passado desde os primeiros momentos de vida de um ser humano, e é definido por Reichel (2008, p.118) como sendo:

O processo pelo qual as pessoas adquirem novas habilidades e conhecimentos. É a mudança das pessoas por meio de experiências aprendidas e experiências pessoais, hábitos, crenças, valores etc. Essas experiências adquiridas podem acontecer em seu meio ambiente inconscientemente e conscientemente, quando nos interessamos por determinados assuntos e procuramos o conhecimento, quando, por exemplo, nos matriculamos em um curso.

A figura a seguir, demonstra intuitivamente como se dá o processo de aprendizagem organizacional, de acordo com Reichel (2008).

FIGURA 3 - Ciclo de vida do processo de aprendizagem empresarial



Fonte: Reichel (2008, p.64)

Madrugá (2018, p.28) aponta o verdadeiro motivo da implementação da educação corporativa como:

Implementar educação corporativa em uma empresa não deve ser uma ação visando o marketing interno. O verdadeiro compromisso da educação corporativa, antes de mais nada, é criar uma cultura organizacional de desenvolvimento contínuo das pessoas com foco em alto desempenho.

De acordo com Silva et al (2009), a educação corporativa é um instrumento que desenvolve recursos humanos para reter talentos fazendo com que os colaboradores aprendam entre si, com o objetivo de solucionar problemas atendendo os desafios de os manter da melhor forma na era do conhecimento, onde tudo é dinamizado e compartilhado com toda a equipe.

Madruga (2018), revela que a educação corporativa é um tema muito atual e que sendo que realizada de forma estruturada e com o intuito de educar organizações, chegou para ficar e substituir os treinamentos isolados.

Madruga (2018, p.27) delinea o seu conceito de educação corporativa como:

A verdadeira Educação Corporativa ocorre quando a organização estabelece um processo contínuo, vigoroso e planejado de implementação de várias modalidades educacionais fundamentadas em métodos e técnicas de ensino estruturados e motivadores, visando ao desenvolvimento de competências nos seus colaboradores e parceiros sem excluir grupos nem cargos.

A educação corporativa passou a ser entendida como uma forma maior e mais elaborada de promover a aprendizagem nas empresas e se comparado ao treinamento existiram algumas quebras de paradigmas. A tabela a seguir, mostra a mudança de paradigmas de treinamento para a aprendizagem:

QUADRO 2 - Mudanças de paradigmas de treinamento para a aprendizagem

ANTIGO PARADIGMA DE TREINAMENTO	→	PARADIGMA DE APRENDIZAGEM DO SÉCULO XXI
Prédio	LOCAL	Aprendizagem disponível sempre que solicitada, em qualquer lugar e qualquer hora.
Atualizar qualificações técnicas	CONTEÚDO	Desenvolver competências básicas do ambiente de negócios.
Aprender ouvindo	METODOLOGIA	Aprender agindo.
Funcionários internos	PÚBLICO ALVO	Equipes de funcionários, clientes e fornecedores de produtos.
Professores/ consultores de universidades externas	CORPO DOCENTE	Gerentes seniores internos e um consórcio de professores universitários e consultores.
Evento único	FREQUÊNCIA	Processo de contínuo aprendizagem.

Desenvolver o estoque de qualificações do indivíduo	META	Solucionar problemas empresariais reais e melhorar o desempenho no trabalho.
---	-------------	--

Fonte: MEISTER, J. Apud SILVA et al (2009, p.81).

Uma vez com paradigmas quebrados, a forma de aprendizado se altera realizando-se uma melhoria continua na forma de instruir e incentivar os colaboradores ao desenvolvimento pessoal e profissional, ambos de ganho mútuo para a empresa. Sendo uma iniciativa organizacional que visa a garantir um processo continuo e estruturado de aprendizagem vinculada a objetivos estratégicos. (CRUZ, 2010)

6 METODOLOGIA

O presente capítulo retrata a abordagem de pesquisa, a técnica utilizada para coleta de dados e o tipo de análise dos resultados na Comercial de Bebidas Sergipanas – CBS.

6.1 Caracterização da pesquisa

Quanto ao método foi utilizado o método quantitativo, para análise da perspectiva dos vendedores, que segundo Raupp e Beuren (2003) caracteriza-se pelo emprego de instrumentos estatísticos, tanto na coleta quanto no tratamento de dados, além de fornecer uma maior precisão dos resultados. Foi realizado a priori uma pesquisa exploratória, com uma visita a empresa na data de 11/06/2021 com o intuito de verificar a viabilidade do estudo na empresa escolhida e foi dado prosseguimento ao trabalho com outras abordagens. Por exemplo, a pesquisa realizada neste trabalho preocupou-se em analisar os dados colhidos, registrá-los, classificá-los e interpretá-los, sem a interferência do autor conforme explica Andrade (2002). Além de ter como objetivo a observação, o registro e interpretação de um fenômeno sem o objetivo de comprovar ou refutar hipóteses exploratórias, e sem a interferência do pesquisador na pesquisa segundo nos indica Alyrio (2009).

6.2 Instrumentos de coleta de dados

O instrumento utilizado para a coleta de dados dos vendedores foi um questionário. Moresi (2003) define questionário como “um instrumento de coleta de dados constituído por uma série ordenada de perguntas que devem ser respondidas por escrito pelo informante, sem a presença do pesquisador.”

O questionário contou com 26 questões distribuídas entre as variáveis: perfil do respondente, treinamento, educação corporativa e criação do conhecimento organizacional. Foi elaborado pelo autor deste trabalho, contendo 27 questões e foi aplicado via plataforma Google® Formulários®. Na data de 12 de novembro de 2021 foi aplicado um questionário de pré-teste com 3 empregados da própria empresa, que não faziam parte da amostra, para que se analisasse a confiabilidade e assertividade

da estrutura do questionário. O questionário se mostrou assertivo e confiável para os fins da pesquisa e foram aplicados aos 29 vendedores na data de 16 de novembro de 2021.

6.3 Análise dos dados coletados

Os dados coletados via questionário, foram tabulados em forma de gráficos por meio da ferramenta Google® Formulários® de forma automática, oferecida pela plataforma ao receber uma resposta do formulário. Segundo Rampazzo (2005, p.68) “A interpretação vai consistir em expressar o verdadeiro significado do material que se apresenta, em termos dos propósitos do estudo a que se dedicou”. Dessa forma então, os dados uma vez tabulados foram analisados com o intuito de analisar a viabilidade do treinamento como educação corporativa na Comercial de Bebidas Sergipanas-CBS

6.4 Universo e amostra da pesquisa

Ao realizar uma pesquisa, é necessário definir alguns fatores, como universo e amostra. Moresi (2003) diz que: “Universo ou população: é o conjunto de seres animados ou inanimados que apresentam pelo menos uma característica em comum.” No trabalho aqui apresentado, não foi utilizado uma amostra, mas sim todo o universo da equipe de vendedores (29 vendedores), pretendendo obter um resultado mais assertivo sobre a visão deste grupo perante o treinamento aplicado pela Comercial de Bebidas Sergipanas – CBS da cidade de Itabaiana/SE.

7 APRESENTAÇÃO DOS RESULTADOS, DISCUSSÃO E ANÁLISES

A seguir serão apresentados os resultados obtidos pelo questionário aplicado em função da busca pelos objetivos desta pesquisa, utilizando de gráficos, explicações textuais e relacionando com teorias de vários autores, para analisar a viabilidade do treinamento como educação corporativa na Comercial de Bebidas Sergipanas – CBS.

7.1 Breve apresentação da empresa

A Comercial de Bebidas Sergipanas– CBS, está localizada na BR 235, KM 48, Povoado Estreitos, na zona rural do município de Itabaiana/SE. Trata-se de uma das empresas comandadas pelo Grupo Mitidieri, responsável por ser revendedora dos produtos Ambev no estado de Sergipe. A empresa CBS, atua no mercado de revenda de bebidas desde 2001, atendendo 56 municípios sergipanos e seu quadro de funcionários é de 146 colaboradores, sendo distribuídos em: área administrativa: 23; apoio logístico: 20; distribuição urbana: 48; puxada: 5 e vendas: 50, sendo 29 vendedores externos.

7.2 Análise e discussão dos resultados

QUADRO 3 - Quantidade de questões da pesquisa

Variáveis do questionário	Quantidade de perguntas
Perfil dos respondentes	6
Treinamento	9
Educação corporativa	5
Criação do conhecimento organizacional	6
TOTAL DE PERGUNTAS:	26

Fonte: elaborado pelo autor, 2021.

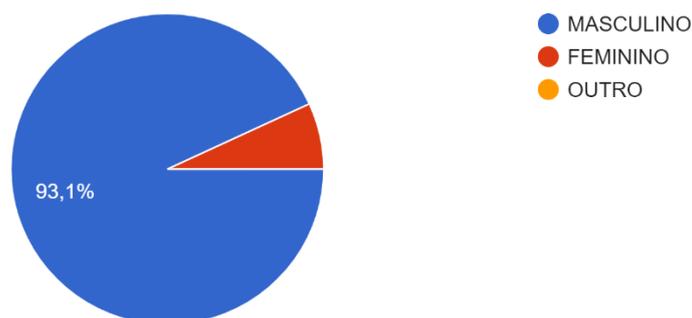
7.2.1 Perfil dos vendedores

A pesquisa foi aplicada em 100% dos vendedores da Comercial de Bebidas Sergipanas – CBS e foram levantadas as seguintes informações:

GRÁFICO 1 - Perfil - sexo

SEXO

29 respostas



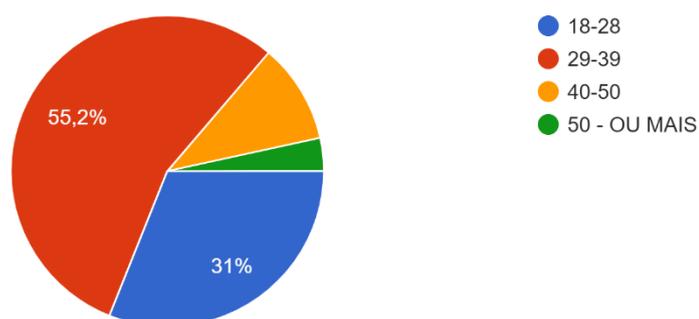
Fonte: Google® Formulários®, elaborado pelo autor, 2021.

93,1% dos participantes da pesquisa são do sexo masculino e 6,9% são do sexo feminino.

GRÁFICO 2 - Perfil - idade

IDADE

29 respostas



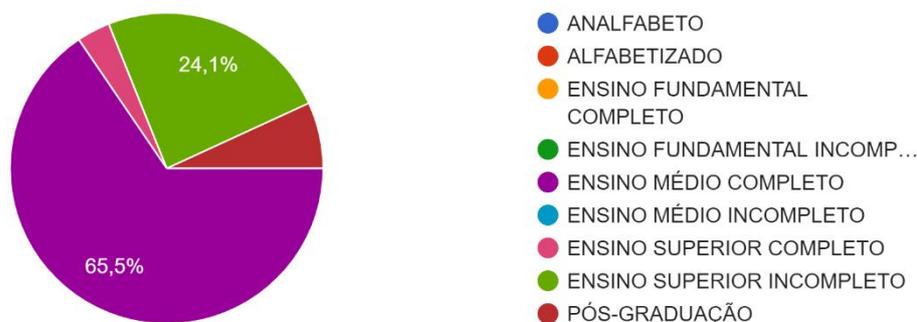
Fonte: Google® Formulários®, elaborado pelo autor, 2021.

Dentre eles 55,2% dos participantes têm entre 29-39 anos, 31% têm entre 18-28 anos, 3,4% têm entre 40-50 anos e apenas 0,4% tem 50 anos ou mais.

GRÁFICO 3 - Perfil – escolaridade

ESCOLARIDADE

29 respostas



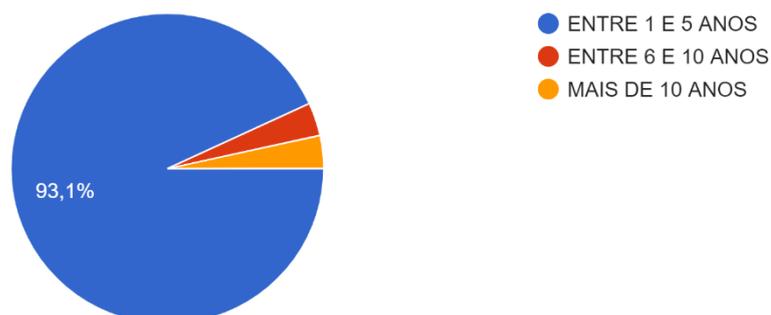
Fonte: Google® Formulários®, elaborado pelo autor, 2021.

Quanto a escolaridade 65,5% dos participantes afirmam ter ensino médio completo, 24,1% o ensino superior incompleto, 6,9% o grau de pós-graduação e 3,4% ensino superior completo.

GRÁFICO 4 - Perfil - tempo de trabalho na empresa

QUANTO TEMPO TRABALHA NA EMPRESA?

29 respostas



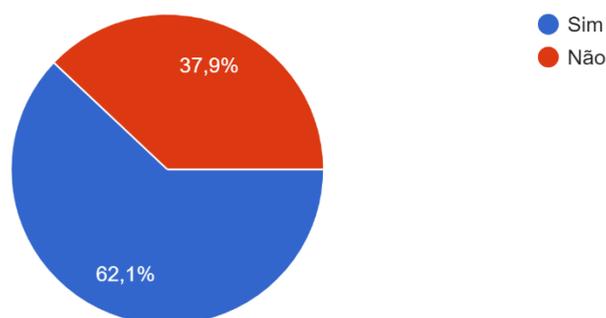
Fonte: Google® Formulários®, elaborado pelo autor, 2021.

No tocante ao tempo de trabalho, 93,1% estão na empresa entre 1 e 5 anos, 3,4% estão na empresa entre 6 e 10 anos e os outros 3,4% estão na empresa a mais de 10 anos.

GRÁFICO 5 - Perfil - experiência profissional na área antes da admissão

ANTES DE SER ADMITIDO NA EMPRESA, VOCÊ JÁ TEVE EXPERIÊNCIA PROFISSIONAL NA ÁREA DE VENDAS ?

29 respostas



Fonte: Google® Formulários®, elaborado pelo autor, 2021.

Sobre a experiência profissional na área de vendas 62,1% dos participantes afirmam já terem tido experiências anteriores a ser admitido pela empresa e os outros 37,9% se afirmaram sem nenhuma experiência na área.

A partir destes levantamentos pode-se traçar um perfil para os vendedores da Comercial de Bebidas Sergipanas: vendedor do sexo masculino, com idade entre 29-39 anos, que no mínimo cursou o ensino médio completo, está trabalhando na empresa entre 1 a 5 anos e já teve experiência profissional na área de vendas.

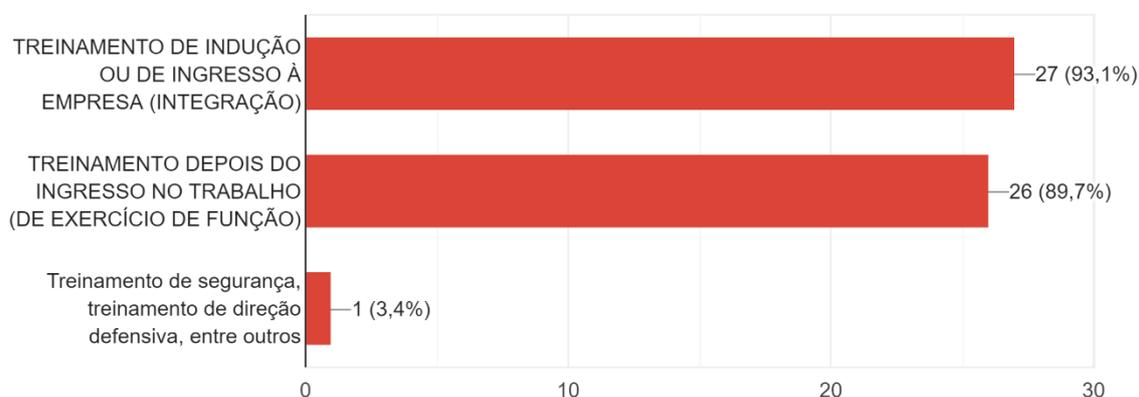
7.2.2 Treinamento

Quando questionados sobre o treinamento na empresa que eles trabalham, 100% dos vendedores afirmaram existir treinamento. De acordo com Oliveira & Costa (2016), treinar vincula o indivíduo a organização o que resulta em comprometimento e um maior tempo de permanência na empresa. Dessa forma podendo justificar então o tempo de trabalho detectado no gráfico 4 do subitem anterior, onde 93,1% dos respondentes têm entre 1 e 5 anos de trabalho prestados para a empresa e conta com pessoas de até mais de 10 anos.

GRÁFICO 6 - Técnicas de treinamento quanto ao tempo

SOBRE AS TÉCNICAS DE TREINAMENTO QUANTO AO TEMPO, A EMPRESA APLICA ALGUM DESSES:

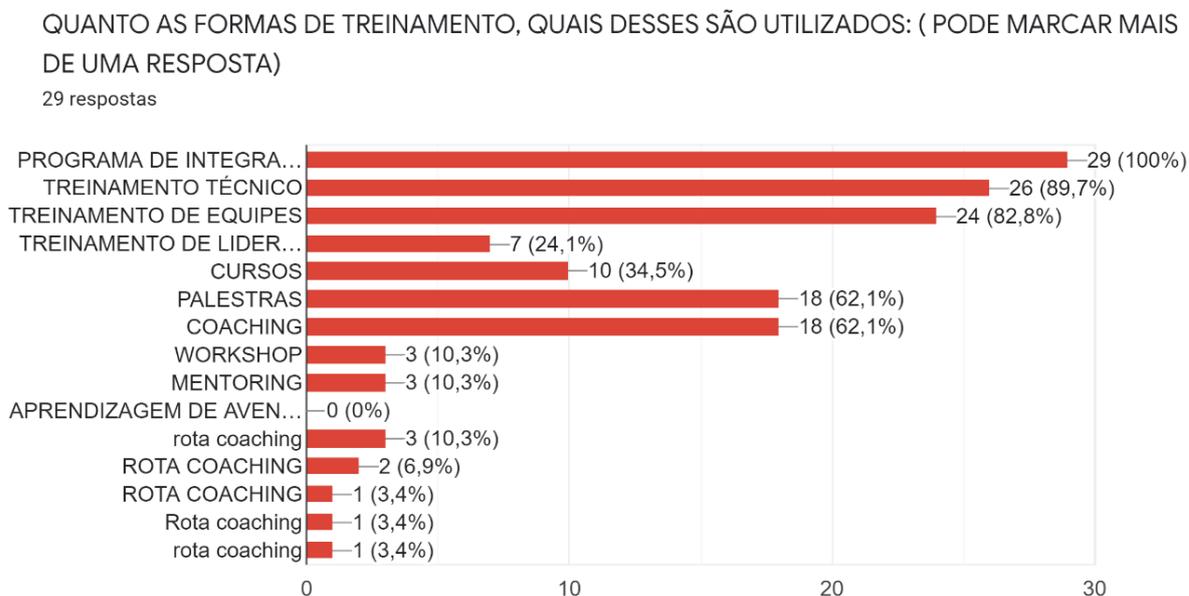
29 respostas



Fonte: Google® Formulários®, elaborado pelo autor, 2021.

Sobre as técnicas de treinamento quanto ao tempo, 93,1% dos vendedores afirmaram existir um treinamento de indução, ou ingresso à empresa (integração), 89,7% desses vendedores também afirmaram existir treinamentos depois do ingresso no trabalho (de exercício de função) e 3,4% afirma que existe treinamentos de segurança, direção defensiva e entre outros. Os treinamentos citados pelos 3,4% não se encaixam como técnica de treinamento quanto ao tempo assim como foi citado por Reichel (2008), mas podem se encaixar nas duas modalidades de integração e de exercício de função facilmente.

GRÁFICO 7 - Formas de treinamento utilizadas pela empresa



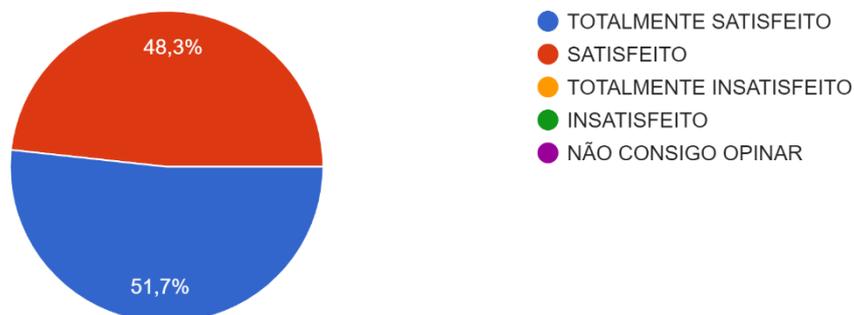
Fonte: Google® Formulários®, elaborado pelo autor, 2021.

Quanto as formas de treinamento, o gráfico acima mostra quais as formas mais usadas de treinamento pela empresa e pode-se perceber também que além das formas pré-estabelecidas, os vendedores elencaram também uma forma chamada Rota Coaching, que segundo a Gestora de Gente e Gestão da empresa, é um momento de aprendizagem entre o supervisor de vendas e o vendedor, onde se é analisada a rotina básica de atendimento que ao final do dia fazem uma reunião para discutir os pontos fracos e os pontos fortes da rotina básica do vendedor, que como pode-se perceber relação direta com o que Pereira et al (2018 *apud* Noe 2015) refere-se ao treinamento *on the job*, que objetiva o ensino no próprio local de trabalho, durante o expediente e acontece por meio da observação de pares ou gerentes no desempenho de suas atividades.

GRÁFICO 8 - Percepção dos vendedores quanto as formas de treinamento

COMO VOCÊ SE SENTE SOBRE AS FORMAS DE TREINAMENTO OFERECIDOS PELA EMPRESA?

29 respostas



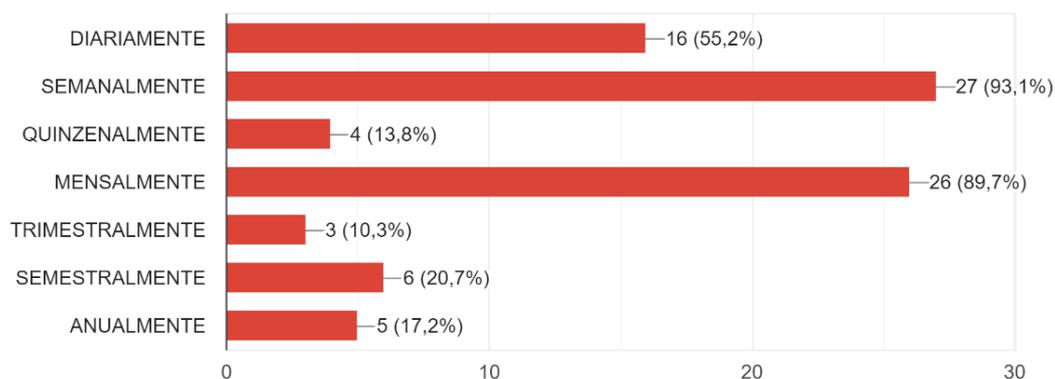
Fonte: Google® Formulários®, elaborado pelo autor, 2021.

Com base nas formas de treinamento aplicados pela empresa 51,7% afirmam se sentir totalmente satisfeitos com as e 48,3% afirmam estar satisfeitos. Então pode-se perceber que os vendedores estão satisfeitos de maneira geral, como mostra o gráfico acima, o que pela visão de Sanches; Castro (2015), pode-se afirmar que a empresa está no caminho correto quando se fala em formas de treinamento, pois mudanças estão ocorrendo em tempo real e a percepção dos trabalhadores é muito importante, pois ajuda a organização a conhecer melhor as suas dinâmicas e as implicações que ocorrem no local de trabalho.

GRÁFICO 9 - Frequência do treinamento.

QUAL A FREQUÊNCIA DE TREINAMENTO OFERECIDO PELA EMPRESA? (PODE MARCAR MAIS DE UMA RESPOSTA)

29 respostas



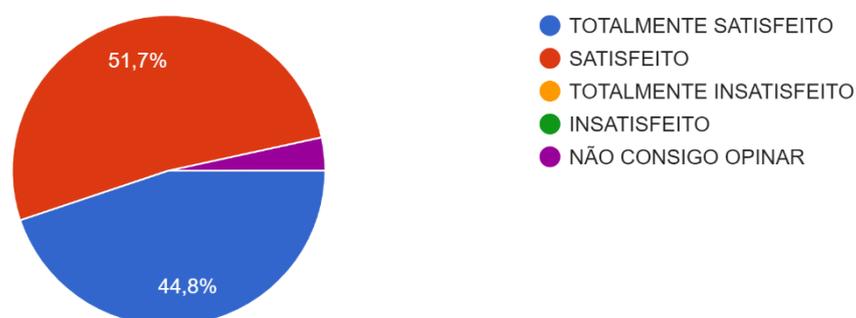
Fonte: Google® Formulários®, elaborado pelo autor, 2021.

O gráfico que apresentado acima, mostra a frequência de treinamento ofertada pela empresa, onde pode-se perceber assim que a empresa possibilita aprendizagem contínua praticamente durante todo o ano. Sendo que a maioria 93,1%, afirma ter treinamentos semanais, logo após vem os treinamentos mensais e os diários.

GRÁFICO 10 - Percepção dos vendedores sobre a frequência dos treinamentos

COMO VOCÊ SE SENTE SOBRE A FREQUÊNCIA DOS TREINAMENTOS OFERECIDOS PELA EMPRESA?

29 respostas



Fonte: Google® Formulários®, elaborado pelo autor, 2021.

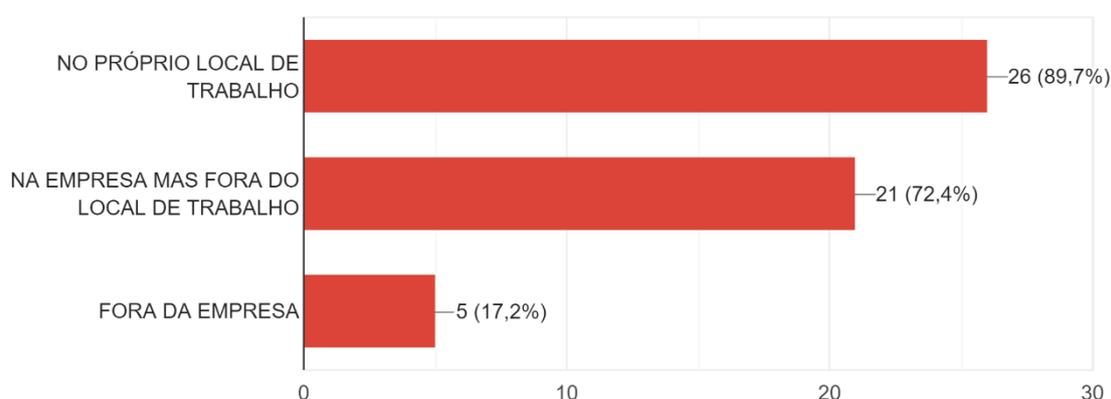
Ao serem questionados como se sentem em relação a frequência de treinamentos oferecidos 51,7% dos vendedores afirmam estar satisfeitos, 44,8%

afirmam estar totalmente satisfeitos e apenas 3,4% afirma não conseguir opinar sobre essa frequência, o que leva a perceber que no geral, os vendedores estão satisfeitos com essa frequência, mostrando assim que a empresa está no caminho correto, como já foi abordado sobre a importância da percepção do trabalhador por Sanches; Castro (2015).

GRÁFICO 11 - Local de aplicação do treinamento

QUANTO AO LOCAL, ONDE O TREINAMENTO SE APLICA? (PODE MARCAR MAIS DE UMA RESPOSTA)

29 respostas



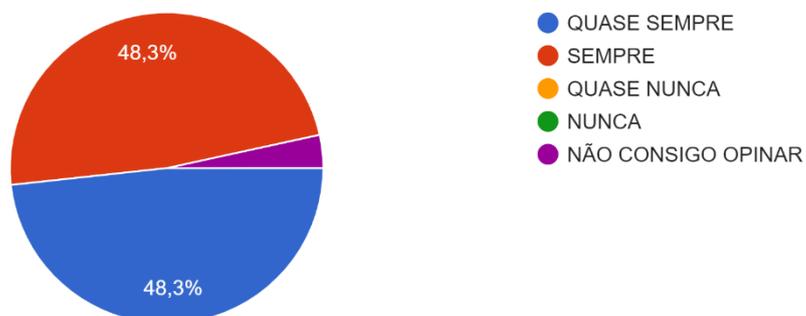
Fonte: Google® Formulários®, elaborado pelo autor, 2021.

Quanto ao local de aplicação 89,7% dos vendedores afirmam que recebem treinamento no próprio local de trabalho, 72,4% afirma receber treinamento na empresa, mas fora do local de trabalho e apenas 17,2% afirmam receber treinamentos fora da empresa. Assim, assumindo as três formas de execução de treinamento quanto ao local de aplicação abordadas por Chiavenato (2010).

GRÁFICO 12 - Percepção de capacitação dos aplicadores dos treinamentos

OS PROFISSIONAIS QUE APLICAM OS TREINAMENTOS NA SUA EMPRESA SE DEMONSTRAM CAPACITADOS?

29 respostas



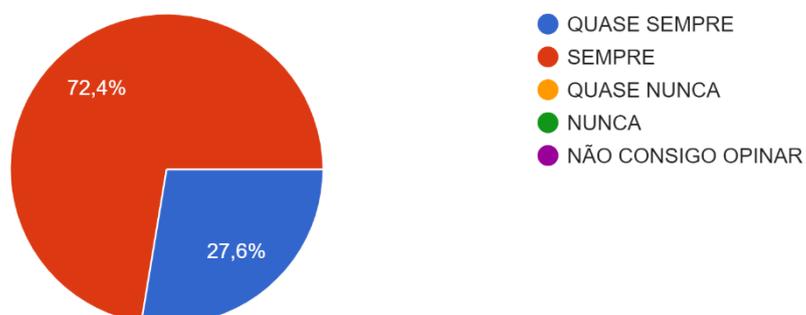
Fonte: Google® Formulários®, elaborado pelo autor, 2021.

Quando questionados se os profissionais que aplicam os treinamentos na sua empresa se demonstram capacitados 48,3% dizem que quase sempre, 48,3% dizem que sempre e 3,4% diz não conseguir opinar sobre a capacitação dos profissionais. Sendo assim possível perceber que no geral, os vendedores acham que os profissionais são capacitados.

GRÁFICO 13 - Percepção sobre a influência do treinamento na produtividade

VOCÊ CONSIDERA QUE OS TREINAMENTOS OFERECIDOS PELA SUA EMPRESA AJUDAM NA SUA PRODUTIVIDADE?

29 respostas



Fonte: Google® Formulários®, elaborado pelo autor, 2021.

Sobre os treinamentos ajudarem na produtividade do vendedor 72,4% afirma que sempre e 27,6% afirma que quase sempre. Assim, percebe-se que no geral os

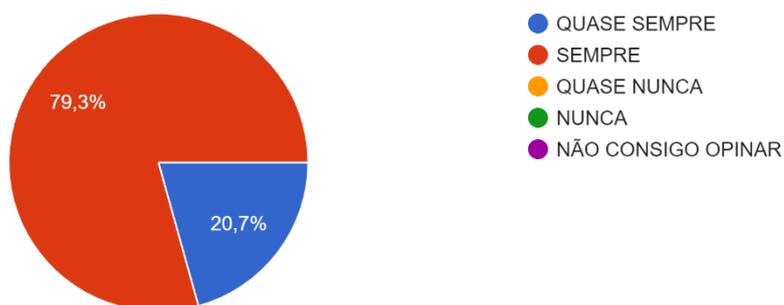
treinamentos oferecidos pela empresa ajudam na produtividade. Porém, Dias (2010), que afirma a produtividade não seja apenas das pessoas em máquinas ou processos de produção, elas devem estar satisfeitas com o ambiente de trabalhos. O que na CBS se confirma conforme mostrado nos gráficos 8 e 10 desse subitem.

7.2.3 Educação corporativa

GRÁFICO 14 - Percepção sobre a viabilidade do aprendizado

VOCÊ ACHA QUE A EMPRESA SE PREOCUPA EM VIABILIZAR APRENDIZADO PARA OS VENDEDORES?

29 respostas



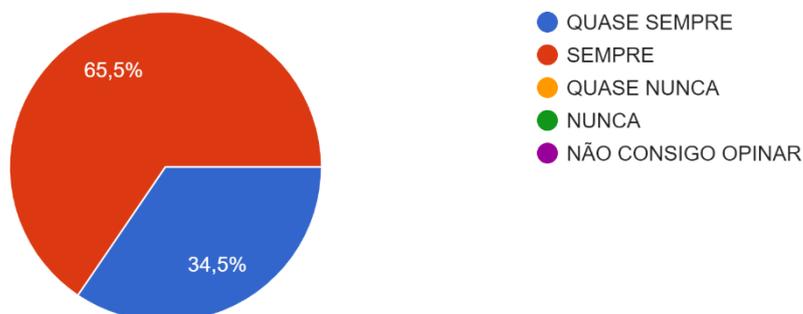
Fonte: Google® Formulários®, elaborado pelo autor, 2021.

Ao serem questionados se a empresa se preocupa em viabilizar aprendizado para os vendedores 79,3% afirma que sempre e 20,7% afirma que quase sempre. O que leva a perceber que os vendedores acreditam que a empresa em que trabalham está quase sempre viabilizando aprendizado assim como já ficou constatado anteriormente quando viu-se as formas e frequência do treinamento na empresa. Ajudando assim a confirmar o que Chiavenato (2008) diz sobre agregar pessoas, que é sobre juntar esforços de ambos para trazer bons resultados. Tornando válida também a afirmação de Madruga (2018), onde se fala que educar o funcionário é criar uma cultura organizacional de desenvolvimento contínuo das pessoas com foco em alto desempenho. O que gera um ganho mútuo tanto para a empresa quanto para o funcionário.

GRÁFICO 15 - Percepção sobre atualização de conhecimentos pela empresa

VOCÊ ACHA QUE A EMPRESA ESTÁ BUSCANDO CADA VEZ MAIS ATUALIZAR E MELHORAR O APRENDIZADO DOS VENDEDORES?

29 respostas



Fonte: Google® Formulários®, elaborado pelo autor, 2021.

Assim como 65,5% dos respondentes dizem que quase sempre a empresa está buscando se atualizar mais e melhorar o aprendizado para os vendedores e 34,5% dizem que essa busca de atualização e melhoria acontece quase sempre, levando a perceber que no geral, a empresa está sim procurando sempre melhorias quanto a aprendizagem dos vendedores.

Dos entrevistados, 100% afirmou que a empresa promove encontros coletivos para discutir melhorias e solução de problemas. Dos encontros citados, foram categorizados como reunião matinal, super matinal, reunião de casos críticos e pesquisa de *engagement*. A gestora de gente e gestão define essas reuniões elencadas pelos vendedores assim como disposto no quadro a seguir:

QUADRO 4 - Encontros coletivos para discussão de melhorias na CBS

Nome da reunião	Descrição
Reunião matinal	É uma reunião com todos os vendedores, que acontece todas as manhãs, onde se alinham os objetivos que a equipe vai buscar nos PDV (pontos de venda) além de discutir os resultados do dia anterior e repassar os passos da rotina básica do vendedor.
Pesquisa de <i>engagement</i>	Serve para identificar como está a opinião do funcionário sobre as condições do trabalho. Após a realização dessa pesquisa, é realizada uma reunião para discussão dos pontos

	que precisam ser melhorados e é criado um plano de ação para solucionar os casos mais críticos apontados pelos vendedores. Acontece anualmente.
Reunião de casos críticos	É uma reunião que acontece entre o vendedor e seu supervisor imediato quando o vendedor ainda não conseguiu bater meta na primeira quinzena do mês.
Super matinal	É uma reunião mensal, onde são apresentados a todos os vendedores o fechamento do mês anterior, assim como apresentação das metas do mês atual. Apresentação e premiação para melhores vendedores. Como também treinamentos diversos.

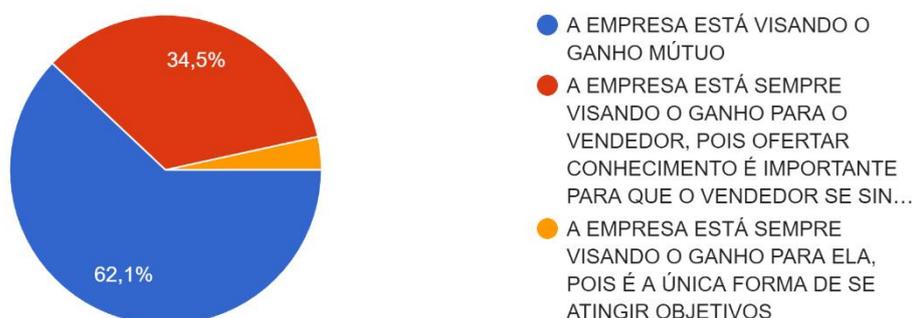
Fonte: Elaborado pelo autor, 2021.

Sobre o conhecimento passado para os vendedores pela empresa, o gráfico abaixo mostra que 62,1% afirma que a empresa está visando o ganho mútuo, 34,5% afirma que a empresa está sempre visando o ganho para o vendedor, pois ofertar conhecimento é importante para que o vendedor se sinta motivado e apenas 3,4% afirma que a empresa está sempre visando o ganho para ela, pois é a única forma de atingir os seus objetivos.

GRÁFICO 16 - Percepção sobre a intenção da empresa em passar conhecimento

SOBRE O CONHECIMENTO PASSADO PARA VOCÊ PELA EMPRESA:

29 respostas



Fonte: Google® Formulários®, elaborado pelo autor, 2021.

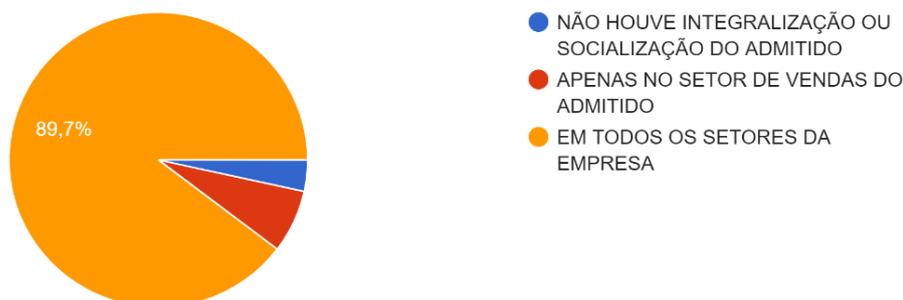
7.2.4 Criação do conhecimento organizacional

100% dos vendedores concordam que a empresa dá o apoio necessário quanto a criação do conhecimento para exercer a sua função, assim confirmando mais uma vez como anteriormente foi citado que a empresa disponibiliza treinamentos depois do ingresso no trabalho (de exercício de função). Concordando com Takeuchi e Nonaka (2008) quando falam que criar conhecimento organizacional é um processo que amplia o conhecimento criado pelos indivíduos e cristalizando-o como parte da rede de conhecimentos da organização.

GRÁFICO 17 - Integração ou socialização na empresa

DURANTE O PERÍODO DE ADMISSÃO, A EMPRESA OFERTOU ALGUM TIPO DE INTEGRAÇÃO OU SOCIALIZAÇÃO?

29 respostas



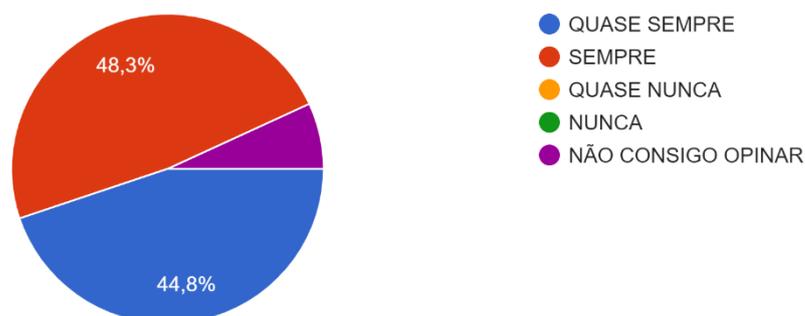
Fonte: Google® Formulários®, elaborado pelo autor, 2021.

Como mostra o gráfico acima, apenas 3,4% dos vendedores afirmaram não existir integralização ou socialização do admitido, enquanto 6,9% afirmaram existir apenas no setor de vendas do admitido e 89,7% afirmaram que a empresa ofertou algum tipo de integralização ou socialização em todos os setores da empresa. O que é de grande valor para a organização, pois acordo com Caxito (2008), a integração do indivíduo auxilia na captação dos valores e hábitos comuns entre os funcionários e socializando esse indivíduo pode-se selecionar quais valores absorver para a organização.

GRÁFICO 18 - Percepção de incentivo a novos conhecimentos

A EMPRESA QUE VOCÊ TRABALHA INCENTIVA DE ALGUMA FORMA A CRIAÇÃO DE NOVOS CONHECIMENTOS ?

29 respostas



Fonte: Google® Formulários®, elaborado pelo autor, 2021.

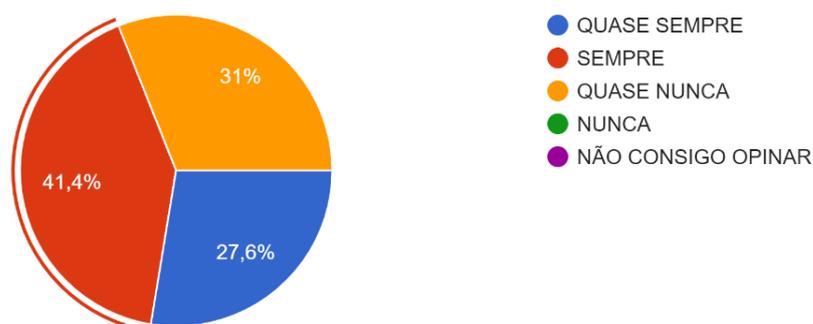
Quando questionados se a empresa em que trabalham incentiva de alguma forma a criação de novos conhecimentos, 48,3% afirmam sempre receberem esse incentivo, 44,8% afirma quase sempre receber esse incentivo e 6,9% declara não conseguir opinar. Os vendedores de modo geral afirmam quase sempre receber esse incentivo da parte da empresa.

Quanto ao uso do conhecimento prévio do vendedor para lidar com o exercício da sua função, os vendedores se dividiram nas respostas, entre sempre, quase sempre e quase nunca, como pode-se ver no gráfico abaixo:

GRÁFICO 19 - Apoio de uso de conhecimento prévio para o exercício da função

A EMPRESA APOIA O USO DE CONHECIMENTO PRÉVIO DO VENDEDOR PARA LIDAR COM O EXERCÍCIO DA SUA FUNÇÃO?

29 respostas



Fonte: Google® Formulários®, elaborado pelo autor, 2021.

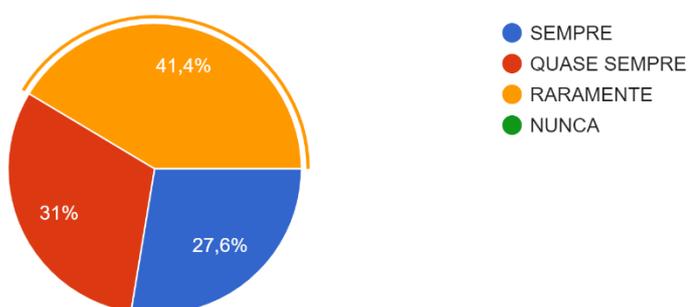
Essa divisão de respostas possivelmente acontece devido ao que Schlesinger (2008) afirma ser um desafio para as organizações que é converter o conhecimento dos seus colaboradores em conhecimento organizacional. O que pode levar a hipótese de que o uso de conhecimentos prévios seja aprovado por cada supervisor separadamente e não como um comando geral para toda a empresa. Ou a hipótese também de que não haja conhecimento prévio, desde que seja um vendedor que nunca teve experiência profissional na área de vendas, que é o caso de 37,9% dos vendedores.

Assim como anteriormente os vendedores se dividiram na opinião quanto ao uso de conhecimentos prévios, também se dividiram quando perguntados se a empresa se preocupa em pedir a sua ajuda com base nos seus conhecimentos prévios antes de resolver alguma situação do exercício da função, como mostra o gráfico a seguir:

GRÁFICO 20 - Preocupação da empresa em pedir ajuda com base nos conhecimentos prévios do vendedor

A EMPRESA SE PREOCUPA EM PEDIR SUA AJUDA COM BASE NOS SEUS CONHECIMENTOS PRÉVIOS ANTES DE RESOLVER ALGUMA SITUAÇÃO DO EXERCÍCIO DA SUA FUNÇÃO?

29 respostas



Fonte: Google® Formulários®, elaborado pelo autor, 2021.

Quando questionados como se sentem em relação a abertura da empresa para troca de ideias para a resolução de problemas, 55,2% dos vendedores responderam estar satisfeitos, 37,9% responderam estar totalmente satisfeitos e 6,9% declararam não conseguir opinar. De maneira geral pode-se entender que os vendedores estão satisfeitos com a abertura da empresa para a troca de ideias.

8 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Nesta pesquisa foram constatadas as formas de treinamento e os métodos de aplicação quanto ao local e a frequência. Foram identificadas as percepções dos vendedores quanto ao treinamento na empresa, podendo-se concluir de maneira satisfatória no geral e confirmar a viabilidade do treinamento como educação corporativa com base nos métodos de aprendizagem e a percepção dos vendedores.

Entende-se que o papel do departamento de recursos humanos, na empresa denominado de área de gente e gestão, está cada vez mais centrado no desenvolvimento de ações voltadas para o planejamento e como fator propulsor de mudanças benéficas dentro do sistema da organização, realizando tarefas como: contratação de pessoas, treinamento, motivação, tomada de decisões e gerenciamento de pessoal como forma de benefício mútuo utilizando a educação corporativa. Assim como tratado pelos autores no início desta pesquisa.

Com base nos autores citados, percebe-se que o treinamento tem como finalidade melhorar o desenvolvimento profissional do colaborador na organização, no desempenho das suas funções além de visar o aperfeiçoamento das habilidades e dos conhecimentos. Percebe-se também que o treinamento pode trazer um grande retorno para o profissional e para a empresa, pois um profissional mais qualificado terá uma motivação maior na execução das tarefas e conseqüentemente a maior produtividade do empregado contribuirá efetivamente para os resultados da organização. Assim como ficou constatado na CBS de acordo com esta pesquisa.

Contudo, o treinamento e suas várias faces se mostra um tanto quanto poderoso quando se fala de aumento na produtividade e desempenho da empresa junto com seus funcionários, mostrando-se uma ferramenta indispensável neste cenário que vivemos, de empresas que aprendem. Apesar desta ferramenta existir a muito tempo na academia, este trabalho aponta que é viável educar a corporação dessa maneira e ainda existem várias outras faces a serem aplicadas e exploradas de acordo com as necessidades individuais de cada empresa.

8.1 Quanto aos objetivos específicos e gerais

Objetivo específico número um que consistia em investigar as formas de treinamento e métodos de aplicação utilizados pela empresa, foi alcançado. Tendo como formas de treinamento os programas de integração, treinamento técnico, treinamento de equipes, treinamento de lideranças, cursos, palestras, coaching, *workshop*, e *rota coaching*. E os métodos de aplicação em sua maioria diariamente, semanalmente e mensalmente quanto a frequência. Quanto ao local, recebem no próprio local de trabalho, na empresa, mas fora do local de trabalho e fora da empresa.

Objetivo específico número dois que buscava identificar a percepção da equipe de vendedores sobre os treinamentos utilizados pela empresa foi alcançado, de modo que os vendedores se mostraram satisfeitos com as formas, frequência e local de aplicação dos treinamentos, além de que, satisfeitos com a empresa sobre qualquer tipo de indução de aprendizagem por parte da empresa.

Objetivo específico número três, que visava verificar a viabilidade do treinamento como educação corporativa, também se alcançou, visto que a empresa está sempre se atualizando para melhorar o processo de aprendizagem dos seus funcionários, colocando aplicadores de treinamento capacitados para instruir seus vendedores, além de que o feedback da equipe quanto aos treinamentos se dão de maneira positiva.

O objetivo geral, que foi “analisar a viabilidade do treinamento como educação corporativa dos vendedores da Comercial de Bebidas Sergipanas – CBS”, foi alcançado, conforme comprovado pelo êxito dos três objetivos específicos citados acima, o que leva à dedução, a partir das constatações fornecidas pelos vendedores, que existe viabilidade do treinamento com educação corporativa na empresa.

8.2 Quanto as limitações da pesquisa

Para a elaboração desta pesquisa, poucas foram as limitações, mas na perspectiva do autor, a maior foi ter acesso somente ao acervo da internet para referencial bibliográfico, que por mais que exista bastante conteúdo on-line, filtrar conteúdo científico tomou grande parte do tempo desta pesquisa. E os livros de maior valor e significado para esse tipo de pesquisa são pagos, coisa que se houvesse

acesso a biblioteca do campus no período de pandemia não seria necessário realizar esse tipo de gasto.

8.3 Quanto a sugestões e próximas pesquisas

Como legado deste trabalho para as próximas pesquisas da mesma área de interesse sugere-se o aprofundamento sobre a influência que a educação corporativa possa ter na produtividade do vendedor, construindo, a partir da aplicação de instrumentos de coleta de dados mais específicos, relações entre produtividade e/ou resultados e o grau de participação/aproveitamento em treinamentos promovidos pela empresa. Outra sugestão é utilizar outras variáveis na análise do aproveitamento do treinamento dentro do ambiente corporativo, a exemplo do incremento no lucro após a adoção dos treinamentos, o que provaria a viabilidade e eficácia deste instrumento de administração.

REFERÊNCIAS

ALYRIO, Rovigati Danilo. **Métodos e Técnicas de Pesquisa em Administração**. Rio de Janeiro: Fundação Cecierj, 2009. Disponível em: <https://canal.cecierj.edu.br/recurso/6448>. Acesso em 10 de maio de 2021.

ANDRADE, S. M. de.; FISCHER, A. L.; STEFANO, S. R. **Confiança Organizacional e Interpessoal como uma Dimensão de Clima Organizacional: Um estudo a partir da percepção dos empregados das organizações que pretendem se destacar pela qualidade do ambiente de trabalho**. III Encontro de GP e Relações de Trabalho, João Pessoa-PB, 2015. Disponível em: <https://www.redalyc.org/pdf/3372/337241514007.pdf>. Acesso em: 13 de agosto de 2021.

CAXITO, Fabiano de Andrade. **Recrutamento e seleção de pessoas**. Curitiba: IESDE Brasil S.A., 2008. Disponível em: <http://www2.videolivriaria.com.br/pdfs/4848.pdf>. Acesso em 12 de maio de 2021.

CHIAVENATO, Idalberto. **Gestão de pessoas: o novo papel dos recursos humanos nas organizações**. 3. ed. – Rio de Janeiro: Elsevier, 2008

CHIAVENATO, Idalberto. **Gestão de pessoas**. São Paulo: 3. ed., 2009

CHIAVENATO, Idalberto. **Iniciação a administração de recursos humanos**. 4. ed. – Barueri, SP: Manole, 2010.

CRUZ, Daniele. **Educação corporativa: a proposta empresarial no discurso e na prática**. Educação em revista. V6. N.02. p 337-358. Belo Horizonte, 2010. Disponível em <https://www.redalyc.org/pdf/3993/399360924001.pdf>. Acesso em 08 de agosto de 2021.

CUNHA, A.U. do N. **Mapeamento de processos organizacionais na UnB: Caso Centro de Documentação da UnB – CEDOC**. 2012. 66 f. Monografia (Especialização em Gestão Universitária) – Departamento de Administração, Universidade de Brasília, Brasília-DF, 2012. Disponível em <https://core.ac.uk/download/pdf/196870935.pdf>. Acesso em 30 de maio de 2021.

DIAS, J. G. G. **Endomarketing? Uma ferramenta indispensável para a gestão de pessoas nas organizações**. São Paulo: Livro Pronto, 2010.

DUARTE TT. **Liderança e Clima Organizacional**. [monografia]. Brasília: Centro Universitário de Brasília, 2013. [citado 05 dezembro de 2017]. Disponível em: <http://repositorio.uniceub.br/bitstream/235/4975/1/20976808.pdf> . Acesso em 17 de agosto de 2021

FERREIRA, Paulo Pinto. **Treinamento de pessoal – a tecno-pedagogia do treinamento**. São Paulo. Atlas, 1979.

LUZ, Ricardo Silveira. **Gestão do clima organizacional**: proposta de critérios para metodologia de diagnóstico, mensuração e melhoria. Estudo de caso em organizações nacionais e multinacionais localizadas na cidade do Rio de Janeiro. (Dissertação) Niterói – Rio de Janeiro, 2003. Disponível em: <<http://paginapessoal.utfpr.edu.br/leonardotonon/especializacao/arquivos-gerais/Aula%203%20-%20Dissertacao%20Ricardo%20Luz.pdf>. Acesso em 12 de agosto de 2021.

MADRUGA, R. **Treinamento e desenvolvimento com foco em educação corporativa**. Editora Saraiva, Rio de Janeiro: 2018. Disponível em: <https://books.google.com.br/books?hl=ptBR&lr=&id=vdJiDwAAQBAJ&oi=fnd&pg=PT3&dq=MADRUGA,+R.+Treinamento+e+desenvolvimento+com+foco+em+educa%C3%A7%C3%A3o+corporativa.+Editora+Saraiva,+Rio+de+Janeiro:+2018.&ots=hmYK72Abyb&sig=oAliL6QhW42hxTzMNBM4mdscrIs#v=onepage&q&f=false> . Acesso em 24 de outubro de 2021.

MENEZES, Igor Gomes; GOMES, Ana Cristina Passos. **Psicologia em Revista**. Belo Horizonte, v. 16, n. 1, p. 158-179, abr. 2010. Disponível em: <http://periodicos.pucminas.br/index.php/psicologiaemrevista/article/view/P.1678-9563.2010v16n1p158/1528>. Acesso em 01 de setembro de 2021.

MENEZES, A.H.N.; DUARTE, F. R.; CARVALHO, L. O. R.; SOUZA, T. E. S. **Metodologia científica teoria e aplicação na educação a distância**. Universidade Federal do Vale do São Francisco. Petrolina, 2019. Disponível em: <https://portais.univasf.edu.br/dacc/noticias/livro-univasf/metodologia-cientifica-teoria-e-aplicacao-na-educacao-a-distancia.pdf>. Acesso em 29 de agosto de 2021.

MORESI, Eduardo. **Metodologia da pesquisa**. Brasília- DF. Universidade Católica de Brasília – UCB, 2003. Disponível em : <http://www.inf.ufes.br/~pdcosta/ensino/2010-2-metodologia-de-pesquisa/MetodologiaPesquisa-Moresi2003.pdf>. Acesso em 29 de agosto de 2021.

OLIVEIRA, L. B.; COSTA, F. P. C. **Motivação, Satisfação e Comprometimento**: um Estudo sobre o Trabalho Voluntário em Megaeventos Esportivos. Revista Economia & Gestão, v. 16, n. 42, p. 89-115, 2016. Disponível em: <http://periodicos.pucminas.br/index.php/economiaegestao/article/view/P.1984-6606.2016v16n42p89>. Acesso em 01 de setembro de 2021.

PEREIRA, D. G.; BASTOS, F. C. C.; MARIOT, G. B. **Treinamento e desenvolvimento**: Um estudo de caso em uma empresa do estado do Paraná – PR. Revista das Faculdades Integradas Vianna Júnior. V.9 n.2 ISSN:21773726. Juiz de Fora, 2018.

PEZZI, C. R.; FIGUEIREDO, P. A. **Práticas de recursos humanos**. Instituto Federal do Paraná. Curitiba, 2013. Disponível em: http://proedu.rnp.br/bitstream/handle/123456789/1337/Praticas_de_Recursos_Humanos%202012%20ISBN.pdf?sequence=1&isAllowed=y. Acesso em 24 de outubro de 2021.

RAUPP, F. M.; BEUREN, I. M. **Metodologia da pesquisa aplicável às ciências sociais**. Como elaborar trabalhos monográficos em contabilidade: teoria e prática. São Paulo: Atlas, 2003. Disponível em: http://www.geocities.ws/cienciascontabeisfecea/estagio/Cap_3_Como_Elaborar.pdf. Acesso em 29 de agosto de 2021.

RAMPAZZO, Lino. **Metodologia científica**. Editora Loyola, São Paulo: 3.ed. 2005. Disponível em: <https://www.passeidireto.com/arquivo/76330320/lino-rampazzo-fichamento>. Acesso em 29 de agosto de 2021.

REICHEL, Harduin. **Treinamento e desenvolvimento**. IESDE Brasil S.A. Curitiba, 2008. Disponível em: <https://play.google.com/books/reader?id=YqT8TuKtidUC&pg=GBS.PP1>. Acesso em 04 de novembro de 2021.

RIBEIRO, Antônio de Lima. **Gestão de pessoas**. São Paulo: 2. ed. Saraiva, 2012.

ROBBINS, Stephen Paul. **Administração: mudanças e perspectivas**. São Paulo: Saraiva, 2000.

ROCHA, E. S.; HONÓRIO, L. C. **Comprometimento com o trabalho**: o caso dos chefes de seções de infraestrutura da UFMG. Revista Ciências Administrativas, v. 21, n. 1, p. 237- 261, 2015. Disponível em: <http://www.spell.org.br/documentos/ver/38366/comprometimento-com-o-trabalho--o-caso-dos-chef--->. Acesso em 14 de setembro de 2021.

SANCHES, J. P. dos S.; CASTRO, A. L. de. **Relação entre a Percepção do Clima Organizacional e o Comportamento Organizacional Positivo**: Estudo no Setor de Obras da Prefeitura de Tamboara - PR. REUNIR: Revista de Administração, Contabilidade e Sustentabilidade ISSN: 2237-3667, Vol. 5, n. 3, p.19-38, 2015. Disponível em: https://www.researchgate.net/publication/286491372_RELACAO_ENTRE_A_PERCEPCAO_DO_CLIMA_ORGANIZACIONAL_E_O_COMPORTEAMENTO_ORGANIZACIONAL_POSITIVO_ESTUDO_NO_SETOR_DE_OBRAS_DA_PREFEITURA_DE_TAMBOARA-PR. Acesso em 23 de agosto de 2021.

SILVA, N. P.; FRANCISCO, A. C.; PILATTI, A. L.; FRASSON, A. C. **A educação corporativa como forma de desenvolver talentos por meio da aprendizagem no**

contexto atual das organizações. INGEPRO: Revista de inovação gestão e produção, ISSN: 1984-6193, p. 78-85 Rio Grande do Sul, 2009.

SKINNER, Wickham. **Gestão de recursos humanos.** in: Gestão de pessoas, não de pessoal: os melhores métodos de motivação e avaliação de desempenho. 9.ed. Rio de Janeiro: Campus, 1997

SOUZA, Leandro Santana. **Importância do recrutamento e seleção na minimização da rotatividade:** um estudo de caso na empresa Britense Turismo em Campo do Brito-SE. Trabalho de Conclusão de Curso. Itabaiana, 2017.

STEFANO, R. S.; KOSZALK, J. A.; ZAPIER, M. A. **Clima Organizacional:** Elementos Influentes Na Percepção De Futuros Administradores De Uma Ies Paranaense. Gestão & Regionalidade - Vol. 30 - Nº 88 - jan-abr/2014. Disponível em: https://seer.uscs.edu.br/index.php/revista_gestao/article/download/2276/1523/8502. Acesso em 10 de julho de 2021.

SCHLESINGER, Cristina et al. **Gestão do conhecimento na administração pública.** 1. ed. Curitiba, 2008. Disponível em: http://www.gestaoebt.com.br/blog/wp-content/files_mf/gestao_conhecimento_adm_publica_ufpr_etpr.pdf. Acesso em 10 de julho de 2021.

TAKEUCHI, Hirotaka; NONAKA, Ikujiro. **Gestão do conhecimento** – Porto Alegre - RS, Bookman, 2008.

TOLEDO, F.; MILIONI, B. **Dicionário de recursos humanos.** 3. ed. São Paulo: Atlas, 1986.

APÊNDICES

APÊNDICE A – QUESTIONÁRIO

- Este questionário faz parte do trabalho de conclusão de curso do discente Robson Batista de Santana Júnior, estudante do 10º período do curso de administração na Universidade Federal de Sergipe. O objetivo deste questionário se faz apenas para fins acadêmicos do aluno e trabalha como tema principal: “A viabilidade do treinamento, como educação corporativa na Comercial de Bebidas Sergipanas – CBS.” Sua participação e honestidade ao participar são fundamentais para o objetivo fim dessa pesquisa.

Dados para contato:

Tel. (79) 99943-5107

E-mail: robsonjnr1@academico.ufs.br

- Declaro que li e entendi os objetivos desse estudo. Estou ciente que a minha participação é voluntária e que posso a qualquer momento entrar em contato com o pesquisador responsável para sanar qualquer tipo de dúvida ou esclarecimento.

ACEITO

CATEGORIA: PERFIL DO RESPONDENTE.

1- Nome:

2- Cargo:

Vendedor

Outro: _____

3- Sexo:

Masculino

Feminino

Outro

4- Idade:

18-28

29-39

40-50

50 ou mais

- 5- Escolaridade:
- Analfabeto
 - Alfabetizado
 - Ensino fundamental completo
 - Ensino fundamental incompleto
 - Ensino médio completo
 - Ensino médio incompleto
 - Ensino superior completo
 - Ensino superior incompleto
 - Pós-graduação
- 6- Quanto tempo trabalha na empresa?
- Entre 1 e 5 anos
 - Entre 6 e 10 anos
 - Mais de 10 anos
- 7- Antes de ser admitido na empresa, você já teve experiência profissional na área de vendas?
- Sim
 - Não

CATEGORIA: TREINAMENTO.

- 1- Na empresa que você trabalha existe treinamento para os vendedores?
- Sim
 - Não
- 2- Sobre as técnicas de treinamento quanto ao tempo, a empresa aplica algum desses:
- Treinamento de indução ou de ingresso à empresa (integração)
 - Treinamento depois do ingresso no trabalho (de exercício de função)
 - outro: _____
- 3- Quanto as formas de treinamento, quais desses são utilizados: (pode marcar mais de uma resposta):
- Programa de integração
 - Treinamento técnico
 - treinamento de equipes
 - Treinamento de lideranças

- Cursos
 - Palestras
 - Coaching
 - Workshop
 - Mentoring
 - Aprendizagem de aventura
 - outro: _____
- 4- Como você se sente sobre as formas de treinamento oferecidos pela empresa?
- Totalmente satisfeito
 - Satisfeito
 - Totalmente insatisfeito
 - Insatisfeito
 - Não consigo opinar
- 5- Qual a frequência de treinamento oferecido pela empresa? (pode marcar mais de uma resposta)
- Diariamente
 - Semanalmente
 - Quinzenalmente
 - Mensalmente
 - Trimestralmente
 - Semestralmente
 - Anualmente
- 6- Como você se sente sobre a frequência dos treinamentos oferecidos pela empresa?
- Totalmente satisfeito
 - Satisfeito
 - Totalmente insatisfeito
 - Insatisfeito
 - Não consigo opinar
- 7- Quanto ao local, onde o treinamento se aplica? (pode marcar mais de uma resposta)
- No próprio local de trabalho
 - Na empresa, mas fora do local de trabalho
 - Fora da empresa

outro: _____

- 8- Os profissionais que aplicam os treinamentos na sua empresa se demonstram capacitados?
- Quase sempre
 - Sempre
 - Quase nunca
 - Nunca
 - Não consigo opinar
- 9- Você considera que os treinamentos oferecidos pela sua empresa ajudam na sua produtividade?
- Quase sempre
 - Sempre
 - Quase nunca
 - Nunca
 - Não consigo opinar

CATEGORIA: EDUCAÇÃO CORPORATIVA.

- 1- Você acha que a empresa se preocupa em viabilizar aprendizado para os vendedores?
- Quase sempre
 - Sempre
 - Quase nunca
 - Nunca
 - Não consigo opinar
- 2- Você acha que a empresa está buscando cada vez mais atualizar e melhorar o aprendizado dos vendedores?
- Quase sempre
 - Sempre
 - Quase nunca
 - Nunca
 - Não consigo opinar
- 3- A empresa promove algum tipo de encontro coletivo dos vendedores para discutir sobre melhorias e solução de problemas?
- Sim

Não

4- Se a resposta anterior foi sim, como é chamado esse encontro?

R: _____

5- SOBRE O CONHECIMENTO PASSADO PARA VOCÊ PELA EMPRESA:

A empresa está visando o ganho mútuo

A empresa está sempre visando o ganho para o vendedor, pois ofertar conhecimento é importante para que o vendedor se sinta motivado

A empresa está sempre visando ganho para ela, pois é a única forma de se atingir os objetivos

CATEGORIA: CRIAÇÃO DO CONHECIMENTO ORGANIZACIONAL.

1- Durante o período de admissão, a empresa ofertou algum tipo de integração ou socialização?

Não houve integralização ou socialização do admitido

Apenas no setor de vendas do admitido

Em todos os setores da empresa

2- A empresa que você trabalha incentiva de alguma forma a criação de novos conhecimentos?

Quase sempre

Sempre

Quase nunca

Nunca

Não consigo opinar

3- A empresa apoia o uso de conhecimento prévio do vendedor para lidar com o exercício da sua função?

Quase sempre

Sempre

Quase nunca

Nunca

Não consigo opinar

4- Você concorda que a sua empresa dá o apoio necessário quanto a criação do conhecimento para exercer a sua função?

Concordo

- Discordo
 - Nem concordo nem discordo
- 5- A empresa se preocupa em pedir sua ajuda com base nos seus conhecimentos prévios antes de resolver alguma situação do exercício da sua função?
- Sempre
 - Quase sempre
 - Raramente
 - Nunca
- 6- Como você se sente em relação a abertura da empresa para troca de ideias para resolução de problemas?
- Totalmente satisfeito
 - Satisfeito
 - Totalmente insatisfeito
 - Insatisfeito
 - Não consigo opinar

APÊNDICE B – TERMO DE CONSENTIMENTO

TERMO DE CONSENTIMENTO

Esta entrevista faz parte do trabalho de conclusão de curso do discente Robson Batista de Santana Júnior, estudante do 10º período do curso de administração na Universidade Federal de Sergipe. O objetivo desta entrevista se faz apenas para fins acadêmicos do aluno e trabalha como tema principal: “A viabilidade do treinamento, como educação corporativa na Comercial de Bebidas Sergipanas – CBS.” Sua participação e honestidade ao participar são fundamentais para o objetivo fim dessa pesquisa.

Declaro que li e entendi os objetivos desse estudo. Estou ciente que a participação é voluntária e que posso a qualquer momento entrar em contato com o pesquisador responsável para sanar qualquer tipo de dúvida ou esclarecimento.

ASSINATURA DO ENTREVISTADO

Dados para contato:

Tel.: (79) 99943-5107

E-mail: robsonjnr1@academico.ufs.br