



Universidade de Brasília

UNIVERSIDADE DE BRASÍLIA - UNB

FACULDADE DE PLANALTINA

CURSO DE GRADUAÇÃO EM GESTÃO DO AGRONEGÓCIO

**RELATÓRIO SOBRE A CENTRAL DE PRODUTOS ORGÂNICOS DIRETO DO
PRODUTOR (CEPODI)**

Autor: Rafael Medeiros Vieira

Orientador: Luciana de Oliveira Miranda

Brasília, DF

2022

RAFAEL MEDEIROS VIEIRA

**RELATÓRIO SOBRE A CENTRAL DE PRODUTOS ORGÂNICOS DIRETO DO
PRODUTOR (CEPODI)**

Relatório submetido ao curso de graduação em Gestão do Agronegócio da Universidade de Brasília, como requisito parcial para obtenção do Título de Bacharel em Gestão do Agronegócio.

Orientador (a): Doutora Luciana de Oliveira Miranda

Brasília, DF

2022

RESUMO

Este relatório trouxe as realizações profissionais que foram feitas em um estágio supervisionado na Central de Produtos Orgânicos Direto do Produtor. Os métodos de pesquisa foram uma análise bibliográfica focada em sistemas online de controle organizacional e economias solidárias e como elas podem afetar este mercado de agronegócio. Esta peça então faz uma análise objetiva desta frente para o produtor do DF para venda de produtos orgânicos, analisando a economia solidária e os sistemas de ERP Bling que foram utilizados nesta empresa para fazer a gerência financeira, de estoque, e venda de e-commerce para diversas partes do Plano Piloto. Este estágio foi focado na parte de apoio a gestão desta loja de produtos orgânicos, e este relatório traz contribuições profissionais e os processos do dia a dia que o estágio trouxe, além de desafios que vieram por causa de dois fatores críticos para o agronegócio brasileiro, a crise da pandemia, e os efeitos da guerra na Ucrânia. Com essa análise, foram feitas as conclusões profissionais de estar com essa empresa por três meses.

Palavras-chave: Cepodi, Produtos Orgânicos, Apoio a gestão, Sistemas ERP, Economia Solidária.

SUMÁRIO

RESUMO	3
INTRODUÇÃO	5
A Central de Produtos Orgânicos Direto do Produtor	5
Atividades Desenvolvidas	8
Sistemas utilizados	10
Aplicativo Bling	10
Plataforma Google Drive	11
Contribuições Profissionais	11
REVISÃO BIBLIOGRÁFICA	12
Sistemas ERP	12
Economias solidárias	13
METODOLOGIA	14
EXPERIÊNCIA PRÁTICA, RESULTADOS E DISCUSSÃO	15
Organização do espaço	15
O aplicativo ERP em uso	18
Sistemas de e-commerce e como são organizadas as vendas.	19
Comunicação e Marketing.	20
Chegada de produtos e uso de inventários físicos e virtuais	22
Preparação e resultados da feira.	25
	4

CONCLUSÕES	28
REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS	29

INTRODUÇÃO

A última década viu os negócios de varejo como uma das áreas de crescimento da economia global, testemunhando altas taxas de crescimento nos países desenvolvidos e crescimento exponencial nas economias emergentes. O rápido crescimento é um fator essencial, seguido pelo aumento da concorrência e pelo surgimento de novos formatos de varejo na formação do novo cenário das lojas de varejo. Com novos formatos de varejo permitindo que a mercadoria seja oferecida em diferentes formatos, a concorrência tornou-se intensa na direção de onde está vindo. Além disso, os consumidores agora levam muitos fatores em conta ao selecionar uma loja de varejo.

Os consumidores estão se tornando mais sensíveis na seleção de lojas, aumentando a importância das lojas de varejo no estabelecimento de identidades de marca em vez de apenas abrir lojas de varejo. Considerando isso, o estudo de como os consumidores escolhem lojas de varejo e o que impulsiona a escolha de sua loja será uma contribuição essencial para o setor varejista e suas afiliadas para responder às demandas mutáveis dos clientes e desenvolvimentos no setor varejista. A seleção de lojas tem sido um tema de pesquisa para muitos pesquisadores com diferentes perspectivas. O setor varejista continua enfrentando mudanças estruturais, com algumas mudanças refletidas pelas escolhas dos consumidores sobre quando e onde fazer suas compras. (ZULQARNAIN, ZAFAR, SHAHZAD, 2015)

A Central de Produtos Orgânicos Direto do Produtor

A Central de Produtos Orgânicos Direto do Produtor LTDA (CEPODI) é uma microempresa formada para fomentar uma economia solidária com produtores e consumidores do DF e entorno. Uma economia solidária ou economia social e solidária refere-se a uma ampla gama de atividades

econômicas que visam priorizar a rentabilidade social em vez de lucros puramente financeiros. Uma característica fundamental que distingue entidades de economia solidária de empresas privadas e públicas é o caráter participativo e democrático da governança nos processos decisórios como um dos principais princípios do setor da economia solidária. A participação ativa de todas as pessoas envolvidas nos procedimentos de tomada de decisão contribui para o seu empoderamento como sujeitos políticos ativos.

Foto 1: A frente da Cepodi



Fonte: Foto produzida pelo autor do trabalho.

As informações da Cepodi, empresa de Brasília/DF fundada em 05/02/2021. Sua atividade principal é comércio varejista de produtos alimentícios em geral ou especializado em produtos alimentícios com o código de natureza Jurídica sendo uma Sociedade Empresária Limitada. Ela está localizada no logradouro da Q Shcgn 707 Bloco B Casa 44 com o CEP 70.740-732 no bairro

da Asa Norte e com o telefone +55 (61) 9835-3281. A empresa Cepodi têm demonstrado valores de cooperação entre os sócios e os parceiros, tendo em mente alinhar-se com diversos produtores que vendem produtos orgânicos, e restaurantes que necessitam de nossos produtos frescos e alinhados a nova consciência de sustentabilidade na alimentação e produção de ingredientes orgânicos.

Quadro 1: Missão e visão da organização.

Missão da Cepodi	Apoio a colaboradores. Fomentar uma economia solidária alinhada ao produtor orgânico. Aumentar as práticas de sustentabilidade no DF.
Visão da Cepodi	Criar novos parceiros. Criar novos comércios. Fortalecimento de parceiros após o abalo da pandemia no setor do agronegócio. Fortalecimento do setor do agronegócio brasileiro após a crise da Ucrânia.

Fonte: Produzido pelo autor do trabalho.

De acordo com o quadro 1, a missão da organização está no apoio aos colaboradores de Brasília, sejam produtores e fornecedores de produtos orgânicos e fomentar uma economia que esteja alinhada às práticas de sustentabilidade tanto no meio ambiente, quanto à saúde dos clientes e

trabalhadores. Criando assim uma rede empreendedora que se aplica a área orgânica e sustentável para todos os *stakeholders*.

A Cepodi é uma empresa que valoriza as ações do pequeno produtor e expande o foco da sustentabilidade no agronegócio brasileiro. Tendo em mente isso, pode-se olhar para a visão da Cepodi e como ela afeta o mercado e a situação do pequeno produtor. Com a visão de expandir as suas operações até o próximo ano, a visão da Cepodi está em criar novos parceiros e comércios, fortalecer as ligações com parceiros existentes e ajudar a todos a se fortalecer após o abalo que a pandemia criou para a área do agronegócio.

A Cepodi está aliada a Terramana, uma empresa irmã que produz produtos orgânicos, e alimenta a loja de vendas com os produtos vindos desta chácara. Além dela, existem diversos produtores em Brasília que também fazem as vendas para a Cepodi. Tendo em mente essas parcerias o organograma da empresa fica.

As competências que devem ser realizadas pelo setor estão no apoio a gestão da Cepodi, atividades de controle de estoque de produtos naturais e de mercearia, loja de venda e marketing virtuais, além de sistemas ERP de negócios. Relatórios que devem ser confeccionados para análise de preços e custos, e ajuda solidária. Além disso, dispõe de uma feira de produtos fora da loja que acontece todos os sábados, então é de suma importância para criar bancos de informações sobre as ofertas de produtos e vendas que acontecem na feira.

Atividades Desenvolvidas

As atividades desenvolvidas estão concentradas na área de apoio a gestão da central de produtos orgânicos direto do produtor (Cepodi). No sentido mais geral, as atribuições administrativas são as tarefas e atividades que fazem parte das operações diárias de um negócio. Em algumas empresas, espera-se também que os assistentes administrativos saibam como usar o software de controle, agendamento e gerenciamento. Na Cepodi é esperado o desempenho ou gestão de operações de negócios.

Quadro 2: Atividades de apoio de gestão feitas na Cepodi

Organização do espaço e inventário

A organização de espaço e inventário é importante para a Cepodi, pois trabalha com produtos orgânicos e in-natura que tem um prazo de validade menor.

Sistema ERP

O sistema ERP Bling e o Google Planilhas são utilizados para fazer a gestão de controle de estoque, e gestão financeira da Cepodi.

Preparação e controle para a feira.

A feira da Cepodi e colaboradores acontece no sábado. É importante fazer atividades de gestão na sexta-feira e segunda-feira para o controle financeiro e pagamento de colaboradores.

Fonte: Produzido pelo autor do trabalho.

De acordo com o quadro 2 a primeira atividade específica está no manejo da organização do espaço e inventário da organização. Abertura de caixa, organização dos produtos, e entradas de inventário são atividades cotidianas na parte de organização do espaço. A Cepodi trabalha com produtos orgânicos direto do produtor, e um dever é a organização do espaço para a chegada de produtos. As funções encarregadas são de checagem de produtos, analisando a entrada de produtos e registrando um inventário para a gestão de estoque do local. A Cepodi trabalha tanto com o comércio e a colaboração com o produtor rural. A área de organização do inventário é feita em partes, por meio físico do registro em tabelas, para depois serem registradas permanentemente em aplicativos como o Google Planilhas, que é uma plataforma na nuvem. Isto é importante para demonstrar para cada produtor, o que está sendo oferecido e vendido.

A segunda atividade consiste em utilizar o sistema ERP chamado Bling para controle de vendas, controle financeiro e controle de estoque virtual. A maioria do tempo do expediente é passado fazendo atividades de apoio de controle do sistema, e também na plataforma de Google Drive,

utilizando o Google planilhas para relatórios e gestão financeira. O segundo sistema Google Drive é utilizado para manter informações sobre colaboradores, relatórios que são feitos para demonstrar os produtos que chegaram na Cepodi, a quantidade vendida, o preço que eles foram vendidos, descontos e mais. Essas informações são valiosas para fazer pagamentos aos colaboradores da Cepodi.

A terceira atividade é fazer atividades de apoio para a preparação da feira. Onde produtos são selecionados na sexta-feira, e transportados para serem vendidos na feira da Cepodi no sábado. Na sexta é feito um controle de estoque em o que vai ser levado. Esse controle é importante para saber quantos produtos serão vendidos. Na segunda-feira, é feito um controle de vendas que foram feitas, tanto pela Cepodi, quanto colaboradores que também venham a vender na feira. Essa atividade é crítica pois o pagamento dos colaboradores que participam na feira acontece no espaço de uma a duas semanas.

Sistemas utilizados

Aplicativo Bling

Os sistemas mais utilizados para um empreendimento deste tipo são os ERPs, e o sistema escolhido pela Cepodi foi o Bling, uma plataforma online que facilita o comércio, como notas fiscais, e-commerce e boletos bancários, e também ajuda a fazer o controle de estoque de produtos que chegam e saem da loja em si. O Cepodi trabalha com diversos produtos que podem vender rapidamente, então é necessário um sistema ágil e completo para fazer este balanço de produtos.

Com o Bling também é possível fazer integrações com sistemas adicionais, como lojas de e-commerce, e também exportar dados em formato excel. Com esta integração e facilidade de exportação de dados, o Bling se torna uma ferramenta valiosa para a gestão de finanças e gestão de estoque da Cepodi.

Aplicativo Instabuy

A loja e-commerce que é utilizada, com a integração ao sistema ERP do Bling, é possível fazer uma ligação instantânea de preços e disponibilidade de produtos na página de comércio online de

produtos orgânicos da Cepodi. Utilizando-se deste sistema o alcance das vendas da Cepodi se amplia para várias localizações no DF, utilizando um sistema de cestas de hortaliças e frutas. Vendas de produtos de beleza orgânicos e sustentáveis, e vendas de mercearia de marcas parceiras com o olhar sustentável para os seus produtos.

Plataforma Google Drive

O Google Drive é um serviço de armazenamento e sincronização de arquivos criado pelo Google. Ele permite que os usuários armazenem arquivos na nuvem, sincronizem arquivos entre dispositivos e compartilhem arquivos. O Google Drive engloba documentos, folhas e slides do Google, um pacote office que permite a edição colaborativa de documentos, planilhas, apresentações, desenhos, formulários e muito mais. O Google Drive foi disponibilizado gratuitamente para todos os aplicativos do Google para educação que tenham armazenamento e suporte ilimitados para arquivos individuais de até 5 terabytes de tamanho, com criptografia completa. Os usuários podem procurar imagens descrevendo ou nomeando, o que está nelas. Por exemplo, uma busca por "montanha" devolve todas as fotos das montanhas, bem como quaisquer documentos de texto sobre montanhas. (ABUBAKAR, 2019)

Com uma plataforma integrada como o Google drive, se dispõe o Google Planilhas, uma plataforma tipo Excel online e salvo na nuvem. Utilizando-se desta aplicação é possível montar tabelas complexas para ajudar na gestão financeira, elaborando relatórios complexos para ajudar os colaboradores, gestores e produtores da Cepodi. O Google planilhas é utilizado para fazer um segundo controle de estoque e precificação de produtos. Além disso, essa plataforma é utilizada para manter relatórios financeiros, de gestão, pendências e várias informações sobre o Cepodi.

Contribuições Profissionais

O trabalho feito ajudou a desfechar várias atividades vitais da Cepodi, aliviando essas atividades e encorajando os funcionários a tratar de atividades como a expansão do site de vendas da Cepodi, enquanto o estagiário estava lidando com essas atividades de atender aos sistemas de gerenciamento de espaço, inventário e organização de tarefas.

As contribuições feitas foram alcançadas pelo zelo e respeito às atividades da Cepodi que trabalham em uma área crítica de valorização dos produtores do DF. Com o apoio de atividades de gestão de estoque, e financeira, além de organização de espaço, o estagiário tem uma posição crítica de abertura do espaço da Cepodi na parte da manhã, o turno da manhã onde o estagiário atua e considerado o ponto mais frágil das operações diárias da Cepodi, sendo encarregado desta área, as contribuições para o empreendimento solidário ficam claras.

REVISÃO BIBLIOGRÁFICA

Sistemas ERP

Para Al-Mashari (2003) os sistemas de planejamento de recursos corporativos (ERP) podem ser considerados como um dos desenvolvimentos mais inovadores em tecnologia da informação (TI) da década de 1990. Embora os sistemas ERP tenham sido tradicionalmente usados por indústrias intensivas em capital, como manufatura, construção e defesa, eles foram recentemente implementados nos setores financeiro, educacional, varejo e telecomunicações. Os sistemas ERP são agora considerados a tecnologia padrão na qual muitas organizações estão operando seus negócios.

Para Shaul e Tauber (2013) às organizações percebem o ERP como uma ferramenta vital para a concorrência organizacional, pois integra sistemas organizacionais dispersos e permite transações e produção impecáveis. Muitas vezes, as empresas sofrem de mau ajuste entre o sistema ERP e a organização. Um desajuste entre os processos de boas práticas implementados dentro do sistema ERP e os processos de negócios de pré-implementação da organização leva a mais personalização de processos de software, mais ciclos de implementação, maior complexidade, aumento de recursos e um cronograma de projetos mais longo. Para superar esse desajuste, as empresas podem estabelecer um quadro que leve em consideração as falhas primárias da má liderança, má gestão de projetos, má qualidade dos dados, má formação e resistência dos usuários. A equipe do projeto pode eventualmente ser equipada com informações abrangentes e úteis sobre os processos de negócios atuais e como as informações são acessadas e flui através de divisões ou sistemas, uma vez que a maioria dos fornecedores de software ERP faz suposições sobre filosofia de gerenciamento e práticas de negócios.

Para Waagle (1998) implementar sistemas ERP com sucesso está repleto de riscos. Exige uma liderança forte, um plano de implementação claro, um olhar constante sobre o orçamento e uma participação explícita no projeto para unidades de negócios. A capacidade de gerenciar operações dessa complexidade pode ser escassa, e os excessos de custos e deslizamentos são muito comuns. Garantir desde o início que uma empresa tenha um forte caso de negócios e reconhecer as armadilhas mais comuns será um longo caminho para reduzir os riscos. A adoção do sistema ERP em uma organização requer esforços intensos, com foco tanto em temas tecnológicos quanto empresariais de implementação. Fundamental para o sucesso desses esforços é a adequada preparação organizacional para embarcar no ERP. Um dos grandes desafios na adoção do ERP é a garantia de flexibilidade. As organizações sempre precisarão integrar funcionalidades de negócios recém-adquiridas em seus sistemas de processamento de dados com o tempo mínimo possível.

Este relatório toma o conceito de sistema ERP como uma ferramenta organizacional que integra os processos da empresa em uma única plataforma de negócios e gestão onde é possível monitorar e gerir o produto ou serviço ofertado, desde o estoque até a parte financeira.

Economias solidárias

Para Fonteneau (2010) organizações de ajuda mútua existem há muito tempo em quase todos os lugares. As sociedades de benefícios mútuos são organizações cujo objetivo é essencialmente fornecer serviços sociais para seus membros individuais e seus dependentes. Essas sociedades – sejam formais ou informais – atendem à necessidade das comunidades de organizar o próprio alívio social coletivo, compartilhando uma grande variedade de riscos: cuidados de saúde, medicamentos, doenças (como doenças ou acidentes), apoio material para famílias enlutadas, repatriação de um corpo, gastos incorridos em rituais (como sociedades funerárias), colheitas pobres, épocas de pesca pobres, etc.

As sociedades de benefícios mútuos prestam serviços através de um mecanismo onde os riscos são compartilhados e os recursos são agrupados. As principais diferenças entre essas e as companhias de seguros clássicas é que as sociedades de benefícios mútuos não têm fins lucrativos e não selecionam seus membros nem calculam os prêmios dos membros com base em seus riscos

individuais. A economia solidária converge em diversas formas que incorporam o sistema de solidariedade que tem como princípios de redistribuição, reciprocidade e livre-concorrência que traz uma transformação cultural e ideológica para a produção econômica. (AZAMBUJA, 2009)

Este relatório toma o conceito de economia solidária como atividades recíprocas de mercado como uma estratégia de organização que permite geração de emprego e renda de forma sustentável de forma democrática e sustentável.

METODOLOGIA

Este relatório utilizou uma metodologia qualitativa. A pesquisa qualitativa estuda dados verbais, pessoais e de experiência empírica para analisar e discutir um fenômeno ou objetivo de um trabalho científico. Ele se diferencia do estudo quantitativo que trabalha com números e dados e que requer técnicas de análise de dados baseados em modelos científicos e matemáticos. (MACHADO, 2022)

A pesquisa explora uma análise bibliográfica para explicar sistemas e assuntos que foram discutidos ao longo do texto. Um estudo em campo onde foi relatado as experiências profissionais do estagiário no estágio supervisionado na empresa central de produtos orgânicos direto do produtor.

Quadro 3: Metodologia utilizada no relatório.

Análise bibliográfica	<ul style="list-style-type: none">● Diversos sistemas.● Conceitos utilizados.
Estudo de campo	<ul style="list-style-type: none">● Experiências pessoais.● Atividades realizadas.

Fonte: Produzido pelo autor do trabalho.

O quadro 3 explicita as fases deste relatório. Com a análise bibliográfica e os conceitos utilizados explicados, este relatório então diversifica e explica em detalhe as atividades realizadas e as experiências pessoais que o estagiário teve com a empresa de produtos orgânicos. Este relatório

foi produzido em torno de 15 semanas e reflete as atividades realizadas pelo estagiário e os funcionários, supervisores e pessoas que ele teve laços profissionais. Atividades previamente realizadas pela empresa que o estagiário não teve parte não serão refletidas pelo autor pois esta análise em campo deve ser objetiva para condizer com a impessoalidade deste relatório conforme o manual referido de estágio supervisionado.

EXPERIÊNCIA PRÁTICA, RESULTADOS E DISCUSSÃO

Esta parte do relatório será reservada para uma análise profunda de cada atividade demonstrada no quadro 2. Este texto irá descrever as atividades de apoio e as subatividades e diversos processos que o estagiário experienciou no prazo determinado pelo contrato de estágio obrigatório da UnB na empresa Cepodi. O estagiário começa todos os dias fazendo a abertura da loja na parte matutina, utilizando o sistema para a abertura de caixa e contabilidade de notas de reais para pagamentos em dinheiro vivo, e também monitorado o sistema de máquina de pagamentos por cartão e o *sticker* de pagamentos com o código para pagamentos PIX. A segunda parte das atividades de apoio para a gestão da loja está na organização do espaço.

Organização do espaço

A Cepodi é uma loja de produtos orgânicos, e como há uma mudança frequente de produtos que são disponibilizados pelos produtores e fornecedores da loja. Com este entendimento a organização do espaço se torna crucial para deixar os produtos atrativos. Existe uma ciência de como fazer os produtos ficarem mais atrativos em vista para o cliente. Com pesquisas de como tratar os estandes e produtos, sejam eles cheios de coisas para vender, ou mais assimétricos em volume de produtos.

Um bom organizador de espaço deve levar em conta esta parte quando deve fazer uma estratégia de onde deixar os produtos, e como melhor demonstrá-los para o cliente.

No ambiente de informação denso de hoje, uma questão emergente no comportamento das compras é como os consumidores utilizam pistas sensoriais e sociais dentro do ambiente de varejo para fazer escolhas de compra. A questão é dada de maior importância, pois os consumidores dependem cada vez mais das características externas do produto – incluindo embalagem, layout

de exposição, branding e tendências sociais – durante a experiência de compra. Os compradores que avaliam rapidamente a relativa escassez das prateleiras de exibição de varejo estão, em essência, realizando uma tarefa global de numerosidade. Ao avaliar a atividade de compra anterior entre dois displays, os compradores percebem diferenças nos padrões numéricos, que geram julgamentos sobre o uso de displays. Ao orientar suas próprias decisões de seleção, os compradores podem então associar o aumento do uso de exibição com uma popularidade mais significativa do produto, talvez acendendo uma propensão para comprar itens de prateleiras mais esparsas. A decisão final de compra, não obstante, a pesquisa de produtos de um comprador em um ambiente de varejo frequentemente começa com um julgamento instantâneo de numerosidade. (MASSARA, PORCHEDDU, MELARA, 2014)

Também tende-se a perceber os impactos que a pandemia da Covid-19 e a Guerra na Ucrânia teve na organização de espaços de lojas pequenas de varejo de produtos sustentáveis, especialmente em uma que é afetada pela agroindústria, um setor que foi afetado grandemente pela crise de saúde global, que afetou principalmente os pequenos produtores.

Para Robinson (2016) a pandemia COVID-19 afetou muitos aspectos da vida das pessoas. As cadeias de suprimentos das empresas foram afetadas, as taxas de desemprego aumentaram drasticamente e as ordens de permanência impostas pelo governo tornaram os supermercados quase nossa única fonte de alimentos e outros produtos domésticos necessários. A escassez ocorreu inerentemente; as causas para a escassez variaram, assim como suas durações. Isso afetou a Cepodi, e com isso deve-se olhar para soluções em que produtos que começaram a ter falta por causa dessa crise.

Foto 2: Representação do Espaço da CEPODI



Fonte: Foto produzida pela câmera do aluno.

Na Foto 2 pode-se ver como o espaço é organizado, existe a prateleira central onde os produtos de mercearia são expostos para o cliente, e as caixas azuis no fundo são postos os produtos como frutas, onde são expostos por exemplo o maracujá pérola do cerrado orgânico, uma das frutas mais procuradas pelo seu gosto e pelo bem-estar que ela causa às pessoas. Existe uma seção de geladeiras, onde são guardados produtos que tem baixa validade em ambientes com temperatura ambiente. Por exemplo, mandiocas, framboesas, cogumelos de vários tipos são postos nessas geladeiras. Além disso existe uma geladeira de exposição aberta onde são expostos para o cliente diversas hortaliças orgânicas.

A organização de espaço trouxe algumas saídas para este problema, utilizando táticas de psicologia, foi possível alterar a percepção de abundância de alguns produtos sazonais que tiveram boa produção como o famoso maracujá pérola do cerrado, além disso abacates, bananas e abóboras

italianas esperaram durante este momento. Então foi necessário dar uma atenção especial para como estes produtos podem ser demonstrados para o cliente. Alfaces, coentro, rúcula e couves também tiveram bastante produção, enquanto PANCs foram mais limitadas.

O aplicativo ERP em uso

O aplicativo ERP utilizado é o Bling, com ele pode-se cadastrar diversos produtos que são vendidos na Cepodi, tendo diversos produtos desde a mercearia, e produtos em natura, um sistema online responsivo deve ser utilizado para responder às demandas de uma organização no contexto e cenário tecnológico que o mundo se encontra.

Esse tipo de aplicativo monitora não somente o controle de estoque, podendo ser atualizado em tempo real com a chegada de produtos, mas também pode ser utilizada para formular relatórios financeiros, emitir notas fiscais, editar o preço e informações de fornecedores de produtos, cadastrar novos produtos com todas as informações legais já automaticamente preenchidas. Com ele pode fazer mudanças de preço, dar descontos, e editar vendas com a forma de pagamentos. Com esse controle total da parte de estoque, produtos, e vendas, o sistema ERP se torna vital.

A maioria das soluções de software vem de sistemas que estão conectados à internet e à nuvem. Ou seja, as informações são guardadas nos servidores da empresa que a Cepodi contrata, no caso o Bling. Com essa solução em nuvem, a Cepodi não precisa ter um time dedicado a manter uma base de dados local, o que custaria para a empresa, tendo de manter como operar. Soluções como essa são utilizadas para empresas pequenas para dar vantagem competitiva a empresas maiores com o próprio sistema. Com essa forma, o sistema ERP funciona como uma mensalidade, onde é cobrado o preço pelo espaço utilizado e as funcionalidades oferecidas pela solução. Essa solução também integra com diversos sistemas, e na Cepodi, é utilizado um chamado Insta-buy, uma plataforma de comércio eletrônico. O Bling conecta os produtos cadastrados nele para venda online. Mesmo não sendo presencialmente, a Cepodi ainda consegue fazer as suas vendas no meio digital.

Os estagiários interagem com este sistema nos passos de venda de produtos, controle de estoque, e também controle de preços do produto. Todos os dias, é feita a abertura do caixa, onde abre o sistema no computador onde fica o caixa, é contabilizado as notas em dinheiro vivo e é analisado

se está condizente com o que foi contabilizado no dia anterior. Essas notas serão utilizadas como troco caso algum cliente queira pagar com dinheiro vivo. Este valor é diretamente inserido para abrir o caixa. O Bling possui a funcionalidade de frente de caixa, onde podem ser inseridos os produtos que os clientes pegaram, pode ser inserido o CPF do cliente, e depois podem ser escolhidas as formas de pagamento. A Cepodi por ser pequena, não possui funcionalidades de escaneamento de produtos, ou seja, deve ser procurada no sistema de forma de busca, e busca avançada para que a pessoa que esteja operacionalizando o caixa consiga fazer a lista eletrônica das compras de um cliente.

Sistemas de e-commerce e como são organizadas as vendas.

Para Mendonça (2016), o sistema de e-commerce foi primeiramente implementado no Brasil pela loja Magazine Luiza em 1970, a partir deste ponto, o espaço de e-commerce cresceu significativamente. Tanto que microempresas como a Cepodi podem participar deste espaço de vendas online focados na região do Plano Piloto.

O sistema InstaBuy é uma plataforma de e-commerce que visa ajudar pequenas e médias empresas a entrar em sua loja no mundo virtual e trazer comodidade aos compradores. Eles funcionam como um shopping online, com lojas de diversos segmentos customizadas com a cara do seu negócio. Os usuários podem comprar de roupas a verduras sem sair de casa, e o varejista pode conquistar um novo canal de vendas para aumentar sua receita. É uma plataforma com escalabilidade e estabilidade para pequenos varejistas e possui funcionalidades online que não dividem espaço com outros concorrentes. (“Instabuy - Aplicativo e e-commerce para supermercados.”, 2021)

O sistema de e-commerce trabalha com cestas de produtos in-natura, onde é possível selecionar o tamanho da cesta. Com essa informação é possível montar uma cesta de produtos selecionados com base em estoque e sazonalidade. Então é feita uma cesta com produtos, desde legumes, frutas e hortaliças e PANCS.

Para entregar estes produtos separados, existe a integração com o sistema ERP Bling, onde pode ser emitida a nota com os produtos que foram selecionados pelo funcionário ou estagiário no momento do pedido. Com isso, o cliente é informado. A Cepodi trabalha em base de entregas na Asa Norte e Asa Sul no Plano Piloto de Brasília Distrito Federal, com essa escolha o cliente paga

uma taxa de entrega, seja na Asa Norte ou Asa Sul, clientes que moram em outras regiões ou que querem buscar a cesta selecionada podem buscar os seus pedidos presencialmente.

Também na Cepodi existe um relacionamento entre diversos restaurantes em Brasília, onde por meio de comunicação online, o cliente pede diversos produtos orgânicos que a Cepodi oferece, essas parcerias cadastradas buscam pagar por meio de boleto bancário, onde são predeterminadas a lista de produtos a serem entregues na porta do restaurante. Os sistemas ERP são utilizados para fazer estes cadastros e mantê-los em dia. Com isso o estagiário ou funcionário também pode manter as relações com comunicação por meio de WhatsApp Business, outra ferramenta tecnológica, e desta vez utilizada para manter as nossas parcerias por meio de comunicação e presença social.

Comunicação e Marketing.

Para Harris e Rae (2009) as comunidades online evoluíram consideravelmente desde os primeiros dias de grupos de notícias e salas de bate-papo. Eles oferecem um meio simples de superar a falta de contato humano online e, portanto, podem atender às necessidades de atividade social dos consumidores. A internet impacta a inovação empresarial, ampliando o alcance e minimizando o tempo de atraso no mercado. Não faz muito tempo o objetivo de uma campanha de marketing online só poderia ter sido atrair o consumidor para clicar no site de uma empresa, mas agora o objetivo é criar "engajamento sustentado" com o consumidor. O marketing moderno requer um foco na inovação e na construção de relacionamentos de marcas.

Para comunicação e marketing, são utilizadas as plataformas a seguir, WhatsApp Business, Instagram e plataforma de e-mail Gmail. A plataforma de comunicação por mensagens WhatsApp da empresa Meta já é a plataforma dominante de comunicação no Brasil, é o formato mais conhecido e acessível de comunicação a longa distância para negócios e parceiros, podendo com ele repassar mensagens de áudio, arquivos e fotos e listas de pedidos.

Clientes que querem algum produto específico podem por exemplo contatar a Cepodi por meio destas plataformas de comunicação, e com isso serem avisados do estoque do produto específico, economizando a vida do cliente, e tendo um relacionamento amigável e sustentável com eles.

A formação de clientes fiéis é de suma importância para a Cepodi. Além disso, nossos parceiros, como restaurantes, têm necessidade de saber do nosso estoque semana após semana, por que mudanças no estoque de um restaurante acontecem com rapidez. Parcerias que devem ser entregues 70 unidades de hortaliças na semana podem precisar de mais alface, ou mais rúculas por exemplo. Com o método de comunicação instantâneo da plataforma WhatsApp pode-se trocar informações sobre necessidades específicas de nossos parceiros em instantes. Pode-se até fazer alterações poucos minutos antes da entrega, o que é ideal para demonstrar essa flexibilidade para os parceiros da Cepodi, aumentando a confiança que eles têm na empresa solidária que apoia tanto os produtores de Brasília e apoia um comércio solidário e sustentável.

Todas as terças-feiras há um desconto em cogumelos que chegaram na Cepodi na semana anterior, este desconto de 20% em uma forma de marketing que é postada em na plataforma Instagram onde aparece na seção de *stories*, uma ferramenta rápida de divulgação de produtos para a empresa Cepodi para diversos consumidores que seguem as mídias sociais. Essa integração do marketing online é importante para fazer divulgações importantes. Por exemplo, a Cepodi trabalhava com almoço onde eram utilizados os alimentos direto do produtor de Brasília, colocando um prato pronto, orgânico e saudável para pessoas que queriam almoçar na Cepodi, este prato era um prato produzido a cada dia com diferentes ingredientes. Ou seja, todo dia o estagiário utilizava plataformas de criação de anúncios como o Canva para criar um menu do dia, com os ingredientes utilizados. Com isso, a Cepodi fazia um almoço sustentável para os clientes da Cepodi com um preço acessível.

Quando terminou o contrato do cozinheiro(a) da Cepodi, o estagiário fez o anúncio que não haverá almoço nas próximas semanas enquanto é resolvido este assunto pelos supervisores. Esta rápida comunicação ajude os clientes da Cepodi a saberem da situação da cozinha da Cepodi, as mudanças foram devidamente feitas na plataforma Google Maps onde o horário de funcionamento do almoço foi retirado completamente pelo estagiário, esta mudança alertou também a clientes que não seguem a Cepodi nas redes sociais e não conseguem verificar os avisos. Comunicação não é somente importante para os fornecedores e parceiros da Cepodi, mas também para manter as relações com clientes e consumidores dos produtos da empresa.

Essas atividades de comunicação são de suma importância para o apoio à gestão da Cepodi e este controle de vendas, clientes e parceiros.

Chegada de produtos e uso de inventários físicos e virtuais

A Cepodi é uma loja de produtos orgânicos, então a entrada e saída de produtos é frequente. No turno da manhã os transportes de produtos acontecem de terça a quinta feira. Os produtos são transferidos para a Cepodi de dois métodos diferentes. O produtor ou parceiro da empresa pode fazer a entrega própria de seus produtos para a porta da Cepodi.

Tabela 1: Demonstrativo do inventário físico e como ele é preenchido.

PRODUTOR PRODUTOR FICTÍCIO A		DATA XX/XX/2022		
INVENTÁRIOS DE PRODUTOS		NÚMERO DE CAIXAS: 5 Caixas		
PRODUTOS	OFERTAS	UNIDADES	D	C
Alface Americana	12	Unidade – 300 gramas		
Rúcula	6	Maço – 200 gramas		
Maracujá Pérola	27	Quilogramas		

Milho Pipoca	5	Pacote – 400 gramas		
Serralha	12	Unidade – 200 gramas		
Cogumelo Shimeji (Marca X)	15	Bandeija - 300 gramas		
Framboesa (Marca X)	20	Bandeija – 200 gramas		
Morango (Marca X)	12	Bandeija – 300 gramas		
Alho Nacional	20	Quilogramas		
Arroz Integral (Marca X)	40	Pacote – 500 gramas		
Ovos Caipiras	35	Pacote – Duzia		
TRANSPORTE:	Assinatura	do	CONFERÊNCIA:	Assinatura
transportador.			do	estagiário.

BLING: Assinatura do estagiário.

PLANILHA: Assinatura do estagiário.

Fonte: Produzido pelo autor utilizando o inventário impresso da CEPODI como base.

Pode-se notar na tabela 1 um demonstrativo com um Produtor fictício A, para analisar este modo de inventário físico da Cepodi podemos ver que sempre é preenchido o nome do produtor e a data da entrega para fins de contabilização e pagamento pelos produtos. A Cepodi trabalha com diversos produtores orgânicos do DF e em torno então uma forma de contabilização certa e necessária para não haver erros de pagamento e da parte financeira e relatórios. Este inventário físico pode ser preenchido por diversas pessoas. Desde o produtor, transportador e até o estagiário na hora de receber os produtos. Essa flexibilização é importante para todos os funcionários, por exemplo quando tem uma entrega à tarde que o estagiário não pode receber.

O transporte de produtos pode ser feito pelo próprio produtor, mas a Cepodi também oferece o transporte de produtos, ou seja, o transportador pega os produtos que serão transferidos para a frente da loja, este serviço é anotado na quantidade de caixas sendo transportados, este número irá ser contabilizado como cobrança de entrega da Cepodi.

Ainda na tabela 1 pode-se notar os produtos que serão entregues e contabilizados. O estagiário recebe estes produtos e nota-se a qualidade da entrega, tendo um zelo para assegurar que os produtos orgânicos que serão disponibilizados não estão em péssimas qualidades. Depois que foi notado a qualidade dos produtos, é contabilizado a quantidade entregue de cada produto, além disso o peso dos produtos que são inseridos como quilograma para notar se há alguma variação do que foi escrito na tabela 1 como inventário físico. Se houver alguma mudança, a tabela de inventários física é atualizada na hora com os valores reais do que foi transportado. Se estas diferenças afetam esta entrega, o estagiário então repassa o erro para os supervisores da Central de Produtos Orgânicos Direto com o Produtor, para resolver este impasse de forma amigável e que não prejudique o produtor em si. Produtos de péssima qualidade serão enviados de volta, colocados na ala de produtos prolongados de exposição que tem desconto no valor, ou enviados para compostagem ou para produzir alimentos para criação de porco doméstico.

A segunda etapa da recepção de produtos novos está no arranjo destes produtos nas áreas de exposição para clientes, onde é devidamente colocado os produtos frescos orgânicos do produtor nas diversas áreas, precificando-os devidamente com os processos do Sistema ERP Bling.

Com este processo concluído é movido para a terceira parte, onde o estagiário utiliza-se dos computadores da Cepodi para inserir os valores que chegaram para o controle de estoque, função básica do sistema ERP onde é contabilizado o estoque e disponibilidade de diversos produtos que são vendidos na Cepodi. Com a integração para plataformas de Excel ou similares, o estagiário então exporta estes valores para uma planilha corporativa da Cepodi, utilizando-se da plataforma em nuvem Google Drive e ferramenta Google Planilhas, onde são contabilizados todas as entregas de cada produtor. Com isso é possível fazer relatórios mensais de cada produtor, o valor dos produtos que eles entregaram, despesas com transporte e o preço de venda de seus produtos na Cepodi.

Contabilizando os preços dos produtos, é possível fazer a gestão financeira da Cepodi, o estagiário pé encarregado dos três primeiros processos, o que demonstra a confiança da Cepodi nas realizações profissionais e o zelo que o estagiário tem para a qualidade dos produtos, contabilização correta de cada chegada e inserção nos sistemas eletrônicos que a Cepodi utiliza. Como pode se notar na tabela 1, cada etapa é assinada pelo funcionário que desempenhou as atividades, se os supervisores notarem algum erro, eles têm a opção de notificar o encarregado por aquela tarefa para tentar resolver o problema em questão.

Com esse controle de modo físico e virtual, é possível para a Cepodi trabalhar com diversos produtos sazonais, diversos preços de produtores e fornecedores diferentes e manter as relações financeiras e de parceria estáveis ao longo do tempo.

Preparação e resultados da feira.

Utilizando o Google Planilhas é possível criar uma tabela de produtos onde existe tanto o nome do produto, o tipo de unidade que será vendido e a quantidade do produto que será ofertada na feira, além do preço individual ou do quilograma do produto. Finalmente as sobras e vendas ficam em branco antes da tabela ser impressa e levada para a feira. Com os produtos ofertados a contabilização começa na sexta-feira.

O estagiário e demais funcionários pegam os estoques que serão ofertados na feira. Preparando os produtos in-natura em caixas para transporte. Com uma balança é possível contabilizar o peso de cada produto, com isso é inserido na planilha antes da impressão. Os produtos da feira então são transportados. Os funcionários da Cepodi então montaram uma feira no Plano Piloto, 216 Norte e vendem os produtos preparados na parte matutina e vespertina. Após a feira, então é feita a conferência das sobras de produtos, são pesadas as coisas e são anotados as sobras na lista impressa que foi preparada na sexta feira. Com isso, na segunda-feira o estagiário abre a loja como normal e organiza os produtos de volta para o varejo. Com isso, o estagiário recebe a lista da feira com as sobras preenchidas. A segunda etapa deste processo na segunda-feira é de inserção das sobras na lista planilhada, com uma fórmula básica é possível achar o que foi vendido na feira e contabilizar as vendas totais da feira.

Os produtores parceiros também fazem as vendas de seus produtos na feira, e preenchem uma lista similar, com as ofertas e sobras da feira. Então é feito uma contabilização de cada produtor em uma planilha, com o nome do produtor, a data da feira e as ofertas dos produtos, sobras dos produtos e uma fórmula básica de planilha para contabilizar as vendas. Os preços dos produtos são postos também, sempre verificando o preço deles no sistema ERP para fazer a totalização do que foi vendido e o faturamento bruto da feira. Com esses processos completados, relatórios são confeccionados cada mês para os produtores verificarem o quanto foi faturado na feira após todos os cálculos financeiros das quatro feiras realizadas durante cada mês. Com isso pode-se gerir e tomar decisões estratégicas sobre quais produtos estão sendo mais vendidos, e quais produtos estão ficando sem vender e voltando para a loja, sendo essas decisões, um desconto, mudança de preço ou marketing do produto em si.

Também na segunda e feita o selecionamento de produtos orgânicos que já estão alguns dias em exposição e são colocados na exposição prolongando, onde podem ser comprados por um preço único de hortaliças, frutas e legumes, assim evitando o desperdício e aderindo as premissas de sustentabilidade, também feitas na loja. Produtos fora do prazo são levados para fazer compostagem, ou alimentação animal, e separados plásticos e outras peças inorgânicas do produto para reciclagem e reutilização.

Quadro 4: Cronograma de atividades desenvolvidas pelo estagiário.

Dias da semana.	Segunda-feira	Terça-feira	Quarta-feira	Quinta-feira	Sexta-feira
Atividades desenvolvidas	<p>Abertura do espaço e de caixa.</p> <p>Organização das sobras da feira.</p> <p>Selecionamento de produtos para a seção de produtos prolongados para evitar desperdício.</p> <p>Contabilização das sobras e vendas da feira da CEPODI e produtores parceiros da CEPODI.</p> <p>Atividades de terça a quinta.</p>	<p>Abertura do espaço e de caixa.</p> <p>Atividades de suporte de gestão.</p> <p>Organização do espaço.</p> <p>Atividades de caixa e frente de loja.</p> <p>Recebimento e inventário de produtos.</p>	<p>Abertura do espaço e de caixa.</p> <p>Atividades de suporte de gestão.</p> <p>Organização do espaço.</p> <p>Atividades de caixa e frente de loja.</p> <p>Recebimento e inventário de produtos.</p>	<p>Abertura do espaço e de caixa.</p> <p>Atividades de suporte de gestão.</p> <p>Organização do espaço.</p> <p>Atividades de caixa e frente de loja.</p> <p>Recebimento e inventário de produtos.</p>	<p>Abertura do espaço e de caixa.</p> <p>Preparação para a feira.</p> <p>Atividades de organização dos produtos que serão vendidos.</p> <p>Contabilização das ofertas da CEPODI que irão ser vendidas na feira de Sábado.</p> <p>Atividades de terça a quinta.</p>

Fonte: Produzido pelo autor do trabalho.

O quadro 4 demonstra o cronograma de atividades após todas elas foram analisadas pelos tópicos anteriores do relatório, com este quadro é possível monitorar os dias mais intensos que os outros.

Os dias de segunda e sexta-feira são os dias mais sobrecarregados na pequena loja de produtos orgânicos, já que o funcionário deve contabilizar as listas das feiras e fazer a preparação e organização dos produtos, e além disso fazer atividades de apoio e suporte a gestão com atividades de caixa e recebimento de produtos para a Cepodi. Essas atividades de feira são monitoradas por um supervisor da Cepodi, e são feitas em grupo de dois ou três pessoas. As atividades de apoio à gestão e atividades de organização do espaço e de caixa já não necessitam de atenção de supervisores, mas eles sempre estão lá em caso que alguém tenha dúvidas de como prosseguir com os processos da loja em si.

CONCLUSÕES

Com o estágio que durou mais de trezentas horas de trabalho em uma situação de apoio a gestão em uma organização que está constantemente ligada ao desenvolvimento do agronegócio sustentável e orgânico, o aluno conseguiu experiências que irão construir o futuro profissional nesta área. A utilização de sistemas modernos de venda de e-commerce, sistemas de ERP que ajudam a sistematizar os processos, produtos e finanças da organização colocaram o estagiário em uma posição de crítica para ajudar os problemas que a organização enfrentou, como base a falta de pessoal para atingir as metas e as pendências diárias.

Com a presença do estagiário foi possível aliviar os processos e problemas logísticos, financeiros e de gestão que a empresa enfrenta. Com isso, o estagiário teve a oportunidade de se comunicar com vários produtores da região, e ter a responsabilidade de repassar informações, fazer pedidos de compra para diversos produtos orgânicos e isso ajudou na formação do caráter comunicativo do estagiário em si.

Essa experiência não somente ajudou o aluno a desenvolver habilidades críticas que são necessárias no mercado de trabalho, mas o estagiário também ofertou diversas soluções para problemas de forma em que não atrapalhasse o fluxo das atividades. Com essa sintonia de colaboração com o supervisor e diversos funcionários, o estágio supervisionado foi uma experiência única e produtiva que foi propiciada por diversas pessoas em conjunto e solidariedade. Por isso, o estágio oferece gratidão por todas as oportunidades oferecidas.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

ABUBAKAR, Mahmud Tukur. Assessment of College Students' Preference on the Usage of Google Drive as a Learning Platform: An Empirical Evidence. **American International Journal of Social Science Research**, v. 4, n. 2, p. 24-34, 2019.

AL-MASHARI, Majed. Enterprise resource planning (ERP) systems: a research agenda. **Industrial Management & Data Systems**, v. 103, n. 1, p. 22-27, 2003.

AZAMBUJA, Lucas Rodrigues. Os valores da economia solidária. **Sociologias**, p. 282-317, 2009.

FONTENEAU, Bénédicte et al. Social and solidarity economy: Building a common understanding. 2010.

HARRIS, Lisa; RAE, Alan. Social networks: the future of marketing for small business. **Journal of business strategy**, 2009.

Instabuy - Aplicativo e e-commerce para supermercados. Disponível em: <<https://www.instabuy.com.br/>>. Acesso em: 10 set. 2022.

MASSARA, Francesco; PORCHEDDU, Daniele; MELARA, Robert D. Asymmetric perception of sparse shelves in retail displays. **Journal of Retailing**, v. 90, n. 3, p. 321-331, 2014.

MENDONÇA, Herbert Garcia. E-commerce. **Revista Inovação, Projetos e Tecnologias**, v. 4, n. 2, p. 240-251, 2016.

SHAUL, Levi; TAUBER, Doron. Critical success factors in enterprise resource planning systems: Review of the last decade. **ACM Computing Surveys (CSUR)**, v. 45, n. 4, p. 1-39, 2013.

WAGLE, Dilip. The case for ERP systems. **McKinsey Quarterly**, p. 130-139, 1998.

ZULQARNAIN, Hassan; ZAFAR, Abaid Ullah; SHAHZAD, Mohsin. Factors that affect the choice of Consumers in selecting Retail Store, for Grocery Shopping. **International Journal of Multidisciplinary and Current Research**, v. 3, n. 1, p. 1167-1172, 2015.