



UNIVERSIDADE DE BRASÍLIA
FACULDADE UnB PLANALTINA
GRADUAÇÃO EM GESTÃO DO AGRONEGÓCIO

ANÁLISE DAS ESTRATÉGIAS DE VENDAS E MARKETING NA
COMERCIALIZAÇÃO DE SEMENTES DE MILHO

MILLENE PEREIRA DA SILVA

PLANALTINA

2023

MILLENE PEREIRA DA SILVA

**ANÁLISE DAS ESTRATÉGIAS DE VENDAS E MARKETING NA
COMERCIALIZAÇÃO DE SEMENTES DE MILHO**

Relatório de Estágio apresentado à Faculdade UnB Planaltina da Universidade de Brasília – UnB, como parte das exigências do curso de Gestão de Agronegócios, para a obtenção do título de Bacharel em Gestão do Agronegócios.

Orientadora: Prof.^a Luciana de Oliveira Miranda

PLANALTINA

2023

RESUMO

O presente relatório foi elaborado durante o estágio curricular na empresa Inova Genética Ltda. O trabalho apresentado aborda a análise das estratégias de vendas e marketing na comercialização de semente de milho – uma empresa com ramo no mercado genético do Brasil, onde suas estratégias de vendas e marketing são um fator importante para seu sucesso. A empresa conta com uma equipe de vendedores, que são treinados para entender as necessidades dos agricultores e oferecer soluções personalizadas, além de oferecer um serviço de pós-venda, que garante o suporte aos agricultores durante todo o ciclo de cultivo, também participa de eventos e feiras agrícolas, onde tem a oportunidade de interagir com os agricultores e apresentar seus produtos.

Palavras-chave: Semente de Milho; Marketing; Comercialização.

ABSTRACT

This report was prepared during the curricular internship at the company Inova Genética Ltda. The work presented addresses the analysis of sales and marketing strategies in the commercialization of corn seed – a company with a branch in the genetic market in Brazil, where its sales and marketing strategies are an important factor in its success. The company has a team of salespeople, who are trained to understand farmers' needs and offer personalized solutions, in addition to offering an after-sales service, which guarantees support to farmers throughout the cultivation cycle, it also participates in events and agricultural fairs, where you have the opportunity to interact with farmers and present their products.

Keywords: Corn Seed; Marketing; Commercialization.

LISTA DE TABELAS

Tabela 1 - Segmentação de Mercado.....	13
Tabela 2 - Sugestões específicas para melhorar a estratégia de segmentação.....	14

Sumário

1. INTRODUÇÃO	6
2. REVISÃO DA LITERATURA	7
2.1. Introdução à Comercialização de Sementes de Milho.....	7
2.3. Estratégias de Marketing para Semente de Milho	8
2.4. Vendas Diretas e Indiretas.....	10
2.5. Tendências Futuras na Comercialização de Semente de Milho	10
3. Característica da Organização: INOVA GENÉTICA	12
3.1. Inovação Genética e Segmentação de Mercado	13
4. Experiência Prática	15
5. Considerações Finais.....	16
REFERÊNCIAS	18

1. INTRODUÇÃO

A análise das estratégias de vendas e marketing na comercialização de sementes de milho é um tópico crucial no mundo da agricultura e do agronegócio (Acosta et al., 2002). O milho é uma das culturas mais cultivadas em todo o mundo, e a comercialização de sementes de milho desempenha um papel fundamental na produtividade das safras de milho, é uma das culturas mais importantes em termos de produção de alimentos e ração animal, desempenhando um papel crucial na segurança alimentar de todos. O mercado de sementes de milho é altamente competitivo e dinâmico, refletindo a demanda crescente por variedades de milho que atendem às necessidades dos agricultores e aos desafios das mudanças climáticas.

As sementes de milho são a base de uma safra bem-sucedida. Isso se torna essencial para os agricultores escolherem as melhores sementes disponíveis no mercado. As empresas de sementes de milho devem, portanto, destacar a qualidade de suas sementes como parte de suas estratégias de marketing.

Esse relatório analisa as estratégias de vendas e marketing da Inova genética, uma empresa que comercializa sementes de milho nas principais regiões produtoras. A empresa oferece um portfólio diversificado de híbridos com as melhores biotecnologias disponíveis. O artigo explora as estratégias da empresa para comercializar suas sementes, destacando sua importância para os setores agrícolas.

2. REVISÃO DA LITERATURA

2.1. Introdução à Comercialização de Sementes de Milho

A comercialização de sementes de milho é uma parte crucial da agricultura moderna, abrangendo diversos processos desde a produção até a entrega aos agricultores. Inicialmente, a produção de sementes de milho requer a criação de campos específicos, o controle de pragas e doenças, a polinização controlada e a colheita no momento ideal para garantir a maturidade das sementes (COELHO, 2021)

As sementes de milho são classificadas em diferentes categorias com base em critérios como qualidade genética, pureza varietal e germinação. As sementes certificadas atendem aos padrões estabelecidos pelas autoridades agrícolas e de certificação. Em termos de embalagem e rotulagem, as sementes são normalmente acondicionadas em sacos com informações, detalhadas, incluindo variedade, pureza, germinação, data de colheita e prazo de validade. Isso é essencial para informar os agricultores e garantir a rastreabilidade (SEMENTES BIOMATRIX, 2022).

A distribuição das sementes é realizada por meio de uma rede que pode incluir distribuidores, revendedores e vendas diretas. Logística desempenha um papel crítico na entrega oportuna aos agricultores. A regulamentação é uma parte importante, com requisitos de registro, padrões de qualidade e regulamentações de rotulagem para garantir que os agricultores tenham acesso a sementes de alta qualidade (BELAGRO, 2019).

Adicionalmente, as organizações atuantes no setor de sementes de milho direcionam recursos para ações de marketing e educação, com o intuito de divulgar variedades e oferecer informações sobre suas características e vantagens. A pesquisa e o desenvolvimento desempenham um papel fundamental na concepção de variedades de milho mais produtivas e resistentes a pragas e doenças, adaptadas a diversas condições de cultivo. Considerando o cenário econômico, é importante ressaltar que os preços das sementes podem variar de acordo com uma série de fatores (LASCA et al., 2022).

A tecnologia desempenha um papel crescente na comercialização de sementes, com sistema de informações, comércio eletrônico e rastreabilidade sendo cada vez mais comuns. Por isso, a comercialização de sementes de milho é um componente vital da agricultura moderna, garantindo que os agricultores tenham acesso a variedades de alta qualidade que podem aumentar a produtividade e a resiliência das safras. Envolve vários processos, desde a produção e certificação até a distribuição e educação dos agricultores (EMBRAPA, 2021).

2.2. Estratégias de Marketing

O Marketing desempenha um papel fundamental nas estratégias de negócios contemporâneas, sendo um elemento essencial para o sucesso das organizações em um ambiente altamente competitivo. Ele vai além da simples promoção de produtos ou serviços e abrange a compreensão das necessidades dos consumidores, a criação de valor, o desenvolvimento de relacionamentos sólidos com os clientes e a maximização da satisfação do cliente. O Marketing é uma disciplina multifacetada que ajuda a identificar oportunidades de mercado, aprimorar a imagem da marca e orientar o desenvolvimento de produtos e serviços. Além disso, desempenha um papel crucial na alocação eficaz dos recursos da organização e na adaptação às mudanças nas preferências e demandas do mercado (SANTOS; MARJOTTA, 2022).

As estratégias de Marketing são os planos e ações elaborados para atingir os objetivos de Marketing de uma organização. A literatura identifica várias estratégias de Marketing que podem ser empregadas para alcançar resultados desejados. Estas incluem a segmentação de mercado, que envolve a divisão do mercado em grupos menores com características e necessidades semelhantes; o posicionamento de marca, que cria uma imagem distinta e atraente para a marca ou produto no mercado; o marketing de conteúdo, que envolve a criação e compartilhamento de conteúdo relevante e valioso para atrair e envolver um público-alvo; e estratégias de preço, que influenciam o comportamento de compra do cliente (SANTOS; COSTA, 2022).

No contexto das sementes de milho, as estratégias de Marketing são essenciais para o setor agrícola. Isso inclui a segmentação geográfica para adaptar as sementes às condições locais de cultivo, o marketing de conteúdo especializado para fornecer informações detalhadas sobre o desempenho das sementes em diferentes condições, parcerias estratégicas com empresas do setor agrícola e programas de fidelização para recompensar a fidelidade dos agricultores à marca de sementes de milho. Essas estratégias desempenham um papel crítico na diferenciação e no desempenho no mercado de sementes de milho, garantindo que as sementes atendam às necessidades dos agricultores e atinjam seu potencial máximo de crescimento (PRADO; VILLWOK; FOSSÁ, 2023).

2.3. Estratégias de Marketing para Semente de Milho

As estratégias de marketing para sementes de milho são fundamentais para a promoção eficaz e a distribuição bem-sucedida desses produtos no mercado agrícola. Um aspecto

importante envolve a segmentação de mercado, onde as empresas adaptam suas abordagens com base em fatores como o tipo de agricultura, a localização geográfica, o tamanho da fazenda e as necessidades específicas dos agricultores. Isso permite direcionar as estratégias de marketing de forma mais precisa (BERNINI; OLIVEIRA; FIGUEIREDO, 2019).

Outra estratégia-chave é o contínuo desenvolvimento de variedade de milho que atendem às demandas do mercado, como resistência a pragas, adaptação a diferentes condições climáticas e outras características desejadas pelos agricultores. O marketing de conteúdo desempenha um papel crucial, com a criação de material educativo e informativo, como artigos, vídeos e webinars, para informar os agricultores sobre as vantagens das variedades de milho. Isso ajuda a construir confiança e estabelecer autoridades no setor (SNA, 2022).

A participação em feiras agrícolas é uma estratégia eficaz para mostrar as variedades de milho e interagir diretamente com os agricultores proporcionando oportunidades de demonstração e networking. Parcerias estratégicas com outras empresas do setor agrícola, como fabricantes de fertilizantes ou empresas de maquinário agrícola, podem fortalecer a oferta total e criar sinergias de marketing (BERNINI; OLIVEIRA; FIGUEIREDO, 2019).

A promoção online desempenha um papel central, incluindo o uso de websites, mídias, sociais e campanhas de e-mail marketing para alcançar agricultores em todo o mundo. Isso também envolve otimização de mecanismos de busca (SEO) para melhorar a visibilidade online. Programas de fidelidade e recompensas podem incentivar a lealdade do cliente, oferecendo descontos e benefícios aos agricultores que escolhem uma marca específica (SENAR, 2016).

Além disso, monitorar e validar o desempenho das estratégias de marketing é essencial, para fazer ajustes e melhorias constantes. Fornecer treinamento e suporte técnico aos agricultores sobre o plantio e o manejo das sementes pode ser uma estratégia eficaz para garantir o sucesso da safra e construir relacionamentos de longo prazo. Depoimentos e avaliações positivas de agricultores que obtiveram sucesso com as variedades de milho podem influenciar a decisão de compra de outros agricultores (KISTLER *et al.*, 2018).

Destacar o compromisso da empresa com práticas sustentáveis e responsabilidade social pode atrair agricultores que valorizam esses princípios. Portanto, monitorar as estratégias de marketing da concorrência e identificar oportunidades de diferenciação é fundamental para se destacar no mercado. As estratégias de marketing para sementes de milho envolvem uma abordagem multifacetada que vai desde o desenvolvimento de variedades de alta qualidade até

a promoção eficaz, educação dos agricultores e construção de relacionamentos sólidos (BARROS E CALADO, 2014).

2.4. Vendas Diretas e Indiretas

A comercialização de sementes de milho pode ser realizada por meio de vendas diretas ou indiretas dependendo da estratégia da empresa e das preferências dos agricultores. Nas vendas diretas, as empresas vendem as sementes diretamente aos agricultores, seja por meio de suas lojas próprias, participação em feiras agrícolas ou vendas online. Esse método permite um controle total sobre o processo de vendas e a construção de relacionamentos diretos com os clientes (SILVA, 2021).

Por outro lado, as vendas indiretas envolvem o uso de intermediários com distribuidores, revendedores, supermercados agrícolas ou concessionárias agrícolas, para levar as sementes de milho aos agricultores essa abordagem pode proporcionar um alcance mais amplo, facilitando a expansão geográfica, mas geralmente envolve margens de lucro menores devido à presença dos intermediários (CORRÊA, 2017).

Muitas empresas de sementes de milho adotam uma abordagem mista, combinando vendas diretas e indiretas para atender a diferentes segmentos de mercado. A escolha entre essas estratégias depende de fatores como custos, alcances geográficos, público-alvo e a estratégia global de marketing da empresa. O objetivo é tornar as necessidades de milho disponíveis de forma eficaz para os agricultores, atendendo às suas necessidades e preferências (GARCIA; MIRANDA, 2012).

2.5. Tendências Futuras na Comercialização de Semente de Milho

No futuro, a comercialização de sementes de milho será influenciada por várias tendências que moldaram o setor agrícola. Uma das tendências mais notáveis é a contínua expansão do uso de sementes de milho geneticamente modificadas (OGM) e o desenvolvimento de novas tecnologias para tornar as plantações mais resistentes a pragas, doenças e condições climáticas adversas. Isso está sendo impulsionado pelo avanço da biotecnologia, incluindo a edição de genes (MARCOS FILHO, 2015).

Além disso, à medida que a preocupação com a sustentabilidade cresce, a demanda por variedades de milho adaptadas à agricultura orgânica e práticas sustentáveis também deve aumentar. A ênfase na qualidade das sementes e na rastreabilidade está se tornando cada vez

mais importante à medida que os agricultores buscam garantias sobre a procedência e a qualidade das sementes que estão comprando (LAMAS, 2020).

A digitalização e a agricultura de precisão também desempenham um papel significativo no setor. A coleta e análise de dados estão sendo usadas para tomar decisões mais informadas no manejo de culturas, resultando em melhores rendimentos. Além disso, a venda de sementes de milho online está se tornando mais comum, com plataformas digitais facilitando a compra e fornecendo aos agricultores uma ampla gama de opções (BASSO, 2014).

A resiliência das plantações de milho depende, em grande parte, da diversidade genética, e há uma crescente conscientização sobre a necessidade de preservar e fomentar essa diversidade. As mudanças climáticas também terão um impacto significativo, influenciando a adaptação de variedades mais recentes de milho às condições climáticas em evolução. (SOUSA *et al*, 2022).

Além disso, espera-se que regulamentações governamentais e normas de rotulagem se tornem mais rigorosas para garantir a qualidade e a segurança das sementes de milho. Parcerias de longo prazo entre empresas de sementes de milho e agricultores podem se tornar mais comuns, garantindo um fornecimento estável de sementes e beneficiamento mútuos (CASTRO,2017).

Portanto, o aumento da demanda por alimentos em mercados emergentes e a globalização do comércio agrícola podem influenciar a expansão de empresas de sementes de milho para novas regiões. Essas tendências refletem a crescente sofisticação da agricultura e a necessidade de inovação para atender à demanda por alimentos em um mundo em constante mudanças (LOPES, 2018).

3. Característica da Organização: INOVA GENÉTICA

A Inova Genética Ltda opera na área de pesquisa em melhoramento genético de soja e milho, concentrando seus esforços no desenvolvimento de novas variedades e híbridos adaptados às principais regiões produtoras do Brasil. Com sua sede situada no município de Cristalina – GO, a empresa possui mais duas estações experimentais distribuídas nos estados de Tocantins e Mato Grosso. Essas estações são equipadas com laboratórios de ponta e sistemas avançados para geração de genótipos. A empresa está envolvida em pesquisas abrangentes e ensaios em diversas regiões de destaque na agricultura brasileira. A empresa emprega métodos avançados de avaliação e seleção de linhagens e híbridos que se destacam por sua eficácia, garantindo, dessa forma, o desenvolvimento de variedades de excelente qualidade, perfeitamente adaptadas às condições específicas de cada região produtora no Brasil.

A Inova Genética é uma empresa brasileira de pesquisa e desenvolvimento de semente de soja e milho, fundada em 2015. A empresa tem sede em Cristalina, Goiás, e conta com uma equipe de pesquisadores e técnicos especializados em melhoramento genético. O histórico da empresa é relativamente curto, mas a empresa já se consolidou como um dos principais players do setor no Brasil, vem investindo constantemente em pesquisa e inovação, e já lançou no mercado diversas cultivares de soja e híbridos de milho que se destacam por sua produtividade, qualidade e resistência a doenças e pragas. Com os objetivos de desenvolver novas cultivas de soja e híbridos de milho que sejam adaptados às principais regiões produtoras do Brasil, oferecendo aos produtores rurais sementes de alta qualidade e produtividade, contribuindo para o aumento da produtividade da agricultura brasileira.

O planejamento estratégico da Inova tem baseamento nos seguintes pilares: Pesquisa e inovação a empresa investe constantemente em pesquisa e desenvolvimento de novas tecnologias de melhoramento genético; Sustentabilidade a Inova busca desenvolver sementes que sejam sustentáveis e que não afetam o meio ambiente; Inovação a empresa busca sempre inovar seus processos e produtos, buscando sempre oferecer aos produtores rurais as melhores soluções.

A missão de ser uma empresa líder em pesquisa e desenvolvimento de sementes de soja e milho contribuindo para o aumento da produtividade da agricultura brasileira e para o desenvolvimento sustentável do setor. No entanto, a empresa ainda é relativamente nova, e enfrenta alguns desafios, como a concorrência de empresas mais estabelecidas no mercado.

Além disso, a Inova deve continuar investindo em pesquisa e inovação, para manter atualizada com as últimas tendências do setor

3.1. Inovação Genética e Segmentação de Mercado

Uma característica da Inova Genética é seu foco na inovação genética a qual tem como slogan a seguinte frase “Trazendo o futuro para o presente”. A empresa investe em pesquisa e desenvolvimento para criar variedades de milho que se destaquem em produtividade e resistência¹. A estratégia de marketing da Inova Genética enfatiza as características distintivas de suas sementes, destacando sua capacidade de aumentar os rendimentos e mitigar perdas devido a doenças ou condições ambientais adversas.

A Inova usa a segmentação de mercado para alcançar seus objetivos de vendas e marketing de forma eficaz². Isso envolve a identificação de grupos de agricultores com características específicas, como tamanho da propriedade, localização geográfica e necessidades de cultivo. Ao compreender essas diferentes necessidades, a empresa pode adaptar suas estratégias de marketing para oferecer soluções sob medida, destacando como suas sementes de milho atendem a requisitos específicos de cada grupo de clientes.

Tabela 1- Segmentação de Mercado

Pequenos Agricultores	A empresa oferece variedades de milho acessíveis e adaptáveis para pequenos agricultores, garantindo que esses produtores possam competir no mercado e obter colheitas consistentes.
Agricultores Comerciais	Para agricultores comerciais, a Inova Genética concentra-se em variedades de alto rendimento, que são ideais para grandes extensões de terra. Essas variedades são desenvolvidas para otimizar a produtividade.
Cooperativas Agrícolas	fornece soluções personalizadas para cooperativas agrícolas, incluindo pacotes de sementes adaptados às necessidades locais, suporte técnico especializado e programas de fidelização.

Fonte: Elaborado pela autora.

Essa estratégia de segmentação permite que a Inova Genética Ltda atenda a uma ampla gama de clientes e ofereça produtos que atendam às necessidades específicas de cada grupo de agricultores. De fato, a estratégia de segmentação é um ponto forte da empresa, ao segmentar

¹ Informações coletadas durante uma orientação sobre a empresa.

² Informações coletadas durante uma orientação sobre a empresa.

seus clientes de acordo com fatores como localização, tamanho da propriedade, tipo de cultivo e nível de experiência, a empresa pode oferecer produtos e serviços que são mais adequados às necessidades específicas de cada grupo. Isso pode ajudar a aumentar a satisfação do cliente e a fidelidade à marca. A inovação genética desempenha um papel fundamental nessa estratégia, pois permite que ofereça sementes de milho que são adaptadas às condições específicas de cada região. Por exemplo, a empresa oferece sementes de milho que são resistentes a doenças e pragas comuns em determinadas regiões.

No geral, a estratégia de segmentação da Inova Genética é eficaz e pode ajudar a empresa a se destacar da concorrência. No entanto, há algumas áreas que poderiam ser melhoradas como a empresa poderia fornecer mais informações sobre as características específicas de suas sementes, isso ajudaria os agricultores a tomar decisões mais informadas sobre quais sementes são mais adequadas para suas necessidades. Em segundo lugar, a empresa poderia investir mais em pesquisas sobre as necessidades dos agricultores, isso ajudaria a empresa a desenvolver produtos e serviços que são ainda mais adequados às necessidades específicas de seus clientes.

Tabela 2 – Sugestões específicas para melhorar a estratégia de segmentação.

Criar um portal de informações para agricultores	O portal poderia fornecer informações sobre as características das sementes da empresa, bem como sobre as condições climáticas e de solo de cada região
Realizar pesquisas regulares com agricultores.	As pesquisas poderiam ajudar a empresa a entender melhor as necessidades e preocupações dos agricultores.
Oferecer serviços personalizados	A empresa poderia oferecer serviços personalizados, como consultoria agrícola ou treinamento, para ajudar os agricultores a obter o máximo de suas sementes.

Fonte: Elaborado pela autora.

A implementação dessas sugestões poderia ajudar a Inova Genética a melhorar ainda mais sua estratégia de segmentação e a atender às necessidades de seus clientes de forma mais eficaz.

4. Experiencia Prática

As principais atividades exercidas no Marketing e Licenciamento da empresa Inova Genética Ltda foram: acompanhar o plano de produção de Soja e Milho, compreender o Controle de documentos de Produção Sistema de Gestão da Qualidade, e emissões e lançamentos diários de notas fiscais.

O Acompanhamento do plano de produção de Soja e Milho é elaborado pela área de produção da empresa, em conjunto com a área de marketing e licenciamento. O plano define as metas de produção para cada região, levando em consideração fatores como a demanda dos clientes, as condições climáticas e as disponibilidades de recursos.

A área de marketing e licenciamento acompanha o plano de produção para garantir que a empresa esteja produzindo sementes suficientes para atender à demanda dos clientes. O acompanhamento é feito por meio de reuniões periódicas com a área de produção, análise de dados e visitas às unidades de produção.

Os principais indicadores de desempenho que foram utilizados durante o estágio para acompanhar o plano de produção foi: Quantidade de sementes produzidas; Qualidade das sementes produzidas; Prazo de entrega das sementes; Custo de produção

Participei de reuniões e negociações envolvendo a distribuição de sementes de milho para produtores rurais. Durante esse período, tive a oportunidade de expressar um pouco do aprendizado ao longo da graduação referente a gestão interna da empresa. Essa oportunidade de estágio desempenhou um papel fundamental no meu desenvolvimento profissional, representando minha estreia no mercado de trabalho e proporcionando um crescimento significativo. Desenvolvi habilidades com a aplicação prática dos sistemas de informação da empresa, e pude compreender um pouco mais sobre os fatores por traz da comercialização da semente de milho, e como funcionam seus processos de industrialização.

5. Considerações Finais.

O presente relatório de estágio foi elaborado na empresa Inova Genética LTDA, como parte do estágio supervisionado obrigatório do curso de Gestão do Agronegócio da Universidade de Brasília, campus Planaltina. O estágio, juntamente ao relatório, visa integrar os conhecimentos teóricos adquiridos na graduação com a experiência prática adquirida no decorrer das atividades diárias.

O objetivo do relatório foi a análise das estratégias de vendas e marketing na comercialização de sementes de milho. No decorrer do estágio, tive acesso a informações de extrema importância para a produção deste. Uma análise das estratégias de vendas e marketing na comercialização de sementes de milho pela empresa Inova Genética revela uma abordagem abrangente e panorâmica para a inovação no setor agrícola. A empresa demonstra um comprometimento claro com a excelência genética, combinando técnicas avançadas de melhoramento de sementes com estratégias de marketing eficazes.

Em primeiro lugar, a Inova Genética se destaca pela qualidade de suas sementes de milho, investindo em pesquisa e desenvolvimento para criar variedades que atendam às demandas do mercado. Essa abordagem demonstra uma compreensão profunda das necessidades dos agricultores e a capacidade de antecipar as tendências do setor agrícola. No que diz respeito às estratégias de marketing, a empresa adota uma abordagem holística, utilizando diversas ferramentas para promover suas emoções. A presença online é evidente, com um site informativo que destaca os benefícios das sementes e fornece informações relevantes para os agricultores. Além disso, a empresa utiliza eficientemente as redes sociais para se conectar diretamente com os clientes, compartilhar histórias de sucesso e fornecer atualizações sobre novos desenvolvimentos.

A estratégia de posicionamento da marca também é bem definida, enfatizando não apenas a qualidade genética das sementes, mas também o comprometimento com práticas sustentáveis e responsáveis. Essa abordagem alinha a empresa com as preocupações crescentes dos consumidores em relação à origem e impacto ambiental dos produtos agrícolas.

A Inova Genética também demonstra flexibilidade em suas estratégias de vendas, adaptando-se às diferentes necessidades regionais e às variações sazonais. A parceria com distribuidores locais e a participação em eventos agrícolas para a construção de relacionamentos sólidos com os agricultores, fortalecendo a presença da marca no mercado.

Por fim, uma análise das estratégias de vendas e marketing da Inova Genética na comercialização de sementes de milho revela uma combinação inteligente de inovação genética,

comprometimento com a qualidade e uma abordagem abrangente de marketing. Essa abordagem sólida posiciona a empresa de forma competitiva no mercado agrícola, destacando-se como uma líder no setor de sementes de milho.

REFERÊNCIAS

- ACOSTA, A.; BARROS, A.C.S.A.; PESKE, S.T. Tipologias e composto mercadológico de empresas de sementes de trigo e soja do Rio Grande do Sul. *Revista Brasileira de Sementes*, v.24, n.1, p.81-90, 2002. Disponível em: <https://doi.org/10.1590/S0101-31222002000100012>. Acesso em: 28 out. 2023
- BASSO, R. A cultura alimentar paulista: uma civilização do milho? (1650-1750). Tese de Doutorado. Universidade Estadual de Campinas (UNICAMP). Instituto de Filosofia e Ciências Humanas. 2014.
- BELAGRO. **A importância da escolha da semente de milho para o sucesso da safra**. 2019. Disponível em: <<https://blog.belagro.com.br/a-importancia-da-escolha-da-semente-de-milho-para-o-sucesso-da-safra/>>. Acesso em: 03 de nove. 2023.
- BERNINI, C. S.; OLIVEIRA, T. A.; FIGUEIREDO, Z. N. Influência de danos foliares de lagarta-do-cartucho em híbridos de milho transgênicos e convencionais. *Uningá Review*, v. 34, n. 4, p. 12-23, 2019.
- CASTRO, É. de C. Cadeia de produção de sementes de feijão no Brasil: análise institucional da relação entre obtentores de cultivares e multiplicadores. 2017. 95 f. **Dissertação (Mestrado em Agronegócio)** - Universidade Federal de Goiás, Goiânia, 2017.
- COÊLHO, Jackson Dantas. **Milho: produção e mercados**. Fortaleza: Banco do Nordeste do Brasil, ano 6, n.182, ago. 2021.
- CORRÊA, R. G. DE F.; NETO, F. J. K.; AMORIN, A. L. W.; DENICOL, J.; ROOS, E. C. Análise de Custo-Volume-Lucro multiproduto: proposta de um método de balanceamento em função da capacidade de vendas. In: XXIV Congresso Brasileiro de Custos. Florianópolis, SC, 2017.
- GARCIA, J. C.; MIRANDA, R. A. Inovação Tecnológica e Controle de Mercado de Sementes Transgênicas de Milho. XXIX Congresso Nacional de Milho e Sorgo - Águas de Lindóia - 26 a 30 de agosto de 2012
- KISTLER, L.; MAEZUMI, S. Y.; GREGORIO DE, S. J.; PRZELOMSKA, N.; MALAQUIAS, C. F.; SMITH O.; LOISELLE, H.; RAMOS, M. J.; WALES, N.; RIBEIRO, E.; MORRISON, R. R.; GRIMALDO, C.; PROUS, A.P.; ARRIAZA, B.; GILBERT, MTP.; DE OLIVEIRA, F. F.; ALLABY, R.G. Multiproxy evidence highlights a complex evolutionary legacy of maize in South America. *Science*, v. 362, n. 6420, p. 1309-1313, 2018.
- LAMAS, F. M. Artigo - Sustentabilidade na agricultura, 2020. Embrapa. Disponível em: <Artigo - Sustentabilidade na agricultura - Portal Embrapa> Acesso em: 03 de nove. De 2023.
- LASCA, C. C., VECHIATO, M. H., FANTIN, G. M., & KOHARA, E. Y. Efeito do tratamento químico de sementes de milho sobre a emergência e a produção. *Arquivos do Instituto Biológico*, 72, 461-468, 2022.
- LOPES, M. A. Horizonte de 2050. 2018. Disponível em: <Artigo - Horizonte de 2050 - Portal Embrapa> Acesso em: 03 de nove. De 2023.
- MARCOS FILHO, J. Deterioração de sementes. **Fisiologia de sementes de plantas cultivadas. Piracicaba: FEALQ**, v. 12, p. 291-352, 2005.

PALANISWAMY, V.; RAJ, K. Adoção de marketing de mídia social por agricultores: um estudo baseado em TAM. *Revista Internacional de Revisão Profissional de Negócios*, v. 3, pág. e0537-e0537, 2022.

PEREIRA, F. I. A.; BORGHI, A. Levantamento de cultivares de milho para o mercado de sementes: safra 2020/2021. *Embrapa Milho e Sorgo*, Sete Lagoas, 2021.

PRADO, E. T. A.; VILLWOCK, A. P. S.; FOSSÁ, J. L. Riscos e programas de transferência de riscos na produção de milho no semiárido sergipano. *Revista Grifos*, v. 32, n. 60, p. 01-19, 2023.

SANTOS, C. S.; MARJOTTA, M. M. C. Estratégias de marketing no agronegócio: Análise da adoção por diferentes categorias de produtores. *Iheringia, Série Botânica.*, v. 77, 2022.

SANTOS, L. M.; COSTA, D. H. A mudança comportamental e as novas estratégias de marketing. *E-Acadêmica*, v. 3, n. 2, p. e4732194-e4732194, 2022.

SEMENTES BIOMATRIX. Semente de Milho: A protagonista da lavoura de sucesso. Disponível em <https://sementesbiomatrix.com.br/blog/sementes/semente-demilho/#:~:text=O%20sucesso%20da%20produtividade%20da,estabelecimento%20da%20lavoura%20na%20%C3%A1rea> . Acesso em 04 de outubro de 2023.

SENAR. Milho é uma das principais fontes de alimento do brasileiro, com importância estratégica nas exportações do agronegócio. Disponível em <https://cnabrazil.org.br/noticias/milho-%C3%A9-uma-das-principais-fontes-de-alimento-dobrasileiro-com-import%C3%A2ncia-estrat%C3%A9gica-nas-exporta%C3%A7%C3%B5esdo-agroneg%C3%B3cio> . Acesso em 10 de outubro de 2023.

SILVA, D. F.; GARCIA, P. H. M.; SANTOS, G. C. L.; FARIAS, I. M. S. C.; PÁDUA, G. V. G.; PEREIRA, P. H. B.; SILVA, F. E.; BATISTA, R. F.; NETO, S. G.; CABRAL, A. M. D. Características morfológicas, melhoramento genético e densidade de plantio das culturas do sorgo e do milho: uma revisão. **Research, Society and Development**, v. 10, n. 3, p. e12310313172-e12310313172, 2021.

SNA, Produção brasileira de etanol de milho na safra 2022/23 deverá atingir 4.5 bilhões de litros. Disponível em <https://www.sna.agr.br/producao-brasileira-de-etanol-de-milho-nasafra-2022-23-devera-atingir-4-5-bilhoes-de-litros/> . Acesso em 10 de outubro de 2023.

SOUSA, E. M.; HYRANDIR, C. DE M.; FREDERICO, R. R. A.; ANIELA, P. C. M.; DALVA, G. R.; SOUSA, C. Tolerância de linhagens de milho ao herbicida tembotrione. **Research, Society and Development**, v. 11, n. 10, p. e571111032647-e571111032647, 2022.

Termo de Conclusão do Relatório de Estágio Supervisionado Obrigatório

Informo que o discente Millene Pereira da Silva, de matrícula 200042092 apresentou o trabalho de conclusão do relatório de estágio supervisionado obrigatório, do Curso Bacharelado em Gestão do Agronegócio.

Documento assinado digitalmente
 SUELENE APARECIDA DE FREITAS CARDOSO
Data: 20/12/2023 09:12:00-0300
Verifique em <https://validar.iti.gov.br>

Assinatura do(a) Supervisor(a) Externo

Documento assinado digitalmente
 MILLENE PEREIRA DA SILVA
Data: 20/12/2023 12:40:03-0300
Verifique em <https://validar.iti.gov.br>

Assinatura do(a) Estagiário (a)