

**INSTITUTO FEDERAL DE EDUCAÇÃO, CIÊNCIA E TECNOLOGIA
GOIANO
CAMPUS RIO VERDE
BACHARELADO EM ENGENHARIA AGRÔNOMICA**

**ANÁLISE DE MERCADO E ESTRATÉGIAS DE
MARKETING APLICADAS AO AGRONEGÓCIO**

IZA CAROLINY DE FIGUEIREDO

**INSTITUTO FEDERAL DE EDUCAÇÃO, CIÊNCIA E TECNOLOGIA
GOIANO
CAMPUS RIO VERDE
BACHARELADO EM ENGENHARIA AGRÔNOMICA**

**ANÁLISE DE MERCADO E ESTRATÉGIAS DE
MARKETING APLICADAS AO AGRONEGÓCIO**

IZA CAROLINY DE FIGUEIREDO

Relatório de Estágio Curricular apresentado
ao Instituto Federal Goiano – Campus Rio
Verde, como requisito parcial para a
obtenção de grau de Bacharel em Engenharia
Agrônômica.

Orientador: Prof. Dr. Fernando Higino de Lima
e Silva

**Ficha de identificação da obra elaborada pelo autor, através do
Programa de Geração Automática do Sistema Integrado de Bibliotecas do IF Goiano - SIBi**

F475a Figueiredo, Iza Caroliny de
 ANÁLISE DE MERCADO E ESTRATÉGIAS DE
 MARKETING APLICADAS AO AGRONEGÓCIO / Iza
 Caroliny de Figueiredo. Rio Verde 2025.

 24f. il.

 Orientador: Prof. Dr. Fernando Higino Lima e Silva.
 Tcc (Bacharel) - Instituto Federal Goiano, curso de 0220024 -
 Bacharelado em Agronomia - Integral - Rio Verde (Campus Rio
 Verde).
 I. Título.

TERMO DE CIÊNCIA E DE AUTORIZAÇÃO

PARA DISPONIBILIZAR PRODUÇÕES TÉCNICO-CIENTÍFICAS

NO REPOSITÓRIO INSTITUCIONAL DO IF GOIANO

Com base no disposto na Lei Federal nº 9.610, de 19 de fevereiro de 1998, AUTORIZO o Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia Goiano a disponibilizar gratuitamente o documento em formato digital no Repositório Institucional do IF Goiano (RIIF Goiano), sem ressarcimento de direitos autorais, conforme permissão assinada abaixo, para fins de leitura, download e impressão, a título de divulgação da produção técnico-científica no IF Goiano.

IDENTIFICAÇÃO DA PRODUÇÃO TÉCNICO-CIENTÍFICA

Tese (doutorado)

Dissertação (mestrado)

Monografia (especialização)

TCC (graduação)

Artigo científico

Capítulo de livro

Livro

Trabalho apresentado em evento

Produto técnico e educacional - Tipo:

Nome completo do autor:

Matrícula:

Título do trabalho:

RESTRIÇÕES DE ACESSO AO DOCUMENTO

Documento confidencial: Não Sim, justifique:

Informe a data que poderá ser disponibilizado no RIIF Goiano: / /

O documento está sujeito a registro de patente? Sim Não

O documento pode vir a ser publicado como livro? Sim Não

DECLARAÇÃO DE DISTRIBUIÇÃO NÃO-EXCLUSIVA

O(a) referido(a) autor(a) declara:

- Que o documento é seu trabalho original, detém os direitos autorais da produção técnico-científica e não infringe os direitos de qualquer outra pessoa ou entidade;
- Que obteve autorização de quaisquer materiais inclusos no documento do qual não detém os direitos de autoria, para conceder ao Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia Goiano os direitos requeridos e que este material cujos direitos autorais são de terceiros, estão claramente identificados e reconhecidos no texto ou conteúdo do documento entregue;
- Que cumpriu quaisquer obrigações exigidas por contrato ou acordo, caso o documento entregue seja baseado em trabalho financiado ou apoiado por outra instituição que não o Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia Goiano.

Local

/ /
Data

Assinatura do autor e/ou detentor dos direitos autorais

Ciente e de acordo:

Assinatura do(a) orientador(a)

Regulamento de Trabalho de Curso (TC) – IF Goiano - Campus Rio Verde

ANEXO V - ATA DE DEFESA DE TRABALHO DE CURSO

Aos vinte e sete dias do mês de junho de dois mil e vinte e cinco, às 14 horas, reuniu-se, presencialmente, a Banca Examinadora composta por: Prof. Fernando Higino de Lima e Silva (orientador e presidente da banca), Prof. Daniel Emanuel Cabral de Oliveira (membro interno) e a engenheira agrônoma Marina Cabral Inoue (membro externo), para examinar o Trabalho de Curso (TC) intitulado “**ANÁLISE DE MERCADO E ESTRATÉGIAS DE MARKETING APLICADAS AO AGRONEGÓCIO**”, de Iza Caroliny de Figueiredo, estudante do curso de Bacharelado em Agronomia do IF Goiano – Campus Rio Verde, sob matrícula nº 2021102200240172 . A palavra foi concedida a estudante para a apresentação oral do TC, em seguida houve arguição da candidata pelos membros da Banca Examinadora. Após tal etapa, a Banca Examinadora decidiu pela **APROVAÇÃO** da estudante. Ao final da sessão pública de defesa foi lavrada a presente ata, que, após apresentação da versão corrigida do TC, foi assinada pelos membros da Banca Examinadora (no caso da membra externa, assinada pelo presidente da banca), além do Mediador de TC.

Rio Verde, 27 de junho de 2025.

Fernando Higino de Lima e Silva (Orientador)

Presidente da Banca Examinadora

Daniel Emanuel Cabral de Oliveira

Membro da Banca Examinadora

Marina Cabral Inoue

Membra da Banca Examinadora

Pablo da Costa Gontijo

Mediador de TC

Documento assinado eletronicamente por:

- **Fernando Higino de Lima e Silva, PROFESSOR ENS BASICO TECN TECNOLOGICO** , em 27/06/2025 15:05:00.
- **Daniel Emanuel Cabral de Oliveira, PROFESSOR ENS BASICO TECN TECNOLOGICO** , em 27/06/2025 15:10:55.
- **Pablo da Costa Gontijo, PROFESSOR ENS BASICO TECN TECNOLOGICO** , em 27/06/2025 15:53:55.

Este documento foi emitido pelo SUAP em 26/06/2025. Para comprovar sua autenticidade, faça a leitura do QRCode ao lado ou acesse <https://suap.ifgoiano.edu.br/autenticar-documento/> e forneça os dados abaixo:

Código Verificador: 720311

Código de Autenticação: 839eb6339e



DEDICATÓRIA

A Deus, fonte de sabedoria e equilíbrio ao longo desta caminhada.
À minha mãe, exemplo de força e dedicação, por todo apoio incondicional que tornou esta conquista possível.

AGRADECIMENTOS

“Aos amigos e familiares, pelo apoio profissional e pessoal.

Aos corpo de professores, pela a ajuda e paciência com o qual guiaram o meu aprendizado.

A gestão de Marketing da Núcleo Agrícola, Sara Simião, pela oportunidade de desenvolvimento profissional.

Aos colaboradores da Núcleo Agrícola, meu reconhecimento pelo incentivo e ajuda.”

RESUMO

FIGUEIREDO, Iza Carolyn. **Análise de mercado e estratégias de marketing aplicadas ao agronegócio**. 2025. 24p. Trabalho de Conclusão de Curso (Curso de Bacharelado em Agronomia). Instituto Federal Goiano – Campus Rio Verde, Rio Verde, GO, 2025.

Durante todo o desenvolvimento acadêmico, é crucial que o estudante vivencie em prática os conhecimentos empregados na instituição de ensino. Essa experiência extracurricular contribui significativamente na preparação de profissionais com excelência para o mercado de trabalho. No início do ano de 2024, tive o privilégio de iniciar meu estágio obrigatório na empresa Núcleo Agrícola, buscando o contato com profissionais experientes, promovendo *networking* e enriquecendo minha bagagem de experiências. Durante o período de 1 ano, vivenciei diferentes áreas dentro de uma empresa agrícola, desde análises fiscais até venda direta. No setor de marketing, desenvolvi atividades visando a geração de demanda em insumos agrícolas, que se iniciavam com análises fiscais e terminava com a geração de demanda em campo, além de auxiliar em eventos e dias de campo. No departamento administrativo, dediquei-me ao entendimento de premiações e rebates pagos ao time comercial, suas aplicações, descontos e análises fiscais necessárias em apurações. Na área comercial, realizei visitas técnicas em fazendas pelo estado de Goiás, conhecendo de perto máquinas e implementos agrícolas, realizando avaliações e identificação de pragas e doenças nas culturas do milho e da soja, e na elaboração de relatórios técnicos de visita. Ainda, ao acompanhar as atividades comerciais, pude observar de perto as negociações para a renovação de contratos, apuração de documentos, prospecção de novos clientes e a apresentação dos resultados. Este estágio teve um papel essencial na minha formação, contribuindo de maneira significativa para meu desenvolvimento acadêmico, pessoal e profissional.

Palavras-chave: estágio, marketing agrícola, insumos agrícolas e análise fiscal.

LISTA DE FIGURAS

Figura 1. Fachada Núcleo Agrícola Rio Verde.....	11
Figura 2. Fachada Núcleo Agrícola Jataí	12
Figura 3. Fachada Núcleo Agrícola Paraúna.....	12
Figura 4. Fachada Núcleo Agrícola Caiapônia	13
Figura 5. Fachada Núcleo Agrícola Uberlândia	13
Figura 6. Fachada Núcleo Agrícola Uberaba	14
Figura 7. Planilha Semanal de Vendas por vendedor	15
Figura 8. Planilha Semanal de Vendas por filial.....	16
Figura 9. Caderno de Rebates	16
Figura 10. Participação evento de integração	18
Figura 11. Dia de campo – Núcleo Agrícola	18
Figura 12. Calendário Marketing-comercial.....	19
Figura 13. Treinamento CTB Bayer	20
Figura 14. Tour técnico de milho	21
Figura 15. Plantio de Milho	21
Figura 16. Análise de produção	22
Figura 17. Identificação de pragas e doenças	22

SUMÁRIO

1 INTRODUÇÃO	9
2 REVISÃO DE LITERATURA	10
2.1 Importância da experiência prática da formação acadêmica	10
2.2 A multidisciplinaridade nas empresas do setor agrícola	10
3 ATIVIDADES DESENVOLVIDAS	11
3.1 Caracterização do estágio	11
3.2 Marketing analítico e desenvolvimento de mercado.....	14
3.3 Marketing estratégico e eventos	16
3.4 Meio comercial.....	19
4 CONSIDERAÇÕES FINAIS	22
REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS	23

1 INTRODUÇÃO

Em decorrência da missão de alimentar o mundo o agronegócio brasileiro, de acordo com a Confederação da Agricultura e Pecuária do Brasil (CNA, 2024), é responsável por movimentar uma parcela significativa da economia nacional, impulsionando a geração de empregos, exportações e o desenvolvimento de tecnologias voltadas ao campo. O índice econômico mensurado pelo IBGE (Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística, 2023), determina os resultados dos setores produtivos em toda a região do país, sendo estes dados mensurados e coletados no decorrer de um ano, apresentando o setor como líder e, ainda, um termômetro para a economia brasileira. É fato que o avanço tecnológico, como a otimização dos recursos e assistência técnica de todo o manejo da produção até a destinação e o beneficiamento do plantio, torna responsável e crucial para este resultado no país.

No estado de Goiás, o município de Rio Verde se destaca por estar entre os 100 municípios mais prósperos do país no setor do agronegócio, ocupando a quarta posição no ranking estadual do PIB, com um valor estimado em R\$ 16,3 bilhões. Esse desempenho está diretamente relacionado ao elevado nível de produtividade agrícola da região (FICOMEX, 2025). É nesse contexto que se insere a atuação da empresa NÚCLEO PRODUTOS AGROPECUÁRIOS LTDA, sendo conhecida como Núcleo Agrícola, de forma que é vista como uma referência na revenda de insumos e na oferta de assistência técnica. Pode se afirmar que devido ao setor produtivo estar saturado, considerando que já surgiram empresas diversificadas que não se consolidaram no mercado, a Núcleo ainda se destaca no setor a mais de 20 anos.

Por outro lado, é importante destacar que a permanência da empresa no mercado está diretamente relacionada à sua capacidade de atender aos requisitos mínimos de qualidade exigidos pelo setor, os quais se tornam cada vez mais rigorosos em função do avanço da tecnologia e da automação. Nesse contexto, torna-se essencial oferecer soluções precisas e personalizadas, com foco na excelência na entrega e na qualidade dos produtos e serviços fornecidos. Isso, torna a Núcleo Agrícola um diferencial mediante a expansão e a conquista deste mercado na região, possuindo filiais nos principais polos industriais e produtivo da região sudoeste goiano, tais como em Paraúna-GO, Caiapônia-GO e Jataí-GO. Também, atua em outros estados produtivos como Minas Gerais, nos municípios de Uberlândia e Uberaba.

Diante disso, considerando a expansão da empresa e a importância deste setor econômico no Brasil, este trabalho de conclusão de curso (TCC) aborda os principais desafios enfrentados durante o período de estágio realizado na Núcleo Agrícola, evidenciando como a empresa estrategicamente se destaca por meio de seu marketing e comercial, para serem vistas e cada vez mais apresentarem produtos e serviços únicos no setor.

Inegavelmente, é necessário observar que em qualquer setor econômico, a comercialização de um serviço e um produto depende de fatores que vão além das qualidades oferecidas e prestadas dos mesmos, pois a capacidade de criar contatos, mantê-los e oferecer com produtos e serviços com responsabilidade e compromisso, criar um patamar e preços diferenciados para o setor conduzindo a venda da melhor forma possível.

2 REVISÃO DE LITERATURA

O estágio curricular obrigatório se trata de um componente fundamental na formação do estudante, de forma que ele é responsável de tornar a teoria em prática profissional. No curso de Agronomia, essa etapa permite o vivenciar e discernir a teoria com a prática ao ter experiências reais no ambiente de trabalho, promovendo o amadurecimento técnico e o desenvolvimento de competências interpessoais e organizacionais (SANTO; OLIVEIRA,2020).

2.1 A importância da experiência prática na formação acadêmica

Por meio da prática, a teoria aprendida em sala de aula tem um papel significativo para o desenvolvimento da autonomia e da capacidade crítica dos estudantes (MIRANDA et al. 2019). O estágio proporciona ao discente uma compreensão mais profunda sobre a aplicação do conhecimento, de forma que ao mesmo tempo em que conduz a preparação para desafios reais do mercado de trabalho.

Conforme Costa e Silva (2021) o estudante com atividades reais no ambiente do mercado promove um senso de responsabilidade e estimula a iniciativa e favorece o aprendizado colaborativo. Estas experiências são essenciais para o desenvolvimento de uma visão mais estratégica exigida por setores dinâmicos como o agronegócio, além de direcionar e pressionar o acadêmico na contribuição para a resolução de problemas.

Estas experiências são essenciais para o desenvolvimento da visão sistêmica exigida por setores dinâmicos como o agronegócio, pois com a pressão externar o acadêmico se direciona melhor em contribuir e encontrar soluções para diversos problemas.

2.2 A multidisciplinaridade nas empresas do setor agrícola

As empresas do setor agrícola, como a Núcleo Agrícola, demandam de profissionais capacitados em diversas áreas do conhecimento. A vivência em setores como marketing administrativo e comercial proporciona uma formação ampla, capaz de atender às exigências do mercado moderno que busca profissionais flexíveis e com uma visão estratégica, conhecidas como cérebro de obra e não somente mão de obra.

O marketing no agronegócio vem ganhando relevância ao tratar de competitividade, pois permite gerar valor no produto e serviços prestados. Conforme levantamento de especialistas do setor, o marketing agrícola inclui análises mercadológicas e posicionamento de produto, além de ações em campo, como dias de campo e feiras técnicas (AGRO ATTRACTION, 2024). Trazendo relevância ao produto e serviços prestados.

3 ATIVIDADES DESENVOLVIDAS

3.1 Caracterização do estágio

O presente estágio, em sua maior parte, foi realizado na sede da empresa Núcleo Agrícola, em Rio Verde – Goiás, sendo a matriz da empresa. O referido estágio se iniciou em março de 2024, com término em junho de 2025. As atividades desenvolvidas estavam relacionadas a ações de marketing agrícola, desenvolvimento de eventos, rebates e atividades comerciais.



Figura 01: Filial Rio Verde – GO. Fonte: Foto do autor, 2025.



Figura 02: Filial Jataí – GO. Fonte: Foto do autor, 2024.



Figura 03: Filial Paraúna – GO. Fonte: Foto do autor, 2024.



Figura 04: Filial Caiapônia – GO. Fonte: Foto do autor, 2024.



Figura 05: Filial Uberlândia – MG. Fonte: Foto do autor, 2025.



Figura 06: Filial Uberaba – MG. Fonte: Foto do autor, 2025.

3.2 Marketing analítico e desenvolvimento de mercado

Durante todo o percurso do estágio, idealizei demandas relacionadas ao desenvolvimento de vendas. As principais atividades no setor de marketing incluíram:

- Acompanhamento semanal de vendas – evolução e desenvolvimentos de faturamento, margem e saldo em carteira (Figura 07 e 08).
- Tabulação de dados em planilhas de Excel;
- Acompanhamento de premiações – relatórios de escoamento do faturamento e cadastro do time comercial.
- Rebates.
- “Caderno” de rebates (Figura 09).
- Controle do estoque de produtos.

Tais atividades foram de extrema importância para meu desenvolvimento, tanto profissional, quanto pessoal. Durante o período de um ano e três meses, adquiri conhecimento sobre o sistema SAP (*Systems, Applications and Products in Data Processing*), que é utilizado na revenda, onde trabalhamos com extração de dados, clientes e funcionários, o que me ajudou no entendimento sobre processos e pessoas, sendo um diferencial no mercado hoje. Aprendi sobre a montagem e padronização de relatórios via excel, que trazem dados numéricos importantes para a criação de estratégias de vendas que acompanhem o mercado.

Além das atividades relacionadas à área fiscal, tive a oportunidade de estabelecer contato direto com fornecedores de empresas multinacionais, em função das demandas associadas a premiações e rebates. O **rebate** consiste em um percentual do valor das compras realizadas que é reembolsado à empresa, sendo geralmente destinado a ações de marketing, eventos, materiais promocionais, entre outros. Já a **premiação** refere-se a um incentivo financeiro concedido à equipe de vendas, calculado com base no volume de produto comercializado por cada vendedor, como forma de estimular o desempenho. Essas responsabilidades proporcionaram uma integração significativa com profissionais de grandes corporações e com o time comercial da Núcleo.

A análise e o desenvolvimento de mercado desempenharam um papel extremamente estratégico no mercado agrícola hoje, especialmente por trabalhar em cima de dados concretos, gerando demanda em produtos e clientes. Isto é, o setor agrícola é extremamente sensível a variáveis como clima, demanda de produto e atendimento variável à época do ano e ao perfil de produtor rural. Por isso, entende-se que a coleta e interpretação de informações são essenciais para entender o comportamento do mercado, elaborando estratégias que antecipem suas necessidades, ganhando uma vantagem com os competidores.

Estudar e atuar no desenvolvimento de mercado representa uma grande oportunidade pessoal, ensina a importância da visão estratégica e análise de comportamento do mercado e do consumidor. Essa área forneceu aprimoramento de habilidades de planejamento, tomada de decisões e geração de valor.

CONSULTOR	METAS	FATURADO 2025 - ATUAL	MARGEM
A	R\$ 5.000.000,00	R\$ 1.541.343,10	16,2%
B	R\$ 20.000.000,00	R\$ 960.982,30	15,0%
C	R\$ 10.000.000,00	R\$ 184.482,53	21,3%
D	R\$ 8.000.000,00	R\$ 2.687.261,06	12,3%
E	R\$ 5.000.000,00	R\$ 1.226.215,16	13,8%

Figura 07: Planilha de Análise Semanal de Vendas por vendedor. Fonte: Foto do autor.

RIO VERDE & PARAÚNA					
MÊS	META	REALIZADO	ATINGIMENTO	CARTEIRA	
JANEIRO	R\$13.000.000,00	R\$ 15.340.326,98	118%	R\$	12.162.947,93
FEVEREIRO	R\$18.000.000,00	R\$ 12.148.933,95	67%	R\$	7.938.160,39
MARÇO	R\$15.000.000,00	R\$ 7.169.617,02	48%	R\$	1.856.064,75
ABRIL	R\$2.500.000,00	R\$ 1.664.636,21	67%	R\$	6.588.984,77
MAIO	R\$1.500.000,00	R\$ 183.107,20	12%	R\$	9.404.936,79

Figura 08: Planilha de Análise Semanal de Vendas por filial. Fonte: Foto do autor.



Figura 09: Caderno de REBATES. Fonte: Foto do autor.

3.3 Marketing estratégico e eventos

No agronegócio atual, o marketing traz como pauta principal a promoção de produtos. Ele se destaca por ser a atual ferramenta mais importante no âmbito de relacionamento e fidelização, aproximando marcas, fornecedores e produtores, por meio de conexões geradas e pensadas com estratégias de valor.

As maiores empresas hoje, entendem que além de fornecer qualidade de marca e soluções técnicas, é necessário fornecer individualidade e “abraçar o público”, com ações que gerem confiança e identidade exclusiva.

Parte do meu estágio foi dedicada ao entendimento do que é realmente o marketing, suas estratégias de desenvolvimento de marca, ações de atração e fidelização de público. Isto é, suas atividades envolveram:

- Clube Núcleo.
- Universidade Núcleo.
- Suporte em eventos corporativos – apresentação e abertura, precificação com fornecedores, orçamentos e suporte. (Imagem 10).
- Montagem de dias de campo. (Imagem 11).
- Elaboração de campanhas para comercialização de produtos.
- Produção de materiais de apoio.
- Calendário marketing-comercial – Premiações. (Imagem 12)

Esses processos agregaram significativamente minhas experiências profissionais. Adquiri a habilidade de entender como a comunicação e o relacionamento com o público são fatores determinantes para tomada de decisões das estratégias comerciais. Essa experiência me possibilitou entender as necessidades do público trabalhado e a importância de uma marca bem posicionada no mercado.

Trabalhos como a “Universidade Núcleo” me fizeram entender sobre a importância de desenvolver e adaptar seu time as novas tecnologias e inovações do mercado. Esse projeto foi desenvolvido pelo departamento de marketing com o intuito de disponibilizar cursos e treinamentos ao time interno e externo da Núcleo, buscando sempre o desenvolvimento de habilidades interpessoais, engajando e motivando os colaboradores.

Além das capacidades comerciais, o estágio me proporcionou um desenvolvimento pessoal muito grande, como a criatividade, proatividade, organização de eventos, análise de público e construção de relacionamento assertivo, competência que será de extrema relevância na minha atuação no mercado de trabalho.



Figura 10: Apresentação de dinâmica em evento de integração dos colaboradores da Núcleo. Fonte: Autoria própria.



Figura 11: Dia campo Núcleo Agrícola – Uberlândia, MG. Fonte: Autoria própria.

FORNECEDOR	FILIAL	DATA INICIAL	DATA FINAL	PREMIAÇÃO	RECEBIMENTO
	Rio Verde, Paraúna, Jataí/Caiapônia	01/04/2024	30/03/2025	R\$/L	ago/25
	Rio Verde, Paraúna, Jataí/Caiapônia	01/05/2024	30/04/2025	R\$/L	jul/25
	Rio Verde, Paraúna, Jataí/Caiapônia	-	15/05/2025	R\$/L	jun/25
	Rio Verde, Paraúna, Jataí/Caiapônia	01/01/2025	30/06/2025	R\$/L	ago/25
	Rio Verde, Paraúna, Jataí/Caiapônia	01/07/2025	31/12/2025	R\$/L	fev/26
	Rio Verde, Paraúna, Jataí/Caiapônia	01/01/2024	31/12/2024	R\$/L	
	Rio Verde, Paraúna, Jataí/Caiapônia	01/01/2024	31/12/2025	R\$/BB	

Figura 12: Calendário Marketing-comercial de premiações. Fonte: Autoria própria.

3.4 Meio comercial

Além da parte fiscal e do marketing, desenvolvi atividades no setor comercial da empresa, que incluíam acompanhamento da soltura de plantio, avaliação da cultura do milho em todos os estágios, montagem de manejo para clientes, cotações e negociações, e comparativo de produção com concorrentes, visando prospecção de novos clientes.

O relacionamento com os clientes na área comercial no meio agrícola é um tópico de importância fundamental no sucesso do negócio. Com isso, é inegável o desenvolvimento teórico e prático que desenvolvi nas demandas de campo, com atividade como:

- Participação em treinamento de portfólios – (Imagem 13).
- Suporte ao time comercial em campo – avaliações, vendas, negociações.
- Participação em tour técnico de milhos DEKALB – (Imagem 14).
- Auxílio e acompanhamento no plantio de milho. (Imagem 15)
- Estimativa de produção em lavoura de milho e soja. (Imagem 16)
- Avaliação de doenças, insetos e pragas na cultura do milho. (Imagem 17)
- Prospecção de novos clientes.
- Comunicação com produtores e colaboradores sobre a situação das lavouras.
- Pós-venda.

Durante o último semestre que antecedeu o término do estágio, desenvolvi atividades voltadas a estimativa de produção de milho. Essa etapa foi realizada através da pesagem de mil grãos, contagem de espigas por metro, contagem de plantas por fileira e coluna de grãos, tanto para os híbridos comercializados pela Núcleo quanto os concorrentes, permitindo uma análise comparativa de desempenho através da estimativa de produção por hectare. Essa atividade tinha como objetivo gerar informações técnicas que embasassem a recomendação dos híbridos DEKALB no próximo ciclo.

Ainda trabalhei com diversos insumos, como herbicidas, fungicidas, e inseticidas. Nessa área, pude praticar os ensinamentos obtidos nas aulas das disciplinas Proteção de plantas e Receituário Agrônomo, Microbiologia Agrícola, Entomologia Geral e Plantas Daninhas. Nos treinamentos realizados, conheci mais sobre o portfólio de empresas com grande representatividade no setor, como Bayer, Lallemand, Stoller, Dekalb, entre outras, atualizando-me sobre diversos produtos e inovações disponíveis no mercado. Além disso, ao participar das visitas com clientes e em prospecções, aprendi a comunicar-me com diferentes perfis de produtores, o que contribuiu significativamente para meu crescimento pessoal.



Figura 13. Treinamento CTB da Bayer. Fonte: Autoria própria.



Figura 14: Tour técnico de milho – Fazenda do produtor Jair Leão, município de Rio Verde.
Fonte: Autoria própria.



Figura 15: Soltura de plantio do híbrido DKB 356 – dia 24/02/2025, área de 73 ha, no município de Acreúna, Goiás.
. Fonte: Autoria própria.

A proposta de atuar em múltiplas áreas do mercado agrícola me permitiu explorar todas as áreas de uma empresa do ramo. Na análise de mercado, aprendi a analisar dados e gerar demanda em determinado produto, de acordo com a época do ano, além de me envolver em estratégias comportamentais de clientes e colaboradores, visando maior rendimento da empresa.

Na área comercial, conheci diversas regiões do estado de Goiás, adquiri conhecimento sobre pragas e doenças das culturas do milho e da soja, acompanhei tomada de decisão a respeito de químicos e estratégias de manejo, e o timing de aplicação e períodos de colheita.

Na área de marketing estratégico, que caminha junto com o setor comercial, tive a chance de participar da criação de campanhas de vendas que visavam o aumento do faturamento em determinado período. Desenvolvi, ainda, a capacidade de comunicação com fornecedores, agricultores e promoção de networking com figuras renomadas da região.

A oportunidade de trabalhar no setor me deixa extremamente feliz e grata pela grande contribuição pessoal e profissional. A experiência de participar de um estágio antes de concluir a formação é um fator determinante para o sucesso na minha carreira como agrônoma.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

BRASIL. Ministério da Agricultura, Pecuária e Abastecimento. Confederação da Agricultura e Pecuária do Brasil – CNA: Relatório anual 2024. Brasília, DF: CNA, 2024. Disponível em: www.cnabrazil.org.br. Acesso em: 11 jun. 2025.

COSTA, M. F.; SILVA, R. S. A aprendizagem no estágio supervisionado: experiências e reflexões. *Revista Brasileira de Educação do Campo*, v. 6, n. 2, p. 99-115, 2021.

FICOMEX (Fundação de Comércio Exterior de Goiás). Relatório de desempenho agrícola do município de Rio Verde. Goiânia: FICOMEX, 2025.

INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA – IBGE. Indicadores do setor agropecuário brasileiro: relatório anual 2023. Rio de Janeiro: IBGE, 2023. Disponível em: www.ibge.gov.br.

MIRANDA, A. P. et al. Estágio curricular e formação profissional: aproximações entre teoria e prática. *Cadernos de Educação, Tecnologia e Sociedade*, v. 12, n. 3, p. 45-62, 2019.

SANTO, T.; OLIVEIRA, G. P. O estágio curricular obrigatório: análise da articulação entre teoria e prática. *Revista de Ensino Superior do Agronegócio*, v. 4, n. 1, p. 78-93, 2020.

AGRO ATTRACTION. Marketing agrícola no Brasil: estratégias e desafios. São Paulo: AgroData, 2024