



NATHÁLIA ANDRADE KARPINSKI

**PLANEJAMENTO E EXECUÇÃO DAS ATIVIDADES
LOGÍSTICAS EM UMA EMPRESA NO RAMO DO
AGRONEGÓCIO**

LAVRAS – MG

2019

NATHÁLIA ANDRADE KARPINSKI

**PLANEJAMENTO E EXECUÇÃO DAS ATIVIDADES LOGÍSTICAS EM UMA
EMPRESA NO RAMO DO AGRONEGÓCIO**

Relatório de estágio supervisionado apresentado à Universidade Federal de Lavras, como parte das exigências do Curso de Administração, para obtenção do título de Bacharel.

Prof.º Dr. André Luis Ribeiro Lima

Orientador

Prof.º Dr. José Willer do Prado

Coorientador

LAVRAS - MG

2019

NATHÁLIA ANDRADE KARPINSKI

**PLANEJAMENTO E EXECUÇÃO DAS ATIVIDADES LOGÍSTICAS EM UMA
EMPRESA NO RAMO DO AGRONEGÓCIO**

Relatório de estágio supervisionado apresentado à Universidade Federal de Lavras, como parte das exigências do Curso de Administração, para obtenção do título de Bacharel.

APROVADA em 26 de Junho de 2019.

Dr. André Luis Ribeiro Lima UFLA

Dr. José Willer do Prado UFLA

Prof.º Dr. André Luis Ribeiro Lima

Orientador

LAVRAS - MG
2019

AGRADECIMENTOS

Agradeço a Deus por ter abençoado essa caminhada, iluminando e guiando todos os meus passos, colocando pessoas especiais que fizeram toda a diferença nesse momento tão importante.

A minha mãe Magda, que sempre acreditou em mim e apoiou todas minhas decisões.

Aos meus avós Hilda e Wander que estiveram sempre presentes em todos os momentos.

Ao meu namorado, Bruno Junqueira que sempre esteve ao meu lado, principalmente nos momentos mais difíceis, agradeço pelo apoio e companheirismo.

A minha sogra, Waina Junqueira por todo apoio nessa época tão especial.

Aos meus orientadores André Lima e José Willer, que me ensinaram tanto, agradeço pela paciência e dedicação durante essa jornada.

A Universidade Federal de Lavras, por toda a estrutura oferecida e pela oportunidade de fazer o curso de Administração.

A empresa AllCampo, por ter me dado a oportunidade do estágio e proporcionado essa experiência incrível.

Esta etapa foi de grande importância para meu desenvolvimento pessoal e profissional, e sem vocês nada disso seria possível.

Muito Obrigada!

LISTA DE FIGURAS

Figura 1 - Logomarca da empresa AllCampo	9
Figura 2 - Fachada da loja	10
Figura 3 - Escritório administrativo	11
Figura 4 - Sala do Gestor da empresa	11
Figura 5 - Escritório de compras	12
Figura 6 - Loja	12
Figura 7 - Estoque.....	13
Figura 8 - Organograma da empresa.....	14
Figura 9 - Funções do sistema Agrotis.....	15
Figura 10 - Configuração do sistema para cálculo do estoque mínimo	18
Figura 11 - Relatório de sugestões de compra.....	18
Figura 12 - Relatório de sugestões de compra com cotações.....	19
Figura 13 - Planilha de cotações.....	20
Figura 14 - Cotações	21
Figura 15 - Cadastro de cotações.....	21
Figura 16 - Formulário dos fornecedores.....	22
Figura 17 - Formulário de produtos.....	24
Figura 18 - Emissão de nota fiscal.....	25
Figura 19 - Depósito coberto.....	26
Figura 20 - Tabela de combustível	28

LISTA TABELAS

Tabela 1 - Atividades realizadas durante o estágio.....	16
---	----

SUMÁRIO

1 INTRODUÇÃO.....	7
2 DESCRIÇÃO GERAL DO LOCAL DE ESTÁGIO.....	8
2.1. Histórico da empresa	8
2.2. Missão, visão e valores	9
2.3. Descrição física.....	10
2.4. Organograma da empresa	13
2.5. Sistema Agrotis	14
3 DESCRIÇÃO DAS ATIVIDADES DESENVOLVIDAS	15
4 DESCRIÇÃO DOS PROCESSOS TÉCNICOS.....	16
4.1. Sugestão de compras.....	17
4.2. Cotações de preços	20
4.3. Atendimento aos fornecedores	22
4.4. Realização da compra.....	23
4.5. Inclusão do pedido de compra no sistema.....	23
4.6. Fiscalização do estoque – Auditoria aleatória	25
4.7. Emissão e análise do Relatório de contas a pagar	26
4.8. Controle da Frota de Caminhões	27
5 SUGESTÕES AOS PROBLEMAS IDENTIFICADOS	28
6 CONCLUSÃO.....	29
REFERÊNCIAS.....	31

1 INTRODUÇÃO

No Brasil, nos últimos anos, o agronegócio tem sido considerado como um dos principais setores da economia nacional sendo responsável por uma parcela significativa do PIB brasileiro e ainda, gera emprego, desenvolvimento social e econômico em diversos setores (LOURENÇO, 2009; ALMEIDA NETO, 2016).

Atualmente, procura-se que o agronegócio brasileiro evolua de forma competitiva, de modo que atenda a demanda interna, conquiste e mantenha lugar no mercado interno e externo. Nesta perspectiva espera-se contar com fornecimento de produtos e de processos com um nível desejável de qualidade e com preços atrativos (SANTOS E ARAÚJO, 2017).

O termo agronegócio refere-se a uma associação de diferentes etapas da cadeia produtiva, apresentando atividades e/ou operações relacionadas entre si, desde o controle sobre a matéria prima até a circulação das mercadorias (SANTOS; ARAÚJO, 2017; ALMEIDA NETO, 2016).

Assim, o ato de administrar bem este setor, tem o feito avançar em relação a outras formas de negócio em nosso país. Por meio da administração criam-se ferramentas, como também, agrega-se e gera-se maior comprometimento, foco, persistência para que uma empresa possa se alavancar no mercado empresarial. Uma melhor gestão de recursos disponíveis que possa viabilizar a redução de custos torna-se fundamental para o aumento da competitividade e até mesmo sobrevivência de uma empresa em um cenário de mercados incertos e cada vez mais exigentes.

Neste contexto, as empresas procuram focar no gerenciamento de custos, e a logística se destaca como uma importante ferramenta (ALMEIDA NETO, 2016). Visando principalmente o melhor uso dos recursos e materiais na dinamização dos procedimentos, esta atividade administrativa ocupa-se com planejamento, organização e controle de todo o fluxo de mercadorias e informação, focando na qualidade, custos, prazos e ciclos dos serviços prestados no atendimento aos clientes objetivando proporcionar um nível eficiente no mercado (SANTOS; SANTOS; BERTO, 2009).

Diante do exposto, considera-se que um profissional da área de administração seja essencial para o crescimento e desenvolvimento efetivo de uma empresa e assim, o estágio supervisionado vem como um importante instrumento na formação deste profissional, uma vez que possibilita o domínio de instrumentos teóricos e práticos imprescindíveis à execução de suas funções, no campo de atividade real. Proporciona a formação técnica e científica eficiente,

capaz de complementar a teoria adquirida no curso acadêmico e proporcionalmente, garantindo-lhe subsídios para orientação, assessoramento técnico-científico e apoio as atividades administrativas (UFLA, 2017).

O objetivo do presente trabalho é o de relatar as atividades de estágio supervisionado, realizado em uma empresa que atua no ramo e comércio do agronegócio de nome AllCampo Produtos Agropecuários, situada no município de Lavras - MG. Além de descrever as atividades realizadas, serão apresentados diagnósticos dos problemas identificados e sugestão para melhoria da gestão e aumento do desempenho da empresa.

2 DESCRIÇÃO GERAL DO LOCAL DE ESTÁGIO

O estágio supervisionado foi realizado na AllCampo Produtos Agropecuários, empresa com sede em Lavras, Minas Gerais, que trabalha com revenda de produtos agropecuários. Esta empresa encontra-se atenta às necessidades dos produtores rurais da região de Lavras e de seu entorno (Bom Sucesso, Santo Antônio do Amparo, Perdões, Nepomuceno, Luminárias, Ingaí, Itumirim, Itutinga, Carrancas, Nazareno e Ribeirão Vermelho).

2.1. Histórico da empresa

A AllCampo está no mercado há uma década comercializando uma diversidade de itens para atender prontamente a todos e assim, consolidar sua marca. Vem trabalhando com uma variedade de artigos, como: fertilizantes, adubos, ferramentas, defensivos, foliares para milho e café, agrotóxicos, medicamentos veterinários, domos sanitários e fitossanitários, selarias, ferramentas, rações para bovinos, equinos, alevinos e suínos, como também para cães, gatos e aves, produtos para jardinagem, produtos para casa e campo, produtos para piscina. O seu público-alvo é o produtor rural, contudo há uma clientela diversa que consome determinados produtos acima descritos.

Em entrevista realizada com o proprietário e gestor da AllCampo, Célio Roberto Carvalho Villela¹, verificou-se sua vasta experiência no setor do agronegócio mineiro, que o colocou à frente desta empresa desde 2010. Também, foi oportuno para agregar conhecimentos nesse segmento, o seu vínculo com a extinta empresa Casa da Vaca, durante 5 anos, como gerente de vendas na região de Minas Gerais.

¹Zootecnista e proprietário da empresa Allcampo Comercial e Distribuição de Produtos Agropecuários LTDA.

Cabe ressaltar que a empresa acima citada estava no mercado há mais de quarenta anos, no segmento de Atacado e Distribuição de medicamentos e nutrição para saúde animal e que incorporava várias lojas em cidades distintas da região, que em 2009 foram vendidas. A loja de Lavras, filial da mesma, foi adquirida desta corporação, pelo senhor Célio, no mesmo ano. Desde então este, além de dar-lhe uma nova marca, vem trabalhando para desvinculá-la da antiga.

A AllCampo se diferenciou por meio de sua logomarca (FIGURA 1), criada para representá-la e dar-lhe identidade visual e assim, maior visibilidade e credibilidade. Faz uso também de rede social com a finalidade de interagir, bem como passar informações precisas aos clientes.

Figura 1 - Logomarca da empresa AllCampo



Fonte: Arquivo da empresa (2017)

Em síntese, vale mencionar, que o mercado de Lavras e região teve uma grande evolução nos últimos anos no ramo do agronegócio, tendo em vista o crescimento em pecuária leiteira e agricultura. Os produtores rurais, por sua vez, vêm se preocupando cada vez mais com os conceitos de sustentabilidade, gestão e produtividade em seus negócios, buscando novas tecnologias e tentando sobreviver às adversidades enfrentadas na política brasileira, que nem sempre os valoriza e também pelas mudanças climáticas, dentre outras. A AllCampo procurou evoluir, conseguindo levar ao produtor rural uma gama de produtos necessários à sua demanda.

2.2. Missão, visão e valores

A tríade missão, visão e valores são imprescindíveis para ascensão de uma empresa. No meio organizacional a missão pode ser interpretada como o alvo principal da empresa, fazendo com que seja mantida uma coerência com seus pressupostos de criação e que tenha seus objetivos de atuação definidos. Enquanto que a visão mostra a situação em que a empresa deseja chegar (em período definido de tempo), trata-se de uma intenção que todos os membros da

organização devem buscar e incorporar ao trabalho. Já os valores são os ideais de atitude, comportamento e resultados que devem estar presentes nos colaboradores e nas relações da empresa com seus clientes, fornecedores e parceiros (SCORSOLINI-COMIN, 2012).

A empresa *AllCampo* tem como visão ser “a melhor em negócios do campo”, com vistas a atingir os padrões de excelência do mercado ofertando produtos e serviços que garantam produtividade, resultados e sustentabilidade ao agronegócio.

Igualmente, tem como missão, buscar soluções para produtividade e fatura, bem como atender seus clientes com qualidade e bom preço sempre.

No que tange aos princípios e valores a empresa acima citada valoriza a integridade, qualidade, simplicidade e comprometimento. Encontra-se amparada pela honestidade, persistência nas relações comerciais, organização e pró-atividade nos procedimentos. Dispõe de generosidade e humildade no trato com as pessoas e de um atendimento prestativo e técnico aos parceiros.

2.3. Descrição física

O espaço físico de uma empresa deve ser bem planejado, pois há grande concentração de materiais e insumos, como também circulação dos usuários (funcionários e clientes).

A *AllCampo* está inserida em 1 (um) andar no pavimento térreo. Com uma área de aproximadamente 3.233m². Possui um espaço amplo, assim distribuído: espaço administrativo, almoxarifado, depósitos e estacionamento. A fachada (FIGURA 2) mostra o fácil acesso de entrada, o que garante um fluxo direto à loja, e também, o estacionamento em frente, o que proporciona comodidade aos clientes.

Figura 2 - Fachada da loja



Fonte: Arquivo pessoal (2019)

O espaço administrativo possui 3(três) salas: sala do proprietário, sala da gerência e escritório administrativo. Este último (FIGURA 3) se destina ao setor financeiro e fiscal da empresa. As atividades são desenvolvidas por seis colaboradores responsáveis por algumas tarefas, por exemplo, entrada de notas fiscais no sistema, faturamento das vendas, e todas as atividades relacionadas ao financeiro da organização, como cobranças e pagamentos.

Figura 3 - Escritório administrativo



Fonte: Arquivo pessoal (2019)

Em continuidade, a sala do gestor da empresa (FIGURA 4) está instalada em um espaço onde se prioriza a privacidade, caracterizando-se também pelo baixo nível de ruído, adequado a reuniões de grande importância, relacionadas a todas às áreas da empresa

Figura 4 - Sala do Gestor da empresa



Fonte: Arquivo pessoal (2019)

O Escritório de compras (FIGURA 5), destinado à negociação das compras e também recepção dos fornecedores das empresas parceiras, se localiza ao lado do depósito. Assim, facilita o controle de entrada e saída de produtos. Esta sala acomoda três colaboradores responsáveis por estas atividades.

Figura 5 - Escritório de compras



Fonte: Arquivo pessoal (2019)

Apresenta-se na Figura 6 o espaço destinado aos produtos de revenda da empresa (Loja). Neste local são recebidos os clientes, sendo assim, os produtos estão organizados adequadamente, de acordo com as normas do Instituto Mineiro de Agropecuária (IMA) e garantindo um fácil acesso dos consumidores.

Figura 6 - Loja



Fonte: Arquivo pessoal (2019)

O estoque da loja é extenso (FIGURA 7), possuindo duas áreas cobertas para armazenamento de sacarias e uma área descoberta para entrada e saída de veículos destinados a entrega de mercadorias. Os caminhões da empresa também ficam estacionados nesta área.

Figura 7 - Estoque



Fonte: Arquivo pessoal (2019)

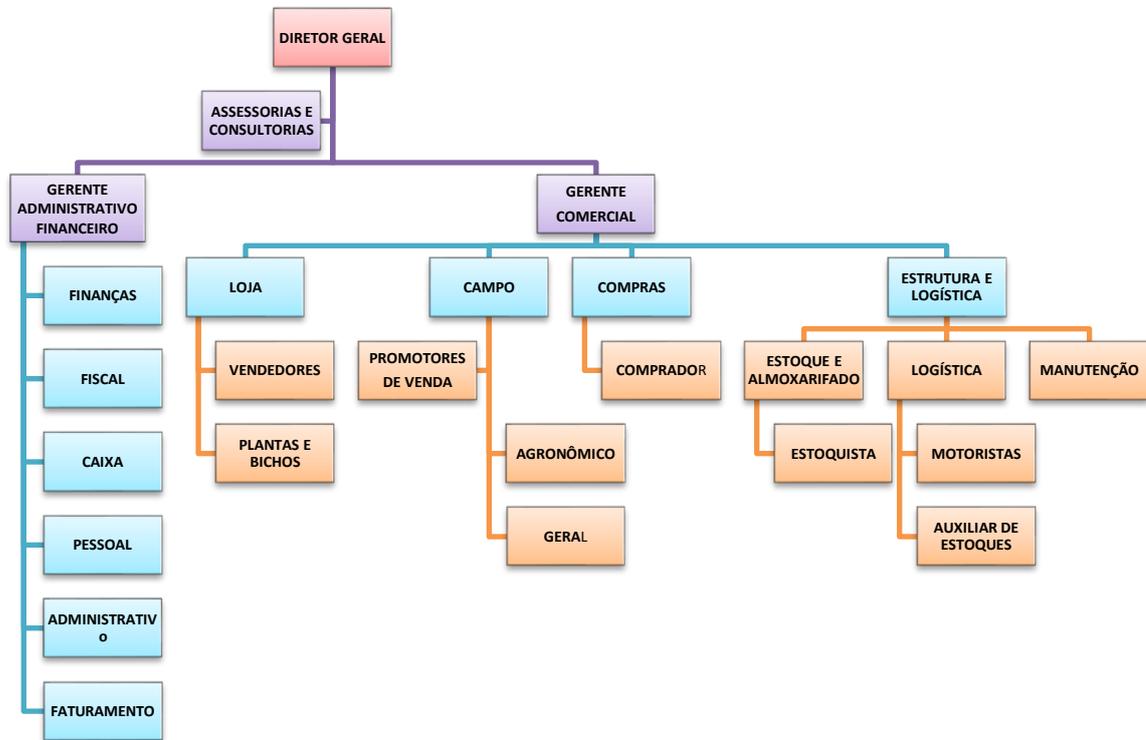
Diante do exposto, considera-se que a AllCampo está instalada em um local adequado para esse tipo de empresa. Seu espaço é muito amplo, o que lhe dá meios para desenvolver todas as atividades necessárias a seu funcionamento e de forma eficiente.

2.4. Organograma da empresa

A empresa AllCampo cresceu muito em faturamento, e como consequência, a sua equipe de colaboradores aumentou em grande escala. Conta atualmente com vinte e oito funcionários distribuídos da seguinte forma: sete no setor administrativo, duas estagiárias, seis trabalhadores no almoxarifado, um no caixa, seis vendedores internos e seis vendedores externos.

Sendo assim, o seu organograma apresentado na Figura 8 mostra a estrutura hierárquica da mesma, desde o diretor geral ao setor de manutenção de equipamentos, com todas as funções e as suas ligações.

Figura 8 - Organograma da empresa



Fonte: Arquivo da empresa (2019)

Dentro de uma organização e principalmente para seus colaboradores, clientes, parceiros e fornecedores, o organograma se faz uma ferramenta fundamental. Permite a visualização da posição e das funções dentro do nível hierárquico da organização (LUDVIG, 2018). Com isso, a empresa mostra de forma clara a sua área de negócio.

2.5. Sistema Agrotis

A *AllCampo* utiliza o sistema de software Agrotis (2019), da *Agrotis Agroinformática*, empresa inovadora em processos de registro de produtos agropecuários. Este software fornece registros das informações e automatização dos processos. Pode ser personalizado para cada tipo de negócio e adaptado para mudanças na gestão, vide as constantes variações que ocorre no mundo dos negócios. A figura 9, abaixo mostra as configurações do sistema:

Figura 9 - Funções do sistema Agrotis



Fonte: Arquivo do site Agrotis (2019)

No que se refere à AllCampo, o Agrotis gerencia todos os processos e rotinas, como: controle de estoque; administração do processo de faturamento, de acordo com a legislação vigente (federal, estadual e municipal); discriminação de metas de faturamento e de desempenho individual do vendedor; emissão e recebimento de documentos fiscais (NFe, NFes, FCont), cadastro de produtos e cotações diárias; controle de trocas de insumos; emissão relatório de contas a pagar, contas a vencer, contas pagas; cadastro de diferentes tabelas de preço, ajustadas conforme alíquota de ICMS; identificação dos picos e a distribuição por dia/horário das vendas; enfim, acompanhamento, em tempo real, de todas as operações financeiras da revenda.

3 DESCRIÇÃO DAS ATIVIDADES DESENVOLVIDAS

As atividades desenvolvidas no estágio na empresa *All Campo* ocorreram do dia 27 de março ao dia 27 de junho do ano de 2019, totalizando 390 horas trabalhadas com uma carga de 30 horas semanais. Afim de uma melhor compreensão, as atividades estão demonstradas na Tabela 1, abaixo.

Tabela 1 - Atividades realizadas durante o estágio

ATIVIDADES REALIZADAS	DESCRIÇÃO	HORAS TOTAIS
Sugestão de compras	Determinar quais produtos a se comprar e suas respectivas quantidades	50
Cotações de preços	Analisar quais os fornecedores possuem as mercadorias com melhores condições de pagamentos	50
Atendimento aos fornecedores	Atender aos novos e antigos fornecedores da empresa	150
Realização da compra	Realizar a compra das mercadorias sob supervisão do gerente comercial	75
Inclusão do pedido de compra no sistema	Incluir ao sistema de informação todos os pedidos realizados pelo setor de compras	25
Fiscalização do estoque – Auditoria aleatória	Fiscalizar o andamento das atividades relacionado ao almoxarifado da loja	25
Emissão e análise do Relatório de contas a pagar	Emitir e analisar relatórios de contas a pagar do sistema de informação	15
Controle da Frota de Caminhões	Controlar todas as ações da frota de caminhões da empresa	25
TOTAL DE HORAS		390

Fonte: Arquivo pessoal (2019)

As atividades eram realizadas semanalmente, de acordo com o cronograma elaborado e com a supervisão do gerente comercial. Este aspecto contribuiu para um maior aprimoramento e eficiência dos setores logístico e financeiro.

4 DESCRIÇÃO DOS PROCESSOS TÉCNICOS

Os subitens a seguir têm por finalidade descrever os diversos processos técnicos de cada uma das ações realizadas no estágio: sugestão de compras, cotação de preço, atendimento aos fornecedores, inclusão do pedido de compra no sistema, realização da compra, fiscalização do

estoque, emissão e análise do relatório de contas a pagar e controle da frota de caminhões. E por fim, serão apresentadas sugestões de melhorias para os processos que precisam ser aperfeiçoados.

4.1. Sugestão de compras

O processo de sugestão de compras na *AllCampo*, anteriormente iniciava-se com a intervenção dos vendedores que, manualmente, elaboravam uma listagem de produtos faltantes com seus devidos quantitativos. Esta lista era analisada pelo setor de compras para posteriormente, serem adquiridos.

Sabendo-se que a melhoria dos processos internos dentro de uma empresa é uma maneira de levá-la a um maior nível competitividade, o uso de softwares é uma alternativa eficaz para se conseguir agilidade e efetividade dos mesmos (LAS CASAS, 2004).

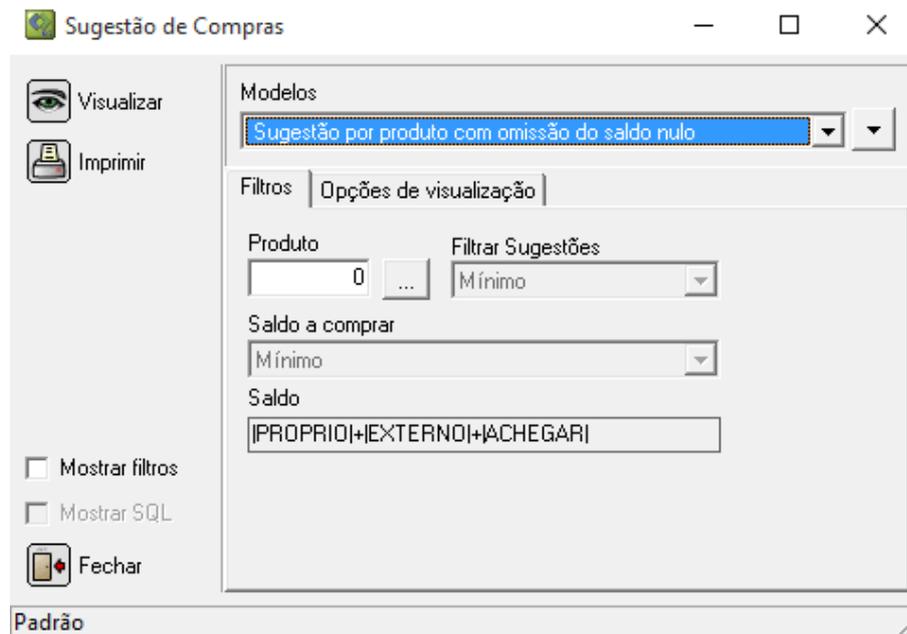
Sendo assim, no período do estágio supervisionado, para agilidade do processo de compras, propôs-se utilizar uma ferramenta dentro do programa “Agrotis” a qual emite um relatório de sugestão de compras, de acordo com o grupo de produtos, bem como a data desejada.

Contudo, para a eficácia deste processo, ou seja, para que não se duplique o mesmo produto no relatório de compras, torna-se fundamental que todos os produtos já solicitados ao fornecedor estejam dentro do sistema.

Somando-se a isto, para que não haja divergências na hora da compra, todos os produtos do sistema e do estoque devem estar discriminados em iguais quantidades.

A Figura 10 mostra a configuração do sistema para a emissão do relatório de compras.

Figura 10 - Configuração do sistema para cálculo do estoque mínimo



Fonte: Arquivo do sistema (2019)

O sistema possibilita à emissão de duas versões do relatório de compras, acima mencionado, com isso, a primeira traz as seguintes informações: preço e quantidade da última compra, estoque mínimo e máximo de um determinado produto, e a sugestão do quantitativo a se comprar. Todavia, para o cálculo do estoque mínimo, emprega-se a média de venda de cada produto dos últimos 3 meses, como pode-se visualizar na Figura 11, abaixo.

Figura 11 - Relatório de sugestões de compra

Código	Descrição	Localização	Unidade	Mínimo	Próprio	Comprar	Est Máximo	Ult compra	Vir compra
152	OURO FINO- CORTIFLAN COL 50 ML152		FRASCO D	7,00	0,00	7,00	9,00		
245	FLUCORTAN 10ML245		FRASCO C	3,00	2,00	1,00	1,00		
1.566	OURO FINO- MAXICAM INJ 0,2% 50ML1566		FRASCO D	3,00	0,00	3,00	2,00		
1.587	NAQUASONE INJ 10 ML1587		FRASCO C	8,00	0,00	8,00	0,00		
1.826	VALLEE- VETFLOGIN 50ML1826		FRASCO D	1,00	0,00	1,00	6,00		
3.775	FLUNIXINA INJET. UCB 100 ML3775		Frasco com	2,00	1,00	1,00	0,00		
Total da compra:									

Fonte: Arquivo do sistema (2019)

A segunda versão do relatório de previsão de compras (FIGURA 12) tem como opções as mesmas tarefas descritas da primeira, porém, incluindo as últimas três compras de cada produto e seus respectivos fornecedores, data e valor do item. Este relatório auxilia nas tomadas de decisão.

Figura 12 - Relatório de sugestões de compra com cotações

Código		Descrição	Localização	Unidade	Mínimo	Saldo	Comprar	Est Máximo	Ult compra	Vir compra
152		OURO FINO: CORTIFLAN COL 50 ML 152		FRASCO D	7,00	6,00	1,00	9,00		
		Antepenúltima	Penúltima	Última						Compra
Data - Nº NF									/ /	O.C. Nº:
Quantidade								
Valor Unitário								
IPI - Plano Pcto								
Fornecedor								
Cidade/UF								
Contato								
245		FLUCORTAN 10ML 245		FRASCO C	3,00	2,00	1,00	1,00		
		Antepenúltima	Penúltima	Última						Compra
Data - Nº NF									/ /	O.C. Nº:
Quantidade								
Valor Unitário								
IPI - Plano Pcto								
Fornecedor								
Cidade/UF								
Contato								
1.826		VALLEE: VETFLOGIN 50ML 1826		FRASCO D	1,00	0,00	1,00	6,00		
		Antepenúltima	Penúltima	Última						Compra
Data - Nº NF									/ /	O.C. Nº:
Quantidade								
Valor Unitário								
IPI - Plano Pcto								
Fornecedor								
Cidade/UF								
Contato								

Fonte: Arquivo do sistema (2019)

Após a emissão de uma das versões do relatório de sugestão de compras faz-se, junto aos vendedores, o chamado afinilamento dos produtos. Deste modo eliminam-se aqueles desnecessários e definem-se as quantidades dos mesmos.

Cabe observar que somente se inicia a pesquisa pelo melhor preço, após o recebimento de um parecer do gerente sobre os relatórios acima mencionados.

Porém, para uma melhoria desse processo de compras, sugere-se, antes mesmo de se concretizar o pedido, obter uma média do valor das solicitações da semana, repassando-as para o setor financeiro avaliar, como também se ter um controle do valor que será gasto.

Além disso, como o sistema pode ser personalizado para cada usuário, fica como sugestão requerer da equipe técnica do sistema "Agrotis", incluir as vendas mensais de cada produto, para também se efetuar uma melhor avaliação na tomada de decisão na hora da compra.

4.2. Cotações de preços

Na All Campo, as cotações de preços dos produtos eram anotadas manualmente em um caderno, em formato de tabela contendo os registros dos valores, fornecedores e produtos. Com o tempo se perdiam os dados e para solucionar este problema, durante a realização do estágio, as tabelas foram confeccionadas em planilha Excel posteriormente arquivadas em pastas dentro do computador, ficando assim disponíveis e de fácil acesso.

Dessa maneira, foi sugerido realizar a cotação por meio de tabela do Excel (FIGURA 13), enviando-a para todos os fornecedores de um respectivo grupo de produtos.

Figura 13 - Planilha de cotações

Planilha de orçamentos de pedidos compras			
		Fornecedores	
		Prazo de pagamento	
		Forma de pagamento	
		Prazo de entrega	
		Frete	
		Prazo de entrega	
Produtos	Quantidade	Valor	Observação
SERINGA DESC INSULINA 1ML 1705		24,00	
APLICADOR DE BRINCO CRISAN2599		2,00	
ATADURA GESSADA 10CMX3M2818		4,00	
LUVA DESC 5 DEDOS ESPEC C/100 AZUL 3170		4,00	
ATADURA CREPE 15X1,2 M C/123894		12,00	
AGROVET PLUS 50ML24		12,00	
BACTROVET PRATA A M 500ML48		6,00	
BLO TROL 150ML72		2,00	
BOOSTIN 2ML 500MG75		240,00	
BORGAL 50ML77		6,00	
BUTOX 20ML88		25,00	
CEFAVET 10 ML101		24,00	
VALLEE CENTURION 25 GR103		12,00	
CIDENTAL 250ML116		12,00	
COBACTAN VL132		12,00	
OURO FIRO COLOSSO PULVERIZACAO 25ML142		12,00	
DECTOMAX 500 ML 176		2,00	
EQUEST PRAMOX212		6,00	
OURO FIRO MASTIFIN 10ML356		24,00	
MASTIZONE VACA SECA 10G1562		12,00	
MONOVIN B 12 BRAVET1583		6,00	
MONOVIN K BRAVET1585		6,00	
RIPERCOL 250ML (150F) INJETAVEL1692		6,00	

Fonte: Arquivo pessoal (2019)

Ao serem reenviadas para o setor de compras, seleciona-se a melhor opção custo/benefício e fecha-se o pedido de compra de acordo com cada fornecedor, como está exemplificado na Figura 14, a seguir.

Figura 14 - Cotações

GRUPO 2 - Veterinário							
Código	Produto	Quantidade	Ult compra	Fornecedor 1	Fornecedor 2	Fornecedor 3	Fornecedor 4
15	ADE INJ 50ML15						
24	AGROVET PLUS 50ML24						
48	BACTROVET PRATA A M 500ML48						
50	BANAMINE INJETAVEL 100ML50						
59	OURO FINO: BIOBAC GEL ORAL RUMINANTES						
68	VALLEE: BIOXELL 100ML68						
103	VALLEE: CENTURION 25 GR103						
156	CREOLINA 1L156						
157	CREOLINA 100ML157						
158	CREOLINA 500ML158						
171	D 500 DIPIRONA 50ML171						
220	EQUALAN PASTA220						
323	IVOMEK GOLD 50ML323						
1.562	MASTIZONE VACA SECA 10G1562						
1.577	MODIFICADOR ORGANICO BRAVET 100ML1577						
1.583	MONOVIN B 12 BRAVET1583						
1.587	NAQUASONE INJ 10 ML1587						
1.630	PENCIVET PLUS PPU 50ML1630						
1.632	OURO FINO: PENFORT PPU 50ML1632						
1.636	PHENODRAL 15ML1636						
1.663	PROVERME 28GR1663						
1.665	PULMONIL GEL 500ML1665						
1.693	RIPERCOL ORAL 250ML1693						
1.758	TERRAMICINA LA 50ML1758						
1.767	OURO FINO: TRISSULFIN INJETAVEL 50ML1767						
1.819	VALLEE: VALLEECALCIO 500ML1819						
1.821	VERRUCLIN 30ML1821						
2.814	IOGAD SM 100ML2814						
3.088	TRICLORSIL 500GR3088						
3.470	VACINA DE RAIVA 25 DS3470						
3.844	PLACENCAL INJ 200 ML3844						
4.294	ADE INJ ZOETIS 50ML4294						
4.302	VIT ADE 50ML4302						
4.426	SHAMPOO + COTE CAVALO 500 ML -4426						
4.480	VACINA AFTOSA 30ML 15DS4480						

Fonte: Arquivo pessoal (2019)

Sabendo que os preços dos produtos mudam com frequência, torna-se imprescindível a realização de cotações de preços por diversos fornecedores. As mesmas devem ficar disponíveis para consulta e análise, quando requerida. A empresa, por intermédio do comprador, fixa diversas condições e o fornecedor por sua vez, quando envia sua proposta, estabelecem as suas (DIAS, 1995).

É interessante enfatizar que no sistema Agrotis há a opção de se cadastrar as cotações de preços, e simultaneamente, se encontrar o melhor preço e incluí-lo direto no pedido e no sistema (FIGURA 15).

Figura 15 - Cadastro de cotações

Fornecedor	Produto	Cód. Fabricante	Set	Quant	Valor	Observação	Ior Descot
Central de Abast. e Veterinaria	Ivermax 1% 1ml		<input type="checkbox"/>	0			
Martins Com Serv Distr Sa	Ivermax 1% 1ml		<input type="checkbox"/>	0			
Veltr Saude Animal Ltda	Ivermax 1% 1ml		<input type="checkbox"/>	0			
Seraesvet Distr. de Prod. Agrop.	Ivermax 1% 1ml		<input type="checkbox"/>	0			
Seraesvet Distr. de Prod. Agrop.	Ivermax 1% 1ml		<input type="checkbox"/>	0			
Veltr Saude Animal Ltda	Ivermax 1% 1ml		<input type="checkbox"/>	0			
Provetmanas Produtos	Ivermax 1% 1ml		<input type="checkbox"/>	0			
Veltr Saude Animal Ltda	Butox Litro		<input type="checkbox"/>	0			
Distribuidora Disvet Araxa Ltda	Butox Litro		<input type="checkbox"/>	0			
Amev Importadora e Distribuidora	Butox Litro		<input type="checkbox"/>	0			
Avante Saude Animal Ltda	Butox Litro		<input type="checkbox"/>	0			
Central de Abast. e Veterinaria	Butox Litro		<input type="checkbox"/>	0			
Martins Com Serv Distr Sa	Butox Litro		<input type="checkbox"/>	0			
Veltr Saude Animal Ltda	Butox Litro		<input type="checkbox"/>	0			

Fonte: Arquivo do sistema (2019)

No período de estágio foi realizado um treinamento para conhecimento do sistema Agrotis. Após testá-lo verificou-se que o processo de cotação apresentou falhas, sendo assim foi sugerida a equipe de tecnologia e informação da empresa o seu aprimoramento.

4.3. Atendimento aos fornecedores

Na empresa AllCampo, o contato com os fornecedores se fazia diariamente, onde o setor de compras os recebia para estabelecer conversas sobre os produtos. Assim, para agilizar o processo de cotação, sugeriu-se elaborar um cronograma de atendimento com visitas de segunda até quarta-feira, de 08h00min às 16h30min, o que ainda não foi implementado.

O atendimento aos fornecedores pela empresa deve ser visto como uma relação de parceria, para alcançar melhores resultados e competitividade. Para isto, deve-se estabelecer uma agenda incluindo todos que trabalhem com excelência, preço justo e pontualidade nos prazos (MOURA, 2009).

Cabe ressaltar, que na empresa AllCampo, não havia agenda com os contatos, o que dificultava o processo de compra. A única maneira de se obter informações sobre os fornecedores era por meio do sistema de software (FIGURA 16), porém, perdia-se muito tempo.

Figura 16 - Formulário dos fornecedores

Formulário de Fornecedores

Fornecedor:

Agente | Sub-agente | Histórico | Recolhimento Funerário

Código: 0 Razão Social/Nome * CNPJ/CPF: 0

Ativo Utilizar endereço de cobrança centralizado Contribuinte CPRB

Nome Fantasia/Apelido: Classificação do agente para efeito de retenções de impostos: Pessoas Jurídicas de Direito Privado

Financieiro:

Agrupador: 0 Conta: Juros por atraso: Não cobrar Antecipação: Não descontar

Integração com sistemas de contabilidade:

Conta (FORNECEDOR1) Conta (FORNECEDOR2) Conta (FORNECEDOR3) Conta (FORNECEDOR4)

Sub Agente(s)

Código	Nome	Nome fantasia	Cidade	Fone

Fonte: Arquivo do sistema (2019)

Elaborou-se, no período da realização do estágio, uma agenda em planilha de Excel, separando os fornecedores de acordo com o grupo de produtos oferecidos. Assim, atualmente o contato foi facilitado e se tornou ágil.

Havia também um déficit na comunicação externa com os mesmos, pois hora realizava-se por e-mail, hora via telefone, que era de uso geral da loja. Sabendo da importância do contato contínuo com o fornecedor e observando a necessidade de uma comunicação mais eficaz, o setor de compras adquiriu um celular.

4.4. Realização da compra

Com relação às compras, como já mencionado, as preocupações comuns das empresas estão em relação ao fornecimento de produtos que atendam a qualidade, prazos e cronogramas, preço justo e custo benefício (ZARTMAN, 2004).

Foi uma atividade no decorrer do estágio a realização da compra, que primeiramente se inicia com cotações, diretamente com o vendedor e pelos mais variados meios de comunicação, porém, de acordo com as normas de cada empresa fornecedora. É oportuno mencionar que as opiniões dos vendedores internos e externos da empresa também são válidas e que para a compra de novos produtos procurava-se estar atento ao mercado, as inovações e tecnologias.

As compras podem ser realizadas semanalmente, quinzenalmente ou mensalmente, vai depender do tipo produto. Como exemplo, sacarias, medicamentos e ferramentas são comprados semanalmente.

No período do estágio propôs-se um cronograma onde se fixaria o prazo de uma semana, exceto em questões como sazonalidade, para realização dos seguintes procedimentos: sugestão de compras e cotações (até terça-feira), compras (até quinta-feira) e pagamentos de boletos, depósitos e/ou transferências bancárias de pedidos feitos (sexta-feira). Este cronograma está sendo implantado com sucesso.

Sugeriu-se ainda, para facilitar a decisão da compra, cadastrar em uma planilha Excel, a forma de pagamento dos fornecedores e o prazo de entrega dos produtos.

4.5. Inclusão do pedido de compra no sistema

Os pedidos de compra são de fundamental importância na hora de se emitir o relatório de sugestão de compras. O controle dos mesmos promove a redução de custos e refugos, aumento da produção e da venda, melhor aproveitamento de espaço e pessoal e,

consequentemente, aumento da rentabilidade (MATOS, 2000).

No período de realização do estágio, se inseriu no sistema de informação os pedidos de compras recebidos dos fornecedores, com todos os produtos e seus respectivos preços e quantidades e ainda, a forma de pagamento definida (FIGURA 18). Assim, conseguiu-se uma interação entre os processos.

Os produtos que serão recebidos devem constar no sistema, para que se tenha uma precisão maior nas tomadas de decisão relacionadas às compras.

Cabe ressaltar que os novos produtos são cadastrados pelo setor fiscal (FIGURA 17) antes de incluir o pedido no sistema.

Figura 17 - Formulário de produtos

Fonte: Arquivo do sistema (2019)

O pedido de compra se equivale a um contrato formal, portanto deve conter: número, data de emissão, especificação dos itens solicitados, quantidades, preço unitário, condições de pagamento e de reajuste, prazo de entrega, local de entrega, frequência das entregas, meio de transporte, dentre outras informações. A aceitação pelo fornecedor implica no atendimento das condições estipuladas (BARBIERI; MACHLINE, 2009).

Figura 18 - Emissão de nota fiscal

The screenshot shows a software interface for issuing a fiscal note. The main window is titled "Emissão de nota fiscal" and contains several sections:

- Header Fields:** Código, Referência, Emissão *, Entrada/saída, Data de entrega.
- Agent Information:** Agente *, Sub agente, Contato, Comrador presente, Consumidor final, Operação não presencial, outros.
- Operational Fields:** Operação, CFOP *, Modelo, Série/Sub série, NF, Chave NFe.
- Financial Fields:** Negociação, Plano Pto, Tabela de Preço, Moeda, Centro de custo, Data NF empenho, NF Empenho.
- Buttons:** Vincular, Produtos, Parcelas, Aprovar.
- Navigation Tabs:** Totais e impostos, Transporte, Observações, Avalistas, NF Produtor, Contabilização, Acesso ao XML.
- Totals Table:**

Totais		
Total Produtos	Total serviços	Descontos parciais
0,00	0,00	0,00
Despesas adicionais	Desconto geral	Desc. isenção ICMS
0,00	0,00	0,00
Frete	D/C sem ICMS	Total
0,00	0	0,00
<input type="checkbox"/> Frete sem ICMS		
- Tax Calculation Table:**

Impostos Imp. retidos Outras retenções Ajuste ICMS		
Imposto	Base de Cálculo	Valor
ICMS	0,00	0,00
IPI	0,00	0,00
ISS	0,00	0,00
ICMS Subst.	0,00	0,00
Recalcular totais		Crédito Presumido
		0,00

Fonte: Arquivo do sistema (2019)

O processo de inclusão no sistema se dá após a aprovação e simulação do pedido de compra, onde se emite um relatório de espelho de nota fiscal e anexa aos pedidos para facilitar o processo de conferência dos mesmos quando chegam à loja. Esses pedidos e anexos são arquivados em pastas, em ordem alfabética de acordo com os fornecedores.

Porém, o processo além de lento gera custos, vide o uso de papel sem necessidade. Como tais informações se encontram no sistema, a solução para esse problema seria automatizar esse processo e ainda, destinar um colaborador com experiência em informática, para esta função de conferência dos pedidos. Este processo deve estar em comunicação com o setor de compras para uma interação entre estas áreas.

4.6. Fiscalização do estoque – Auditoria aleatória

Na AllCampo há um funcionário responsável pela contagem diária do estoque, por meio do estágio faz-se o monitoramento desse serviço.

Na contagem dos itens utiliza-se uma lista de produtos vendidos, do dia anterior, retirada do sistema e em sequência confere-se escolhendo aleatoriamente 10 produtos da mesma para contagem de fiscalização.

A listagem, referida acima, é fornecida ao setor de compras, onde é analisada. Quando

há diferença no estoque, esta é repassada para os vendedores ou para o faturamento, para respectivamente, efetuar a troca, caso haja erro na entrega do produto ou para conferir um possível erro na faturado mesmo. As listas conferidas são arquivadas em pastas separadas de acordo com cada mês.

Contudo, um dos principais gargalos encontrados é na contagem de sacarias, onde se verificou constantes erros entre o quantitativo de produtos no sistema e o estoque da loja. A falta de espaço físico no depósito coberto (FIGURA 19) desencadeou tal problema.

Figura 19 - Depósito coberto



Fonte: Arquivo da empresa (2019)

Por meio do estágio observou-se a existência de um depósito com espaço amplo, porém não todo coberto. Assim, uma solução eficaz sugerida foi cobrir toda a área do mesmo, para que se tenha um maior aproveitamento do espaço.

4.7. Emissão e análise do Relatório de contas a pagar

A AllCampo contratou um consultor contábil para diagnosticar, analisar e auxiliar nas soluções dos principais problemas financeiros da empresa. Na primeira semana de estágio, realizou-se uma reunião, onde estavam presentes este consultor e o gerente comercial. Objetivando o melhor controle financeiro, decidiu-se que a primeira hora do estágio seria dedicada à emissão e análise do relatório de contas a pagar, dentro do sistema.

O fluxo de caixa feito de forma correta, com controles que permitam monitorar todas as transações financeiras, pode ser uma ferramenta que auxilia o administrador financeiro na tomada de decisões, pois reflete e prevê o que ocorrerá com as finanças da empresa em um determinado período (GOMES; MORAES, 2017).

Para tanto, se analisa diariamente os relatórios de contas a pagar do dia anterior, efetuando o que se segue: retira-se do sistema o saldo total de contas a pagar que está em análise e o relatório de todas as compras feitas do dia em que está sendo analisado e soma-se ao saldo inicial, que já foi retirado; retiram-se todos os pagamentos que foram feitos na data de análise e diminui-se do valor somado; por fim, obtém-se o resultado do saldo final, e para a conferência do valor, retira-se o saldo total da data em análise e confere se há alguma divergência de valor.

Em caso positivo de divergência pesquisa-se o erro, que muitas vezes são encontrados nos lançamentos do setor financeiro com data retroativa.

Todas essas atividades realizadas em parcerias com os outros setores da empresa acontecem para que o fluxo de caixa retirado do sistema sirva como base para tomadas de decisões futuras.

4.8. Controle da Frota de Caminhões

Uma das principais indagações da empresa, no período de estágio, está ligada principalmente ao setor de transporte, onde há pouco controle. Havia uma dúvida quanto à terceirização da frota de caminhões da empresa. Para encontrar uma solução satisfatória, precisou-se ter um maior controle da frota e uma análise de todos os dados disponíveis.

Nesse sentido, montou-se uma tabela de Excel (FIGURA 20) anotando-se o gasto com combustível e manutenções, rotas e quilometragens, para obter informações suficientes e sanar estes problemas. Foram requeridos todos os valores gastos com manutenção, as quilometragens anotadas nas notas fiscais do posto de combustível e as rotas de cada caminhão.

Outra proposta foi na área de Recursos Humanos, especificamente na área de gestão de pessoas, onde se detectou uma grande rotatividade de funcionários dentro da empresa, em decorrência de um planejamento ineficiente. Não há uma pessoa responsável que cuide dos assuntos que vão desde a seleção até a demissão de funcionários.

Assim, torna-se necessário destacar ou contratar um funcionário exclusivo para lidar com o quadro de colaboradores e com as questões dessa área. Com relação ao processo seletivo, que hoje é realizado informalmente, deveria ocorrer uma análise do perfil do candidato de forma padronizada e de acordo com a área de necessidade da empresa. Quanto à contratação, deve ocorrer de forma efetiva, avaliando continuamente o desempenho do funcionário na execução do seu trabalho.

No treinamento de funcionários, é necessário que a empresa seja apresentada ao mesmo e que este receba todas as informações e orientações sobre o seu cargo. É fundamental manter uma proximidade com os colaboradores, avaliando seus resultados para melhor direcioná-los. E por fim, tratar das possíveis demissões aos que não se adaptarem ao sistema de trabalho.

6 CONCLUSÃO

As diversas atividades realizadas no estágio possibilitou conhecer a empresa AllCampo, seus colaboradores, sua missão, visão e valores, bem como as partes técnicas de seu funcionamento.

O propósito de participar no setor financeiro e de logística da empresa foi aprimorar os conhecimentos na área, bem como tentar promover alguma mudança efetiva, a fim de melhorar o desempenho da mesma.

Atendendo aos requisitos do planejamento estratégico de uma empresa, a realização dos processos de forma integrada garante um melhor desempenho nas suas atividades. Observou-se essa estratégia no processo de compra, onde foi constatado que para obter um controle logístico adequado é importante manter os produtos de estoque atualizados no sistema, realizar cotações, e promover conferência dos produtos recebidos de acordo com o pedido. Essa experiência vivenciada no estágio foi um ponto fundamental, também observado durante o curso de administração.

Uma mudança introduzida na AllCampo para uma melhor eficiência do processo de compras, foi a utilização de uma ferramenta dentro do programa Agrotis, a qual emite um relatório de sugestão de compras, de acordo com o grupo de produtos, bem como a data

desejada.

Além de aprimorar os conhecimentos na área e promover mudança em suas atividades, o estágio realizado permitiu estabelecer uma rede de contatos com fornecedores de diversas organizações (Networking), e o quanto uma empresa pode ser beneficiada pelo trabalho de um administrador.

Enfim, por meio deste período de estágio nesta loja de revenda de produtos agropecuários, pode-se atrelar aprendizado teórico advindo do curso com a prática do dia-a-dia na empresa.

REFERÊNCIAS

AGROTIS. **Software**. 2019. Disponível em: <<https://www.facebook.com/AgrotisAgroinformatica/>> <<https://www.agrotis.com/a-agrotis/>>. Acesso em 08 de junho de 2019.

ALMEIDA NETO, Mauricio Jacinto de. **O estudo sobre a logística e o agronegócio no Brasil**, 2016.

DIAS, M. A. P. **Administração de materiais**. 4. ed. São Paulo: Atlas, 1995.

GOMES, Maria José Oliveira. MORAES, Luciana Silva. **A importância do fluxo de caixa para a organização financeira da empresa X**. Disponível em: <<https://semanaacademica.org.br/system/files/artigos/artigo-maria.pdf>>. Acesso em 08 de junho de 2019.

KETS DE VRIES, M. F. R.; KOROTOV, K.; TREACY, E. F. **Experiências e técnicas de coaching: a formação de líderes na prática**. Bookman. Porto Alegre, 2009. 416 p.

LAS CASAS, Alexandre Luzzi. **Marketing de varejo**. 1. ed. São Paulo: Atlas, 2004.

LUDVIG, Aline Cristiane Haupenthal. **Mapeamento, descrição e análise do fluxo de processo de uma empresa do ramo do Agronegócio na região Noroeste do Estado Rio Grande do Sul**. 2018. Disponível em: <<http://bibliodigital.unijui.edu.br:8080/xmlui/handle/123456789/5161>>. Acesso em: 5 de junho de 2019.

MATOS, C. L. **Avaliação e análise do desempenho dos processos de serviço, numa agência bancária, sob a ótica de seus clientes e Funcionários da “Linha de frente”**. 138 f. Dissertação (Mestrado em Eng. Produção) Programa de pós-graduação em engenharia de produção, Universidade de Santa Catarina, Florianópolis, SC, 2000.

MOURA. Luciano Raizer. **Gestão de relacionamento com fornecedores: análise da eficácia de programa para desenvolvimento e qualificação de fornecedores para grandes empresas**. Disponível em: <https://www.teses.usp.br/teses/disponiveis/3/3136/tde-01092009-153815/publico/Luciano_Raizer_Moura_Tese_Doutorado.pdf>. Acesso em: 5 de junho de 2019.

PETRY, L. I.; NASCIMENTO, A. M. Um estudo sobre o modelo de gestão e o processo sucessório em empresas familiares. **Revista Contabilidade & Finanças**, v. 20, n. 49, São Paulo, 2009.

SANTOS, Josiany Carina dos; SANTOS, Andréia; BERTO, André Rogério. Logística: Evolução e perspectiva. **Revista de Ciências Empresariais**, v. 2, n. 04, 2009.

SANTOS, Pedro Vieira Souza; ARAÚJO, Maurílio Arruda de. A importância da inovação aplicada ao agronegócio: uma revisão. **Revista Latino-Americana de Inovação e Engenharia de Produção**, v. 5, n. 7, p. 31-47, 2017.

SCORSOLINI-COMIN, Fábio. Missão, Visão e Valores como marcas do discurso nas Organizações de Trabalho. **Psico**, v. 43, n. 3, 2012 Disponível em <<https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/5631404.pdf>>. Acesso em 05 de junho de 2019.

UFLA - Universidade Federal de Lavras. **Projeto Pedagógico do Curso de Administração**. Lavras, 2017. p. 1-85.

ZARTMAN, A. P. Conceber a teoria da negociação como um meio de resolver conflitos econômicos. In: DUZERT, Y. (Org.). **Manual de Negociações Complexas**. 2. ed. Rio de Janeiro: FGV, 2007.