



GABRIELLE MENDES ANTUNES DO PRADO

**ESTÁGIO SUPERVISIONADO REALIZADO NA
ARAGUAIA S.A. - PRODUTOS AGROPECUÁRIOS**

LAVRAS – MG

2023

GABRIELLE MENDES ANTUNES DO PRADO

ESTÁGIO SUPERVISIONADO REALIZADO NA ARAGUAIA S.A. - PRODUTOS AGROPECUÁRIOS

Trabalho de Conclusão de Curso
apresentado ao Colegiado do Curso de
Zootecnia, como parte das exigências para
obtenção do título de Bacharel em
Zootecnia.

Prof. Dr. Roberto Maciel de Oliveira
(Orientador)

LAVRAS – MG

2023

GABRIELLE MENDES ANTUNES DO PRADO

**ESTÁGIO SUPERVISIONADO REALIZADO NA ARAGUAIA S.A. - PRODUTOS
AGROPECUÁRIOS**

**SUPERVISED INTERNSHIP PERFORMED AT ARAGUAIA SA. -
PRODUTOS AGROPECUÁRIOS**

Trabalho de Conclusão de Curso
apresentado ao Colegiado do Curso de
Zootecnia, como parte das exigências para
obtenção do título de Bacharel em
Zootecnia.

Aprovado em

Prof. Dr. Roberto Maciel de Oliveira (UFLA)
Prof. Dr. José Camisão de Souza (UFLA)
Ms. Rafaela Negreiros Alvarenga Diniz (UFLA)
Bs. Lucas Henrique de Souza Matias (UFV)

Prof. Dr. Roberto Maciel de Oliveira
Orientador

**LAVRAS – MG
2023**

Dedico à minha família e a todos os meus
amigos que me apoiaram em minha
trajetória. Essa vitória é nossa!

AGRADECIMENTOS

A Deus e os anjos que me iluminaram e me guiaram em toda minha trajetória.

A minha família, principalmente aos meus pais Wandeir Reis do Prado e Cássia Marise Mendes Antunes, por todo o apoio e incentivo durante a graduação e em minhas mudanças de cidade.

A todas minhas companheiras de casa durante a graduação, Nadini, Gabrielle, Thaynara, Maria Fernanda e Larissa, que sempre me apoiaram na rotina da faculdade, tomada de decisões, ajudaram em momentos difíceis, quando fiquei doente e em tudo o que foi preciso sempre, com certeza foram minha segunda família.

Aos meus colegas de turma por todo o auxílio com os estudos e aprendizado durante esses anos, são responsáveis pelo meu sucesso e torço muito pelo sucesso de cada um.

Aos meus amigos da Terra Júnior, onde descobri com o que eu queria trabalhar e tive minha principal formação profissional durante a graduação, em especial à diretoria de Gestão de Pessoas e a diretoria de Produção Animal, por todos os momentos, aprendizados, cooperação e amizade durante três anos da minha graduação.

Aos professores da UFLA e em especial aos do Departamento de Zootecnia por todo conhecimento compartilhado e tempo dedicado.

A UFLA pela oportunidade, estrutura e investimento realizado.

A Araguaia pela oportunidade de me desenvolver e capacitar durante o Programa de Estágio, pelo investimento realizado e por toda a estrutura oferecida.

A minha gerente durante o estágio Lorena Silva, por transmitir todos os conhecimentos e experiências e por sempre acreditar no meu trabalho e desenvolvimento.

Aos meus colegas de estágio pelos aprendizados, trocas de experiências e pela amizade criada.

RESUMO

O presente trabalho tem por finalidade apresentar atividades desenvolvidas e experiências adquiridas durante o estágio obrigatório realizado através do Programa de Estágio da Araguaia - Produtos Agropecuários, no período de 10/01/2023 a 10/07/2023. A empresa é sediada em Anápolis - GO e possui abrangência em 4 regiões do Brasil, sendo o Centro-oeste a mais predominante. As atividades foram desenvolvidas em uma das lojas localizadas na Avenida Castelo Branco, em Goiânia - GO, reconhecida como um dos maiores pólos de vendas agropecuárias do mundo. Com foco na gestão comercial, o trabalho traz uma contextualização a respeito da gestão estrutural da empresa, a nova marca de nutrição animal Baia, atendimento aos clientes do segmento da pecuária de corte e visitas técnicas, planejamento estratégico comercial em seus canais de venda. Também é trazido neste trabalho algumas ferramentas utilizadas pela empresa nos processos de vendas e processos internos. Ressalta-se a importância do entendimento do funcionamento da empresa como um todo e da gestão dos processos comerciais no dia a dia, a fim de colaborar para que sejam alcançadas as metas da equipe de forma positiva para o cliente e os planejamentos da empresa. Com base nessas experiências foi possível desenvolver habilidades comerciais, aprimorar processos operacionais na prática, acompanhar clientes do ramo da pecuária de corte e sanar suas necessidades para melhorar o desempenho na atividade.

Palavras-chave: estratégias de venda; gestão comercial; nutrição animal; produtos agropecuários.

SUMÁRIO

1 INTRODUÇÃO	8
1.1 Araguaia	9
1.2 História da empresa	9
1.3 Presença e atuação	10
1.4 Momento do Mercado	12
2 BAIA	13
2.1 Portfólio	15
2.2 A Utilização de Ureia	17
2.3 A Utilização de Aditivos	18
3 CANAIS DE VENDAS E PRODUTOS	19
3.1 Lojas	21
3.2 Produtos e Fornecedores	21
4 SAP	22
5 PROGRAMA DE ESTÁGIO	23
5.1 Gestão Comercial	24
5.2 Imersão e Treinamentos na Sede da Empresa	25
5.3 Cronograma de Atividades na Loja	26
5.3.1 Gestão de estoque	27
5.3.2 Faturamento	28
5.3.3 Vendas	28
5.3.4 Visitas Técnicas	29
5.3.5 Projeto Estagiário Talento	31
6 ATUAÇÃO NA PROPRIEDADE	32
6.1 Recria de novilhas	33
6.2 Sistema semi-intensivo	34
6.3 Silagem	36

6.4 Cálculo de fornecimento de cada alimento por lote	37
7 CONSIDERAÇÕES FINAIS	39
REFERÊNCIAS.....	41

1 INTRODUÇÃO

Ao longo dos anos o Brasil se consolidou como uma potência agropecuária, com vastas áreas de cultiváveis e condições favoráveis para produção agrícola e pecuária, e hoje desempenha um papel de extrema relevância na economia brasileira, sendo um dos setores mais representativos do país.

A pecuária de corte brasileira possui papel relevante na economia nacional e no cenário internacional da cadeia da carne, representando o maior rebanho comercial do mundo, e fazendo do Brasil o segundo maior produtor e maior exportador de carne bovina. Além disso, em 2022 as exportações cresceram em 9%. Isto é reflexo de uma série de alterações pelas quais a cadeia produtiva tem passado nas últimas décadas.

A área comercial desempenha um papel fundamental em diversos setores da economia, incluindo a zootecnia. Profissionais formados em zootecnia possuem uma base sólida de conhecimento sobre produção animal, nutrição, pastagens, manejo e reprodução, o que os habilita a executar um serviço estratégico na área comercial, atuando na promoção e venda de produtos e serviços voltados para todo o setor agropecuário.

Com o crescimento contínuo da indústria agropecuária, a demanda por profissionais qualificados na área comercial vem aumentando significativamente, e profissionais voltados para a produção animal possuem conhecimentos necessários para entender as necessidades e desafios do setor, visando aprimorar a produtividade com melhores soluções para o desempenho do rebanho, sempre caminhando junto a sustentabilidade.

O trabalho foi pensado de forma a ser apresentado com uma caracterização da empresa de vendas e consultoria em questão, uma abordagem sobre gestão comercial no ramo agropecuário e o desenvolvimento da área comercial para profissionais formados em zootecnia, que é fundamental para impulsionar o crescimento do setor, promover práticas sustentáveis e o desenvolvimento de habilidades como comunicação, negociação e relacionamento interpessoal que são essenciais na formação de qualquer profissional.

1.1 A Araguaia

A atual Araguaia S.A., que até o início de 2023 era Adubos Araguaia e Indústria Ltda., é uma fabricante e distribuidora de fertilizantes, ureia pecuária, nutrição animal, semente de soja e outros insumos agropecuários, que atua em quatro regiões do país, sendo o centro-oeste a principal região, possuindo hoje mais de 50 lojas, 1 fábrica de nutrição animal, 1 Unidade de Beneficiamento de Semente, 5 fábricas de fertilizantes e 1 unidade no porto de Paranaguá - PR. Atua também com consultorias para seus clientes, visando sempre a evolução do cliente na atividade e fidelização dos mesmo.

Nos últimos anos a Araguaia vem expandindo sua atuação no Brasil por meio de abertura de novas lojas e fábricas, e vem apresentando constante crescimento em sua receita, que no ano de 2021, ainda na pandemia do COVID-19 atingiu 4 bilhões, como foi um momento favorável financeiramente no setor do agronegócio, aumentou seu EBITDA em três vezes. Atualmente, em 2023, possui o planejamento de inauguração de mais 14 lojas pelo país.

1.2 Histórico da Empresa

Com 45 anos de história, a Araguaia teve início em 1978 com uma loja de produtos agropecuários em Anápolis - GO, e em 1985 inaugurou sua segunda loja, em Goiânia - GO, localizada na avenida Castelo Branco, Mas somente em 1987 foi criada a marca "Araguaia", juntamente com a aquisição do primeiro misturador, que tinha por finalidade, produzir fertilizantes para atender as duas lojas. Ainda em 1989 inaugurou sua 3ª loja, também localizada na cidade de Goiânia, mas em 1997 decidiu expandir para o distrito federal, totalizando 7 lojas no ano de 2001, sendo 3 na cidade de Goiânia, 2 no Distrito Federal e 1 em Anápolis.

Sendo assim, em 2002 inaugurou sua primeira planta industrial em Anápolis - GO, com capacidade de 1.110.000 toneladas por ano e em seguida em 2004 inaugurou sua segunda planta industrial em Catalão - GO com capacidade de 1.110.00 toneladas por ano também. É válido ressaltar que após a abertura das duas primeiras plantas industriais, em 2008, realizou a aquisição de 40.000 metros quadrados em Paranaguá no PR, visando futura expansão, que foi realizada neste

ano de 2023.

Seguindo com a expansão em Goiás, inaugurou seu primeiro Centro de Distribuição em Anápolis em 2010, e em 2012 iniciava sua expansão no estado de Mato Grosso, com mais uma unidade industrial, desta vez em Sorriso, com a capacidade de 370.000 TO/ano e mais uma loja. E em 2014 inaugurou sua maior fábrica, com a capacidade de 1.480.000 em Rondonópolis - MT, e por a seguiu inaugurando lojas em Goiás e Mato Grosso, totalizando 27 lojas e 4 fábricas em 2018.

Com tudo, em 2019 inaugurou sua primeira Unidade de Beneficiamento de Semente (UBS), sua marca própria Vig Sementes, em Vianópolis - GO e mais uma planta industrial em Confresa - MT, chegando até o final de 2020 com o total de 33 lojas, 5 fábricas de fertilizantes e 1 UBS.

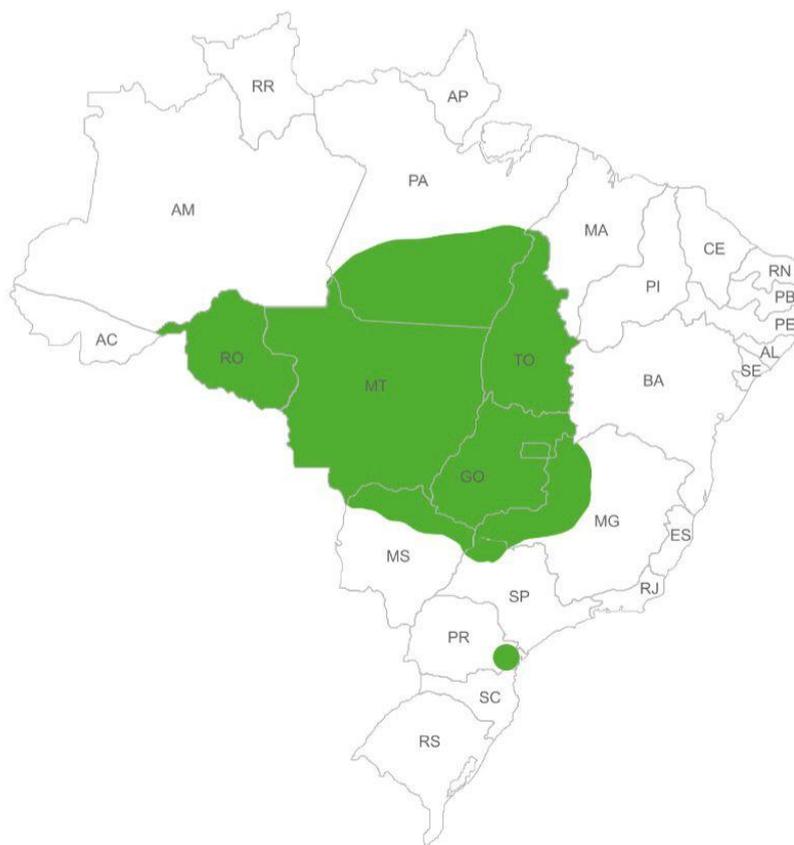
E então, no meio da pandemia da COVID-19 lança sua marca de Nutrição Animal **BAIA**, e inaugura mais uma unidade industrial com capacidade de 12.000 toneladas por ano, localizada em Abadiânia - GO, marca que vem crescendo cada vez mais nos clientes da Araguaia, que finalizou o ano de 2022 com o total de 49 lojas. Durante a trajetória da empresa podemos perceber a inauguração de 20 unidades de loja durante o período da pandemia, mostrando que mesmo durante um período difícil a Araguaia não teve medo de crescer e não para seu planejamento estratégico de expansão.

Atualmente, no ano de 2023, a Araguaia realizou seu maior investimento que foi no Porto de Paranaguá - PR, e segundo o BNDES, esta nova unidade industrial em Paranaguá - PR irá possibilitar uma maior facilidade logística no trânsito das matérias primas que são importadas e serão desembarcadas no próprio porto da cidade.

1.3 Presença e Atuação

A Araguaia S.A. está presente em 7 estados brasileiros, possuindo predominância nos estados de Goiás e Mato Grosso, impactando mais de 112.000 clientes nessas regiões, como pode-se notar na imagem a seguir.

Figura 1: Mapa do Brasil com marcação na região onde a Araguaia atua



Fonte: Do autor

A companhia atua de forma diversificada em seus segmentos, entretanto, tem como sua maior produção os fertilizantes agrícolas, que foram os produtos pioneiros na empresa, porém, a araguaia também produz ureia pecuária, sementes através da filial VIG sementes, nutrição animal com sua nova marca BAIA. A comercialização é feita através da rede de lojas da própria empresa ou vendas diretas ao cliente.

Segundo o Sebrae (Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas) há uma divisão no comércio do agronegócio no Brasil em três etapas, sendo elas:

- Antes da porteira: que se refere ao que é necessário para a produção agrícola mas que não está na fazenda, ou seja, o produtor rural precisará comprar antes de começar sua produção, por exemplo, adubos, fertilizantes, sementes, etc;
- Dentro da porteira: que se refere a tudo o que envolve a produção em si, ou seja, o plantio, manejo, colheita, armazenamento dos insumos, descarte de

embalagens de defensivos e até mão de obra;

- Depois da porteira: se refere a armazenagem e distribuição, e isso inclui a logística do produto até os compradores finais ou intermediários.

Sendo assim, o segmento de lojas de revenda de insumos exige alguns fatores para o bom funcionamento e uma margem de lucratividade saudável, e podemos citar entre eles, a venda de um “mix de produtos” pois alguns produtos terão uma margem maior que irá compensar a margem baixa de outros, uma mão de obra qualificada no ramo e a localização. Ressalta-se que a mão de obra especializada se torna um grande diferencial para fechar novos negócios e fomentar parcerias comerciais, com a oferta de consultorias na área, técnicos de campo e planejamento dos próximos passos na propriedade, e com isto, aumentando a fidelização dos clientes.

1.4 Momento do Mercado

O ano de 2022 foi turbulento no mercado de matéria prima de fertilizantes e nutrição animal, tendo uma alta de preços histórica e entregas reduzidas, onde algumas empresas ficaram sem insumos para vendas, fato esse que ocorreu devido à guerra entre Rússia e Ucrânia, pois 85% dos insumos utilizados no Brasil vem de fora, sendo 26% originário da Rússia (segundo a ANDA).

Com isso, a pandemia da COVID-19 também teve impacto sobre a indústria, afetando tanto a demanda, quanto a oferta de produtos no mercado, somado às restrições de viagem e comércio que interferiram na cadeia de suprimentos em todo o mundo.

Devido à essa falta de produtos no mercado no ano de 2022, muitas empresas optaram por se resguardar e fazer compras maiores para a próxima safra, porém, neste ano de 2023 ocorreu uma queda nos preços, o que ocasionou em muitas empresas que necessitaram trabalhar com margem negativa na venda de adubos e produtos de nutrição animal, que é diretamente impactado pelo preço de Fosfato, para acompanhar o preço do mercado no início de 2023.

Contudo, neste ano o país se encontra no cenário de baixa do ciclo da pecuária, onde observa-se a queda do preço do @ do boi gordo, onde no último ano

a cotação caiu em 21%, e pode-se notar o aumento da participação de abate de bovinos (Scot Consultoria, 2023). Somado a isso, vale ressaltar o atual cenário de adaptação à troca de governo no país, onde pode ser impactado no comportamento de pecuaristas, resultando em um momento mais conservador e de menos negócios e investimentos.

2 BAIA

A Baia é a marca de nutrição animal da Araguaia criada em 2021, a marca visa trazer a tradição de qualidade da companhia, construída com um conceito bem enraizado e com o objetivo de entregar soluções nutricionais de qualidade para os clientes da Araguaia, trazendo para cada situação uma recomendação, atendendo a exigência nutricional de cada categoria para cada época do ano em todos os sistemas de produção.

O Portfólio possui dentro de sua linha de nutrição a linha mineral, linha aditivada, ureados, proteicos, proteicos-energéticos, núcleos e rações de corte e leite. Sendo assim, toda a linha de produtos contam com uma seleção de matérias primas de qualidade e um processo rígido de seleção de fornecedores, objetivando produzir produtos de maior qualidade que proporcionem alto desempenho, com redução do tempo de permanência na fazenda, antecipação do abate e contribua com a uniformidade e qualidade de carcaça.

Além de contar com uma equipe técnica de pecuária especializada nos produtos, que é o carro chefe na ligação entre o pecuarista e toda a cadeia de produção. A consultoria e assistência técnica objetiva alavancar os resultados produtivos e financeiros dos clientes, com o foco na rotina de produção e conhecimentos estratégicos para alavancagem da atividade pecuária.

Figura 2: Ilustração dos produtos da linha de nutrição animal Baia



Fonte: materiais internos Araguaia S.A.

2.1 Portfolio

Atualmente a Baia conta com uma planta industrial que possui capacidade de produção de 12.000 toneladas por ano, localizada em Abadiânia - GO, onde a estrutura permite a produção de produtos 100% em pó, ainda não trabalham com peletização e nenhum outro processamento.

Possuindo um portfólio de 40 itens, que são divididos em 11 categorias, sendo elas:

- Linha Branca: que possui 4 sais minerais que são o **Baia 40**, **Baia 65**, **Baia 80** e **Baia Mineral Leite**, que fornecem macro e microminerais, se diferenciando em sua proporção, principalmente em Fósforo;
- Linha de Núcleos: que possui 3 produtos para mistura que são o **Baia 160**, **Baia Conf 3** e **Baia Conf 5**, que possibilitam várias misturas, entretanto, a linha que carrega o nome "Conf" é ideal para misturas de confinamento, onde o último se difere pela utilização de ureia, o Baia Conf 5 possui 26,7% de ureia em sua composição e os outros dois não tem ureia;
- Linha Núcleos Leite: categoria que possui atualmente 5 produtos ideais para mistura em alimentação de gado leiteiro que são o **Baia Nc Leite**, **Baia Nc Leite Tamponado**, **Baia Nc Leite Lacpro**, **Baia Nc Pré-Parto**

e **Baia Nc Bezerra**;

- Linha Núcleos Proteicos: que possui 2 produtos, o **Baia Conf 10**, onde sua recomendação de mistura é de 10% do produto para 90% de milho ou outra fonte energética, e o **Baia Nc Proteico**, onde sua principal recomendação de mistura é de 50% do produto para 50% de milho ou outra fonte energética;
- Linha Ureados: que é uma categoria que deve apresentar no mínimo 42% de Nitrogênio Não Proteico (NNP) em sua composição, onde a marca possui 2 produtos, sendo o **Baia U15** e **Baia U20**, possuindo, respectivamente, 15 e 20% de ureia em sua composição;
- Linha Aditivados/Adensado: que possui 4 produtos, sendo o **Baia Pasto Verde SM** e **Baia Pasto Seca MN**, que são produtos de pronto uso aditivados, respectivamente, com Salinomicina e Monensina, o **Baia 130 MN** que é um núcleo para mistura que contém Monensina e o **Baia 365**, o produto adensado da marca, que contém monensina e é ideal para todas as categorias em todas as épocas do ano;
- Linha Proteinados: que é uma categoria que deve possuir no mínimo 20% de Proteína Bruta (PB) em sua composição, sendo no máximo 85% oriunda de NNP, onde a marca possui 4 produtos, o **Baia Proteico 20 SM** e **Baia Proteico Águas SM**, que são produtos também aditivados ideias para época das águas, pois contém Salinomicina em sua formulação, e o **Baia Proteico 30 MN** e **Baia Proteico 40 MN** que são produtos de pronto uso aditivados com monensina, sendo ideais para uso na época de seca;
- Linha Proteicos Energéticos: que é uma categoria onde além de possuir 20% de PB no mínimo, deve possuir um mínimo de 100 gramas de Nutrientes Digestíveis Totais (NDT) a cada 100 Kg de peso animal, onde a marca possui 3 produtos, sendo o **Baia PE 3G**, **Baia PE 5G** e **Baia Creep**, desenvolvido para utilização em creep-feeding;
- Linha de Rações de Corte: possui 3 produtos indicados para engorda de animais que estejam recebendo fonte de volumoso, que são **Baia Corte 14**, **Baia Corte 16** e **Baia Corte 18**, todas possuindo Monensina em sua composição;

- Linha de Rações Max Leite: que é uma categoria de rações de leite que utiliza milho e farelo de soja em sua composição, uma linha premium, possui 5 produtos, o **Baia 20 Max Leite**, **Baia 22 Max Leite**, **Baia 24 Max Leite**, **Baia 22 U Max Leite** e **Baia 24 U Max Leite**;
- Linha de Rações Leite: que é uma categoria de rações para gado leiteiro onde a marca utiliza subprodutos, como a casca de soja, em sua composição, possui 5 produtos, o **Baia 20 Leite**, **Baia 22 Leite**, **Baia 24 Leite**, **Baia 22 U Leite** e **Baia 24 U Leite**.

2.2 A Utilização da Ureia

A ureia é definida como uma substância nitrogenada não-proteica, porque não apresenta em sua estrutura aminoácidos unidos por ligações peptídicas e possui características específicas, que quando ingerida pelos ruminantes, é hidrolisada em amônia, que poderá ser utilizada como substrato pelos microrganismos do rúmen para a síntese de proteína microbiana, que é considerada uma proteína de alto valor biológico (Maynard et al., 1984).

Sua utilização permite o melhor aproveitamento de alimentos volumosos de baixa qualidade, sendo assim, é bastante utilizada principalmente no período seco do ano, que é quando os pastos estão secos e com menor valor nutritivo. Este ingrediente pode estar presente tanto em concentrados, suplementos minerais ureados, proteicos e proteicos-energéticos, ou até mesmo misturado diretamente no alimento volumoso, como é o caso de algumas propriedades que utilizam a cana-de-açúcar como fonte volumosa na alimentação dos animais.

Entretanto, se utilizada de maneira inadequada, em níveis elevados, a ureia pode ser tóxica para o animal, em alguns casos podendo levar a óbito, com isso é comum que alguns pecuaristas tenham resistência em relação ao uso deste ingrediente. Após ingerida, a ureia chega ao rúmen, onde é rapidamente degradada e transformada em amônia pela ação da enzima urease, contudo, no caso de uma ingestão superior a 45 - 50 gramas de ureia para cada 100 Quilogramas de peso vivo animal, muita amônia será gerada no rúmen e o excedente será absorvido pelas paredes ruminais, indo para corrente sanguínea e posteriormente chega ao fígado para ser metabolizada. Se a quantidade de amônia que chega ao fígado for maior

que a capacidade do mesmo em metabolizá-la, ocorre a intoxicação do animal por efeitos neurotóxicos, pois o excesso de amônia na corrente sanguínea chegará ao cérebro (Huber e Kung, 1981).

O quadro de intoxicação por ureia é caracterizado por uma elevação do pH ruminal em níveis acima de 7,5, sendo assim, o tratamento nesse caso é realizado através da utilização de ácido acético (vinagre) para abaixar o pH ruminal, visando inibir a ação da urease. Contudo, uma estratégia para prevenir a intoxicação que pode ser facilmente adotada é a adaptação da dieta, pois quando fornecer a ureia para um grupo de animais que não estavam consumindo o produto antes, deve-se fornecer gradativamente, de forma que ocorra adaptação dos microrganismos ruminais, até o momento de alcance dos limites máximos recomendados pode chegar até duas semanas. No caso de interromper o fornecimento, mesmo que por poucos dias, uma nova readaptação deverá ser realizada.

Tendo isso em vista, somente animais com o rúmen desenvolvido e funcional podem consumir ureia, por isso produto não deve ser fornecido a ruminantes de até 4 meses de vida, por não possuírem microbiota formada no rúmen, a ureia será transformada em amônia, mas essa amônia não será metabolizada pelo animal, podendo causar problemas digestivos, como acidose (Tadele e Amha, 2015).

Dentre os cuidados relacionados ao fornecimento de ureia na dieta dos animais, o pecuarista deve se atentar sobre os cochos, pois devem ser cobertos e furados na base, evitando o acúmulo de água, e também sobre a homogeneidade da mistura, independentemente de estar usando a ureia em um suplemento mineral de pronto uso ureado, proteinado, proteico-energético, no volumoso ou em mistura realizada na propriedade, a mistura deve estar bem homogênea, sendo no último caso, o tempo de mistura ideal varia de acordo o aparelho a ser utilizado, deve-se atentar às indicações dos fabricantes, mas tem a tendência de variar entre poucos minutos, aliado a uma análise visual, em geral, permite identificar problemas com a mistura.

Além da análise visual existe a alternativa da realização de uma análise laboratorial, uma técnica muito utilizada é recolher amostra de cada quarto da da mistura ($\frac{1}{4}$), e realizar uma análise de sódio, onde quanto mais similares forem os resultados de sódio, mais homogênea está a mistura, e o teor do sódio deverá bater com o teor da formulação da mistura (TORRES et al., 2019).

2.3 A Utilização de Aditivos

Segundo o Ministério da Agricultura Pecuária e Abastecimento (MAPA), aditivos são substância intencionalmente adicionada ao alimento com a finalidade de conservar, intensificar ou modificar suas propriedades, desde que não prejudique seu valor nutritivo, contribuindo para o melhor desempenho e sanidade animal.

Os principais aditivos utilizados na nutrição de ruminantes, podemos citar os tamponantes ruminais, os ionóforos, antibióticos não-ionóforos, aditivos microbianos e seus extratos como probióticos, prebióticos, leveduras e enzimas fibrolíticas e mais recentemente lipídeos, própolis e óleos essenciais (RAMOS, 2021). Os ionóforos são antibióticos que inibem seletivamente o crescimento de microrganismos do rúmen, e os ionóforos escolhidos para serem utilizados pela marca apresentada são a monensina e salinomicina.

Ambos os aditivos vão atuar dentro do rúmen reduzindo a quantidade de bactérias gram positivas, que são menos eficientes energeticamente, permitindo o aumento da população de bactérias gram negativas, que resulta em maior aporte de energia para ganho de peso e diminui perdas através da produção de gás metano e CO₂. Sendo assim, criando mecanismos que vão acelerar ou melhorar a eficiência de utilização dos nutrientes dos alimentos no organismo animal.

Os efeitos dos ionóforos na fermentação ruminal são o aumento na produção de propionato e redução na produção de metano, resultando em melhoria na eficiência energética, a redução na degradação protéica e desaminação de aminoácidos, resultando em melhoria na utilização dos compostos nitrogenados, e redução da produção de ácido láctico que resulta em diminuição nas desordens ruminais (BERGEN; BATES, 1984). No mais, consistente na alteração da fermentação, o aumento na proporção molar de propionato e a redução das proporções molares de acetato e butirato produzidos no rúmen (RICHARDSON et al., 1976).

O mecanismo de ação da monensina é sobre sua habilidade em alterar o fluxo de cátions através da membrana, por exemplo, faz o antiporte de sódio/potássio, decrescendo a concentração de potássio celular e o influxo de prótons, resultando na diminuição do pH intracelular, e uma vez que o pH intracelular

fica baixo, a monensina catalisa um efluxo de prótons em mudança com o sódio (RUSSELL et al., 1992)

Tendo isso em vista, na linha aditivada da Baía, a estratégia adotada é a utilização de Monensina em produtos voltados para a época da seca, utilizando a limitação do consumo a favor da otimização de matéria seca na conversão alimentar, pois quando em pastejo, a utilização deste aditivo relaciona-se em melhorar o processo digestivo ou minimizar perdas de nutrientes (BERTIPAGLIA, 2008).

Contudo, na época das águas, que é mais favorável para a criação de bovinos a pasto, devido ao maior volume de chuva e maior tempo de exposição ao sol, as forrageiras apresentam melhor taxa de crescimento e características necessárias para que o animal ganhe peso, ainda assim, para alcançar melhores resultados, se faz necessário a utilização de suplementação, e para produtos voltados à essa época do ano a estratégia da marca é a utilização de salinomicina como aditivo, visto que o consumo de suplementação tende a ser menor pela disponibilidade de pasto e o aditivo em questão não limita o consumo do animal, potencializando o consumo de pasto e, conseqüentemente, a conversão alimentar.

3 CANAIS DE VENDAS E PRODUTOS

A Araguaia trabalha através de 5 canais de venda de seus produtos, sendo eles:

- Digital: se trata do canal de vendas através do telemarketing, onde o atendimento é mais rápido, via telefone e plataformas digitais, específicos para vendas diretas das fábricas e Porto;
- Grandes Contas: se trata de um canal específico para atendimentos de clientes maiores, com perfil empresarial, onde o atendimento é realizado através da alocação de um gerente especializado para atender as demandas do cliente;
- Presença no Campo: é o canal de maior participação no faturamento da Araguaia, onde o foco são clientes de grandes culturas, mais voltados para sementes, adubos e defensivos, o atendimento é realizado de forma conjunta a uma consultoria na propriedade do cliente, a fim de garantir melhores resultados e um atendimento personalizado;

- Lojas: é o canal de entrada do cliente na empresa, onde o atendimento é realizado no balcão, porém é possível a realização de visitas nas propriedades, tanto para a prospecção quanto para fidelização de clientes, podendo realizar vendas diretas das fábricas também mas o maior volume é dos estoques das lojas, e possui um perfil de clientes menores e voltados para pecuária, agricultura e varejo rural;
- Lojas campo: se trata de um novo canal, onde os consultores externos das lojas passaram a ter um canal de vendas específico, entretanto, ainda contando com vendas de produtos dos estoques de lojas, onde o foco são clientes de pecuária ou hortifruticultura que possuem um perfil um pouco maior e mais tecnificado que os clientes de varejo das lojas.

3.1 Canal Lojas

A Araguaia possui 50 lojas atualmente espalhadas pelo país e para melhor gestão das unidades, a empresa possui uma divisão estratégica das lojas em 7 regionais, contando com um gerente regional e um assistente técnico para cada divisão. Cada gerente de loja responde à um gerente regional que irá responder direto ao diretor nacional de lojas.

Figura 3: Mapa da divisão de regionais de lojas



Fonte: Materiais internos Araguaia S.A.

O canal Lojas é a vitrine da empresa, a porta de entrada do cliente na Araguaia e todas as unidades seguem o padrão de de qualidade onde são compostas por profissionais qualificados com formação nas áreas de agronomia, medicina veterinária e zootecnia para os cargos de consultores de vendas, assistentes técnicos de lojas e gerentes de lojas.

Seguindo o mesmo padrão, as lojas da Araguaia possui algumas etapas indispensáveis na jornada do cliente, iniciando pelo atendimento no balcão e cadastro do cliente, sendo este necessário para emissão de receita de defensivos, vacinas e medicamentos, logo após a finalização do atendimento o cliente deve faturar o pedido e retirar nota fiscal, a Araguaia realiza vendas e entrega dos produtos apenas com emissão de nota fiscal e receituários agrônômicos gerados no AgriQ, por fim o cliente leva a nota fiscal na expedição para retirada e/ou carregamento do pedido.

Essa jornada do cliente na loja se faz necessária para resguardar tanto a empresa, quanto o cliente sobre o produto que foi comprado e levado, sobre o lote e data de validade e também para resguardar de possíveis problemas com a legislação

da Agrodefesa.

3.2 Produtos e Fornecedores

As lojas contam com um portfólio com mais de 3 mil itens, onde além dos produtos de fabricação própria, a Araguaia possui vários fornecedores parceiros nas áreas de sementes de pastagem, nutrição animal, medicamentos veterinários, máquinas e equipamentos agrícolas, ferramentas e adubos para jardinagem e outros, sendo empresas que além de fornecerem os produtos do portfólio e materiais para lojas também dispõem de representantes das marcas para estarem sempre presentes nas lojas, promovendo treinamentos, dias de campo e auxílio nas vendas.

Além de trabalhar com a venda de nutrição animal voltada para bovinos da marca própria (BAIA), a Araguaia tem como parceiro de longa data a Tortuga (DSM) apresentando uma segunda opção em seu portfólio, além de rações para equinos e peixes da Socil, fornecedor também de longa data. Ainda voltado para pecuária, as lojas trabalham em seu portfólio com sementes de pastagens, apresentando produtos da Sementes Santa Fé e SOESP, sendo parcerias que oferecem além de visitas dos representantes nas lojas, visitas também nos clientes caso tenha alguma queixa ou solicitação.

Na área de medicamentos veterinários e vacinas a companhia conta com um portfólio extenso, onde os principais fornecedores são a Zoetis, Ouro Fino, JA Saúde Animal, Vallée e MSD Saúde Animal Brasil. Além de contar com uma linha de produtos de cuidados pet e domissanitários, onde o principal fornecedor é a Kelldrin, que está com a Araguaia desde o começo.

Voltado para a área de hortifruticultura, a empresa trabalha com sementes Sakata e Syngenta e adubos, além do Hortmax que é fabricação própria, trabalham com a linha completa da Forth, que é uma das líderes para fertilizantes e condicionadores. Contudo, a companhia atua com muitos parceiros e representantes que colaboram tanto para o portfólio, quanto para o alcance da marca.

4 SAP

A plataforma SAP é uma solução de software utilizada por empresas no

mundo todo, incluindo a Araguaia. Essa plataforma consiste em um conjunto de aplicativos integrados que abrange uma ampla gama de processos de negócios, desde gestão financeira até gestão de cadeia de suprimentos, vendas, marketing e muito mais.

A Araguaia utiliza o SAP para otimizar suas operações internas e melhorar a eficiência de diversas áreas, pois, com o SAP a empresa é capaz de centralizar e automatizar processos, melhorar a visibilidade dos dados e tomar decisões mais assertivas. Essa plataforma oferece recursos avançados de gestão de dados, relatórios e análises dos mesmos, permitindo que a Araguaia acompanhe o desempenho de vendas, estoque, entregas, finanças e outras áreas de forma mais precisa.

Além disso, o SAP também é utilizado pela empresa para gerir a cadeia de suprimentos e pricing, facilitando a gestão de estoques, expansão dos negócios e controle de produção. Através da plataforma a empresa pode monitorar o fluxo de mercadorias, controlar prazos de entrega, gerenciar os fornecedores, lotes e validade dos produtos, e melhorar a eficiência em toda a cadeia produtiva.

Outra funcionalidade muito importante para a Araguaia do SAP é a capacidade de integração com outras ferramentas já utilizadas pela empresa, por exemplo, está interligado com a Oobj para gerar receituários agronômicos, e relatórios gerados no excel, isso permite o compartilhamento de dados e relatórios entre diferentes equipes e áreas, possibilitando uma visão mais ampla e unificada de suas operações.

Em resumo, a plataforma desempenha um papel fundamental na gestão de operações de todas as áreas da Araguaia, fornecendo ferramentas e recursos que permitem um melhor controle de processos, gestão financeira, otimização da cadeia de suprimentos e tomadas de decisões, embasadas em relatórios fidedignos, facilitando o auxílio daqueles que estão em cargos acima. A utilização dessa ferramenta possibilita que a empresa se mantenha competitiva, eficiente e preparada para o atual mercado agropecuário.

5 PROGRAMA DE ESTÁGIO

O desenvolvimento e implantação de um programa de estágio é uma forma muito eficiente de empresas reterem novos talentos ao mesmo tempo que auxilia no desenvolvimento de jovens que estarão iniciando no mercado de trabalho e trazem

mais conhecimento técnico e inovação para a empresa, visto que os estagiários ainda estão inseridos em universidades e mais próximos de tecnologias atuais, além de agregarem valor à empresa trazendo novas visões e opiniões, que por muitas vezes, quem já está habituado à empresa pode ir por outro caminho.

Entretanto, para aplicação de um programa de estágio a empresa precisa estar regulamentada pela lei nº 11.788/2008, que define o estágio como um ato educativo escolar que visa à preparação para o trabalho produtivo, e determina alguns critérios para a contratação, como a jornada de trabalho, que pode chegar até 40 horas semanais, estabelecimento de período de férias e o Termo de Compromisso de Estágio entre a parte concedente, a instituição de ensino e o estudante.

O programa de estágio da Araguaia voltado para o canal lojas ocorre no período de 6 meses, possuindo 15 dias de recesso durante o contrato, podendo ser de até 40 horas semanais, com 8 horas diárias de segunda à sexta. Esta modalidade do programa está disponível para estudantes das áreas de Agronomia, Medicina Veterinária e Zootecnia, podendo escolher entre 3 funções dentro do estágio que são: Comercial Interno, Pecuária Campo e HF Campo.

5.1 Gestão Comercial

No meio do agronegócio que é tão dinâmico e está cada vez mais competitivo, a gestão comercial vem desempenhando um papel essencial e estratégico para a empresa, a fim de compreender o mercado em que está inserido, identificar oportunidades, entender a realidade e necessidades dos clientes, identificar as dificuldades dos colaboradores para melhorar o atendimento e desenvolver estratégias personalizadas para cada problema.

Além disso, a gestão comercial abrange diversas áreas de atuação, como marketing, vendas, atendimento ao cliente e gestão de equipe de vendas, que demanda dedicação desde a criação de estratégias de campanhas comerciais até a implementação de promoções adequadas, estratégias para prospecção de clientes até a fidelização dos mesmos, somado a negociações, contratos e o pós-venda.

Neste contexto, um estágio na área possibilita entender a importância e aplicação da gestão comercial na prática, explorando ferramentas e estratégias utilizadas para maximizar as vendas, impulsionar os colaboradores, aprimorar a experiência do cliente e colaborar para o crescimento da companhia.

Entretanto, ressalta-se a importância de compreender a funcionalidade, execução e dificuldades dentro de cada setor da empresa, pois com um entendimento aprofundado do micro é possível se ter uma maior visão no macro, e solucionar problemas com mais eficiência, traçar planos cabíveis, orientar cada setor de forma adequada e compreender o funcionamento da atividade.

5.2 Imersão e Treinamentos na Sede da Empresa

O programa de estágio da Araguaia se inicia com uma imersão na cultura da empresa de uma semana, onde o primeiro contato é com o CEO da empresa, Sr. Emival Machado Silveira, onde conta toda história de como iniciou sua jornada, levando muito conhecimento e inspiração aos estagiários, seguindo por uma semana de vivência composta de palestras com diretores e coordenadores e alguns cursos online sobre processos da empresa, como a plataforma SAP.

Seguida por uma semana com a equipe técnica de pecuária, onde os estagiários são separados por perfis de lojas, e nessa semana tem aulas de nivelamento, com conteúdos de bovinocultura de corte e bovinocultura leiteira, tem-se apresentação do portfólio da BAIA, algumas dinâmicas e apresentações, treinamento sobre medicamentos e finaliza-se a semana com prova sobre os assuntos.

Figura 4: Imagem do treinamento de medicamentos do portfólio



Fonte: Do autor

Logo após tem-se mais 10 dias com treinamentos de portfólio das marcas de fornecedores como Belgo, DSM, Kelldrin, Sementes Santa Fé e outros, e um case em grupo para apresentar no último dia na sede da empresa sobre processos administrativos de lojas, com alguns problemas sobre gestão de estoque, quadro de funcionários, pós-venda, vencimento de produtos, etc. O ideal é que até o final dessa semana os cursos online tenham sido encerrados para obtenção de acesso à plataforma SAP, onde a maioria dos processos da loja são realizados.

Outra preocupação da empresa é um curso que é realizado online e presencialmente prático e teórico, sobre direção defensiva de veículos, onde no final é realizado uma prova prática e emissão de certificado de liberação para utilização de veículo da empresa, vale ressaltar que os estagiários não tem permissão para dirigir veículos da frota da empresa, porém, esse certificado fica válido para em caso de uma possível contratação, o colaborador não necessite voltar em Anápolis para realização de prova de direção.

5.3 Cronograma de Atividades na Loja

Após um mês imersivo em treinamentos e familiarização com processos

internos da empresa, cada estagiário é direcionado à uma das lojas da companhia onde terá vivência prática durante 5 meses. A escolha de distribuição dos estagiários às lojas é realizada com base em uma avaliação de seu perfil comportamental realizada pelo departamento de Recursos Humanos da firma, garantindo que cada um seja direcionado para a loja mais adequada com seu perfil.

Então, nas lojas tem-se um cronograma pré definido, embora esteja sujeito a variações de acordo com demandas específicas de cada local. O estagiário deve passar por todos os setores, a fim de adquirir conhecimento aprofundado em cada etapa do funcionamento, observando as demandas, desafios, logística operacional, as transações de cada área no SAP e todas as burocracias de cada processo.

Ao longo de todo o período, os estagiários são supervisionados pelo Gerente da loja e também pelo Assistente Técnico, cargos que anteriormente passaram pelo estágio e são responsáveis por esclarecer dúvidas e orientar sobre os processos. Essa supervisão é parte essencial do programa, pois os estagiários são avaliados com base em sua capacidade de absorver conhecimento e demonstrar habilidades nas atividades exercidas, sendo considerados para possíveis contratações futuras.

Dessa forma, o programa de estágio proporciona uma oportunidade valiosa para os estagiários compreenderem a dinâmica real do ambiente corporativo e receberem orientação de profissionais experientes, possibilitando uma transição suave para futura contratação.

5.3.1 Gestão de estoque

O estoque é a etapa responsável pelo recebimento de mercadorias que chegam do Centro de Distribuição (CD) da empresa e das fábricas, nesta etapa é muito importante que sejam conferidos os lotes e datas de validades de todos os itens e contagem dos mesmo para conferência e baixa na nota de recebimento para o sistema. Outra função muito importante são as contagens diárias de todos os produtos que tiveram movimentação nos sistema no dia anterior, sendo esta movimentação feita por venda do produto ou chegada do mesmo.

O setor é responsável pela realização de inventários, que são realizados mensais por setores de vendas, por exemplo, um mês será realizado o inventário de defensivos, então são todos contados por lote e unidades, dia sem funcionamento da loja, geralmente nos sábados à tarde, para a gestão adequada, em cada mês é

realizado o inventário total de cada setor de vendas. Além disso, ainda são realizados Inventários Rotativos diários, que são estes, realizados por norma da empresa, onde é gerado aleatoriamente pelo SAP uma lista diária de itens sem mostrar a quantidade que consta no sistema, a fim de organizar o real número de itens no estoque.

A execução de todas essas funções vem aliado ao atendimento na expedição, local onde são retiradas as mercadorias e entregue aos clientes, a fim de analisar o produto correto que saiu na nota fiscal, a quantidade e o lote, afinal, para uma boa gestão de estoque deve-se entregar os produtos com validade mais próximas primeiro, sendo muito importante a atenção nesta etapa, para não perder nenhum produto por validade ou entrega errada de quantidade ou categoria do produto, para que nem o cliente e nem a empresa fique prejudicada.

5.3.2 Faturamento

O setor de faturamento desempenha um papel crucial na gestão financeira da loja, desenvolvendo diversas atividades além do simples processamento de pagamentos no caixa. Uma das principais responsabilidades é o faturamento de pedidos, incluindo a emissão de notas fiscais eletrônicas (NF-e) pelo sistema da Oobj, que é um sistema com o qual a Araguaia trabalha. A emissão da NF-e é um passo essencial para liberação de todos os pedidos, por menores que sejam, são liberados apenas após a emissão da NF-e.

Somado às atividades de atendimento ao cliente, o setor também lida com transações como estornos de cartões de crédito e débito e cancelamento de pedidos. Essas tarefas garantem a satisfação do cliente com a experiência geral, tratando de maneira adequada situações em que o pagamento precisa ser reajustado ou cancelado.

Além disto, o setor de faturamento é responsável pela solicitação e controle de todos os pagamentos mensais, incluindo despesas como o aluguel, energia, água, serviços de internet, telefone e serviços terceirizados. Essas atividades asseguram que todas as obrigações financeiras da loja sejam cumpridas pontualmente, mantendo o bom funcionamento das operações e eficiência da empresa.

5.3.3 Vendas

A equipe de vendas das lojas Araguaia atualmente se baseiam em consultores de vendas de balcão, os consultores externos passaram a fazer parte de um novo canal específico para os mesmos. Os consultores de vendas de balcão são compostos por profissionais formados ou em formação nas áreas de Agronomia, Medicina Veterinária, Zootecnia ou Técnicos Agrícolas. Essa seleção cuidadosa garante que esses consultores possuam um conhecimento nos assuntos relacionados, permitindo um atendimento mais especializado aos clientes com bons posicionamentos e a indicação das melhores soluções para cada situação.

As vendas podem ser de materiais disponíveis no estoque da loja que está inserido ou de outra loja da empresa, ou através de venda direta das fábricas da Araguaia, de forma CIF ou FOB. No caso de vendas CIF, a empresa que é responsável pelo transporte da mercadoria e precificação, enquanto que em vendas via FOB, cabe ao cliente ficar responsável pelo carregamento da mercadoria na fábrica.

É responsabilidade do vendedor garantir além do posicionamento do produto, a forma de pagamento. No caso de vendas à prazo, com boleto, o consultor deve assegurar todo o processo de formalização da venda, desde a abertura de limite de crédito com a empresa até assinaturas e procurações para fechamento do negócio. Em casos de vendas diretas da fábrica, o consultor também se responsabiliza pelo agendamento de caminhão para retirada na fábrica, com informações sobre data, horário, placa e documentos do motorista.

Sobre tudo, o consultor de vendas tem a responsabilidade de garantir uma experiência satisfatória para o cliente em todas as etapas da venda, isso inclui um acompanhamento pós-venda de qualidade, garantindo que o produto seja entregue em ótimas condições na propriedade e utilizado de acordo com as necessidades do cliente. Essa atenção completa e o compromisso com a satisfação do cliente são fundamentais para o sucesso e relacionamento duradouro com os clientes da Araguaia.

5.3.4 Visitas Técnicas

A empresa conta com uma equipe técnica especializada em pecuária, onde

possui um técnico designado para cada região, que transitam entre as lojas, oferecendo suporte à equipe de vendas através de capacitação, auxílio técnico nas vendas, planejamento de manejo alimentar, bem como outras atividades voltadas para marca de nutrição animal da empresa.

Além disso, a equipe de técnicos de pecuária também atua no acompanhamento de clientes no momento de pós-venda, afinal é importante garantir que o cliente esteja utilizando o produto de forma adequada para obtenção dos resultados esperados. As visitas técnicas são realizadas em conjunto com os consultores de vendas das lojas, onde um técnico de pecuária acompanha o mesmo para conhecer a propriedade do cliente pecuarista.

Durante essas visitas é possível acompanhar o manejo da propriedade do cliente de pecuarista, ajustar consumo do produto, realizar análise de matéria seca, avaliar ganho de peso e todo manejo nutricional necessário. O objetivo é garantir todo o suporte necessário para o pecuarista que utiliza a marca Baia para que o produto entregue o resultado necessário, ao fazer isso, a empresa pretende aumentar a satisfação e a confiança do cliente na marca, consolidando a presença da Araguaia e Baia no mercado.

Figura 5: Foto tirada com cliente em visita técnica



Fonte: Do autor

5.3.5 Projeto Estagiário Talento

Considerando a filosofia da criação de um programa de estágio, onde a empresa visa contribuir para formação de novos profissionais ao mesmo tempo que traz inovações para a empresa, no Programa de Estágio da Araguaia todos os estagiário recebem um tema para execução de um projeto ou formular uma idéia aplicável para a empresa, que deve ser apresentado no final do estágio, podendo ter sido aplicado ou somente a idéia para aplicação. Esta apresentação deveria conter: apresentação pessoal, introdução, processos da loja, o projeto Estagiário Talento e sugestões para a empresa. A apresentação deve ser em no máximo 45 minutos.

O tema selecionado para este estágio foi: Estratégias para Fidelização de Clientes, onde deveria ser sugerido e/ou aplicado uma ferramenta diferencial, indo além de atividades e estratégias já utilizadas pela empresa. Sendo assim, em conjunto com a Gerente da Loja e o Gerente Regional, foi desenvolvido um Cartão Fidelidade Baia, onde começou a ser aplicado apenas na loja que a estagiária estava inserida no mês de maio.

Figura 6: Modelo de cartão fidelidade aplicado pela estagiária na Araguaia



Fonte: Do autor

Para a aplicação do projeto foi analisado o local onde a loja está inserida, que é um dos maiores polos de venda agropecuária do Brasil, portanto, se trata de um

lugar extremamente competitivo, o que, conseqüentemente, gera um público alvo que tem como requisito de compra, o fator preço. Com isso, faz-se necessário a adoção de uma estratégia diferencial que carregue consigo condições especiais de venda.

As regras do projeto inclui a duração de 6 meses, iniciado em maio de 2023 e irá até outubro, são válidos apenas para compras mensais e apenas para produtos selecionados de acordo com a época do ano, de maio até agosto são focados em produtos proteicos e de setembro até outubro são produtos voltados para reprodução e época das águas. O cartão fidelidade envolve condições especiais progressivas, onde cada mês o desconto em porcentagem vai aumentando, alcançando o máximo de desconto dentro da alçada do Gerente Regional.

A loja Coimbra, em Goiânia, conta com 8 consultores de venda nos balcões, onde 4 deles conseguiram encaixar clientes no projeto, que em 2 meses de andamento (maio e junho), obtiveram 12 clientes realizando o planejamento mensal de compras para nutrição do rebanho, totalizando 200 sacos de Baia vendidos através das condições especiais da campanha.

Esse projeto, que foi aplicado em consenso com a Gerente da Loja Coimbra e o Gerente Regional Goiás-Centro, trazendo condições especiais para os clientes somado a um planejamento nutricional, demonstrou que pode apresentar resultados significativos tanto para as lojas quanto para os clientes, tornando possível uma futura aplicação em outras lojas no próximo ano.

O projeto piloto, idealizado pela estagiária, apresentou alguns gargalos até o momento, como os produtos selecionados para a campanha, a limitação de produtos não se mostrou muito eficiente, entretanto, a campanha ainda tem duração até o mês de outubro, possibilitando observar outros pontos de melhora até o final. A empresa considerou, na apresentação final, a aplicação da campanha em outras lojas no próximo ano, ficando a depender dos resultados finais do projeto, pontos a melhorar e satisfação dos clientes no final.

6 ATUAÇÃO NA PROPRIEDADE

Uma das atribuições do estagiário é o acompanhamento em propriedades de clientes no segmento de pecuária de corte acompanhando um Técnico de pecuária, visando prestar maior auxílio ao cliente de forma a garantir a utilização correta do produto, visando alcançar os resultados esperados na produção. Considerando que a

maioria dos ruminantes em sistemas de criação no Brasil passam a maior parte da sua vida se alimentando de espécies forrageiras, tem-se a necessidade de fornecer aos animais um aporte de nutrientes a fim suprir suas exigências de manutenção e de produção.

Uma das propriedades que a estagiária teve atuação, é localizada em Bela Vista de Goiás, e trabalha com a atividade de **recria de novilhas**, com total de 159 cabeças divididas entre 2 lotes separadas pelo critério de idade, criadas no **sistema semi-intensivo**, onde além do pasto era fornecido **silagem de milho de planta inteira** e suplementação mineral, contudo, no mês de maio foi traçado a estratégia de **substituição** do suplemento mineral por um suplemento adensado, que não possui eventual contra indicação para qualquer categoria animal.

6.1 Recria de novilhas

O processo de recria em bovinos de corte é o período que ocorre o desenvolvimento dos ossos e músculos do animal, e se tratando de fêmeas, o principal objetivo é que os animais entrem em período reprodutivo mais cedo, para isso é necessário que o animal continue ganhando peso, e a nutrição de fêmeas de corte no primeiro inverno de suas vidas é crucial para que haja essa redução da idade no primeiro acasalamento e uma boa taxa de natalidade (ROSO, 2007).

O dono da propriedade em questão também possui outras fazendas, onde a mais próxima atua na atividade de cria, onde produtor vende os bezerros machos e destina as fêmeas para recria na fazenda localizada em Bela Vista de Goiás, um dos fatores benéficos dessa estratégia é o fato de possuir garantia do manejo sanitário realizado nesses animais. Em maio de 2023 a propriedade contava com 159 fêmeas divididas entre 2 lotes. O primeiro com 70 animais com cerca de 8 meses de idade e uma média de peso de 190 kg, e o segundo lote com 89 animais com cerca de 14 meses de idade e a média de peso de 270 kg.

Figura 7: Tabela de dados do rebanho do cliente

LOTE	Nº ANIMAIS	PESO MÉDIO DO LOTE (KG)	TOTAL DE UA
1	70	190	29,5
2	89	270	53,4

Fonte: Dados equipe Técnica de Pecuária

Santos et al. (2005), observaram que o fornecimento de suplementos energéticos durante o fornecimento de pastagem, tanto no inverno quanto no verão, para bezerras desmamadas de 60 a 90 dias, no primeiro ano de recria permitiu um desenvolvimento satisfatório para o primeiro acasalamento das fêmeas, alcançando resultados de 18 a 24 meses de idade. Com isso observa-se a necessidade da adoção de estratégias nutricionais para alcançar o objetivo da fase de recria em fêmeas.

6.2 Sistema Semi-Intensivo

O sistema de manejo do rebanho no Brasil é composto por três tipos de sistema de produção: sistema extensivo, sistema semi-intensivo e sistema intensivo (Pedroso et al, 2007). No sistema semi-intensivo, a base da nutrição é a pastagem, mas é acrescentado a suplementação mineral, podendo evoluir para suplementos proteicos e energéticos, visando melhores resultados em todas as fases de criação de bovinos (cria, recria e engorda). Com a intenção de almejar uma pecuária eficiente e rentável, com um ciclo menor e com maior eficiência (DOS SANTOS et al., 2022).

Nesse caso é observado a adoção de técnicas separação do rebanho em lotes por peso, idade e sexo e divisão do pasto em piquetes, pois o sistema depende da implantação de forrageiras, as quais sofrem um pastoreio racional, através dessas subdivisões de pastagens, obtem-se uma maior capacidade de suporte por área, além das adubações químicas, vacinações obrigatórias, mineralização, e um acompanhamento do rebanho e suplementos de nutrientes. (MARION, 2012).

A propriedade em questão possui o total de 115 hectares de pastagem, formada por *Brachiaria Decumbens*, divididas em 6 piquetes, no qual foram

destinados 3 piquetes para cada lote de animais (item 6.1). Considerando que no total a propriedade conta com 82,9 UA (Unidade Animal), é menos de 1 UA por hectare, o que não gera maiores preocupações com adequação com taxa de lotação, pois a propriedade possuía boa oferta de forragem.

Até o mês de maio estava sendo fornecido um suplemento mineral que continha apenas macro e micro minerais, somado ao pasto e silagem de milho de planta inteira, porém, no mês de abril foi realizada a venda do sal adensado Baia 365, pensando em iniciar no mês de maio a transição da dieta para a época da seca com um produto que além de macro e microminerais oferece proteína e possui o aditivo monensina em sua composição.

O produto em questão se trata de um suplemento mineral adensado, e foi escolhido pois, é um produto que está entre a linha branca e a linha proteica de baixo consumo, tanto em consumo quanto em desempenho, visto que a propriedade ainda tinha alta oferta de forragem e suplementação com silagem. E se tratando de proteína, podemos observar na Figura 8 que o produto entrega 20% de Proteína Bruta, sendo 94,5% de fonte do NNP, pois o produto contém 6,7% de ureia em sua composição, e o restante da proteína bruta é oriunda do milho.

Figura 8: Tabela Níveis de garantia do produto Baia 365

Níveis de Garantia		
Cálcio (máx.)	160	g
Cálcio (mín.)	119	g
Cobalto (mín.)	35	mg
Cobre (mín.)	563	mg
Enxofre (mín.)	17	g
Flúor (máx.)	500	mg
Fósforo (mín.)	50	g
Iodo (mín.)	38	mg
Manganês (mín.)	664	mg
NNP – Equiv. Prot.	189	g
Proteína Bruta (mín.)	200	g
Selênio (mín.)	15	mg
Sódio (mín.)	120	g
Zinco (mín.)	1.950	mg
Monensina Sódica	825	mg

Fonte: Portfólio da Araguaia

Considerando a nova suplementação, a visita no mês de maio foi realizada com o principal intuito de planejar e instruir o período de adaptação da dieta juntamente com o funcionário da propriedade. O suplemento adotado é fornecido em quantidades equivalentes a 0,03% até 0,05% do peso vivo, já o sal mineral era fornecido em cerca de 0,02% do peso vivo.

Com isso, no Lote 1 (Figura 7), por exemplo, que estava sendo fornecido cerca de 40 gramas de sal mineral por cabeça, e iria iniciar o fornecimento de cerca de 95 gramas de sal adensado, porém, de forma gradativa. Portanto, foi traçado a estratégia de adaptação para ser realizada em dez dias, visto que o consumo não é tão alto, a mistura a ser feita é de 50 a 50% de cada produto, e deveria ser fornecida todos os dias no cocho, então tem-se uma média de: $(95g + 40g) / 2 = 67,5g$ de fornecimento da mistura 50 a 50%, durante 10 dias.

Um fator importante que deve ser considerado para o fornecimento de suplementação é o tamanho do cocho, para tal definição é necessário considerar o tipo de suplementação e quantidade de animais. Para o fornecimento do Baia 365, é recomendado uma área de cocho de 7 a 10 cm lineares por cabeça, entretanto, os animais também estavam consumindo silagem, então considera-se a área de cocho por cabeça de 20 - 30 centímetros, o que era alcançado na propriedade.

6.3 Silagem

A silagem é o produto do processo de conservação de alimentos através da formação de um ambiente com pH baixo e anaeróbico, onde o pH baixo obtido durante a ensilagem, irá inibir a proliferação de microorganismos indesejáveis no meio, garantindo a diminuição das perdas e a qualidade do alimento para ser usado na alimentação animal (McDonald et al., 1991).

Algumas variáveis determinam a qualidade da silagem e sua absorção, sendo o teor de Matéria Seca um dos mais importante, por interferir na fermentação daquele alimento e na dureza do grão, que está diretamente relacionado ao aproveitamento do milho pelo animal. É recomendado que na composição da silagem tenha entre 32% e 35% de MS (EMBRAPA, 2021).

Foi feita uma análise de matéria seca da silagem na visita do mês de maio, na

qual foi realizada através de uma balança e uma airfryer como instrumento. Foi pesado 100 gramas de silagem e colocada na airfryer por cerca de 20 minutos, pesado novamente e depois voltou por 5 minutos, o tempo de 5 minutos dentro da airfryer seguido de pesagem deveria ser repetido até o momento em que repetisse a mesma pesagem por 3 vezes seguidas. A análise obteve um valor final de 39 gramas, correspondendo a 39% de MS, na qual podemos observar nas imagens a seguir o peso antes de colocar o material, e o peso final.

Figura 9: Foto do peso do equipamento



Fonte: Do autor

Figura 10: Foto do final da análise



Fonte: Do autor

6.4 Cálculo de fornecimento de cada alimento por lote

Considerando que estaria sendo fornecido ao animal pasto à vontade, sal adensado e silagem, e considerando a análise de matéria seca da silagem que entregou 39% de MS, foram realizados os cálculos de fornecimento de cada alimento para cada lote de animais, sendo que o sal adensado foi considerado o consumo após o período de adaptação.

Foi utilizado o peso médio do lote de animais para calcular o consumo de matéria seca, estimando um valor de 2,2% do peso vivo do animal, e o consumo do sal adensado estimando o valor 0,05% do PV, chegando aos seguintes valores:

- **Lote 1:** 70 animais
190 kg de média

Consumo de MS total: 2,2% do PV \approx 4,20 kg

Consumo do Baia 365: 0,05% do PV = 95g por cabeça

- Lote 2: 89 animais

270 Kg de média

Consumo de MS total: 2,2% de PV \approx 6 kg

Consumo de Baia 365: 0,05% do PV = 135g por cabeça

Com isso, calcula-se Consumo de Matéria Seca total menos o consumo do adensado, resultando em:

- Lote 1: $4,20 - 0,095 = 4,1\text{kg}$
- Lote 2: $6 - 0,135 = 5,8\text{ kg}$

Considerando que o fornecimento do pasto é por livre demanda do animal, calculou-se metade dos valores restantes para o fornecimento de silagem, utilizando o resultado da análise de matéria seca, e obteve-se:

- Lote 1: 2 kg de MS — X

$39 \text{ — } 100 = 5,1\text{ kg de silagem para suprir } 2\text{ Kg de matéria seca}$

- Lote 2: 2,9 de MS — X

$39 \text{ — } 100 = 7,4\text{ kg de silagem para suprir } 2,9\text{ kg de matéria seca}$

Pode-se observar na figura 11 a tabela de fornecimento entregue ao cliente, porém foi realizado com o funcionário o cálculo de quantos carrinhos de mão deveria ser fornecido para cada lote por dia, de forma a facilitar o manejo. Ao realizar a pesagem de um carrinho cheio de silagem, obteve 60 kg, portanto, o funcionário deveria abastecer o cocho do Lote 1 com 6 carrinhos por dia, totalizando 360 kg, e o cocho do Lote 2 com 11 carrinhos, totalizando 660 kg de silagem por dia, atendendo a demanda dos animais.

Figura 11: Tabela de fornecimento de alimento

LOTE	PESO MÉDIO DO LOTE (KG)	CONSUMO DE MS (2,2% PV)	CONSUMO BAIA 365	CONSUMO DE SILAGEM (39% DE MS)
1	190	4,2 kg	0,095	5,1 kg
2	270	6 kg	0,135	7,4 kg

Fonte: Dados equipe técnica de Pecuária

7 CONSIDERAÇÕES FINAIS

O curso de zootecnia apresenta diversas áreas de segmento profissional e a área comercial é uma que vem crescendo para os zootecnistas nos últimos anos com a evolução tecnológica do setor pecuário. O estágio na área comercial oferece ao estudante uma chance única de adquirir experiência prática e conhecimento no ambiente profissional sênior, ao mesmo tempo que possibilita conhecer diferentes empresas do setor, suas estratégias de venda, modelos de negócio, acompanhar a venda e distribuição de produtos, e serviços relacionados à produção animal.

Durante o programa de estágio da Araguaia, as atividades desenvolvidas se mostraram de extrema importância para jovens que estão iniciando no mercado de trabalho, onde possibilita que os mesmos concluam sua graduação com experiência e bagagem no mercado de trabalho, entretanto, é uma via de mão dupla, pois a empresa também se beneficia ao ter em sua equipe profissionais ainda inseridos no ambiente de universidades, onde estão mais próximos a inovações tecnológicas e conhecimentos técnicos, além de ser uma mão de obra extremamente motivada pelo plano de carreira bem definido que a empresa oferece.

O desenvolvimento das atividades realizadas no programa de estágio na área comercial interno se mostra fundamental para o desenvolvimento de um papel estratégico na atividade da empresa, proporcionando ao estudante a oportunidade de ampliar sua visão profissional, compreendendo os desafios e as peculiaridades do mercado agropecuário na prática, aliado sempre ao conhecimento técnico transmitido por toda a equipe de profissionais capacitados que estiveram em contato durante o programa de estágio.

Podemos ver que a Araguaia é uma empresa que trabalha com 5 canais de

vendas e distribuições, além de atuar junto com vários fornecedores parceiros, trazendo um portfólio com mais de 4 mil itens a fim de atender os clientes da melhor forma, proporcionando ao estudante ampliar sua rede de contatos e de experiências. Além disso, a empresa trabalha colaboradores qualificados das áreas de agronomia, medicina veterinária e zootecnia, visando além de oferecer todo suporte técnico em seus estabelecimentos, promover uma troca entre os colegas de trabalho formando profissionais cada vez mais completos e com conhecimentos integrados.

Essa vivência no estágio me proporcionou um enorme crescimento tanto pessoal como profissional e contribui de forma relevante para a consolidação de aprendizados adquiridos na faculdade além de novos conhecimentos e experiências. Ter a oportunidade de trabalhar no dia a dia da empresa, transitando em todos os setores e criando uma visão abrangente de seu funcionamento foi um diferencial em minha formação como futura profissional.

Em suma, o estágio na área comercial se revelou enriquecedor, proporcionando aprendizados práticos, ampliação de habilidades interpessoais e crescimento pessoal. Estou grata por essa oportunidade e confiante nas habilidades adquiridas ao longo desses 6 meses de estágio.

REFERÊNCIAS

BRASIL. Lei nº 11.788, de 25 de setembro de 2008. Dispõe sobre o estágio de estudantes e dá outras providências. Brasília, DF. 2008. Disponível em: <https://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2007-2010/2008/lei/l11788.htm>. Acesso em: 18 jul. 2023.

DOLLE, Camilla; CONSOLARO, Pietro. Adubos Araguaia Indústria e Comércio Ltda. Research Renda Fixa. Distribuição de Fertilizantes, Sementes e Insumos Agropecuários, 2022. Disponível em: <<https://conteudos.xpi.com.br/wp-content/uploads/2022/09/Relatorio-Adubos-Araguaia-01JUL2022-1.pdf>>. Acesso em: 18 jul. 2023.

MARCONDES, Marcelo. 10 passos para criar um programa de estágio de sucesso. 2022. Disponível em: <<https://www.taqe.com.br/como-criar-um-programa-de-estagio-de-sucesso/#:~:text=Um programa de estágio eficiente,o desenvolvimento desses jovens talentos>>. Acesso em: 18 jul. 2023.

TORRES, Alcides; OLIVIER, Jéssica. O que nos aguarda no segundo semestre? 2023. Disponível em: <<https://www.scotconsultoria.com.br/noticias/artigos/56510/o-que-nos-aguarda-no-segundo-semester?.htm>>. Acesso em: 18 jul. 2023.

VICENTE, Marcos Xavier. Adubos Araguaia vai construir nova fábrica e armazém em Paranaguá. 2022. Disponível em: <<https://www.gazetadopovo.com.br/vozes/parana-sa/adubos-araguaia-vai-construir-nova-fabrica-e-armazem-em-paranagua/>>. Acesso em: 18 jul. 2023.

TADELE e AMHA, Use of different non protein nitrogen sources in ruminant nutrition: A review. *Advances in Life Science and Technology*, v.29, p.100-105, 2015.

ZAMPIERI, Maria Emília. Queda do preço de fertilizantes não garante melhor

margem para agricultor. 2023. Disponível em: <<https://globo.com/globo.com/google/amp/negocios/noticia/2023/03/queda-do-preco-de-adubo-nao-garante-melhor-margem-para-agricultor.ghtml>>. Acesso em: 18 jul. 2023.

MAYNARD, L.A.; LOOSLI, J.K.; HINTZ, H.F.; et al. Animal Nutrition. Trad. FIGUEIREDO, F. A.B.N. 3ª Ed. Rio de Janeiro: Freitas Bastos, 1984. 726p.

HUBER, J.T.; KUNG Jr., L. Protein and non-protein nitrogen utilization by dairy cattle. Journal of Dairy Science, v.64, p.1176-1182, 1981.

TORRES, Alcides; OLIVIER, Jéssica. Fábrica de ração: dez dicas para grandes resultados. 2019. Disponível em: <<https://blogs.canalrural.com.br/blogdoscot/2019/03/20/fabrica-de-racao-dez-dicas-para-grandes-resultados>>. Acesso em: 26 jul. 2023.

MCDONALD, P.; HENDERSON. A. R.; HERON, S. J. E. The biochemistry of silage. Second edition. Chalcomb Publications, Bucks, 1991.

MARTINS, Nelson, et al. Ureia em Dietas de Ruminantes. Disponível em : <<https://www.vet.ufmg.br/ARQUIVOS/FCK/file/editora/caderno%20tecnico%2080%20ureia%20dietas%20ruminantes.pdf>>. Acesso em: 26 jul. 2023.

RAMOS, Eduardo Giacomett. Principais Aditivos Utilizados na Nutrição de Ruminantes. 2021. Disponível em: <<https://opresenterural.com.br/principais-aditivos-utilizados-na-producao-de-ruminantes/>>. Acesso em: 26 jul.2023.

BERGEN, W.G.; BATES, D.B. Ionophores: their effect on production efficiency and mode of action. Journal of Animal Science. v. 58, n. 6, p. 1465-1483, 1984.

RUSSELL, J.B.; STROBEL, H.J.; CHEN, G. The enrichment and isolation of a ruminal bacterium with a very high specific activity of ammonia production. Applied and Environmental Microbiology, v. 54, p. 872-877, 1992.

PEDROSO, M. A. et al. Análise de custos de produção agropastoril. Custos e Agronegocio Online, v. 3, p. 59–78, 2007.

ROSO, Dalton. Recria de bezerras de corte em alternativas de uso de pastagem de azevém. Santa Maria. 2007

SANTOS, D. T. et al. Suplementos energéticos para recria de novilhas de corte em pastagens anuais. Desempenho animal. Revista Brasileira de Zootecnia. v. 34, n.1, p 209-219, 2005.

NETO, M. M; FILHO, I. A; CRUZ, José. Milho para Silagem. Embrapa Milho e Sorgo. Conteúdo migrado na íntegra em 08 dez. 2021. Disponível em: <<https://www.embrapa.br/agencia-de-informacao-tecnologica/cultivos/milho/producao/sistemas-diferenciais-de-cultivo/milho-para-silagem#:~:text=Considerando%20que%20C%20com%20algumas%20varia%C3%A7%C3%B5es,apresenta%C3%A7%C3%A3o%20de%20uma%20conforma%C3%A7%C3%A3o%20detida>> Acesso em 27jul.2023.