



MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO
UNIVERSIDADE FEDERAL RURAL DO SEMI-ÁRIDO
CENTRO DE CIÊNCIAS AGRÁRIAS
DEPARTAMENTO DE CIÊNCIAS ANIMAIS
CURSO DE GRADUAÇÃO EM ZOOTECNIA



NATANAHEL VICTOR FERNANDES DOS SANTOS

RELATÓRIO DE ESTÁGIO SUPERVISIONADO OBRIGATÓRIO
NA EMPRESA KM ASSESSORIA E REPRESENTAÇÕES

MOSSORÓ/RN – 2024

NATANAHEL VICTOR FERNANDES DOS SANTOS

RELATÓRIO DE ESTÁGIO SUPERVISIONADO OBRIGATÓRIO
NA EMPRESA KM ASSESSORIA E REPRESENTAÇÕES

Relatório Final de Atividades de Estágio
Supervisionado apresentado como exigência para
conclusão do Curso de graduação em Zootecnia da
UFERSA.

Orientador(a): Prof^a. Dr^a. Liz Carolina da Silva Lagos
Cortes Assis

Supervisor(a) do estágio: Marcel de Araújo Lopes/ KM
assessoria e representações

MOSSORÓ/RN – 2024

© Todos os direitos estão reservados a Universidade Federal Rural do Semi-Árido. O conteúdo desta obra é de inteira responsabilidade do (a) autor (a), sendo o mesmo, passível de sanções administrativas ou penais, caso sejam infringidas as leis que regulamentam a Propriedade Intelectual, respectivamente, Patentes: Lei nº 9.279/1996 e Direitos Autorais: Lei nº 9.610/1998. O conteúdo desta obra tomar-se-á de domínio público após a data de defesa e homologação da sua respectiva ata. A mesma poderá servir de base literária para novas pesquisas, desde que a obra e seu (a) respectivo (a) autor (a) sejam devidamente citados e mencionados os seus créditos bibliográficos.

SS237 Santos, Natanahel Victor Fernandes dos.
r Relatório de estágio supervisionado obrigatório
na empresa KM Assessoria e Representações /
Natanahel Victor Fernandes dos Santos. - 2024.
23 f. : il.

Orientadora: Liz Carolina da Silva Lagos
Cortes Assis.
Relatório (graduação) - Universidade Federal
Rural do Semi-árido, Curso de Zootecnia, 2024.

1. Área comercial. 2. Pecuária. 3.
Profissional. 4. Estratégia de vendas. I.
Carolina da Silva Lagos Cortes Assis, Liz ,
orient. II. Título.

Ficha catalográfica elaborada por sistema gerador automático em conformidade
com AACR2 e os dados fornecidos pelo(a) autor(a).
Biblioteca Campus Mossoró / Setor de Informação e Referência
Bibliotecária: Keina Cristina Santos Sousa e Silva
CRB: 15/120

O serviço de Geração Automática de Ficha Catalográfica para Trabalhos de Conclusão de Curso (TCC's) foi desenvolvido pelo Instituto de Ciências Matemáticas e de Computação da Universidade de São Paulo (USP) e gentilmente cedido para o Sistema de Bibliotecas da Universidade Federal Rural do Semi-Árido (SISBI-UFERSA), sendo customizado pela Superintendência de Tecnologia da Informação e Comunicação (SUTIC) sob orientação dos bibliotecários da instituição para ser adaptado às necessidades dos alunos dos Cursos de Graduação e Programas de Pós-Graduação da Universidade.

NATANAHEL VICTOR FERNANDES DOS SANTOS

**RELATÓRIO DE ESTÁGIO SUPERVISIONADO OBRIGATÓRIO
NA EMPRESA KM ASSESSORIA E REPRESENTAÇÕES**

Relatório Final de Atividades de Estágio
Supervisionado apresentado como exigência para
conclusão do Curso de graduação em Zootecnia da
UFERSA.

Orientador(a): Prof^a. Dr^a. Liz Carolina da Silva Lagos
Cortes Assis

Supervisor(a) do estágio: Marcel de Araújo Lopes/ KM
assessoria e representações

Aprovado em: 02/04/2024

BANCA EXAMINADORA

Prof^a. Dr^a. Liz Carolina da Silva Lagos Cortes Assis, UFERSA
Presidente

Prof. Dr. Hilton Felipe Marinho Barreto, IFRN
Membro Examinador

Me. Karoline Batista de Paiva Lopes
Membro Examinador

Marcel de Araújo Lopes
Membro Examinador

MOSSORÓ/RN – 2024

DEDICATÓRIA

Dedico primeiramente a Deus, a Ele toda honra e glória e a toda a minha família em especial ao meu pai Jalmir Martins dos Santos (*In memória*), a minha a minha mãe Marialba Edna Chaves Santos e minha irmã Maria Fernandes dos Santos Neta . Essa conquista são de Vocês!

AGRADECIMENTOS

Em primeiro lugar, expresso minha profunda gratidão a Deus, que tem sido minha força e meu porto seguro ao longo de toda a jornada acadêmica. Sem Sua orientação constante, não teria alcançado este momento.

Quero prestar uma homenagem especial ao meu saudoso pai, Jalmir Martins dos Santos (in memória), que, mesmo ausente fisicamente, permaneceu presente em meu coração. Foi ele quem me incentivou a superar cada obstáculo, lembrando-me sempre do sonho dele de ver seus filhos graduados.

À minha mãe, Marialba Edna Chaves Santos, dedico meu agradecimento pelo apoio incondicional e pelas orações constantes. Mesmo diante das dificuldades, ela nunca hesitou em fazer todo o possível para me auxiliar durante essa jornada.

À minha irmã, Maria Fernandes dos Santos Neta, agradeço pelo apoio constante durante a graduação. Sua presença nas minhas decisões e a partilha das conquistas foram fundamentais. Agradeço também à pequena Liz Helena, que, mesmo na barriga, trouxe uma imensa felicidade à minha vida, e ao meu cunhado Filho Aquino pelo apoio de sempre.

Expresso meu reconhecimento à extensa rede familiar, em nome das minhas tias, madrinha e meu padrinho, bem como meus primos. Agradeço pelo apoio constante e pelas forças depositadas em mim ao longo dessa jornada.

Aos colegas e amigos, tanto aqueles que compartilho uma longa história quanto os que conheci durante a graduação, meu sincero agradecimento. Sem o apoio, conhecimento e momentos de descontração compartilhados, não teria alcançado esse marco. Em especial, Ayane Cortez, Camila Régis, Thais Galdino, Anniely Paiva, Mateus Queiroz, Maryane Leite, Cíntia Grazielle, Wendell Medeiros, Andreia Luize, Josicleide Maria, Marcielle Menezes, Alyda Letícia, Fernanda Cavalcante, Thayna Sousa, Paloma Costa, Poliana Torres, Mariana Freitas, Terceiro Rodrigues, Breno Noronha, Jackeline Moura, Rafaela Costa, Marília Tavares, Mateus Medeiro, Alvaro Cavalcante, Hudson Yuri, Aline Cavalcante, Ionara Darcya, Náyra Rachel, Victor Medeiros, Thais Costa, Jorge Luiz, Juliano Fernandes, Samuel Cavalcante, Bianca Nascimento, Fredson Philipe, Felipe Fernandes, Dailan Silva, Roberto Rabelo, Flávia Pimentel, Pedro Isaac, Ana Elidarly, Vanessa Freitas, Wellesom Marinho, Fernando Ivan, Mario Augusto, Luiza Cordeiro, Ruth Costa, Rodrigo Carvalho, André Linhares, Alexandre Wanderley, Leandro Almeida e Signety Ferreira.

À minha namorada, Fernanda Larissa, que além de ser minha companheira e amiga, esteve ao meu lado na reta final do curso, sempre me apoiando e motivando.

À Empresa Júnior de Zootecnia (EMJUZ), agradeço pelas oportunidades e pelo crescimento profissional e pessoal proporcionados ao longo dos quatro anos de participação no Movimento Empresa Júnior – MEJ, e por todas as amizades conquistadas.

Ao PET de Zootecnia, em especial à professora Dr^a. Patricia Lima e demais colegas, minha gratidão pelo incentivo, oportunidades, trabalhos e conhecimentos compartilhados.

À Universidade Federal Rural do Semi-Árido - UFERSA, agradeço pela oportunidade e pelas condições que possibilitaram o término deste ciclo de maneira satisfatória.

À KM ASSESSORIA E REPRESENTAÇÕES, em nome de Marcel Lopes e Karoline Lopes, agradeço pela oportunidade, apoio, conhecimento e experiências compartilhadas. Um agradecimento ao meu colega de trabalho e amigo Victor Henneg por toda a ajuda nessa jornada. Sou muito grato de fazer parte desse time.

Aos profissionais que contribuíram para minha formação, dentro e fora da UFERSA, incluindo Josivania Soares, Leonardo Lelis, Francielle Gurgel, Felipe Barreto, Pedro Neto e Simone Pereira, minha eterna gratidão pelo acolhimento e pelas experiências compartilhadas, sendo verdadeiros exemplos de profissionais em Zootecnia.

À minha orientadora Prof^a. Dr^a Liz Carolina por todo apoio desde o começo da faculdade me acolheu e me orientou durante toda a vida acadêmica, sou muito grato por cada ensinamento compartilhado.

À Associação Norte Rio-grandense de Criadores de Ovinos e Caprinos – ANCOC em nome do presidente Caius Otávio e em especial a Kamilla Costa e Ruth Costa, agradeço pela oportunidade de estágio, paciência e pelos conhecimentos compartilhados. Também agradeço aos amigos e colegas, bem como ao grupo técnicos de jurados, por todo o conhecimento repassado e experiências compartilhadas.

Por fim, e não menos importante, meus sinceros agradecimentos a todos que colaboraram de forma direta e indiretamente em toda minha formação.

RESUMO

Este relatório visa apresentar as atividades desempenhadas durante o estágio curricular obrigatório do curso de Zootecnia, realizado no período de 27 de novembro de 2023 a 16 de fevereiro de 2024, totalizando 360 horas. O estágio foi conduzido sob a orientação da Prof.^a Dr.^a Liz Carolina da Silva Lagos Cortes Assis e a supervisão do Zootecnista e sócio administrador Marcel de Araújo Lopes, na empresa KM Assessoria e Representações. As atividades desenvolvidas concentraram-se na esfera comercial, abrangendo a venda e pós-venda de medicamentos, aditivos de probiótico e prebiótico para animais de produção, além de vendas de minerais e ração para a pecuária, direcionadas a bovinos, caprinos e ovinos. Para a realização do estágio foi estabelecido tarefas diárias/mensais ou por visitas, onde foi aplicado os conhecimentos aprendidos na Universidade. É essencial ressaltar os resultados alcançados durante o estágio, de modo que outras empresas possam compreender que essa experiência é uma oportunidade de ganhos mútuos, não apenas um custo. Através dos estágios, é frequentemente possível atrair talentos excepcionais para a empresa e para o mercado em geral. Este relatório detalha as atividades realizadas durante o desenvolvimento do estágio curricular obrigatório supervisionado

Palavras chave: Área comercial. Pecuária. Profissional. Estratégia de vendas.

ABSTRACT

This report aims to present the activities carried out during the mandatory curricular internship of the Animal Science course, which took place from November 27, 2023, to February 16, 2024, totaling 360 hours. The internship was conducted under the guidance of Prof. Dr. Liz Carolina da Silva Lagos Cortes Assis and supervised by animal scientist and managing partner Marcel de Araújo Lopes, at the company KM Assessoria e Representações. The activities focused on the commercial sphere, including the sale and post-sale of medications, probiotic and prebiotic additives for production animals, as well as sales of minerals and feed for livestock, targeting cattle, goats, and sheep. Daily/monthly tasks or visits were established for the internship, applying the knowledge learned at the University. It is essential to highlight the results achieved during the internship, so that other companies can understand that this experience is an opportunity for mutual gains, not just a cost. Through internships, it is often possible to attract exceptional talents to the company and to the market in general. This report details the activities carried out during the supervised mandatory curricular internship.

Keywords: Commercial. Livestock. Professional. Strategy.

LISTA DE FIGURAS

Figura 1: Logomarca da empresa KM Assessoria e Representações	13
Figura 2: Mapa do Rio Grande do Norte em destaque na cor verde a região de atuação.....	14
Figura 3: Registro da visita a propriedade rural	16
Figura 4: Caprino da Raça Boer se alimentando do produto que a empresa vende.	16
Figura 5: Estoque de um cliente da ração comercializada pela KM.....	18
Figura 6: Exposição do produto no cliente logística da KM	18
Figura 7: Percentagem das vendas realizadas entre 27 de novembro a 16 de janeiro	19

SUMÁRIO

1	INTRODUÇÃO	11
2	OBJETIVOS	12
2.1	OBJETIVO GERAL.....	12
2.2	OBJETIVO ESPECÍFICO.....	12
3	INSTITUIÇÃO CONCEDENTE	13
4	ATIVIDADES DESENVOLVIDAS DURANTE O ESTÁGIO.....	14
4.1	VISITA E ABORDAGEM AO CLIENTE	14
4.2	VISITA TÉCNICAS A PROPRIEDADES RURAIS.....	15
4.3	VISITA A LOJAS AGROPECUÁRIAS.....	17
4.4	COMERCIALIZAÇÃO DOS PRODUTOS E RESULTADOS OBTIDOS DURANTE O ESTÁGIO	17
5	CONSIDERAÇÕES FINAIS.....	21
6	REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS	22
7	PARECER DO SUPERVISOR DO ESTÁGIO	23

1 INTRODUÇÃO

O presente trabalho tem como propósito apresentar as atividades desenvolvidas durante o período de estágio curricular supervisionado obrigatório, com ênfase na área comercial da empresa KM Assessoria e Representações. O estágio foi realizado de 27 de novembro de 2023 a 16 de fevereiro de 2024, sob a supervisão do zootecnista e sócio-administrador Marcel de Araújo Lopes, totalizando uma carga horária de 360 horas.

As atividades executadas incluíram visitas à lojas agropecuárias e às propriedades rurais, com o intuito de desenvolver estratégias para vendas e apresentação de produtos destinados à alimentação animal, abrangendo rações e minerais para animais de produção, especialmente, bovinos, caprinos e ovinos. Além disso, foram realizadas abordagens sobre uma rede de aditivos probióticos e prebióticos, medicamentos, suplementos e produtos para higiene e embelezamento, das mais diversas espécies animais, visando ampliar a base de clientes e o faturamento da empresa.

É relevante destacar que todo conhecimento adquirido ao longo da graduação desempenha um papel crucial, sendo essencial para ser aplicado durante a jornada de trabalho, integrando o conhecimento teórico com as situações práticas vivenciadas.

A área comercial, responsável pelo processo de relacionamento com os clientes, desde a prospecção até o pós-venda, desempenha um papel vital no crescimento dos negócios da empresa e no fortalecimento dos laços com os clientes (MORAIS, 2023). A contratação de profissionais técnicos na área comercial está em ascensão e é um setor que demanda amplo conhecimento técnico, habilidades de gerenciamento e estratégias de vendas, respectivamente.

Com isso, para uma boa estratégia de venda exige capacidade e habilidades em falar com o cliente e um ótimo gerenciamento. Essa estratégia se divide em várias etapas, desde a prospecção até a fidelização do cliente. Portanto, o acompanhamento do uso do produto é essencial nesse processo, pois leva à recompra e uma relação duradoura com o cliente.

Portanto, este relatório irá detalhar informações sobre as vendas em potencial, conhecimento das áreas destinadas às vendas de minerais, rações, suplementos e medicamentos.

2 OBJETIVOS

2.1 Objetivo geral

Vivenciar na prática as habilidades técnicas para desempenhar a função de representante técnico comercial, identificando a situação do mercado e analisando as estratégias de venda.

2.2 Objetivo específico

- 2.2.1 Identificar os principais fatores que auxiliam a aproximação com clientes para vendas, realizando visitas regulares para entender suas necessidades e desafios.
- 2.2.2 Aprender técnicas de vendas, buscando sempre inovar essas estratégias para se encaixar o perfil de cada cliente.
- 2.2.3 Correlacionar o conhecimento teórico/prático adquirido no curso de zootecnia e a dinâmica da agropecuária.
- 2.2.4 Realizar a estratégia de pós-venda, como etapa de capacitação, assistência e fidelização do cliente.

3 INSTITUIÇÃO CONCEDENTE

A KM Assessoria e Representações (Figura 1) é uma empresa que está no mercado há 15 anos, fundada em abril de 2009 pelos Zootecnistas Marcel Lopes e Karoline Lopes e está localizada na Avenida Aroeira, no Bairro de Nova Parnamirim em Natal-RN. Tem por objetivo promover a maximização da lucratividade dos clientes, seja através de prestação de serviços, seja pela indicação de produtos de alta qualidade em todo o Nordeste.

A KM Assessoria e Representações oferece serviços de julgamento e inspeção de espécies bovina, ovina e caprina; organização de exposições; capacitações em geral; representa marcas como a Integral Mix[®], IMEVE[®], CRV Lagoa[®] e Sanity Milk[®], além da assessoria zootécnica.

Figura 1: Logomarca da empresa KM Assessoria e Representações



Fonte: Marcel Lopes

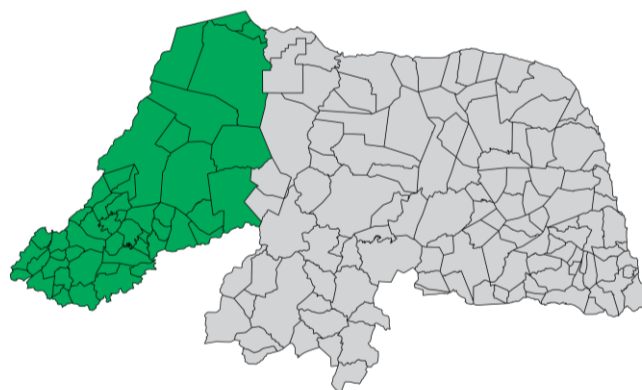
4 ATIVIDADES DESENVOLVIDAS DURANTE O ESTÁGIO

O estágio foi focado para a área comercial, tanto na venda, como na pós-venda de medicamentos da área pet e de animais de produção, além de vendas de minerais, suplementos e ração para bovino, caprino e ovino.

Durante o período de estágio foram realizadas atividades de consultoria técnica e comercial para produtores rurais e lojas agropecuárias. Foram realizadas visitas diárias aos clientes, apresentando os produtos e utilizando argumentos técnicos para conquistá-lo e efetuar a venda. Identificou-se dois perfis de clientes da empresa, aquele que necessita de assistência com logística e o outro como sendo o produtor rural na busca de orientação e fornecimento de insumos.

A área destinada para as visitas às propriedades rurais e lojas agropecuárias abrangeu toda região oeste do Estado do Rio Grande do Norte (Figura 1), incluindo um total de, aproximadamente, 49 municípios distribuídos em microrregiões distintas. Dentre essas microrregiões inclui-se a Chapada do Apodi, o Médio Oeste Potiguar, Mossoró, Pau dos Ferros, Serra de São Miguel e Umarizal.

Figura 2: Mapa do Rio Grande do Norte em destaque na cor verde a região de atuação.



Fonte: Adaptado de suporte geográfico

4.1 Visitas e abordagem ao cliente

Diariamente, foram realizadas visitas a lojas agropecuárias e aos produtores rurais, seguindo sempre um planejamento semanal para as visitas. As visitas ocorriam, geralmente, em horário comercial, entre 8h e 18h, de segunda a sexta, e quando as visitas foram realizadas em fazendas ocorriam dentro do horário mais conveniente para o produtor.

A abordagem inicial envolve o estabelecimento do primeiro contato com o cliente, a apresentação dos produtos disponíveis, a negociação e o cadastro do cliente para futuras compras. Nesse processo, busco empregar meu conhecimento técnico para recomendar o produto mais adequado às necessidades específicas do cliente e de seu rebanho. Cada produto é cuidadosamente associado a um público-alvo específico, garantindo uma abordagem personalizada e direcionada, que visa atender às demandas e expectativas individuais de cada cliente. Conforme Zendesk (2024) a identificação de público-alvo se classifica como grupo de indivíduos com características em comum, que compartilham o mesmo interesse em potencial pelos produtos ou serviços que uma empresa oferece.

Após o primeiro contato inicial, realizo sempre visitas, mesmo que não houvesse vendas no primeiro contato, algo que nem sempre acontece. No entanto, costumo manter uma presença constante através dessas visitas para destacar-me e aumentar as chances de concretizar uma venda futura. No caso dos clientes fidelizados, essas visitas são aproveitadas para implementar estratégias de pós-venda. A pós-venda engloba uma série de iniciativas de interação entre a empresa e o cliente, iniciando-se imediatamente após a aquisição de um produto ou serviço. Esse enfoque incorpora estratégias que perpetuam a conexão, visando atender continuamente às necessidades do consumidor e, simultaneamente, cultivar sua fidelidade à empresa (Zendesk, 2023).

A importância do pós-venda não apenas mantém a fidelidade do cliente, mas também amplia o alcance do seu negócio. Ao oferecer visitas constantes, você não só retém clientes existentes, mas também incentiva a recomendação do seu produto, boca a boca, expandindo assim sua base de clientes.

4.2 Visita técnicas a propriedades rurais

Durante o período de estágio, também foram realizadas visitas às propriedades rurais (figura 3) com o objetivo de fortalecer o relacionamento com os clientes, tanto durante a venda, quanto no pós-venda. Durante essas visitas, buscava-se identificar e implementar ajustes nos manejos e alimentação dos animais, buscando sempre fazer um acompanhamento para que a utilização do produto seja bem sucedida, sempre atendendo às necessidades específicas de cada produtor, visando sua satisfação e fidelização.

A abordagem adotada durante as visitas técnicas visava não apenas entender, mas vivenciar os desafios enfrentados pelos produtores. Através de uma análise minuciosa das práticas existentes, identificou-se oportunidades de melhoria, personalizando soluções que se

alinham às características únicas de cada propriedade. Essas análises são conduzidas por meio de diagnósticos precisos e contextualizados, aplicados minuciosamente em cada local visitado, proporcionando assim uma abordagem holística e efetiva.

No decorrer das conversas com os produtores, foi oferecido orientações baseadas em melhorias para ajustar o manejo nas propriedades, proporcionando uma maximização da produção. Além disso, utilizou-se do conhecimento prático/teórico vivenciado na Universidade e da experiência adquirida nas visitas de campo, para ajustar a dieta dos animais, melhoria nos manejos gerais, buscando obter o melhor custo benefício e orientar a utilização correta de produtos e tecnologias sugerida.

A priorização constante do custo-benefício foi fundamental para tornar as negociações mais assertivas. Para isso, é realizado cálculos detalhados que apresentam estimativas de gastos e lucros relacionados ao fornecimento de rações/minerais para os animais (figura 4). Esses cálculos levam em consideração as quantidades de fornecimento e o total de animais no plantel, fornecendo uma visão abrangente das operações.

Além dos benefícios diretos para os produtores atendidos, essas visitas técnicas desempenharam um papel relevante na disseminação de conhecimento e boas práticas no setor agropecuário local. A troca de informações e a promoção de técnicas sustentáveis contribuíram para o fortalecimento da pecuária e a construção de uma rede colaborativa.

Figura 3: Registro da visita a propriedade rural



Fonte: autor (2024)

Figura 4: Caprino da Raça Boer se alimentando do produto que a empresa vende.



Fonte: autor (2024)

4.3 Visita a lojas agropecuárias

As visitas às lojas agropecuárias foram realizadas de forma planejada durante o horário comercial, não se limitando apenas à apresentação dos produtos. Foi estimulado um processo de aprendizado para adotar uma abordagem consultiva, visando compreender as necessidades específicas de cada estabelecimento. Isso contribuiu para fortalecer os laços com os parceiros logísticos. Essa abordagem demandava um estudo de mercado, análise do perfil do cliente da loja e consideração da localização do estabelecimento. Esses dados foram cruciais para identificar os produtos com maior potencial de demanda em cada região, garantindo uma oferta alinhada às necessidades do cliente, sempre priorizando a transparência com o cliente, sem enfatizar a ideia de venda.

Além disso, durante as visitas às lojas, foi realizado treinamentos e capacitações para os balconistas sobre o uso adequado do produto e qual a finalidade do mesmo. Para isso, participei de diversos treinamentos ministrados pelas empresas responsáveis pelos produtos, os quais forneceram uma visão abrangente e detalhada sobre suas características, benefícios e aplicações, garantindo assim um conhecimento sólido e completo para transmitir aos balconistas e, conseqüentemente, aos clientes. Essa iniciativa não apenas aprimorou o conhecimento técnico dos balconistas, mas também proporcionou uma compreensão mais profunda dos produtos, facilitando assim o processo de venda efetiva e atendimento ao cliente. Com isso, realizava não só esse treinamento para os balconistas, como também a pós-venda para o consumidor final, utilizando do conhecimento técnico para orientar os clientes garantindo o máximo desempenho e resultados desejados com os produtos adquiridos, proporcionando um bom vínculo com o cliente e a construção de uma relação de fidelidade com o cliente e a loja.

4.4 Comercialização dos produtos e resultados obtidos durante o estágio

Durante o estágio, foi oportunizado a realização de vendas em diversos segmentos de produtos agropecuários, dentre eles: medicamentos, suplementos alimentares, probióticos e prebióticos, rações e minerais específicos para o setor da pecuária, com foco em bovinos, caprinos e ovinos.

É importante destacar o aumento significativo do uso de probióticos e prebióticos na alimentação animal, com o intuito de promover benefícios para o organismo dos animais. Os probióticos consistem em microrganismos vivos administrados em quantidades adequadas,

visam melhorar a saúde do hospedeiro (Sanders, 2003) e os prebióticos são carboidratos não digeríveis que impactam positivamente o hospedeiro, estimulando seletivamente a proliferação e/ou atividade de populações desejáveis de bactérias no intestino (Gibson & Roberfroid, 1995).

A demanda por produtos que compõem a linha de nutrição, tais como rações (Figura 5) e minerais (Figura 6), apresenta constante assensão. Esse aumento é impulsionado pela crescente percepção da importância da suplementação do rebanho para otimizar a produção e aumentar a lucratividade das atividades pecuárias. Em estudos sobre o assunto, Tokarnia et al. (2010), argumentam que a inadequação dos minerais na dieta dos animais resulta em prejuízos financeiros para os criadores, uma vez que isso reduz a eficiência produtiva e representa um obstáculo para alcançar um desempenho satisfatório do rebanho.

Figura 5: Estoque de um cliente da ração comercializada pela KM



Fonte: autor (2024)

Figura 6: Exposição de mineral no cliente logística da KM

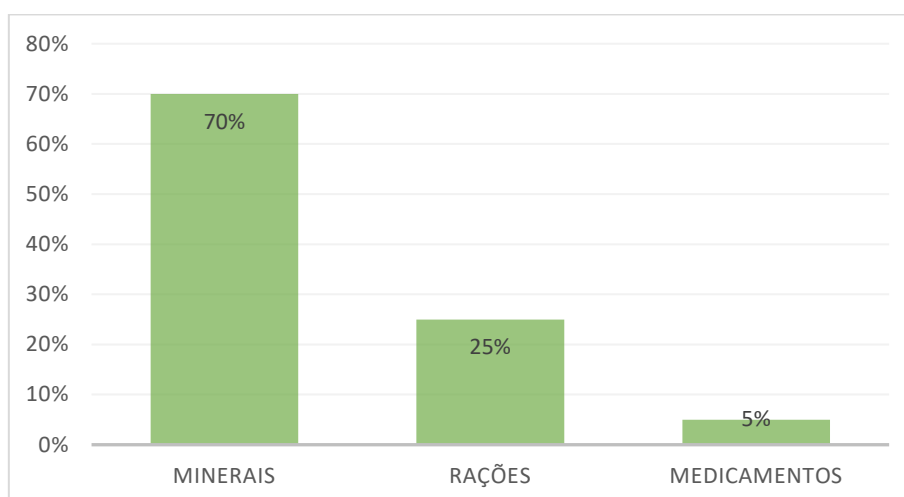


Fonte: autor (2024)

A preocupação com a nutrição adequada do rebanho tem se intensificado, visto que produtores buscam maximizar o desempenho dos animais e garantir sua saúde e bem-estar. Nesse contexto, a suplementação mineral e alimentar tornou-se uma prática essencial para suprir as necessidades nutricionais específicas dos animais, seja para promover o crescimento, aumentar a produção de leite ou melhorar a qualidade da carne.

Durante o período de estágio, a percentagem das vendas realizadas teve uma variação bem significativa entre os meses de novembro e fevereiro (Figura 7).

Figura 7: Percentagem das vendas realizadas entre 27 de novembro a 16 de janeiro



Com base nos dados mencionados na Figura 7, observou-se um aumento significativo na venda de minerais durante o período seco do ano (período do estágio), especialmente do sal proteinado. Isso se deu devido a prática comum na pecuária de fornecer suplementos minerais aos animais nesse período, especialmente, para garantir que recebam nutrientes adequados mesmo quando a disponibilidade de pastagens de qualidade é reduzida, além de orientações técnicas fornecidas na apresentação do produto.

Isso porque, durante o período seco, as forragens tropicais tendem a apresentar baixa qualidade devido à diminuição dos compostos nitrogenados e ao aumento da lignificação na fração fibrosa. Esses fatores resultam em uma redução no consumo e na digestibilidade por parte dos animais. No entanto, é crucial tomar decisões estratégicas em relação à suplementação para garantir o desempenho esperado no rebanho (Cuiassi et al., 2022).

É importante destacar também que a mineralização durante o período de transição sazonal e, especialmente, durante a estação chuvosa, é fundamental garantir a adequada mineralização do rebanho para maximizar sua eficiência e desempenho. Esse cuidado é essencial tanto para otimizar a produção de leite quanto para garantir uma excelente produção de carne, abrangendo não apenas bovinos, mas também caprinos e ovinos.

Portanto, para o aumento de venda nesse período, foi fundamental enfatizar junto ao pecuarista a importância da atenção dedicada à mineralização do rebanho. Esta prática não só promove o bem-estar dos animais, mas também desempenha um papel fundamental na rentabilidade e sustentabilidade da atividade pecuária. A mineralização adequada garante que

os animais recebam os minerais essenciais para manter sua saúde e produtividade, o que se traduz diretamente em melhores índices de produção e eficiência no manejo dos animais.

Além disso, investir na mineralização do rebanho durante o ano todo ajuda a prevenir doenças e problemas de saúde associados à deficiência de minerais, resultando em menor perda de peso, maior resistência a doenças e, conseqüentemente, em uma operação pecuária mais lucrativa e sustentável a longo prazo.

A respeito da venda de rações, houve um percentual menor em comparação com os minerais, não devido à falta de aceitação do produto, mas sim por razões econômicas, já que muitos preferem usar o núcleo (vitamínico e mineral) para a fabricação de sua própria ração. Isso resulta em uma redução nos gastos e um aumento na produtividade. Portanto, a demanda pela venda de rações ainda é alta para produtores de pequenos ruminantes.

Quanto o percentual de vendas de medicamentos, aditivos probiótico e prebiótico se torna bem inferior comparando com os demais produtos, exigindo um trabalho bem mais aprofundado.

Diante disso, obtive resultados significativamente superiores, gerando um valor agregado considerável para a empresa. Além de manter os clientes já consolidados na empresa, consegui conquistar a abertura de mais de 10 (dez) novos clientes, tanto na Integral Mix® quanto na Imeve®. Essas conquistas resultaram em um faturamento de aproximadamente R\$ 10.000 (dez mil reais) pela Imeve® e R\$ 65.000 (sessenta e cinco reais) pela Integral Mix®. Esses números representaram uma liquidez para a KM de R\$ 2.625,00 (dois mil e seiscentos e vinte e cinco reais) ao longo dos três meses de estágio.

5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

O estágio na empresa KM Assessoria e Representações foi fundamental para o meu crescimento profissional e pessoal. A experiência no setor comercial de venda de medicamentos, aditivos probióticos e prebióticos, rações e minerais, aliada às atividades de visita técnica e atendimento em lojas de agropecuária, proporcionou uma compreensão abrangente do mercado agropecuário e suas dinâmicas, especialmente ao lidar com pecuaristas diariamente, buscando sempre um aprimoramento na produção por meio dos manejos essenciais. Isso inclui a formulação de rações adequação de dietas para cada categoria animal, visando maximizar a lucratividade e a rentabilidade da produção.

Durante o período percebi que o cenário do mercado hoje revela uma intensa competição, onde a conjunção entre preço e qualidade dos produtos desempenha um papel crucial. Nesse contexto, é imperativo que os profissionais possuam um conhecimento aprofundado sobre os produtos que recomendam, dada a sua relevância incontestável. Além disso, o acompanhamento e assessoria técnica frequentes se revelam de suma importância para garantir o sucesso e a satisfação dos clientes.

Na área comercial, assim como em diversos ramos da zootecnia, são necessários conhecimentos técnicos provenientes da literatura. Contudo, esse setor demanda não apenas compreensão técnica, mas também habilidades em gestão, comunicação e relacionamento interpessoal. O desenvolvimento profissional na área é impulsionado pela dedicação constante aos estudos. Portanto, é de extrema importância que as instituições de ensino superior adotem uma postura mais incisiva ao analisar este mercado, incluindo em sua grade curricular disciplinas que atendam a essas demandas, o que certamente resultará em um incremento significativo na empregabilidade de profissionais qualificados.

Diante disso, é crucial destacar os resultados obtidos durante o estágio para que outras empresas compreendam que o estágio é uma oportunidade de benefício mútuo, não apenas um custo. Por meio dos estágios, muitas vezes é possível atrair profissionais excelentes para o negócio e para o mercado em geral. Essa visão mais ampla do estágio como uma via de mão dupla é fundamental para o desenvolvimento tanto dos estagiários quanto das empresas que os acolhem.

6 REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

ZENDESK. Pós-venda: o que é, sua importância e 6 estratégias que podem ser utilizadas + bônus. 2023. Disponível em: <https://www.zendesk.com.br/blog/pos-venda/#:~:text=Pós-venda%20é%20o%20relacionamento,ligado%20à%20fidelização%20de%20clientes..> Acesso em: 11 mar. 2024.

ZENDESK. O que é público-alvo: significado e guia de como definir o seu. 2024. Disponível em: <https://www.zendesk.com.br/blog/o-que-e-publicoalvo/#:~:text=Podemos%20definir%20o%20que%20é,uma%20empresa%20tem%20a%20oferecer..> Acesso em: 11 mar. 2024.

MORAIS, Victória. Área comercial: possibilidades de atuação, mercado de trabalho e dicas de cursos. 2023. Disponível em: <https://blog.sesisenai.org.br/area-comercial/>. Acesso em: 11 mar. 2024

SANDERS, M.E. Probiotics: considerations for human health. *Nutr. Rev.*, New York, v.61, n.3, p.91-99, 2003.

GIBSON, G.R.; ROBERFROID, M.B. Dietary modulation of the human colonic microbiota: introducing the concept of prebiotics. *J. Nutr.*, Bethesda, v.125, p.1401-1412, 1995.

TOKARNIA, Carlos Hubinger *et al.* **Deficiências Minerais em Animais de Produção**. Rio de Janeiro: editora Helianthus, 2010. 200 p.

MEDEIROS, Jackson Andson de *et al* (org.). **Produção Animal e Vegetal: Inovações e Atualidades**. Jardim do Seridó - Rn: Agron Food Academy, 2022. 2 v. Disponível em: <https://doi.org/10.53934/9786585062039>. Acesso em: 11 mar. 2024.

7 PARECER DO SUPERVISOR DO ESTÁGIO

Durante todo o período de estágio o aluno Natanahel Victor Fernandes dos Santos demonstrou compromisso e pontualidade com seus deveres e tarefas, muita proatividade na resolução de problemas, alta capacidade de relacionamento além de bastante conhecimento técnico. Demonstrando assim que possui muitas das características necessárias para um ótimo profissional, ligando todo o aprendizado teórico obtido na academia e aplicando o mesmo com a realidade prática.

Não tenho dúvidas, que o referido aluno se encontra apto e muito bem preparado para adentrar no mercado de trabalho e exercer a Zootecnia de forma competente e em toda a sua amplitude de possibilidades, haja visto que o mesmo permeou por várias nuances da profissão nesse período de estágio.

O mesmo foi exigido mais pontualmente de duas formas:

- ✓ Nas visitas técnicas em propriedades rurais para orientar produtores, ajustar manejos e dietas para obter o melhor custo benefício e orientar a utilização correta de produtos e tecnologias;
- ✓ Em visitas a lojas de agropecuária, tendo que orientar clientes e logistas sobre produtos e forma de uso, fornecer treinamento e capacitação a balconistas e ainda realizar o pós-venda com consumidores finais.

Por fim deixo aqui nosso agradecimento pela dedicação e desempenho de Natanahel, parabéns ainda pela desenvoltura e postura durante todo o estágio e desta forma, para fins de avaliação, atribuo nota 10,0 para o estágio supervisionado junto a nossa empresa.

Marcel de Araújo Lopes, Zootecnista, KM assessoria e representações

Supervisor de Estágio