



UNIVERSIDADE FEDERAL RURAL DE PERNAMBUCO

DEPARTAMENTO DE AGRONOMIA

CAMPUS SEDE-DOIS IRMÃOS

RELATÓRIO DE ESTÁGIO SUPERVISIONADO OBRIGATÓRIO

**COMERCIALIZAÇÃO DE PRODUTOS AGRÍCOLAS NA
NUTRICAMPO, LOCALIZADA EM VITÓRIA DE SANTO ANTÃO-
PE**

DAYBSON DOS SANTOS MELO

RECIFE-PE

2019

Sumário

Oferecimento e dedicatória	1
Agradecimentos	2
1 Agronegócio	3
2 Agronegócio no Brasil	4
2.1 Importância do Agronegócio no Brasil	5
2.2 O futuro do agronegócio no Brasil	5
3 Agronegócio no mundo	6
3.1 culturas mais produzidas no mercado mundial	6
3.2 Conheça os principais países líderes em produção agrícola	7
3.3 Estados Unidos	7
3.4 Brasil	8
3.5 China	9
3.6 Maiores importadores e exportadores	9
3.7 Em relação aos países que mais exportaram	9
4 A guerra do século XXI que afeta o agronegócio mundial	10
5 Crescimento Populacional x Alimentos	10
6 Estratégias de Comercialização	12
6.1 Informações sobre o mercado de trabalho	12
6.2 Custos de Produção	12
6.3 Preço Médio de Vendas	13

6.4 Margens	13
6.5 Agregação de valor ao produto	14
7 Relacionamento pessoal na empresa	14
7.1 Dicas para um bom relacionamento no trabalho	15
7.2 Seja cordial	15
7.3 Aceite as diferenças	15
7.4 Tenha iniciativa	16
7.5 Evite fofocas	17
7.6 Tenha maturidade	17
7.7 Saiba dar e receber feedbacks	17
7.8 Desenvolva a sua inteligência emocional	18
8 Materiais e métodos	19
8.1 Atendimento aos clientes	19
8.2 Expedição de produtos	20
8.3 Treinamento técnico	21
9 Conclusão	22
10 Referências	23

Oferecimento e Dedicatória

Ofereço essa composição textual referente ao meu estágio supervisionado obrigatório a Deus por ter me guiado em todas as minhas decisões, nunca me abandonando e mostrando qual o caminho deveria seguir na trajetória acadêmica, proporcionando assim; esse momento de consagração que é a conclusão do curso de Agronomia.

Dedico a toda minha família por está sempre esteve torcendo para que eu conseguisse atingir todos os meus objetivos e que me passaram princípios que certamente levarei na minha carreira profissional, que são: a dignidade, a honestidade e o respeito. Aproveito também para dedicar aos meus avós paternos que faleceram antes que eu pudesse conhecê-los, mas certamente lá de cima me guiaram para que as melhores decisões fossem tomadas.

Agradecimentos

Agradeço primeiramente a Deus pela oportunidade que ele me concedeu de poder está vivo, com saúde e com o peito cheio de alegria por concluir a primeira etapa decisiva na minha vida; e que certamente será propulsora para escalada de novos degraus na carreira profissional.

Aos meus Pais; o Sr. Manuel Lauriano e a Sra. Severina Maria, que me apoiaram de forma incondicional para que eu conseguisse realizar e concretizar meu sonho de infância, que era ingressar no ensino superior e conseguir concluir o curso.

Ao professor Roberto de Albuquerque Melo por ser o meu primeiro e único orientador na universidade, sendo a pessoa que me aconselhou e encorajou para que eu pudesse decolar cada vez mais alto em busca dos meus sonhos. Aproveito para agradecer também a toda equipe docente, discente e técnica da Universidade Federal Rural de Pernambuco, por ter me proporcionado momentos de grande aprendizado e enriquecimento profissional e pessoal.

Ao Sr. João Batista de Souza Moura Neto por abrir as portas da sua empresa para me receber, proporcionando experiências práticas que tiveram suma importância para fortalecimento do conhecimento adquirido, e também toda a equipe técnica que repassou tudo que fosse necessário para esclarecer as dúvidas.

A Sra. Juliana Salustiano Rodrigues, por ser uma pessoa que em toda a graduação me apoiou e me aconselhou para que eu não desistisse de seguir os meus objetivos profissionais e acadêmicos, sendo bastante influente nas minhas decisões.

1. O Agronegócio

A origem da palavra agronegócio inicia na década de 50, objetivamente no ano de 1957, onde foi estabelecida como a junção de todas as operações envolvidas na distribuição de insumos, na produção e operações de propriedades rurais, o armazenamento e processamento de commodities e demais instituições e empresas ligadas que estivessem envolvidas na cadeia produtiva agrícola e pecuária. PERFARM (2016).

Agronegócio é toda a relação comercial e industrial envolvendo a cadeia produtiva agrícola ou pecuária, ou seja, é o setor da economia responsável pela negociação de produtos e insumos, sendo de extrema importância tanto para sobrevivência humana, que é totalmente dependente dessa comercialização, quanto o país, onde uma boa parte da fatia do seu produto interno bruto vem do agronegócio. SANTOS (2019).

De acordo com BEZERRA (2019) Agronegócio surge da palavra em inglês agribusiness e se responsabiliza pelo conjunto de atividades agrícolas e industriais no caminho do campo ao consumidor final.

Segundo RAMOS (2016) é costumeiro desagregar o estudo do agronegócio em três partes: na primeira parte os negócios à montante da agropecuária, ou da "pré-porteira", desempenhados pela indústria e comércio que cedem insumos para a produção rural.

Segundo RAMOS (2016) Na segunda parte o intuito é mostrar os negócios agropecuários propriamente ditos, ou de "dentro da porteira", onde os produtores rurais, divididos em seus diversos níveis atuam de forma mais ativa.

Na terceira parte são apresentadas as atividades provenientes dos negócios agropecuários, ou de "pós-porteira", onde estão a compra, transporte, beneficiamento e venda dos produtos agropecuários até os centros responsáveis pelo varejo e consumidores finais. RAMOS (2016)

2.Agronegócio no Brasil

Em 1962, um grande passo histórico para o agronegócio brasileiro, especificamente para pecuária nacional, foi uma grande importação de gado Nelore para o Brasil. Em conjunto, foi o ano em que indústrias de diversos setores passaram a criar análises estratégicas na gestão. Uma década depois, nasce a Embrapa – Empresa Brasileira de Pesquisa Agropecuária, outro grande feito para o agronegócio brasileiro. PERFARM(2016).

De acordo com DUARTE(2019) O Brasil é um dos maiores produtores de alimento do mundo, com chances reais de ser o maior produtor mundial, tendo a disposição vários recursos, principalmente climáticos, que favorecem a vasta produção de alimentos. Além do clima, o Brasil possui quantidade de água considerável e potencial de mais áreas agricultáveis (utilizamos apenas 7,3% dessas áreas).

De acordo com DUARTE(2019)Hoje, o agronegócio sozinho representa 21,1% do PIB brasileiro. Além disso, é responsável por metade das exportações do país, o que demonstra grande poder sobre o saldo positivo na balança comercial brasileira.

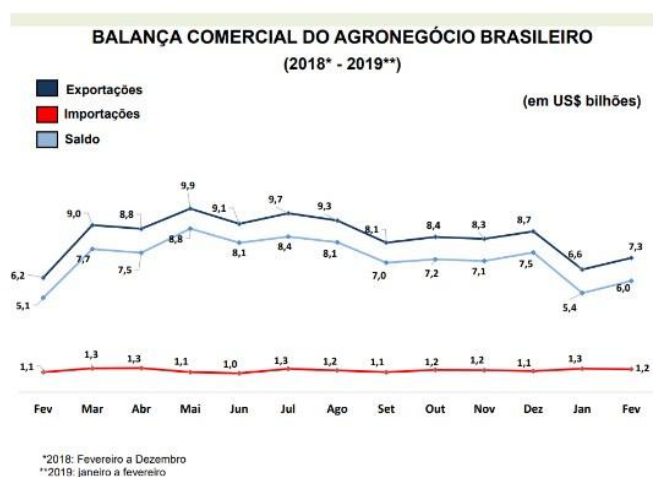


figura 1

fonte:google

2.1 Importância do Agronegócio no Brasil

- ✓ Extrema participação no Produto Interno Bruto
- ✓ Geração de aproximadamente 37% dos empregos do país
- ✓ É responsável por aproximadamente 39% das exportações
- ✓ Saldo comercial chegando próximo 79 bilhões de dólares em 2012
- ✓ Aproximadamente 30% das terras brasileiras são utilizadas para agropecuária. ECOAGRO (2012).

2.2 O futuro do agronegócio no Brasil

Segundo estudos, os itens que serão mais dinâmicos futuramente serão soja, algodão, celulose, açúcar, manga, uva, melão e mamão. Na agropecuária brasileira, carne bovina, carne suína, frango e leite. DUARTE(2019)

De acordo com DUARTE(2019) Além de dinâmicos, todos esses itens também serão produtos com maior potencial de crescimento nos próximos 10 anos. Como exemplo disso, podemos observar que a safra de grãos deve sair de 234,1 milhões de toneladas na safra 2018/19 para 302 milhões de toneladas na safra 2027/28. A área plantada sairá dos atuais 62,6 milhões de hectares para 71 milhões de hectares em 2027/28.

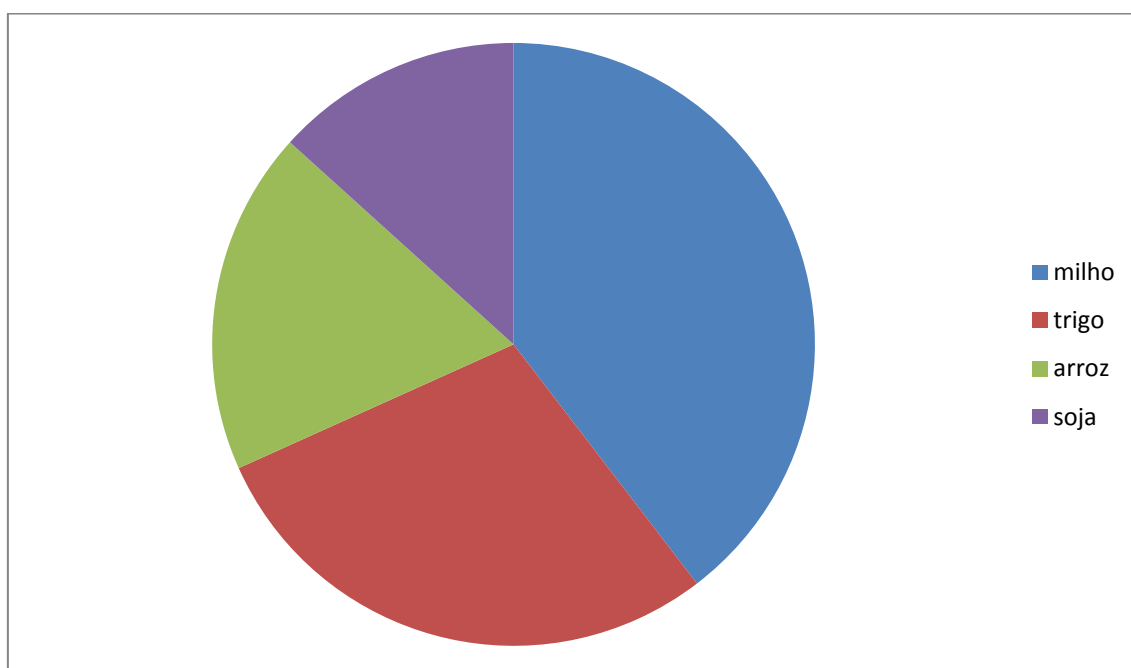
Segundo FERNANDES(2019) O futuro do agronegócio será modulado pelos agricultores e de como o Brasil vai evoluir, obtendo proveitos de momentos e superando gargalos. No momento atual, estar atento às oportunidades de expandir mercados é uma tática importante, que diminui a dependência do mercado interno. Para isso, o setor precisa estar atento as demandas internacionais, e analisar a melhor forma de atendê-las, crescendo o portfólio de produtos aptos a exportações e aos acordos internacionais.

3 Agronegócio no mundo

De acordo com JACTO(2019) O agronegócio está em pleno movimento. Afinal, esse é o setor da economia que alimenta o mundo. Por isso, é essencial que o produtor rural esteja por dentro de o que acontece na agricultura mundial,observando as principais janelas de exportação, os melhores momentos para negociação.

3.1 culturas mais produzidas no mercado mundial:

Os quatro principais cereais produzidos no mundo são responsáveis por cerca de 91% de toda a safra. O ranking da safra 2017/18 ficou da seguinte forma:



fonte: Jacto

3.2 Conheça os principais países líderes em produção agrícola

Segundo JACTO(2019) Os países líderes na produção agrícola mundial podem ser definidos com base no volume de alimentos ou no valor comercial deles — esses dois aspectos precisam ser avaliados.

3.3 Estados Unidos

Os americanos são definitivamente os maiores exportadores agrícolas do mundo. Somente em 2018, a produção exportada gerou um valor de U\$ 139,5 bilhões. As culturas mais plantadas por lá são o milho e a soja, e são os itens que mais saem para o exterior. Os cinco principais produtos dos EUA são:

soja; milho; frutos secos; carne bovina; algodão.

Os principais mercados exportadores são:

Canadá; México; União Europeia; Japão; China e Coreia do Sul. JACTO (2019).

3.4 Brasil

O Brasil é o terceiro maior exportador de alimentos do mundo. Nos últimos anos ocorreram safras recordes e está na mira para ser o maior produtor do mundo no futuro próximo. Segundo análises do Ministério da Agricultura, Pecuária e Abastecimento, a produção deve sair de 232,6 milhões de toneladas da safra 2017/18 para 302 milhões até 2027/28, representando um aumento de 69 milhões de toneladas (crescimento de 2,5% ao ano).No momento atual, a área brasileira para a produção de grãos é de 63 milhões de hectares na safra 2018/19, e deve se expandir para 71 milhões até a safra 2027/28. Esse crescimento se baseia no aumento de 70% da produção de grãos no país nos últimos dez anos. JACTO(2019).

3.5 China

A China se evidencia no cenário agrícola mundial não só como uma das maiores produtoras, mas também como uma das grandes consumidoras — é considerada atualmente a maior importadora de alimentos. Sem dúvida sua grande extensão territorial e população gigantesca justificam isso.

Em 2017, a produção agrícola da China ultrapassou 5,8 trilhões de yuans (cerca de U\$ 865 bilhões). Segundo dados da FAO, em termos de valor de exportação, a China figura em 4º lugar, com 4,2% do marketshare. As outras posições ficam para a União Europeia, os Estados Unidos e Brasil, com 41,1%, 11% e 5,7% respectivamente. JACTO(2019).

3.6 Maiores importadores e exportadores

Segundo a JACTO(2019) No ranking dos 12 países que mais importaram em 2016, a classificação ficou assim:

China; Estados Unidos da América; Alemanha; Países Baixos; Japão; França; Itália; Bélgica; Canadá; Espanha; Índia; México.

3.7 Em relação aos países que mais exportaram:

Estados Unidos;

Países Baixos;

Brasil;

Alemanha;

França;

Espanha;

Canadá;

China;

Bélgica;

Itália;

Austrália;

Indonésia. JACTO (2019).

4 A guerra do século XXI que afeta o agronegócio mundial

Em resposta à alta de tarifas sobre bens industrializados da China, o governo de Xi Jinping passou a tarifar em 25% diversos produtos agrícolas americanos, entre eles a soja. Fazendo com que diversos produtores americanos sentissem o baque nas suas vendas e favorecendo seus concorrentes que possuem preços melhores. GLOBO (2019).

Segundo a GLOBO(2019) Quem acabou obtendo vantagem com isso, pelo menos no curto prazo, foi a soja brasileira. Como o grão americano ficou mais caro, a China substituiu as compras dos EUA pelo produto do Brasil. Com isso, nosso país se tornou o maior exportador de soja para China – e do mundo – passando os EUA.

A soja foi a maior beneficiada, com uma exportação adicional de US\$ 7 bilhões para a China, na comparação com 2017. Outros setores que cresceram foram os de carne bovina (US\$ 557 milhões a mais), algodão (US\$ 358 milhões) e carne suína (US\$ 202 milhões).GLOBO (2019).

5 Crescimento Populacional x Alimentos

De acordo com Notícias Agrícolas (2017) Em 2050, a população mundial deverá chegar a marca de 9,1 bilhões, e a Organização das Nações Unidas para a Alimentação e Agricultura (FAO) prevê que nesse ponto, o mundo precisaria fabricar mais 70% de alimento do que hoje para alimentar todas essas pessoas. Esse data de 2050 é geralmente citado por cientistas e

organizações como a FAO e a Oxfam como o ano em que o mundo ficará sem comida suficiente.

Para satisfazê-las, seria necessário pelo menos duplicar, se não triplicar, a produção agrícola nos próximos 40 anos. Notícias Agrícolas (2017).

O gigante crescimento da produção agrícola nas últimas décadas deve-se 80% ao aumento da produtividade. Apenas 20% são o resultado da expansão das áreas propícias a agricultura. No futuro, será necessário investir ainda mais no acréscimo de produtividade para satisfazermos as crescentes necessidades humanas de alimento. Kinkartz (2019).

No momento, 40% da superfície terrestre são usados para a agricultura. Uma área de 16 milhões de quilômetros quadrados – o tamanho da América do Sul – é dedicada aos cereais; 30 milhões de quilômetros quadrados – a superfície da África – são pastos. Os melhores solos, os mais férteis, já são cultivados. Em diversas regiões não existem mais reservas de terra passíveis de utilização na produção de alimentos. Notícias Agrícolas(2017).

Segundo Kinkartz (2019)As nações em desenvolvimento são a exceção .Dados da Organização das Nações Unidas para Agricultura e Alimentação (FAO, na sigla em inglês), nelas apenas um terço da superfície teoricamente agricultável é cultivada de fato. Entretanto, até mesmo por questões de proteção ao clima global, não se pode considerar a transformação de florestas e mangues tropicais em áreas de cultivo.

Um dos fatores limitantes para crescimento da oferta de alimentos, será a água; que se não for utilizada de forma adequada, proporcionará escassez, afetando diretamente na produção. Kinkartz. (2019).

Referente à fertilização, pesquisas evidenciaram que a metade dos adubos empregados em todo o mundo simplesmente acaba adentrando no solo, em vez de nutrir as plantas. Um desperdício que também causou a duplicação das taxas de fósforo e nitrato no meio ambiente, o que, por sua vez, causa a

poluição da água: um círculo vicioso que deve ser quebrado a todo custo. Kinkartz (2019).

6 Estratégias de Comercialização

Segundo ARAÚJO (2019) A comercialização agrícola é um conglomerado de princípios, objetivos, ações e prioridades do desenvolvimento do comércio agrícola. Deve ser observado de forma conjunta, levando como algo extremamente importante pontos como escoamento, armazenagem, processamento, distribuição, mercados internos e externos.

Para que essa estratégia seja atingida, diversos acompanhamentos devem ser empregados, como serão mostradas:

6.1 Informações sobre o mercado de trabalho

De acordo com ARAÚJO(2019) Estar bem situado sobre os riscos e as oportunidades de uma transação é primordial para se evadir de situações de apuro ou de dúvida a respeito do que pode ser feito para vender o produto. O aconselhável é ter um sistema de informações para recorrer sempre que necessário, com segurança e rapidez.

Uma gama de dados são primordiais, aqueles que se referem aos preços, às tendências, as oscilações de preços ; à melhor janela de negociação; ao melhor local; à exigência dos consumidores, o que está sendo mais procurado no mercado, quem são os possíveis compradores; à possibilidade de integração a agroindústrias, cooperativas, exportadores e supermercados; à disponibilidade e ao custo do transporte e armazenagem, entre outros.

6.2 Custos de Produção

De acordo com PIONEER(2003) Seja qual for o modelo de custo de produção utilizado, sempre existirá os custos diretos ou desembolsáveis - aqueles para os quais temos que ter em caixa capital no curto e médio prazo, no máximo até a colheita - insumos, diesel, salários, etc. -, e os custos indiretos ou não prontamente desembolsáveis, como depreciação de

máquinas, implementos agrícolas e infra-estrutura, valor da terra, etc. Para conseguir ter ganho patrimonial é necessário que a venda da produção passe tanto os custos diretos como os indiretos. É importante salientar que, muitas vezes, o desembolso feito num ano terá efeitos em anos posteriores, como é o caso dos custos de calcário, abertura de área, fosfatagem, etc. Nesses casos, devemos "distribuir" esses custos ao longo dos anos em que eles vão ser feitos. Outro aspecto a se observar é a diferença entre os custos que variam e os que não variam com o incremento da tecnologia.

6.3 Preço Médio de Vendas

Vender sempre no "pico de preço" é uma tarefa definitivamente impossível de se conseguir. O produtor deve sair em busca de vender por preços que, em média, lhe assegurem um bom lucro. Diferentes estratégias de comercialização são utilizadas pelos produtores mais profissionalizados, e cada um tem sua metodologia, embora existam alguns pontos comuns.

- ✓ "disseminar o risco" vendendo várias vezes ao ano;
- ✓ vender com antecedência de 30 a 50% da safra estimada, desde que por preços que garantam a margem desejada;
- ✓ vender a cada mês pelo ano inteiro e estabelecer um preço médio, ou concentrar mais as vendas na entressafra.

Independente da estratégia de comercialização adotada, é preciso saber qual a margem estamos conquistando. Para identificar se determinado preço disponibiliza uma boa margem é preciso saber os custos de produção e a produtividade - real ou estimada, se estiver vendendo antes da colheita. PIONEER(2003).

6.4 Margens

Tomando conhecimento do real custo da unidade produzida, pode-se calcular as margens realizando a divisão do preço de vendas pelo custo da unidade produzida. Para visualizar a margem em percentagem do custo, subtraia 1 dessa divisão e multiplique por 100. Assim, por exemplo, quem

plantou milho na safra 2002/03, teve um custo de R\$ 1.200,00/ha, e colheu 120 sc/ha, teve um custo de R\$ 10,00/saco. Se o preço médio de vendas for de R\$ 17,00/sc, a margem será de 70%. PIONEER(2003).

6.5 Agregação de valor ao produto

Grandes partes dos produtos agrícolas necessitam de algum tratamento ou preparo antes de chegar ao consumidor. Pode ser uma simples limpeza, um polimento, aparas, aromatização, desinfecção, embalagem, rotulagem, padronização etc. Ou até mesmo uma complexa transformação agroindustrial.

As totalidades destes processos estão dando um diferencial ao produto. Uma batata lavada possui mais valor que uma não lavada, uma fruta polida tem mais valor agregado que uma sem polir. Todo processo de agregação de valor representa uma diferenciação do produto em relação aos demais. ARAÚJO (2019).

7 Relacionamento pessoal na empresa

Ter conhecimento de como se relacionar no ambiente corporativo é uma questão importante na vida profissional. No entanto, para que se possa alcançar e conquistar a confiança dos demais membros da equipe, alguns podem raciocinar que é necessário se tornar amigo da pessoa. Outros, por sua vez, com receio de problemas referentes às amizades, preferem manter os relacionamentos do trabalho no âmbito estritamente profissional. PRATES(2011).

7.1 Dicas para um bom relacionamento no trabalho

Segundo MARQUES(2019) Uma pequena quantidade de atitudes simples possui capacidade de transformar positivamente o local de trabalho,

transformando o mesmo em algo muito mais produtivo, positivo e harmonioso. Segue a baixo a exposição das atitudes a seguir:

7.2 Seja cordial

As pessoas na sua totalidade gostam de ser acolhidas com um sorriso e um “bom dia”. Entretanto, é comum que a rotina ou o cansaço façam com que os colaboradores deslembram de cumprimentar seus colegas de trabalho. Este é um tipo de atitude ignorante que pode passar uma impressão negativa.

Realize o possível para sempre tratar a todos com educação e igualdade. Cortejar os colegas é um sinal de respeito, e demonstra que você mantém o caminho aberto para que haja contato. MARQUES(2019).

7.3 Aceite as diferenças

As oposições podem ser um grande problema para os relacionamentos, tanto pessoais quanto profissionais. Isso porque é muito complicado ter sabedoria e maturidade para acatar pessoas que pensam e se comportam de forma distinta da que estamos acostumados.

Contudo, é importante aceitar que cada pessoa tem suas verdades e peculiaridades, uma vez que carregam historias distintas, valores e culturas. Aprenda a se colocar no lugar do outro, e tente entender os diferentes pontos de vista. Atente-se sempre de se lembrar de nunca esquecer: nem sempre o que a pessoa crê é a verdade única e absoluta no mundo tão diversificado. MARQUES(2019).

7.4 Tenha iniciativa

De acordo com MARQUES(2019) Se algum momento for possível perceber que um companheiro de empresa está com alguma dificuldade, não pense 2 vezes em oferecer ajuda. É ideal ter com os outros as mesmas atitudes que gostaria de receber. É importante estruturar um ambiente de trabalho colaborativo, em que as pessoas possam contar umas com as outras.

7.5 Evite fofocas

Falar mal de outro colega de trabalho é uma das formas mais fáceis de desestabilizar o clima no ambiente corporativo. É ideal Realizar uma autoanálise e observar qual seria a atitude gerada com tal situação, remediando possíveis conflitos que possam desestruturar a empresa. MARQUES(2019).

7.6 Tenha maturidade

É ideal evitar o “vitimismo”. Caso seja necessário enfrentar algum problema, aja com maturidade, sem lamentações, evitando colocar a culpa nos outros. O mais correto é focar apenas na resolução dos problemas e não em procurar culpados. MARQUES(2019).

7.7 Saiba dar e receber feedbacks

Segundo MARQUES(2019).Para montar um bom relacionamento, é necessário sempre fazer algumas mudanças . Por este motivo, receber e dar feedback é fundamental. Recebê-los pode ser mais complexo, já que somos muito resistentes às críticas.

Sempre que receber um feedback negativo, use-o para melhorar seu rendimento dentro da empresa. Por isso, é importante reconhecer com humildade que existem alguns pontos que são passíveis de melhorias. Em contrapartida, é preciso ter tato para dar um feedback: é preciso ser assertivo e objetivo, de modo a promover o crescimento e não criar problemas dentro da empresa.

7.8 Desenvolva a sua inteligência emocional

Para conseguir efetivar um bom relacionamento no ambiente de trabalho é necessário controlar-se. Neste sentido, o ideal é que você desenvolva a sua inteligência emocional constantemente.

A partir do momento que melhoramos a nossa inteligência emocional, ocorrem evoluções na compreensão dos sentimentos, de onde eles surgem, porque surgem, possibilitando-nos, assim, ter um controle maior sobre eles, evitando estresses e conflitos desnecessários com os colegas.

Outra vantagem da inteligência emocional é que ela também nos auxilia a aumentar a nossa consciência, efetivamente e na prática, o que nos ajuda não só a nos entendermos mais e melhor, emocionalmente falando, como também as pessoas ao nosso redor, ou seja, nossos colegas de trabalho. MARQUES(2019).

8 Materiais e métodos

8.1 Atendimento aos clientes

Durante o estágio, foi possível aprender por meio dos funcionários, as principais técnicas de abordagem aos clientes e as formas de tratamento, possibilitando aos mesmos; resoluções dos problemas abordados de forma prática e inclusa na situação, demonstrando assim; quais são as medidas mais adequadas a seguir.

Esse método é considerado de extrema importância para a Nutricampo, pois; através da equipe qualificada e experiente é possível realizar o trabalho de fidelização do cliente frente a concorrência, trazendo assim um diferencial para empresa, a atenção para o cliente antes de qualquer negócio.

Foi possível observar durante o período de estágio, à satisfação dos compradores em estar naquele lugar, transmitindo bom humor embora vivessem de uma jornada que rotineiramente começa cedo e que na maioria dos casos são em condições de sol forte, que acaba desgastando qualquer trabalhador. Diversos agricultores confidenciaram que os profissionais da Nutricampo são responsáveis por fazerem com que os resultados sejam satisfatórios no final da colheita, pois; as recomendações de produtos a serem utilizados para controle de pragas e doenças são feitas de forma embasada no conhecimento prático e teórico, recomendando doses de princípios ativos que farão com que a praga seja combatida sem jogar dinheiro fora por usar super dosagens, ou favorecer o desenvolvimento de resistência as moléculas vendidas na loja e existentes no mercado.

8.2 Expedição de produtos

A expedição na Nutricampo se caracteriza como a espinha dorsal da empresa, pois ela tem diversos papéis importantes, como: fidelização do cliente, agilidade no atendimento, organização da disposição dos produtos para facilitar a localização, observando que se esses pilares não forem seguidos seriamente, dificilmente uma revenda agrícola consegue perdurar no mercado.

Foi possível observar de forma prática como é feito todo o contato do produto, desde a origem no depósito até o consumidor final, participando de todas as etapas que constituem a área da expedição, fazendo assim; com que houvesse a possibilidade do contato com o produto e assim se familiarizando com o mesmo, conhecendo suas características principais, as distinções de tamanhos, de cores e de utilização das marcas comercializadas na empresa, onde a equipe técnica expôs de forma de fácil entendimento como seria a utilização dos produtos considerados carros chefes da loja que são medicamentos, rações e parte de tubos e bombas para irrigação.

Destacou-se também o serviço logístico, onde a entrega é realizada de forma organizada por cidades referência em dias distintos e agendada evitando assim, entregas a destinatários indevidos. Cada cliente tem um canal de comunicação aberto para facilitar a entrega na sua propriedade de forma que ele não precise se deslocar até a loja, tornando assim; a Nutricampo um destaque na região.

Na área destinada a medicação e alimentação animal, a organização era definida pela classe do animal, pelo tipo de doença ou parasita a ser tratado facilitando assim com que o produto fosse rapidamente encontrado e o produto despachado de forma rápida, fazendo com que o cliente não perdesse muito tempo, já que o público alvo da loja são produtores rurais que tem o tempo corrido para executar cada função.

8.3 Treinamento técnico

Durante o estágio, diversos treinamentos técnicos foram oferecidos por marcas reconhecidas no cenário nacional e mundial de defensivos agrícolas e medicamentos veterinários, para que fosse possível obter conhecimento teórico e prático sobre produtos que são comercializados na loja, facilitando assim; a comunicação olho a olho com o produtor com o intuito de mostrar as vantagens da utilização daquele produto, os modos de aplicação, às formas legais de descartes das embalagens e obtendo no final, o intuito principal da loja agropecuária, que é concretizar a venda, mas não de qualquer forma, agindo de uma forma qualificada para que o produtor não tenha dor de cabeça e não fique pensando que a molécula foi vendida só pra fazer número de vendas e baixar o estoque da empresa.

Foi possível apreciar o lançamento de um produto comercial da Bayer que chega ao mercado com o intuito de controlar as principais pragas sugadoras em hortifruti, denominado Sivanto Prime. Tal evento foi realizado na cidade de Bezerros, localizada no agreste pernambucano, onde além de ser uma atividade formal da marca, foi possível obter uma troca de experiências bastante enriquecedora com diversos profissionais da área, relatando seus principais desafios, seus sucessos, agregando assim, um alto prestígio a profissão do agrônomo no ramo agrícola e uma visão mais aprofundada sobre o mercado de trabalho no Brasil.

9 Conclusão

O estágio na Nutricampo foi de extrema importância para fosse possível vivenciar de forma prática, os conhecimentos aprendidos na universidade, unindo a técnica com a prática e obtendo assim, uma visão mais aprofundada sobre todos os desafios e obrigações que serão da responsabilidade do agrônomo, e qual a forma mais adequada de lidar com cada caso e saber qual solução é mais adequada e viável.

Esse estágio também proporcionou um olhar mais detalhista e crítico sobre quais produtos usar para controle de uma determinada praga com uma dosagem quantificada e realizando a rotação de produtos para evitar que a molécula perca seu efeito.

10 Referências

PERFARM. **O agronegócio no Brasil e seu potencial.** Disponível em: <http://blog.perfarm.com/agronegocio-brasil/>. Acesso em: 15 de out.2019.

RAMOS, M. **O que é agronegócio.** Disponível em: <https://www.agron.com.br/publicacoes/mundo-agron/curiosidades/2016/02/22/047456/o-que-e-agronegocio.html> . Acesso em: 15 de out.2019.

BEZERRA, J. **O que é agronegócio.** Disponível em: <https://www.todamateria.com.br/o-que-e-agronegocio/> . Acesso em: 16 de out.2019.

PRATES, A. **Relacionamentos: no trabalho, deve-se buscar o equilíbrio entre profissional e pessoal.** Disponível em: <https://administradores.com.br/noticias/relacionamentos-no-trabalho-deve-se-buscar-o-equilibrio-entre-profissional-e-pessoal>. Acesso em: 19 de out.2019.

MARQUES, J.R. **Como Conseguir Um Bom Relacionamento No Ambiente De Trabalho.** Disponível em: <https://www.ibccoaching.com.br/portal/rh-gestao-pessoas/como-conseguir-um-bom-relacionamento-no-ambiente-de-trabalho/>. Acesso em: 22 de out.2019.

PIONEER. **Estratégias de comercialização.** Disponível em: <http://www.pioneersementes.com.br/media-center/artigos/16/estrategias-de-comercializacao>. Acesso em: 23 de out.2019.

ARAÚJO, V.M. **Estratégias para a comercialização agrícola.** Disponível em: <https://www.cpt.com.br/cursos-administracaorural/artigos/estrategias-comercializacao-agricola>. Acesso em 23 de out.2019.

JACTO. Acompanhe as principais estatísticas da agricultura mundial.
Disponível em: <https://blog.jacto.com.br/agricultura-mundial/>. Acesso em: 25 de out.2019.

NOTÍCIAS AGRÍCOLAS. Em 10 anos, o mundo poderá não ter produção de alimentos suficiente para sustentar o crescimento populacional. Disponível em: <https://www.noticiasagricolas.com.br/noticias/agronegocio/201220-em-10-anos-o-mundo-podera-nao-ter-producao-de-alimentos-suficiente-para-sustentar-o-crescimento-populacional.html#.Xdx5B4NKjIV> . Acesso em: 27 de out.2019

DUARTE,G.R.B. Agronegócio no Brasil: Como Está Nosso Setor e o Que Você Pode Esperar. Disponível em: <https://blog.aegro.com.br/agronegocio-no-brasil/>. Acesso em: 27 de out.2019.

KINKARTZ,S. Crescimento Populacional e o Desafio da Alimentação.
Disponível em: <https://www.dw.com/pt-br/crescimento-populacional-e-o-desafio-da-alimenta%C3%A7%C3%A3o/a-15486766>. Acesso em: 01 de nov.2019.

ECOAGRO. O Agronegócio no Brasil. Disponível em: <https://www.ecoagro.agr.br/agronegocio-brasil/>. Acesso em 01 de nov.2019.

GLOBO. Brasil Passa a Ser 3º Maior Exportador Agrícola, mas Clima Ameaça Futuro. Disponível em: <https://revistagloborural.globo.com/Noticias/Agricultura/noticia/2018/09/globo-rural-brasil-passa-a-ser-3o-maior-exportador-agricola-mas-clima-ameaca-futuro.html>. Acesso em 01 de nov.2019.