



KARINE ISABELLE DO CARMO

**ROTINAS ADMINISTRATIVAS NO DEPARTAMENTO DE
ECOMMERCE**

LAVRAS – MG

2023

KARINE ISABELLE DO CARMO

ROTINAS ADMINISTRATIVAS NO DEPARTAMENTO DE ECOMMERCE

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. Dr. José Willer do Prado

Coorientador

LAVRAS - MG

2023

KARINE ISABELLE DO CARMO

**ROTINAS ADMINISTRATIVAS NO DEPARTAMENTO DE
ECOMMERCE**

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 14 de Fev de 2023.

Dr. André Luis Ribeiro Lima UFLA

Dr. José Willer do Prado UFLA

Prof.º Dr. André Luis Ribeiro Lima

Orientador

LAVRAS - MG

2023

AGRADECIMENTOS

Primeiramente agradeço a minha Avó Mercês que foi minha maior incentivadora e minha maior motivação para iniciar uma faculdade. Obrigada por ter feito tudo começar.

Agradeço aos professores que participaram dessa trajetória e foram os pilares do conhecimento que em mim foi construído. Obrigada por todo ensinamento.

Agradeço ao meu Pai, minha Mãe e meu Irmão por terem sido meu suporte em todos os momentos da faculdade. Obrigada por estarem ao meu lado.

Agradeço a minha colega de classe Ana, que me mostrou que até em uma fase temporária da vida como um curso de quatro anos, é possível encontrar uma irmã de consideração. Obrigada por todos os momentos e conquistas.

Por fim agradeço a mim mesmo, pois o mundo pode até te influenciar, mas só você mesmo é capaz de sair da inércia e dar o passo para mudança.

Insista, persista, que você Conquista!

Obrigada!

RESUMO

O presente trabalho tem como objetivo descrever sobre a realização do estágio supervisionado na empresa Casa das Sementes Lavras, que atua no ramo de Agronegócio voltado para Plantação e Jardinagem, especificamente no departamento de ecommerce. A empresa foi fundada por dois sócios há 18 anos, mas passou por diversas modificações ao longo do seu crescimento e atualmente conta com quatro sócios. A realização do estágio ocorreu por quase dois anos e pode ser acompanhado desde o início das operações do departamento de ecommerce da Casa das Sementes Lavras, tendo como atividades principais o gerenciamento de um ecommerce, incluindo: criações de anúncios, gestão de produtos, gestão de clientes, gestão do fluxo de mercadorias vendidas, geração de notas fiscais, atividades voltadas ao marketing e embalagem dos pedidos. Portanto pode-se observar que o estágio proporcionou uma experiência profissional produtiva e proativa, considerando que foi uma participação de um setor em fase inicial até sua atual estruturação, ou seja, pude acompanhar seu desenvolvimento ao longo do tempo. Essa experiência permitiu ver de perto os problemas enfrentados durante o crescimento da empresa e também a possibilidade de aplicar na prática os conteúdos aprendidos no curso para solucionar os problemas e sugerir melhorias, principalmente na parte financeira, operacional e estratégica. Por fim, ressalta-se que esta experiência pode contribuir para minha formação profissional, no qual destaca-se principalmente a motivação para seguir o caminho do empreendedorismo e formação pessoal, ajudando a descobrir minhas reais metas a serem alcançadas com o curso de Administração.

Palavras-chave: Administração. Ecommerce

LISTA DE ILUSTRAÇÕES

Figura 1 - Casa das Sementes Lavras.....	10
Figura 2 - Principais produtos.....	11
Figura 3 - Estabelecimento Loja Física.....	12
Figura 4 - Estabelecimento Departamento de Ecommerce.....	12
Figura 5 - Estabelecimento Galpão de Sacarias.....	13
Figura 6 - Quadro Organizacional.....	13
Figura 7 - Sistemas de Gestão.....	15
Figura 8 - Busca de Produtos na Shopee.....	18
Figura 9 - Criação de Anúncios Shopee.....	19
Figura 10 - Criação de artes.....	20
Figura 11 - Etiqueta.....	21
Figura 12 – Nota Fiscal.....	21
Figura 13 - Processo Manual.....	23
Figura 14 - Brinde.....	24
Figura 15 - Flyer.....	24
Figura 16 - Chat Shopee.....	25
Figura 17 - Cotação de Frete.....	26
Figura 18 - Melhoria de Precificação.....	30
Figura 19 - Erro de Embalagem 1.....	32
Figura 20 - Erro de Embalagem 2.....	32
Figura 21 - Erro de Embalagem 3.....	33
Figura 22 - Crescimento de Vendas.....	33
Figura 23- Produto Top Ranking de Vendas.....	34
Quadro 1 - Atividades Desenvolvidas.....	16
Quadro 2 - Coleta de Mercadorias.....	22

SUMÁRIO

1 INTRODUÇÃO	7
2 DESCRIÇÃO GERAL DO LOCAL DE ESTÁGIO	9
2.1 História e Trajetória	9
2.2 Ramo de Atuação	10
2.3 Descrição Física	11
2.4 Organograma e Departamentos.....	13
2.5 Surgimento do Departamento de E-commerce e sua representatividade atual.....	15
3 DESCRIÇÃO DAS ATIVIDADES DESENVOLVIDAS.....	16
4 DESCRIÇÃO DOS PROCESSOS REALIZADOS.....	17
4.1 Descrição das Atividades Estratégicas	17
4.2 Descrição das Atividades de Contabilidade do Ecommerce	21
4.3 Descrição das Atividades Manuais	22
4.4 Descrição das Atividades de Marketing do Ecommerce	23
4.5 Descrição das Atividades de Atendimento ao Cliente.....	25
5 SUGESTÕES DE MELHORIAS	27
5.1 Melhorias ao Longo do Estágio	27
5.1.1 Implementação de ERP	27
5.1.2 Corte de Processos	28
5.1.3 Mudanças de localização e Padronização	29
5.2 Sugestões de Melhorias Futuras	29
6 CONCLUSÃO.....	35
REFERÊNCIAS	36

1 INTRODUÇÃO

A palavra Administração se refere à ciência social aplicada, sendo visto como uma relação de responsabilidade por garantir organização, planejamento, controle e direção dos recursos da empresa, conforme as palavras de Chiavenato.

A Administração é um fenômeno universal no mundo moderno. Cada organização requer o alcance de objetivos em um cenário de concorrência acirrada, a tomada de decisões, a coordenação de múltiplas atividades, a condução de pessoas, a avaliação do desempenho dirigido a metas previamente determinadas, a obtenção e a alocação de recursos etc. Numerosas atividades administrativas desempenhadas por vários administradores, orientadas para áreas e problemas específicos, precisam ser realizadas e coordenadas de maneira integrada e coesa em cada organização ou empresa. (CHIAVENATO, 2003, p. 13).

Conforme Abrantes também é possível descrever a Administração nas seguintes palavras:

A administração é arte e é ciência ao mesmo tempo. É a arte de fazer as pessoas mais eficazes do que teriam sido sem um administrador e é ciência na medida em que busca descobrir como fazer isso. Abrantes (2022, pág 20).

Contudo, ao ver o dinamismo da Administração também é preciso lembrar que também está altamente suscetível as constantes mudanças que ocorrem no mundo tanto empresarial quanto social e ambiental, ainda conforme as palavras de Chiavenato sobre mudanças organizacionais:

Nos próximos anos, o mundo verá o fim da forma organizacional de hoje (a organização burocrática que ainda predomina em muitas organizações) e o surgimento de novas arquiteturas organizacionais adequadas às novas demandas da era pós-industrial. Essa previsão se baseia no princípio evolucionário de que cada época desenvolve uma forma organizacional apropriada às suas características e exigências. Chiavenato (2003, pág. 15).

Considerando sua visão de que cada época advém com sua mudança, atualmente então pode-se relacionar que uma das principais mudanças ocorridas em nossa época é a adesão dos negócios ao mundo digital, sendo denominada de Ecommerce. Conforme Sutto (2021)

Atualmente, todas as grandes varejistas possuem, além de seus produtos e estoques próprios, uma área de marketplace em que micro, pequenas e até médias empresas comercializam seus produtos utilizando as grandes plataformas online de varejo como uma vitrine. Sutto (2021).

Na visão de Ferreira (2020) sobre os negócios digitais, temos que:

Esse modelo de negócio é marcado por ideias inovadoras, reformulação da relação com o cliente e a transformação da comercialização de certos produtos. Além disso, este é um ramo que suporta qualquer atividade, só é preciso encontrar a melhor forma de encontrar a sua audiência. Ferreira (2020)

Portanto a administração é de extrema importância para as empresas conseguirem se desenvolver e ser administrador é conseguir entender o contexto atual em toda sua conjuntura a fim de acompanhar as mudanças e administrar sua organização. E é neste modelo atual dos negócios digitais, que será realizado o presente relatório de estágio supervisionado, na empresa Casa das Sementes Lavras, no departamento de Ecommerce, com o objetivo de aprender sobre a gestão de um ecommerce e seu crescimento ao longo do tempo.

2 DESCRIÇÃO GERAL DO LOCAL DE ESTÁGIO

Antes de abordar sobre as atividades realizadas e conhecimentos adquiridos durante o estágio supervisionado, primeiramente, é necessário conhecer a empresa do qual o presente estágio foi realizado. Portanto, este tópico tem a finalidade de apresentar a empresa de forma detalhada incluindo sua história, seu ramo de atuação, sua estrutura física e seu quadro de colaboradores atuais.

2.1 História e Trajetória

A Empresa Casa das Sementes surgiu há 18 anos atrás no ano de 2005, era uma loja que tinha sua venda voltada para mudas de hortaliças e flores e contemplava um pequeno mix de produtos de adubação e manutenção de plantas, aproximadamente 50 produtos (incluindo terras, adubos, substratos e afins). Inicialmente era uma loja de um cômodo pequeno localizado na mesma rua que se localiza atualmente e era administrada por dois sócios, entre eles Emalis e Jhonny, ambos fundadores da empresa.

Com o passar do tempo, mudanças foram acontecendo que mudaram a trajetória da empresa, em 2015 houve a saída de um dos societários, neste momento, o dono restante Emalis, decidiu fazer um grande investimento na empresa, então houve a entrada de mais três societários, entre eles: Alex, Pedro e Rodrigo, em conjunto, formam o quadro de sócios atuais da Casa das Sementes Lavras.

Após a entrada de novos sócios e seus respectivos investimentos, a empresa mudou-se para um estabelecimento maior (suas características serão abordadas no tópico 2.3) que fica localizado na mesma rua que a loja anterior, conforme a Figura 1. Além disso a empresa expandiu seu mix de fornecedores e atualmente conta com uma linha de 4000 produtos e também uma ‘subdivisão’ da empresa, no qual é vendido apenas sementes de milho. Esta segunda empresa conhecida como Campo das Sementes Lavras apesar de ser uma empresa separada, é administrada pelo mesmo quadro de sócios da Casa das Sementes Lavras e não possui outro estabelecimento físico. Em resumo, essas foram as principais mudanças que levaram a pequena empresa a se tornar a grande Casa das Sementes Lavras atualmente.

Figura 1 – Casa das Sementes Lavras.



Fonte – Elaborada pelo Autor (2023).

2.2 Ramo de Atuação

A Casa das Sementes Lavras é uma empresa varejista voltada para a área do Agronegócio e cultivo próprio, possuindo uma vasta gama de produtos que vão desde atividades de Jardins até mesmo a plantação em campo.

Como mencionado no tópico anterior há um vínculo com a Loja Campo das Sementes, que por sua vez, é uma varejista voltada apenas para venda de sementes de plantação em grande escala para geração da alimentação.

Em ambas é notório que seu ramo de atuação se mantém ligado ao agronegócio, que conforme Fernandes:

O Agronegócio encontra-se atualmente como o maior negócio da economia brasileira, sendo uma das principais locomotivas do progresso do país. Fernandes (2021)

Perante a essa importância do ramo, é apresentado que a empresa está em total apoio a área, pois possui produtos que dão suporte a todos os segmentos necessários para o agronegócio, conforme a Figura 2, vemos os principais produtos que a empresa possui em seu portfólio:

Figura 2 – Principais produtos.



Fonte – Elaborado pelo Autor (2023).

2.3 Descrição Física

A Casa das Sementes Lavras possui uma grande estrutura física para sua operação, ao todo são três estabelecimentos em Lavras, sendo eles divididos em: o estabelecimento principal que é usado para a base da Loja Física e a realização de vendas; o segundo estabelecimento que é considerado o suporte ao principal, sendo utilizado como a sede do departamento de ecommerce e o terceiro estabelecimento sendo definido como o galpão principal de estoques de sacarias.

O estabelecimento principal é a Loja Física localizada atualmente na Rua Comandante Soares Junior n 180. A estrutura da loja física contempla: um grande salão onde para exposição dos produtos e atendimento ao público; sala do departamento de finanças e contabilidade; sala da gerência; cozinha; dois pequenos depósitos de mercadorias menores para acesso rápido e uma área aberta para depósito de mudas e plantas. Conforme a Figura 3, é possível ver uma esquematização visual da Loja Física.

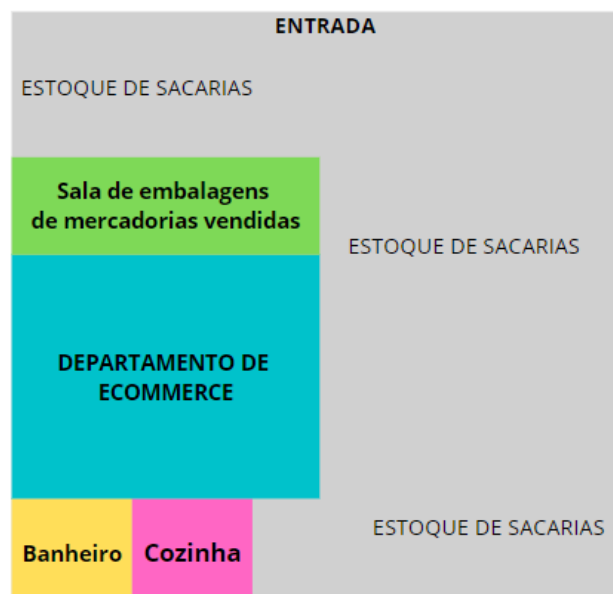
Figura 3 – Estabelecimento Loja Física.



Fonte – Elaborado pelo Autor (2023).

O Segundo estabelecimento é usado como base do departamento de e-commerce, representado por uma sala dentro de um depósito de produtos de rápido acesso, que em sua maior parte já são usados na preparação das vendas online. O departamento de vendas online fica localizado em frente à Loja Física, do outro lado da rua. Conforme a Figura 4, é possível ver uma esquematização visual.

Figura 4 – Estabelecimento Departamento de Ecommerce.



Fonte – Elaborado pelo Autor (2023).

Por fim, o último estabelecimento pertencente à Casa das Sementes Lavras é um galpão de 400 metros quadrados localizado na saída da cidade, próximo aos supermercados ABC e BH. Este é considerado o galpão principal de estoque da Loja Casa das Sementes e do Campo das Sementes, pois todas as sacarias em lote são armazenadas nele, entre elas: os sacos de sementes de milho, sacos de sementes de aveia e todas as outras sacarias de adubos e terras. Conforme a Figura 5, é possível ver uma esquematização do local.

Figura 5 – Estabelecimento Galpão de Sacarias.



Fonte – Elaborado pelo Autor (2023).

2.4 Organograma e Departamentos

A Casa das Sementes Lavras conta com um time de 15 colaboradores incluindo a gerência. Conforme a Figura 6, é possível ver a divisão desses colaboradores.

Figura 6 – Quadro Organizacional.



Fonte – Elaborado pelo Autor (2023).

A Empresa possui uma boa organização tendo sua gerência (acionistas) bem divididos e presente em todos os departamentos. Entre eles, é possível ver que o Departamento de vendas possui o maior número de colaboradores incluindo um dos gerentes, este é o departamento responsável por realizar as vendas e atender os clientes na Loja Física, para esta tarefa, o time conta com o suporte do Sistema NEX, por qual registram as vendas e encontram todos os produtos e seus respectivos preços e estoque para as vendas acontecerem.

O Departamento de Finanças é composto por três colaboradores incluindo um gerente, nele encontram-se os serviços de contabilidade e financeiro da empresa. A realização da contabilidade é focada no lançamento e registro de entradas e saídas de Notas Fiscais da loja física e da Loja Online, enquanto a realização do Financeiro prioriza a organização de pagamentos e cobrança de contas, mantendo a saúde financeira da empresa, ambos utilizam o Sistema Fiscal EMC

O Departamento de Vendas ao Campo é direcionado para a empresa Campo das Sementes, nele participam um gerente e um vendedor de campo, no qual o foco é apenas a realização de vendas de sementes de milho e visitas técnicas para verificação e análises de solo nas fazendas dos produtores/clientes.

Por fim, o Departamento de E-commerce (vendas online) é o mais recente dos quatro principais departamentos, é através dele que a empresa realiza vendas para todo o Brasil e sua atividade gira em torno do gerenciamento dos Marketplaces (Shopee, Mercado Livre, Magalu) e canais diretos (Whatsapp e Site Próprio), para isto, o time conta com o Sistema BLING, que é um ERP, ou seja, um integrador de planejamento de recursos empresariais capaz de conectar todos os marketplaces e seus processos internos, além do mais, o sistema permite a geração automatizada de Notas Fiscais que acompanham os pedidos que são vendidos. O foco deste estágio foi realizado no departamento de E-commerce, portanto, esses processos serão abordados nos tópicos seguintes.

Apesar da clara divisão, o funcionamento de todos os departamentos afeta um ao outro pois estão diretamente ligados, entretanto, cada departamento utiliza um sistema prioritário, que é dividido conforme a Figura 7.

Figura 7 – Sistemas de Gestão.



Fonte – Elaborado pelo Autor (2023).

2.5 Surgimento do Departamento de E-commerce e sua representatividade atual

A Casa das Sementes Lavras era composta por três departamentos mencionados anteriormente, sendo o Departamento de E-commerce o último a ser adotado a estrutura. Primeiramente a empresa utilizava apenas o Site Próprio no intuito apenas de ‘manter presença’ e ganhar espaço com seu nome, o foco não era ser um canal de vendas ativo.

Entretanto, no ano de 2020, a repentina explosão da Pandemia do COVID-19 gerou um grande colapso para empresas, em um cenário de incertezas e crise geral, as vendas da loja física tiveram uma brusca queda, além disso, decretos da cidade de Lavras obrigaram o fechamento das lojas em determinados períodos como resposta de emergência para contenção da circulação do Vírus. Esses dois pontos críticos, levaram o Gestor Rodrigo a inovar e implementar o Departamento de E-commerce passando a enxergar o Site Próprio como um canal de vendas e indo mais além, expandindo o negócio aos Marketplaces, iniciando as vendas através do Mercado Livre.

Conforme o Próprio Gestor Rodrigo, o sucesso da ideia veio de forma rápido e ele acredita que o cenário favoreceu, pois, as pessoas estavam preferindo comprar online para não se expor aos riscos da pandemia saindo de suas casas, e cada vez mais, o movimento do e-commerce parecia ganhar mais espaço no cotidiano das pessoas. Assim foi consolidado a presença do Departamento de E-commerce da Casa das Sementes, que de uma necessidade repentina passou a ser o representante de 40% do faturamento da empresa atualmente, conforme o gestor Rodrigo.

3 DESCRIÇÃO DAS ATIVIDADES DESENVOLVIDAS

O presente estágio realizado no Departamento de E-commerce da empresa teve duração de 1 ano e 9 meses, durante o período de março de 2020 até dezembro de 2023, entretanto as atividades desenvolvidas não possuíam uma rotina já pré-definida, havia apenas as atividades essenciais a serem executados conforme o Quadro 1. Entretanto o momento de suas realizações era muito variável conforme as demandas do dia e surgimento de oportunidades ou problemas.

Quadro 1 – Tabela de Atividades Desenvolvidas no Departamento de E-commerce.

ATIVIDADES DESENVOLVIDAS	DESCRIÇÃO	TEMPO DEDICADO APROXIMADAMENTE (%)
Atividades de Gestão Estratégica	<ul style="list-style-type: none"> ● Analisar do Mercado de Concorrentes ● Analisar de Mercado para novas Oportunidades ● Acompanhar as atualizações das regras e algoritmos de cada Marketplace ● Analisar, participar ou rejeitar campanhas de cada Marketplace ● Criação de Anúncios 	60% 1.512 horas
Atividades de Contabilidade (E-commerce)	<ul style="list-style-type: none"> ● Gerar Nota Fiscal de cada Venda Online ● Gerar Etiqueta de Envio de cada Venda Online 	5% 126 horas
Atividades Manuais	<ul style="list-style-type: none"> ● Gerar a lista de Pedido diário ● Separar os Produtos Vendidos ● Embalar adequadamente ● Finalizar o Etiquetamento 	25% 630 horas
Atividades de Marketing (E-commerce)	<ul style="list-style-type: none"> ● Criação de Cartão Brinde ● Criação de Flyer 	5% 126 horas
Atividades de Atendimento ao Cliente	<ul style="list-style-type: none"> ● Atendimento por Whatsapp (apenas para vendas externas da cidade) ● Atendimento dentro do Marketplace ● Cotação de Frete 	5% 126 horas
Duração Total: 1 ano e 9 meses (2520 horas)		100%

Fonte – Elaborado pelo autor (2023).

O detalhamento sobre as atividades desenvolvidas será apresentado no tópico seguinte.

4 DESCRIÇÃO DOS PROCESSOS REALIZADOS

Este tópico tem como objetivo apresentar de forma mais detalhada as atividades que foram desenvolvidas explicando alguns processos técnicos e essenciais para o funcionamento do Departamento de E-commerce da Casa das Sementes Lavras. Neste ponto vale ressaltar que o início do estágio foi proporcionado com uma grande oportunidade e um grande desafio, no qual um dos sócios permitiu a adesão há um novo marketplace na loja, ou seja, tive a responsabilidade pela estruturação do canal de vendas da Shopee do zero na empresa.

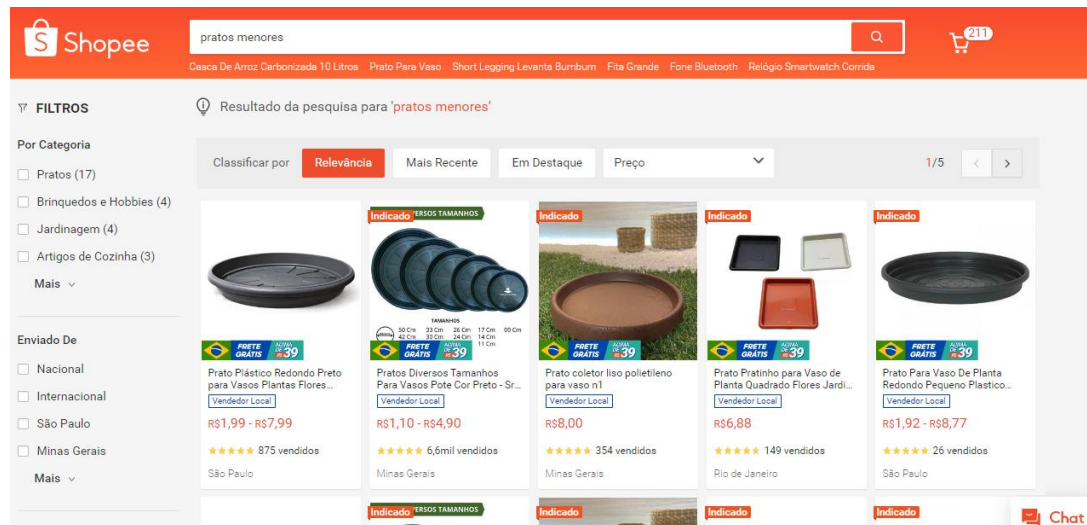
4.1 Descrição das Atividades Estratégicas

O grupo principal das atividades exercidas no estágio são as funções voltadas para os estratégicos, que também é a função predominante devido ao fato de ser o pilar para que aconteça a geração de vendas nos marketplaces e as vendas online da empresa. Nesta etapa inicia-se o processo de estudo do Mercado Online, ou seja, identificar e compreender como está o nicho de venda de cada tipo de produto no ecommerce buscando as respostas para as seguintes perguntas, após escolher um produto para análise:

- Há muitos concorrentes no mercado online que vendem este produto?
- A média geral dos preços é similar ao preço da loja?
- É um produto bastante procurado/vendido nos marketplaces?
- Este produto é proibido em algum marketplace?

Tais perguntas são usadas como pilares para realizar a pesquisa de mercado conforme o Gestor Rodrigo, portanto sempre são usadas pelo departamento de vendas online. Essa atividade é feita analisando os resultados de buscas direto no marketplace, que pode ser observado conforme a Figura 8.

Figura 8 – Busca de Produtos na Shopee.



Fonte – Shopee (2023).

Ao pesquisar por pratos (um dos produtos da loja) é possível ver os concorrentes, preços, similaridades e etc, neste exemplo em específico, na pesquisa bruta o segundo anúncio é pertencente a Casa das Sementes Lavras e o produto já virou um dos top ranking de venda, conforme a imagem, vemos que ele possui mais de 6.600 vendas neste único anúncio na Shopee.

Após a análise de mercado é possível também realizar a Pesquisa de oportunidade, como por exemplo perceber que algum produto não possui muitos ou nenhum vendedor ativo com este produto, tal fato, leva-nos a dois caminhos: uma oportunidade de venda já que o produto é de algum fornecedor pouco conhecido ou seletivo, permitindo que tenha um estoque em vendas e o segundo caminho pode ser, em que este produto é proibido de ser vendido na plataforma, como por exemplo, na shopee é proibido a venda de inseticidas (uma linha de produtos que a empresa possui).

Com todos esses dados da análise de mercado em mãos, é possível partir para outra atividade que é a criação de anúncios, afinal, essa etapa é crucial, pois é com o anúncio que é gerado a venda online. Esse processo é realizado dentro de cada marketplace e já possui um padrão de campos a serem preenchidos, que podem ser observados conforme a Figura 9.

Figura 9 – Criação de Anúncios Shopee.

The screenshot displays the 'Informação básica' (Basic Information) step of the Shopee product creation process. On the left, a sidebar menu lists the steps: 'Informação básica' (selected), 'Informações de vendas' (Sales Information), 'Envio' (Shipping), and 'Outros' (Others). The main content area includes several fields:

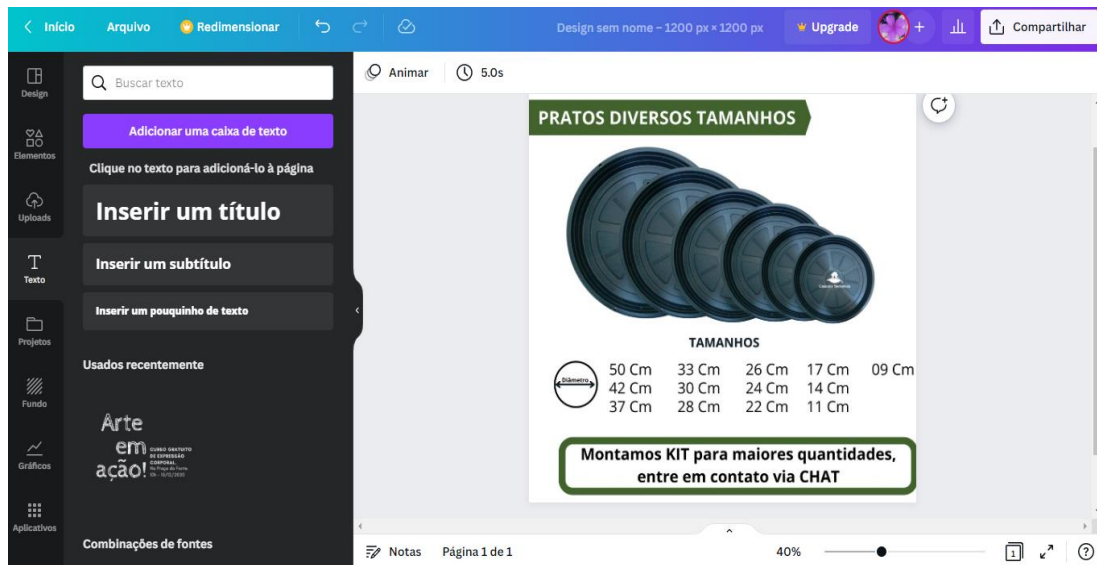
- Imagens do Produto** (Product Images): A button labeled 'Adicionar Imagem (0/9)'.
- Vídeo do Produto** (Product Video): A button labeled 'Adicionar Vídeo' and a list of requirements: 'Tamanho: Máx 30MB, a resolução não deve exceder 1280 x 1280px', 'Duração: 10s-60s', and 'Formato: MP4'. A note states: 'Nota: o produto pode ser publicado enquanto o vídeo está sendo processado. O vídeo será exibido na lista automaticamente após ser processado com sucesso'.
- Nome do Produto** (Product Name): A text input field with the placeholder 'Inserir' and a character count of '0/255'.
- Categoria** (Category): A dropdown menu with the placeholder 'Please set category' and a list of recent categories: 'Usadas Recentemente' and 'Casa e Decoração > Jardinagem > Vasos e Plantadores'.
- Descrição do produto** (Product Description): A large text area with a character count of '0/5000'.

At the bottom right, there are three buttons: 'Cancelar' (Cancel), 'Salvar e Não Publicar' (Save and Don't Publish), and 'Salvar e Publicar' (Save and Publish).

Fonte – Shopee (2023).

Para realizar a atividade de criação de anúncios é preciso acrescentar a atividade de criação de artes, ou seja, desenvolver as fotos/vídeos que são apresentadas no anúncio, em geral consistem da foto do próprio produto e mais acréscimo de informações úteis que são usadas para atrair a atenção visual dos compradores enquanto navegam pelo aplicativo. Para realizar esta tarefa utiliza-se o programa online Canva (visto na Figura 10)

Figura 10 – Criação de artes.



Fonte – Canva (2023).

Nesta imagem vemos a mesma imagem que é utilizada como capa principal do anúncio de pratos top ranking de vendas, e nela nota-se que possuem mais do que o próprio produto, incluindo estratégias visuais que chamam a atenção do cliente entre elas: simulação da profundidade dos pratos (aparência de diversos tamanhos, um maior que o outro) indicando que o comprador pode achar vários tamanhos que deseja em um só lugar; especificação de todos os tamanhos que podem ser encontrado deste mesmo produto; tarja verde superior como forma de chamar a atenção para leitura e destaque para personalização com a frase de montagem de KIT especial para o cliente conforme sua própria necessidade.

Após essas etapas anteriores é possível prosseguir pelas atividades de gerenciamento constantes que envolvem as tomadas de decisões sobre os anúncios criados, como por exemplo, mudanças de preços conforme o preço da loja física, mudança de preço conforme a realização de promoções/descontos permitidos pelo gestores em determinados produtos, participação ou recusa de campanhas promocionais criados pelo próprios marketplaces, realizar mudanças nos anúncios conforme atualizações nas regras do próprio marketplace, entre outros. Todas essas atividades são realizadas de forma contínua e simultaneamente, dentro dos próprios marketplaces, que no geral, possuem a mesma essência para gestão, ou seja, todos possuem as mesmas funções editáveis apesar de serem visualmente diferentes.

4.2 Descrição das Atividades de Contabilidade do Ecommerce

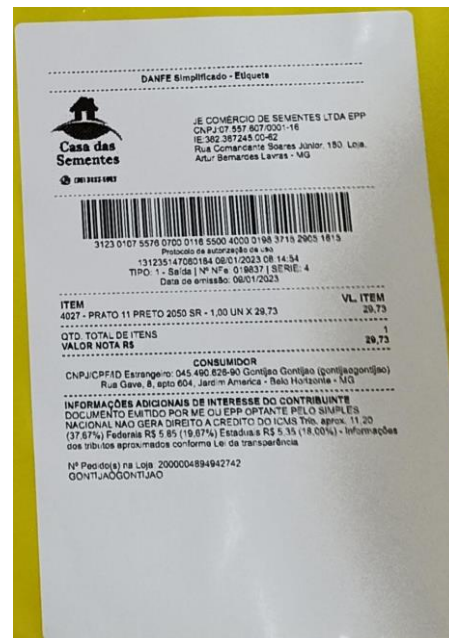
As atividades contábeis do ecommerce são voltadas para geração de Nota Fiscal e geração da Etiqueta de Envio, pois nenhum produto sai da loja sem que haja um NF. Para fazer esta tarefa é utilizado o ERP Bling que possui cadastrado todos os produtos com seus respectivos dados fiscal, proporcionando que seja gerado de forma prática a Nota fiscal de venda, pois o sistema é vinculado ao marketplace e quando entra um pedido pago, ele recolhe os dados automaticamente da venda, juntamente com os dados do produto já cadastrado no banco de dados do sistema e em seguida produz a Nota Fiscal e envia para a SEFAZ (órgão responsável pela arrecadação e autorização de Nota Fiscal para fins tributários). Graças a essa tecnologia, as notas fiscais são geradas em pouquíssimo tempo

A outra atividade é a geração de etiqueta de envio, que é responsável por identificar o comprador e seu endereço para que os produtos sejam entregues, neste ponto a geração também é feita de forma automática pelas próprias plataformas, assim, permitindo que sejam impressas de forma prática e rápida. Conforme a Figura 11 vemos um exemplo da Nota Fiscal e através da Figura 12 vemos uma Etiqueta de Envio, ambas acompanham cada mercadoria:

Figura 11 – Etiqueta.



Figura 12 – Nota Fiscal.



Fonte – Elaborado pelo Autor (2023).

4.3 Descrição das Atividades Manuais

Nesta etapa, quando já se possuem todos os pedidos que estão aguardando serem enviados, inicia-se às atividades manuais que envolvem o preparo da mercadoria de forma que esteja apta para ser enviada. Primeiramente é gerado a lista de pedidos que contém o nome e o produto de cada comprador do dia, essa lista é feita automaticamente pela plataforma de cada marketplace, na sequência ela é impressa para facilitar a organização.

Na sequência é separado o produtos conforme o pedido e embalado conforme suas especificidades, por exemplo: pratos grandes vão em saco plástico ao invés de caixas devido ao tamanho; sementes vão em envelopes; bulbos vão em caixa e embalados com papel por fora; produtos químicos vão em caixa com proteção de plástica interna; produtos acima de 20kg vão em caixa; entre outros.

Após o embalamento é feita a adesão das etiquetas de envio e Nota fiscal correspondente a cada pedido. Para finalizar, os pacotes prontos são separados em montes específico de cada coleta, conforme o Quadro 2.

Quadro 2 – Coleta de Mercadorias.

Produtos vendidos em:	Coleta Responsável
Shopee	Transportadora Sequoia
Mercado Livre	Coleta própria do Mercado Livre
Site	Correios ou JadLog
Magalu	Correios

Fonte – Elaborado pelo Autor (2023).

Assim os pedidos ficam organizados aguardando a retirada de cada coleta conforme a esquematização representada na Figura 13.

Figura 13 – Processo Manual.

**1- PEDIDO****2- SEPARAÇÃO****3- EMBALAMENTO****4- ETIQUETA E NF****5- COLETA INDIVIDUAL**

(Mercado Livre, Transportadora Sequoia,
Correios, JadLog)

Fonte – Elaborado pelo Autor (2023).

4.4 Descrição das Atividades de Marketing do Ecommerce

Nesta Etapa as atividades são voltadas pensando em realizar atividades de marketing que atinjam o público alvo das vendas online, aqui foi desenvolvido e implementado a utilização de Brinde e Flyer

Primeiramente o Brinde começou a ser usado como forma de agradar o cliente quando ele recebia sua mercadoria em casa, esse agradou começou junto com implementação da Shopee e tornou-se essencial até hoje, pois leva o cliente a realizar uma avaliação positiva da compra no marketplace, em consequência, essa avaliação aumenta o nível de exposição da loja dentro da plataforma de venda. O brinde (apresentado na Figura 14) é desenvolvido através do aplicativo online Canva e impresso em gráfica na forma de cartão visita. O brinde mais utilizado é um pacote de sementes, fazendo referência a especialidade e nome da empresa “Casa das Sementes”.

E o segundo é a apresentação da empresa através do Flyers, que também são enviados junto com a mercadoria comprada e buscam aproximar do cliente apresentando os produtos que a loja oferece para tentar atraí-los para comprar novamente. O flyer (apresentado na Figura 15) também é criado através do aplicativo Canva e impresso em gráfica em papel comum. Ambos são atualizados com frequência com base na necessidade ou adesão de novos produtos que a empresa pretende focar na sua exposição.

Figura 14 – Brinde.



Fonte – Elaborado pelo Autor (2023).

Figura 15 – Flyer.



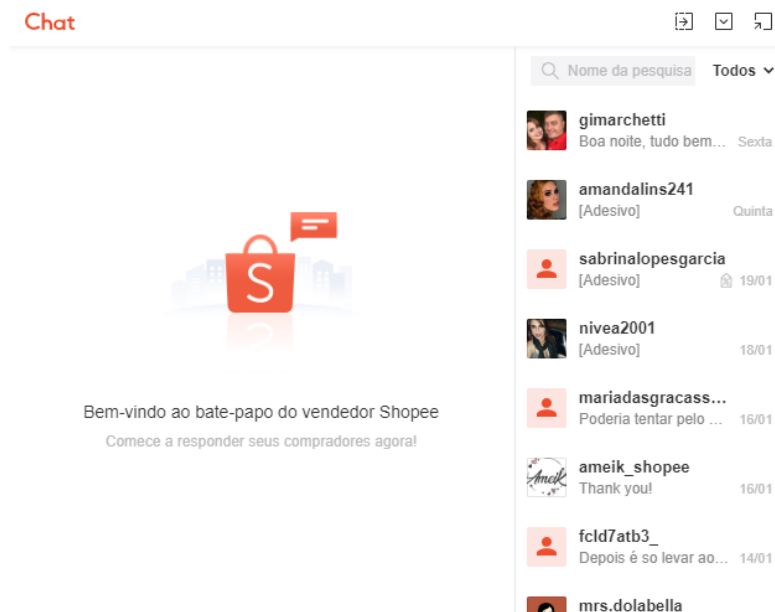
Fonte – Elaborado pelo autor (2023).

4.5 Descrição das Atividades de Atendimento ao Cliente

Por fim, a última categoria de atividades realizadas envolve o atendimento ao cliente tanto de forma interna aos marketplaces (por meio de campo de mensagem da própria plataforma) ou de forma externa aos marketplaces (por meio de whatsapp).

A primeira forma de atendimento ocorre dentro de cada marketplace (shopee, mercado livre, etc) possuem seus próprios espaços reservados para que os clientes tire dúvidas, reclamem, etc diretamente com os vendedores, portanto esse atendimento serve para aumentar a probabilidade de vendas ao tirar dúvidas dos clientes e resolver problemas que podem acontecer durante as vendas, este chat pode ser observado conforme a Figura 16.

Figura 16 – Chat Shopee.



Fonte – Shopee (2023).

A segunda forma de atendimento é destinada a vendas diretas, principalmente para clientes que possuem dificuldade em comprar através dos aplicativos da shopee e do mercado livre e preferem realizar toda a negociação direto com a loja, para esta atividade é utilizado o WhatsApp, e toda a negociação é feita por conversa no CHAT, neste caso o cliente paga pelo produto e pelo frete que é calculado através do site Melhor Envio, bastando inserir as informações sobre o produto (conforme Figura 17) que o cliente deseja e a plataforma gerar o valor estimado do Frete (essa etapa é feita pelo atendente e não pelo cliente).

Figura 17 – Cotação de Frete.



Calculadora de fretes

Meça o seu pacote e insira os dados abaixo para comparar cotações a preços exclusivos. Vá em frente, é simples.

CEP de origem

Logística reversa

CEP de destino

Altura 2 cm

Largura 12 cm

Comprimento 17 cm

Peso 0,3 kg

Valor da carga

CALCULAR

Fonte – Melhor Envio (2023).

Nesta modalidade de compra por whatsapp, o cliente paga por PIX e envia o comprovante para que o setor financeiro confira o pagamento e autoriza o departamento de ecommerce a prosseguir com o andamento e envio da venda, ou seja, a realização das atividades anteriores com exceção da estratégia.

Finalizando assim, a descrição das atividades realizadas no estágio que em conjunto constroem toda a operação que envolve o dia-a-dia de um departamento de ecommerce.

5 SUGESTÕES DE MELHORIAS

Primeiramente ressalta-se que o estágio perdurou por um longo período e foi uma excelente oportunidade pois pode me proporcionar a participação desde a primeira fase de criação e iniciação do departamento e sua evolução ao longo do tempo, portanto é importante frisar que, melhorias já ocorrem desde o início pois não havia uma pré estruturação e a todo momento foram feitas adaptações, assim, foi separado este tópico em dois intervalos: melhorias que sugerir e participei da sua implementação ao longo do crescimento e as sugestões de melhorias futuras para que a empresa possa vir a implementar.

5.1 Melhorias ao Longo do Estágio

A Desde o início do estágio notei que alguns pontos podiam ser melhorados principalmente pelo fato do departamento possuir pouco colaboradores, conforme o tópico 2.4, há apenas dois colaboradores (sendo eu como estagiária de meio período), portanto o tempo era relativamente pouco para todos os serviços, assim pude sugerir algumas mudanças para serem testadas a suas eficiências e todas foram aceitas e colocadas em prática pelo gestor Rodrigo. Com pouco tempo foram validadas e 100% implementadas, segue abaixo as três principais sugestões feitas por mim.

5.1.1 Implementação de ERP

Ao iniciar o estágio notei que uma das principais atividades que mais demandam tempo era a geração de Nota Fiscal para acompanhar as vendas e mesmo com o volume de vendas relativamente baixo de início do departamento, que girava em torno de 30 vendas diárias, ocupavam a manhã inteira para gerar notas fiscais e o motivo para isso, era que este processo era feito de forma totalmente manual uma a uma. Este processo resumia-se em entrar em cada venda, copiar cada um dos dados e colá-los no sistema geral da empresa EMC (citado no tópico 2.4), entre os dados necessários estavam: nome, endereço, cpf, cep, município, estado, produto vendido, preço, frete, desconto, esses dados eram copiados um por vez, pois o sistema EMC não identificava cópia em massa.

Portanto foi feita a sugestão de implementar um ERP (Sistema integrado de gestão empresarial) a fim de reduzir o tempo gasto nesta atividade, pois ela não era uma atividade considerada prioridade para e-commerce, visto que nesta área, as atividades estratégicas (citadas

no tópico 4.1) são consideradas de prioridade para funcionalidade de um departamento de vendas online. Através de pesquisas em grupos de vendedores da shopee, pode se notar que o mais utilizado entre os sellers era o sistema BLING.

Em seguida por meios de estudos de vídeos do fornecidos pelo próprio site do sistema, o ERP Bling foi implementado no departamento e com o passar de pouco tempo após sua total ativação, cadastro de produtos e vinculação aos marketplaces tornou-se possível gerar as Notas Fiscais de vendas de forma automática em massa com poucos cliques e atualmente o BLING é o único sistema que o departamento de vendas online utiliza e já chegou ao número de NF 20100, ou seja, somente após a sua implementação já foram feitas mais de 20 mil vendas nos marketplaces.

5.1.2 Corte de Processos

Outro ponto importante a ser mencionado é que de início havia processos que eram realizados levando em conta as incertezas do gestor Rodrigo, afinal também era um ramo novo de atuação para ele e o mesmo decidiu de início que alguns processos poderiam ser importantes e o principal deles era o processo de 'protocolização' criada pelo mesmo. Este processo se resumia em protocolar mercados antes de serem enviadas da seguinte maneira: Através do formulário criado pelo gestor no Google Drive, era necessário colocar as seguintes informações de cada pacote pronto para coleta: número da NF; qual embalagem foi utilizada (caixa, lona, plástico); qual forma foi colada (fita ou AWB de notas fiscais) e foto de frente e verso de cada pacote (pegando assim a etiqueta de envio e a nota fiscal).

Este processo adivinha do receio do gestor era ter que provar que a mercadoria foi enviada em caso de clientes que alegam não receber os pedidos ou em caso de extravios e roubos, assim teria uma 'prova' de envio e não teria prejuízo, pois os marketplaces arcariam com os custos para esses casos frente a prova. Entretanto, após cerca de quatro de meses de estágios percebi que este processo nunca foi utilizado em nenhum momento, além de ocupar espaço da memória do celular da empresa para tirar as fotos e consumir espaço no plano do google drive da empresa, portanto pude sugerir que este processo fosse cortado para melhorar os processos investindo o tempo gasto nele para processo de prioridade maior, como os processos estratégicos (citados no tópico 4.1). A sugestão de melhoria foi aceita pelo gestor em pouco tempo e até hoje (mais de um ano após esse corte) nunca foi necessário a sua retomada.

5.1.3 Mudanças de localização e Padronização

A última sugestão que foi implementada e considerada relevante foi a mudança de espaço do departamento de ecommerce, inicialmente não possui uma sala própria, era utilizada a sala dos donos (tópico 2.3) que mede apenas 4mx4m, entretanto esta sala da gerência era frequentemente utilizada para reuniões internas ou receber fornecedores, assim, as atividades do ecommerce eram interrompidas temporariamente, mas este tempo perdido afetava os processos, pois todos os materiais e computadores necessários ficavam na sala. Portanto foi sugerido um novo ambiente exclusivo para o ecommerce e o departamento de financeiro aprovou o projeto e cedeu uma parte do galpão de sacarias para construir a sala do departamento de ecommerce que fica localizado em frente à loja física (tópico 2.3).

Com o aumento de espaço para trabalho foi possível analisar melhores formas de embalar, anteriormente por ter um pequeno espaço para embalar e muito tempo reduzido por fatores como citado anteriormente, havia um aceleramento para embalar as mercadorias a tempo para coleta, assim, não havia padrão de embalagem. Entretanto ao novo espaço e ganho de tempo foi possível identificar melhor padrões para embalar e assim pude sugerir dois tipos de embalagens plásticas consideradas tamanho Pequeno (20cmx30cm) e o Médio (40cmx40cm) ambos são sacos de segurança com lacre autocolante que não gastam fita e cabem aproximadamente 80% das mercadorias vendidas, além disso aceleram todo o processo manual de embalagem, até hoje são utilizados apenas esses dois modelos de saco de segurança no embalagem

5.2 Sugestões de Melhorias Futuras

Pensando no âmbito futuro, ao fim do estágio é possível ver que o departamento de vendas online teve um enorme crescimento ao longo desses dois anos de existência, atualmente o faturamento do ecommerce gira cerca de 150 mil mensais graças aos marketplaces implementados (shopee, mercado livre e magalu, além do site e vendas do whastapp) tendo em visto que foi tudo feito com apenas os dois colaboradores do departamento Karine e Jovane desde o início até o dia atual, apesar do crescimento e estar mais estruturado atualmente, ainda é visto que há problemas que precisam ser analisados pela empresa e melhorados, portanto faço as seguintes sugestões de melhorias:

Primeiramente sugiro a separação de precificação dos produtos que são vendidos na loja física e dos produtos que são vendidos na loja online, pelo seguintes motivos: o custo de vender em loja física é maior, entre esses custos é possível citar gastos com câmeras, aluguel, muitos

vendedores, entre outros, enquanto esses custos não são aplicados as vendas online que não necessitam de atendimento presencial. Além disso as margens aplicadas aos produtos não possuem critérios, são aplicadas conforme o Gestor Financeiro desejar, essas margens na maioria das vezes são acima do mercado online, dificultando a concorrência da empresa, que poderia estar vendendo um volume extremamente maior. Outro ponto a destacar é que os marketplaces possuem taxas que precisam ser adicionadas ao preço, essa diferença pode ser observada através da Figura 18.

Figura 18 – Melhoria de Precificação.



Fonte – Elaborado pelo Autor (2023).

Nesta esquematização vemos que o preço final para vender online acaba ficando muito elevado se comparado ao preço da loja física e no próprio mercado online é possível encontrar concorrentes com preços mais competitivos, isso influencia diretamente na expansão da empresa. Esse problema já ocorreu durante todo o estágio devido a impasses entre os gestores da loja física financeiro e o gestor de vendas online, suas divergências implicam em problemas que impediram até o momento a separação da precificação, entretanto fica a sugestão de autonomia de precificação para o departamento de vendas online, que pode trazer melhorias para o crescimento da empresa

A segunda sugestão de melhoria é em relação a função de compras da empresa, essa função é realizada pelo Gestor de Vendas online, porém as compras são para âmbito total da empresa e não apenas do departamento de ecommerce, entretanto é visto frequentes furos de estoques e vendas acabam sendo canceladas por falta de produtos para envio visto que há prazo limitado para envio. Esse problema ocorre por falta de ferramenta para analisar a saída e o grau de importância dos produtos, assim, as compras e as quantidades são feitas sem considerar qualquer critério, sendo que, na maioria das vezes a compra é realizada só quando se percebe que o produto de fato acabou e precisa de reposição, sem um controle prévio. Portanto para este problema sugiro a utilização da Curva ABC, que poderá auxiliar o gestor a conhecer melhor os produtos que possuem maior fluxo no momento e garantir um melhor gerenciamento do estoque, conforme Ribeiro:

A curva ABC é bastante empregada na gestão de estoque atualmente, pois é um instrumento de planejamento que permite ao gestor orientar seus esforços em direção aos resultados mais significativos para a organização. Ribeiro (2002, pag 21).

A terceira sugestão de melhoria é que futuramente a empresa faça a unificação dos sistemas utilizados para os processos do dia-a-dia, pois a utilização de três sistema gera um retrabalho para os setores por exemplo: O setor de ecommerce fatura uma Nota Fiscal no Bling e o Setor de Contabilidade precisar da baixa de estoque no NEX pois os vendedores da loja física veem os produtos apenas pelo estoque no NEX na hora de vender, e ainda é necessário registrar a saída da NF no EMC para fins de impostos. Entretanto o sistema ERP Bling já possui a funcionalidade dos outros dois sistemas que a empresa usa (NEX e EMC) portanto poderia ser utilizado apenas o BLING em todos os departamentos, visto que ele é completo e possui maior automatização, além de ter todas as funções contábeis, gerenciais e vínculo direto com a SEFAZ.

A quarta sugestão de melhoria é realizar um treinamento básico com os colaboradores da empresa sobre embalagens de mercadorias para vendas online, pois visto que na ausência dos dois colaboradores do departamento, os outros funcionários ajudam no processo para garantir o envio diário, entretanto a falta de treinamento leva a diversos problemas, confusões e troca de pedidos, que acabam sendo embalado de forma diferente do adequado (conforme tópico 4.3) e chegam errados ou quebrados aos clientes, trazendo o prejuízo da venda para empresa e avaliação pública negativa da compra que influenciam diretamente na queda das vendas. Esse treinamento visava de forma básica o aprendizado sobre o processo manual do departamento de vendas online (tópico 4.3) visto que só há dois colaboradores no que detém todo o conhecimento do departamento de vendas online. É possível ver através das Figuras 19, 20 e 21, alguns acontecimentos que ocorreram durante a ausência dos dois colaboradores e devido à falta deste treinamento.

Figura 19 – Erro de Embalagem 1.



Fonte – Elaborado pelo Autor (2023).

Figura 20 – Erro de Embalagem 2.



Fonte – Elaborado pelo autor (2023).

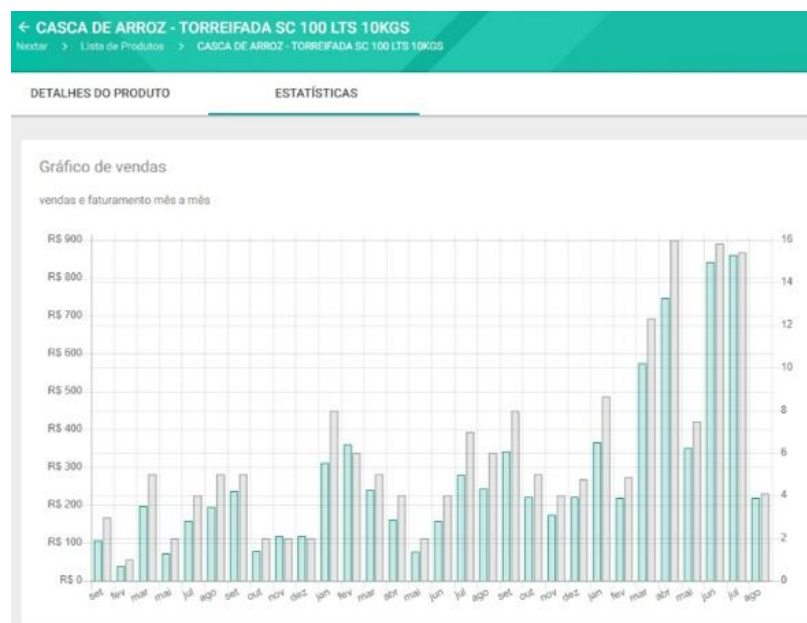
Figura 21 – Erro de Embalagem 3.



Fonte – Elaborado pelo autor (2023).

Por fim, minha última sugestão é que a empresa continue investindo na busca por produtos que possam se tornar Top Ranking de Vendas e que atualmente não possuem destaque pois são vendidos apenas na loja física devido ao grande mix de produtos (cerca de 4000 produtos) e a falta de corpo técnico para lançar os produtos nos marketplaces. Essa sugestão advém dos dois casos de sucessos que pude proporcionar para a empresa ao lançar na shopee dois produtos que possuem pouco giro na loja física: sendo eles: Bulbos e Casca de Arroz (representado pela Figura 22). Conforme o gráfico a seguir a Casca de Arroz foi o segundo produto mais vendido após a adesão nas vendas online.

Figura 22 – Crescimento de Vendas.



Fonte – Sistema NEX.

Além deste produto, o principal destaque que pude desenvolver para a empresa durante o estágio foi a explosão de vendas do produto chamado Bulbo, que ao iniciar o estágio vendiam apenas cerca de 100 unidades por mês e atualmente é feito a reposição de 1000 unidades por semana diretamente com o fornecedor, conforme Gestor Rodrigo, este produto sozinho já é responsável por 20% da receita da empresa. Em apenas seis meses o produto conquistou o mercado da shopee e teve um recorde de vendas de 2000 unidades mensais, conforme a Figura 23, vemos um dos anúncios principais deste produto da loja na shopee feito por mim:

Figura 23 – Produto Top Ranking de Vendas.

Shopee > Casa e Decoração > Jardinagem > Ferramentas de Jardinagem > BULBOS DE FLORES AMARILIS LIRIOS SANTA RITA DALIAS / DIVERSAS VARIEDADES E CORES / ENVIO IMEDIATO

Indicado BULBOS DE FLORES AMARILIS LIRIOS SANTA RITA DALIAS / DIVERSAS VARIEDADES E CORES / ENVIO IMEDIATO

5.0 ★★★★★ 603 Avaliações 2,2mil Vendido

R\$10,96 **R\$9,90** 9% OFF

Moedas Compre e ganhe até 9 moedas Shopee

Parcelamento 6x R\$0,50 (Sem Juros) Ver Planos >

Frete Frete grátis com cupom
Para compras acima de R\$29,00

Frete Para 37205-066, Lavras, Minas Gerais
Taxa De Frete R\$0,00 - R\$14,25

TIPO E CORES

- Amaryllis Branca (1unid)
- Amaryllis Pink (1unid)
- Amaryllis Vermelho (1unid)
- Amaryllis Minerva (1unid)
- Amaryllis Rosa (1unid)
- Amaryllis Sidney (1unid)
- Lirio Coral (2 unid)
- Amaryllis Dancing Queen (1unid)
- Lirio Branco (2 unid)
- Amaryllis Laranja (1 unid)
- Amaryllis Amorice (1unid)

Compartilhar: [WhatsApp](#) [Facebook](#) [Pinterest](#) [Twitter](#) [Favoritar \(1,5mil\)](#)

Fonte – Elaborado pelo autor (2023).

Assim encerro minhas sugestões para melhoria que acredito que podem fazer toda a diferença para a empresa e que futuramente contribuam com a expansão da Casa das Sementes Lavras.

6 CONCLUSÃO

Através do estágio foi possível aplicar o aprendizado que foi adquirido no curso de forma prática, além de aperfeiçoar esse conhecimento construindo cada vez mais, uma rede profissional no estudante, levando em consideração que o ramo de atuação do curso de Administração é muito vasto, contendo diversas áreas de especializações, mas em sua essência, que na minha opinião é o pilar, é proporcionar ao estudante a capacidade de gerir todas essas áreas em conjunto. Essa capacidade requer o conhecimento teórico adquirido com o curso e o conhecimento prático construído ao longo da carreira profissional, para iniciar esse acúmulo de bagagem optei por uma oportunidade no setor de gerenciamento de ecommerce, uma área que está em ascensão na atualidade.

O estágio proporcionado pela Casa das Sementes Lavras me proporcionou uma experiência prática de todos os conhecimentos obtidos durante o curso, principalmente pelo fato de ter tido a oportunidade de acompanhar o crescimento do ecommerce na empresa, podendo ver de perto todas as dificuldades iniciantes mesmo sendo uma empresa já previamente estruturada.

Foi possível ver que a rotina administrativa é muito dinâmica e os problemas aparecem de forma repentina e precisam de soluções muitas vezes inovadoras que não estão escritas em livros, mas que são elaboradas conforme a síntese de todo o conteúdo aprendido, em paralelo, o conhecimento teórico aprendido durante o curso, fluiu como a união de um quebra cabeça

Acredito que essa oportunidade rara de ter ajudado a construir algo e ao mesmo tempo ter autonomia e voz para decisões dentro de um estágio, o tornou extremamente gratificante para o meu desenvolvimento profissional e direcionamento pessoal, ousou dizer, que foi a melhor experiência profissional, capaz de juntar o teórico e a prática de forma que a pudesse explorar a verdadeira capacidade administrativa de gestão empresarial.

Por fim, graças a esta oportunidade de estágio, dediquei quase 2 anos nesta experiência a fim de construir, aprender e moldar meus pensamentos profissionais, que resultaram nas seguintes decisões: atualmente sou prestadora de serviços do ramo de ecommerce e seguidora do empreendedorismo nato, pude iniciar o meu próprio ecommerce (registrado sobre o CNPJ 46.828.239/0001-55) para aplicar toda minha bagagem profissional em construção. Assim, sinto-me mais preparada e decidida para quais caminhos seguir e extremamente grata a todos os professores que participaram da construção da minha formação e a empresa que me proporcionou o crescimento administrativo. Gratidão.

REFERÊNCIAS

ABRANTES, José. **Teoria geral da administração - tga: a antropologia empresarial e a problemática ambiental**. Editora: Editora Interciência, 2012.

BLING. **Sistema de gestão online**. Disponível para acesso em: <https://www.bling.com.br/>

CANVA. **Editor Online**. Disponível para acesso em: <https://www.canva.com/>

CASA DAS SEMENTES LAVRAS. **Site Oficial**. Disponível em: <https://www.casadasementeslavras.com.br/>

CHIAVENATO, Idalberto. **Introdução à Teoria Geral da Administração**. Editora Elsevier São Paulo, SP. Grupo GEN, 2003.

EMC. **Sistema de Solução Fiscal**. Disponível para acesso em: <https://www.emcsistemas.com.br/>

FERREIRA, L. **O que são negócios digitais?** Nuvem Shop, 2020. Disponível para acesso: <https://www.nuvemshop.com.br/blog/negocios-digitais/>. Acesso em 10, dez 2023.

FERNANDES. **Agronegócio no Brasil: qual a Importância para o País?**. Disponível para acesso em: <https://agropos.com.br/agronegocio-no-brasil/>. Acesso em 5 dez 2023.

NEX. **Sistema de Gestão**. Disponível para acesso: <https://www.nextar.com.br/>

RIBEIRO. L, O de M. **Ferramentas Qualitativas e Quantitativas aplicadas à tomada de decisões em logística**. Editora Freitas, 124 páginas. Disponível para acesso em: <https://plataforma.bvirtual.com.br/Acervo/Publicacao/198878>

SHOPEE. **Marketplace**. Disponível para acesso em: <https://shopee.com.br/>

SUTTO, G. **Pandemia gera explosão de marketplaces e aumenta disputa por consumidores**. Infomoney, 2021. Disponível para acesso em: <https://www.infomoney.com.br/negocios/pandemia-gera-explosao-de-marketplaces-e-aumenta-disputa-por-consumidores/>. Acesso em 20, nov 2023.

MAGALU. **Marketplace**. Disponível para acesso em: <https://www.magazineluiza.com.br/>

MERCADOLIVRE. **Marketplace**. Disponível para acesso em: <https://www.mercadolivre.com.br/>.