



LETÍCIA BERTOLACCINI REZENDE

**ROTINAS ADMINISTRATIVAS EM UMA
EMPRESA ESPECIALIZADA NA VENDA DE
INSUMOS AGRÍCOLAS DO SUL DE MINAS
GERAIS**

LAVRAS - MG

2016

LETÍCIA BERTOLACCINI REZENDE

**ROTINAS ADMINISTRATIVAS EM UMA EMPRESA
ESPECIALIZADA NA VENDA DE INSUMOS AGRÍCOLAS DO
SUL DE MINAS GERAIS**

Relatório final de Estágio
Supervisionado apresentado ao
Colegiado do Curso de Administração da
Universidade Federal de Lavras, como
parte das exigências para a obtenção do
título de Bacharel em Administração.

Orientadora: Prof.^a Mônica Carvalho Alves Cappelle

LAVRAS – MG

2016

LETÍCIA BERTOLACCINI REZENDE

ROTINAS ADMINISTRATIVAS EM UMA EMPRESA
ESPECIALIZADA NA VENDA DE INSUMOS AGRÍCOLAS DO
SUL DE MINAS GERAIS

Relatório final de Estágio
Supervisionado apresentado ao
Colegiado do Curso de Administração da
Universidade Federal de Lavras, como
parte das exigências para a obtenção do
título de Bacharel em Administração.

APROVADO em _____ de _____ de 2016.

Prof.^a Dr.^a Mônica Carvalho Alves Cappelle – UFLA

Prof.^a Dr.^a Daniela Meirelles Andrade – UFLA

LAVRAS – MG

2016

AGRADECIMENTOS

Agradeço à Deus, eterno protetor, que me abençoa e sempre me dá forças renovando meu ânimo a cada dia.

Aos meus pais, que foram os alicerces da minha formação, abrindo mão de seus sonhos para abraçarem os meus, estando ao meu lado em todos os momentos, demonstrando sempre seu amor incondicional. A vocês, o meu muito obrigada.

Agradeço à minha irmã, pelo apoio, amizade e cumplicidade de cada dia.

Aos meus padrinhos, por todo o carinho e amparo nos momentos que mais precisei.

O meu muito obrigada à toda minha família, pela grande torcida e por todos os conselhos que me ajudaram a seguir em frente.

Aos meus grandes amigos, novos e velhos, obrigada por todos os momentos de descontração, por estarem sempre presentes em minha vida.

Agradeço ao meu namorado, pelo amor, incentivo e companheirismo, o qual foram essenciais nessa minha caminhada.

À minha orientadora Mônica, pelo suporte dado a mim no pouco tempo que lhe coube, pelas suas correções e incentivos.

Aos mestres, por todo o conhecimento dado.

Agradeço à Universidade Federal de Lavras e ao Departamento de Administração e Economia por todo aprendizado.

E a todos os colaboradores da Corpal, em especial, a gerente de Boa Esperança, Valéria, por ter me dado a oportunidade de estagiar na

empresa e ver de perto a realidade de um profissional. E à gerente de Lavras, Gislaine, por todo conhecimento passado a mim, e pela amizade.

Obrigada!

“Toda ação humana, quer se torne positiva ou negativa, precisa depender de motivação. ”

Dalai Lama

LISTA DE FIGURAS

Figura 1: Logomarca.....	12
Figura 2: Principais parceiros	13
Figura 3: Layout.....	15
Figura 4: Ciclo de pedidos	24
Figura 5: Fluxo de pedidos da empresa Corpal.....	26
Figura 6: Fluxo do processo de cadastramento	31

SUMÁRIO

1.INTRODUÇÃO	8
2.DESCRICÃO DA EMPRESA	10
2.1 História	10
2.2 Estrutura	11
2.3 A filial de Lavras	13
2.4 Layout da loja de Lavras	14
2.5 Missão, visão e valores	16
3.DESCRICÃO DAS ATIVIDADES DESENVOLVIDAS E PROCESSOS TÉCNICOS OBSERVADOS	17
3.1 Integração e socialização no ambiente organizacional	18
3.2 Atendimento a clientes	19
3.3 Acompanhamento no setor de faturamento	21
3.3.1 Emissão de pedidos para clientes no balcão e nos fornecedores	23
3.3.2 Cadastramento de novos clientes e referências comerciais	28

3.3.3 Arquivamento dos receiptuários de produtos.....	31
3.3.4 Lançamento e arquivamento de duplicatas quitadas no sistema da empresa.....	33
3.3.5 Fechamento de mês através da conferência de notas fiscais e CFOP.....	35
3.4 Gestão de documentos.....	37
3.4.1 Organização de arquivos de pedidos de clientes.....	38
3.4.2 Organização de pastas de arquivos de notas fiscais e pedidos de compra de mercadorias dos fornecedores.....	39
4.CONCLUSÃO	40
5.SUGESTÕES.....	42
6.REFERÊNCIAS.....	43
7.ANEXOS.....	49

1. INTRODUÇÃO

O empresário moderno tem preocupação constante em oferecer a seus clientes produtos e serviços com alto índice de qualidade e bons preços. A responsabilidade social na preservação do meio ambiente, assim como os efeitos que os produtos podem causar à saúde de seus clientes, também são fatores essenciais para a competitividade empresarial. Com o gradativo crescimento da competitividade das empresas, dos produtos e fornecedores, oportunidades e ameaças vão surgindo para aquelas empresas que estão preparadas para saber aonde precisam chegar ou para aquelas que não se planejaram com o intuito de aproveitar o bom momento do agronegócio.

Segundo Ramos (2011), a cada ano, o Brasil vem conseguindo recordes históricos de produção e produtividade advindos de uma cadeia produtiva altamente qualificada e tecnicada “dentro e fora da porteira” do agronegócio, realizada através da profissionalização¹ contínua dos profissionais agricultores (produtores, revendedores, agrônomos, zootecnistas, veterinários).

Frente à alta da competitividade entre as empresas agrícolas, e a busca incessante por profissionais qualificados para atuarem na organização, surgem oportunidades de estágios para estudantes que tem disposição

¹ Profissionalização consiste em planejar uma boa compra, alicerçada em dados e informações confiáveis do histórico de vendas e giro de mercadorias. Consiste também em ter uma equipe motivada e capacitada, programar sua margem, bem como os custos e o preço de venda. Enfim, é transformar a gestão da revenda possibilitando ao empresário decisões acertadas e sua perenidade no mercado. (RAMOS, E. L. A., 2011, p. 1)

para enfrentar desafios e, juntamente com a vivência na empresa e seus conhecimentos absorvidos em sala de aula, crescer profissionalmente, contribuindo também para com o crescimento da empresa através da troca de experiências e da prática das organizações.

Para uma boa formação do aluno, o estágio, é um dos momentos mais importantes e indispensáveis para a conclusão do ensino acadêmico, pois é a partir daí que surgirão oportunidades de entrar em contato direto com a realidade profissional, através do contato com profissionais experientes, além de estar se preparando para os desafios de uma carreira, que, por sua vez, consolida o aprendizado.

O aprendizado se torna muito mais eficiente quando obtido através da experiência, onde, na prática, o conhecimento se torna muito mais eficaz, se tornando mais comum o estagiário recordar as atividades durante o percurso do estágio, podendo assim, pôr em prática todo o seu conhecimento de forma determinada, com comprometimento e responsabilidade.

Segundo Scalabrin e Molinari (2013), o estágio é uma prática de aprendizado exercida através da prática de funções que se referem à carreira futura, adicionando conhecimentos práticos aos teóricos aprendidos nos cursos.

Desta forma, buscando aprender a partir da prática em rotinas administrativas de uma empresa especializada na venda de insumos agrícolas do Sul de Minas, o presente relatório, tem o objetivo de apresentar e descrever as atividades realizadas durante o estágio obrigatório num período de 3 (três) meses na empresa Corpal Comércio e

Representações Ltda. Aqui estão contidas a história da organização, sua estrutura e as características do setor administrativo da empresa. Também são apresentadas as atividades e os processos técnicos realizados e propostas algumas sugestões para sua melhoria.

2. DESCRIÇÃO DA EMPRESA

O estágio por se tratar de uma importante etapa para a formação acadêmica profissional, propicia o contato direto com a realidade do trabalho. Saber informações a respeito do local de trabalho, sua missão, visão, valores, objetivos, clientes, parceiros e concorrentes também é peça fundamental para o bom desempenho das funções.

2.1 História

Segundo dados retirados do site da empresa (CORPAL, 2015) e informações complementares oferecidas pela gerente financeira, Gislaine Marques, a empresa Corpal Comércio e Representações Ltda, atua no mercado a quase 31 anos no ramo do comércio de insumos agrícolas, implementos agrícolas, sementes e tratores. Foi fundada em 1º de abril de 1985, na cidade de Boa Esperança, interior de Minas Gerais, por Carlos Roberto de Pádua, que, com muita garra, determinação e ajuda de seus colaboradores, conseguiu crescer e expandir sua empresa para outras 3 (três) cidades da região, podendo então ser futuramente reconhecida como uma das melhores vendedoras de insumos agrícolas do Sul de Minas.

O objetivo da empresa é a busca da fidelização de seus clientes oferecendo a eles produtos e serviços de qualidade por meio do bom atendimento, assistência técnica de campo com informações necessárias ao meio rural, através de uma equipe de profissionais comprometidos e capacitados para atuar no agronegócio, tornando-se referência no mercado agrícola do Sul de Minas.

Considerando também como parte essencial de seus processos, a empresa preza pela proteção do meio ambiente, uma vez que há a venda de defensivos químicos em seu portfólio de produtos, se preocupando com a saúde, segurança e qualidade do serviço.

2.2 Estrutura

De acordo com informações apuradas sobre a empresa, a Corpal Comércio e Representações Ltda hoje, conta com cerca de 69 colaboradores, dentre eles, 17 agrônomos e técnicos capacitados para atender com respeito e comprometimento seus clientes. Além da Matriz, situada em Boa Esperança, possui 3 filiais distribuídas pela região do Sul de Minas, como: Campos Gerais (MG), Lavras (MG) e Oliveira (MG), além de uma loja especializada na venda de tratores da marca Agrale, a Corpal Tratores, que se localiza também na cidade de Boa Esperança (MG). Ao todo, são atendidos mais de 40 municípios na região.

Sua frota é composta por 20 veículos, sendo eles 16 caminhonetes e 4 caminhões, todos dotados por rastreamento GPS para facilitar o monitoramento. Entre seus principais concorrentes estão as empresas Grão de Ouro, Terra Nova, Cooxupé, Cocatrel, Aprovar, Fitovet, Minas

Sul Cereais, Geagro. E seus fornecedores são Basf, com exclusividade na venda de seus produtos, Heringer, Giro Agro, Multitécnica, Dekalb, Monsanto.

Em seu portfólio de produtos se encontram sementes de milho, soja, sorgo, feijão, aveia e trigo, adubos como fertilizantes e produtos nutricionais (foliares), defensivos químicos como fungicidas, inseticidas, herbicidas, dentre outros.



Figura 1: Logomarca

Fonte: Arquivos CORPAL, Comércio e Representações Ltda.



Figura 2: Principais parceiros

Fonte: Arquivos CORPAL, Comércio e Representações Ltda

2.3 A filial de Lavras

A loja de Lavras está situada na cidade desde 2004, e a expansão da matriz para Lavras ocorreu devido ao mercado favorável para a venda de insumos agrícolas, levando em conta o grande número de produtores agrícolas existentes na região, dentre eles, os principais produtores de café, milho e soja.

A filial de Lavras, hoje, é gerenciada por 2 (dois) gerentes, um de compras e um de finanças, e conta com a colaboração de 2 (dois) técnicos agrônomos que atendem no balcão, 5 (cinco) agrônomos que atendem no campo, e 1 (um) motorista de caminhão que também atua carregando e

descarregando os produtos que são levados e entregues na loja, além de funcionários terceirizados quando o número da mercadoria a ser descarregada ou carregada é muito elevado, podendo assim agilizar esse processo.

Todos os funcionários estão dispostos a oferecer aos produtores, produtos e serviços de qualidade, com todas as informações necessárias para o uso de cada produto em suas plantações.

2.4 Layout da loja de Lavras

O espaço físico que é utilizado é de grande importância para aqueles que convivem diariamente nele. Através da busca por maior conforto, comodidade, melhoramento do fluxo de pessoas e papéis, um bom arranjo do ambiente pode levar a obter benefícios como redução de custos e maior interação ou privacidade entre os colaboradores.

O layout da loja de Lavras, onde o estágio foi realizado, é estruturado da seguinte maneira:

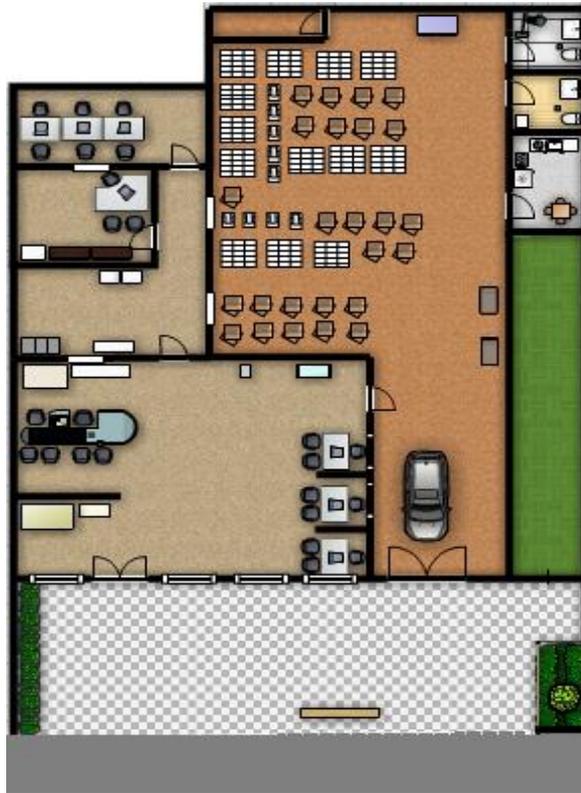


Figura 3: Layout

Fonte: Arquivos CORPAL, Comércio e Representações Ltda.

Como se pode ver, a loja foi montada dentro de um galpão em que, no hall de entrada, se concentra o balcão onde são realizadas as vendas diretas na loja pelos técnicos agrônomos responsáveis. Ao lado direito estão dispostas três mesas que são utilizadas também para o atendimento ao cliente, sendo uma delas o local de execução das atividades do estágio.

Os escritórios dos gerentes se encontram ao fundo (esquerda), juntamente com a sala de arquivos de documentos.

O maior cômodo do galpão é o local aonde são organizados e armazenados todos os produtos, o depósito de produtos. Os produtos são dispostos da seguinte forma: adubos no início do depósito, em seguida, produtos foliares, produtos químicos (defensivos) e no final são postas as sementes. Os defensivos e foliares não podem ficar no mesmo pallet e nem muito próximos às sementes, devido exigências do IMA, Instituto Mineiro de Agropecuária.

2.5 Missão, visão e valores

A Corpal, classificada como microempresa, devido seu número de funcionários, tem como missão, *“cooperar para o desenvolvimento do agronegócio, levando ao campo as melhores soluções em serviços e produtos, visando a satisfação de nossos clientes, e a valorização de nossos colaboradores com respeito à sociedade e ao meio ambiente.”*

Sua visão consiste em *“atuar no segmento do agronegócio mineiro, oferecendo os melhores produtos e serviços, visando o crescimento, baseando-se na ética e qualidade, procurando fazer bem tudo aquilo que faz.”*

Seus valores contam com o comprometimento com seus clientes e fornecedores, administração responsável, ética e transparência, qualidade total nos produtos, sustentabilidade onde *“nossas ações devem ser economicamente viáveis, socialmente justas, ambientalmente corretas e culturalmente aceitas”*, inovação em que *“oferecemos serviços e produtos inovadores para nossos clientes”*, e integridade, acima de tudo.

3. DESCRIÇÃO DAS ATIVIDADES DESENVOLVIDAS E PROCESSOS TÉCNICOS OBSERVADOS

O Estágio Obrigatório Supervisionado teve início em 02 de setembro de 2015 e término em 04 de dezembro de 2015, totalizando 370 horas. As atividades desenvolvidas foram relacionadas à Administração Geral da empresa Corpal, na filial de Lavras, MG, envolvendo rotinas administrativas de uma microempresa.

Durante esse período, foram desenvolvidas as seguintes atividades com seu tempo de execução aproximado:

- Integração e socialização no ambiente organizacional (55 horas);
- Atendimento a clientes (60 horas);
- Acompanhamento no setor de faturamento (Total: 211 horas);
 - Emissão de pedidos de clientes no balcão e com fornecedores (36 horas);
 - Cadastramento de novos clientes e referências comerciais (72 horas);
 - Arquivamento dos receituários de produtos (40 horas);
 - Lançamento e arquivamento de duplicatas quitadas no sistema da empresa (30 horas);
 - Fechamento de mês através da conferência de notas fiscais e CFOP (33 horas).
- Gestão de documentos (Total: 48 horas);
 - Organização de arquivos de pedidos de clientes (42 horas);
 - Organização de pastas de arquivos de notas fiscais e pedidos de compra de mercadorias dos fornecedores (6 horas);

3.1 Integração e socialização no ambiente organizacional

Segundo Priore, Prado e Neto (2012), a cultura organizacional de uma empresa é determinada como sendo um conjunto de valores, normas e regras a serem seguidas por um indivíduo para interagir com outros indivíduos da organização, podendo ser determinado o modo como as pessoas agem e como devem tomar decisões a partir dessa cultura.

Como primeiro passo a ser dado por um novo colaborador na cultura organizacional da empresa, conhecer essa cultura é de extrema importância, pois é através dela que o indivíduo poderá integrar-se ao ambiente, aceitando mudanças que podem ajudar na obtenção de metas, além de ser importante na sua socialização.

Conforme Marcellos e Roepcke (2012, p.156), “a socialização é necessária e indispensável, pois além de criar um ambiente agradável ao colaborador, lhe passa segurança ao executar as tarefas.”

A socialização é como um processo que é ensinado e aperfeiçoado diariamente, sendo identificados características de seus hábitos e valores, os quais ajudam a dar suporte ao realizar suas funções na organização.

O intuito da socialização e integração são o de diminuir a ansiedade de se cometer erros dentro do ambiente de trabalho, se esquecendo que, por mais que seja um integrante novo da equipe, o seu trabalho faz diferença.

Na empresa Corpal Comércio e Representações Ltda, durante as duas primeiras semanas do estágio, foram detalhadas pela gerente, informações relevantes a respeito da empresa, funções e cargos de seus respectivos funcionários e as principais atividades exercidas na loja de Lavras, MG.

Também foram apresentadas informações sobre a cultura organizacional, os valores da empresa, os direitos e deveres, as regras a serem seguidas para venda dos produtos, tabela de produtos e seus respectivos preços, processo de venda de produtos, principais fornecedores e concorrentes, tudo isso com o objetivo de se familiarizar com cada atividade feita dentro da empresa, bem como haver a socialização com os demais funcionários.

3.2 Atendimento a clientes

A qualidade no atendimento ao cliente é uma arte a ser aprendida considerando que a relação interpessoal é peça fundamental para alcançar o sucesso nas relações profissionais.

Netto e Damini (2006) falam que o que determinará uma relação de lealdade é o desempenho do profissional com o cliente, pois, sem a dedicação adequada à forma de relacionamento, a perda do cliente da empresa pode acabar acontecendo pelo mal atendimento, e, conseqüentemente, pode pôr em risco toda uma estrutura organizacional.

O bom atendimento ao cliente envolve o interesse que o funcionário deve demonstrar, sendo ele sincero a todo momento, o que é essencial, podendo assim, ambos saírem ganhando. É aplicável à toda equipe da empresa como o atendente de telefone, aos departamentos da organização e aos gerentes, ou seja, todo e qualquer funcionário é a empresa, logo, devem estar dispostos a atenderem bem seus clientes.

Para que o serviço seja prestado com eficiência, o atendente deve estar sempre atualizado com relação ao conhecimento do produto, o serviço, a

empresa, saber como fazer as coisas, saber como resolver os problemas, conhecer os clientes habituais pelo nome. É esse conhecimento que proporciona confiança tanto aos clientes, quanto aos empregados, criando credibilidade na empresa.

Chiavenato (2007, p.216 apud COSTA; NAKATA; CALSANI, 2013, p. 58) acredita que o cliente é imprescindível para a empresa se manter no mercado sendo o atendimento ao cliente um dos aspectos de maior importância do negócio.

Como parte importante dentre todas as atividades exercidas, o atendimento ao cliente é fator fundamental, sendo ele a primeira abordagem feita ao cliente, juntamente com o tratamento dado a ele.

Foram desenvolvidas atividades que englobam funções de auxílio e suporte no processo de atendimento pessoal, atendimento por telefone informando a respeito dos produtos disponíveis e seus respectivos valores, levantamento, identificação e esclarecimento de dúvidas, recebimento e direcionamento de clientes, tudo isso com o intuito de diminuir o tempo de espera, o que gera uma maior circulação de clientes, e, conseqüentemente, melhora a produtividade. Para isso, a comunicação também é um fator essencial no atendimento ao cliente, pois informa, esclarece, direciona, demonstra, ajuda e facilita todo o processo.

3.3 Acompanhamento no setor de faturamento

Como sendo um dos departamentos indispensáveis em uma empresa, o setor de faturamento requer muita atenção nas atividades exercidas nesta área, sendo todas as compras efetuadas na e pela empresa de responsabilidade do setor de faturamento.

De acordo com Urtado (2012), a base de dados do faturamento é fundamental para o funcionamento de uma empresa, devendo ser realizada com todo o cuidado, conhecimento e treinamento possível para que sua execução seja feita de maneira eficiente, o que permite a tomada de decisões adequadas pela gerência, o que gera uma visão geral e cuidadosa da saúde financeira da empresa.

Através do bom gerenciamento do setor financeiro o qual deve estar totalmente ligado com os demais setores, é garantido o sucesso da empresa, servindo também como base para a criação de estratégias para enfrentar a concorrência.

No setor financeiro são encontradas várias atividades que uma empresa pode realizar como o faturamento, contas a pagar e a receber, contabilidade de custos, dentre outros. Dependendo do tipo da empresa e seus tipos de negócios, outras atividades são incorporadas de acordo com sua demanda. No texto, O Setor de Faturamento, a Colunista Portal (2013, p. 1) cita algumas das atividades realizadas pelo setor de faturamento como: organização e manutenção de cadastros de clientes; emissão e conferência de notas fiscais; atendimento de vendedores e representantes; conferência de relatórios de horas; efetuar pagamentos e agendamento de pedidos de entrega, etc.

No início do estágio, foram ensinados os passos a serem seguidos do faturamento de pedidos. Pelo fato de o sistema não estar liberado para o uso contínuo da estagiária pois se fazia necessário a utilização de um cadastro no sistema, com login e senha de acesso, sendo permitidos apenas para o uso dos funcionários da empresa, no decorrer do estágio, foi realizado o acompanhamento do faturamento participando de atividades específicas.

O faturamento dos pedidos é realizado pelo responsável na empresa e funciona da seguinte forma: após a emissão do pedido feito no balcão pela estagiária, pelo funcionário técnico agrônomo ou pelos vendedores de campo, o pedido é repassado ao responsável que, por sua vez, faz a reserva do produto no sistema incluindo o nome/código de cada cultura (1-café, 2-milho, 3-soja, 4-feijão) que será aplicado o produto, a quantidade e seu valor unitário.

Feito isso, inicia-se o faturamento do pedido com a busca pelo nome/código do cliente que realizou a compra, faz-se a seleção de cada produto reservado separadamente, e informa o que mais for necessário como o número do receituário que será emitido e se aquele produto estará isento ou não de impostos. No caso de produtos foliares, é cobrado o imposto.

São emitidos, após a finalização do faturamento, três vias da nota fiscal² (ver ANEXO F), duas cópias dos receituários de cada pedido, (ver

² A Nota Fiscal documenta a venda de mercadorias e serviços, denominada de “documento fiscal”. Nela inclui-se elementos de legislação tributária como o IPI e ICMS. (VISÃO Contábil, 2008, p. 1)

ANEXO G), o boleto/fatura³ no caso de vendas a prazo, e a duplicata⁴ (ver ANEXO H).

A seguir, serão relatadas cada atividade executada pela estagiária que estão ligadas ao faturamento de pedidos.

3.3.1. Emissão de pedidos para clientes no balcão e com fornecedores

É função do mercado exigir de as empresas atuarem com velocidade e flexibilidade sem abandonar a oferta de produtos e serviços com preços reduzidos e altos níveis de qualidade.

O processamento de pedidos exerce o papel de coordenação/integração, colocando o sistema de processamento de pedidos como o centro do sistema logístico, em que ele, estando bem projetado, permite um comando central dos fluxos de informação e materiais, segundo Fleury (2003).

Ter disponível na empresa os produtos e serviços oferecidos quando necessários e no momento em que são desejados, é o objetivo da logística, pois facilita as operações de produção e marketing. Sendo assim, o

³ A Fatura é um “documento comercial”. Em geral, só é emitida para pagamentos ainda não efetuados (vendas a prazo ou contra apresentação). Por ser discriminados todos os itens comprados na operação, a fatura também é usada como controle. (VISÃO Contábil, 2008, p. 1)

⁴ A Duplicata é extraída da fatura, que é um título de crédito. O faturamento, portanto, é a soma dos valores das notas fiscais – faturas emitidas num determinado período comercial. (VISÃO Contábil, 2008, p. 1)

produto ou serviço só terá valor efetivo caso o cliente, ao desejar certo produto ou serviço, encontrá-lo onde e quando precisar.

O processamento de pedidos é uma atividade primária da logística, iniciando a movimentação de produtos e a entrega de serviços. Segundo Fleury (2003), a primeira etapa, ou seja, a preparação do pedido se inicia com a identificação da necessidade de adquirir produtos ou serviços, finalizando com a seleção dos potenciais fornecedores. O que provocam essas necessidades são a visita de um vendedor em suas propriedades, a consulta a um catálogo, o recebimento de uma mensagem via internet ou o simples fato de ter chegado o momento de repor estoques.

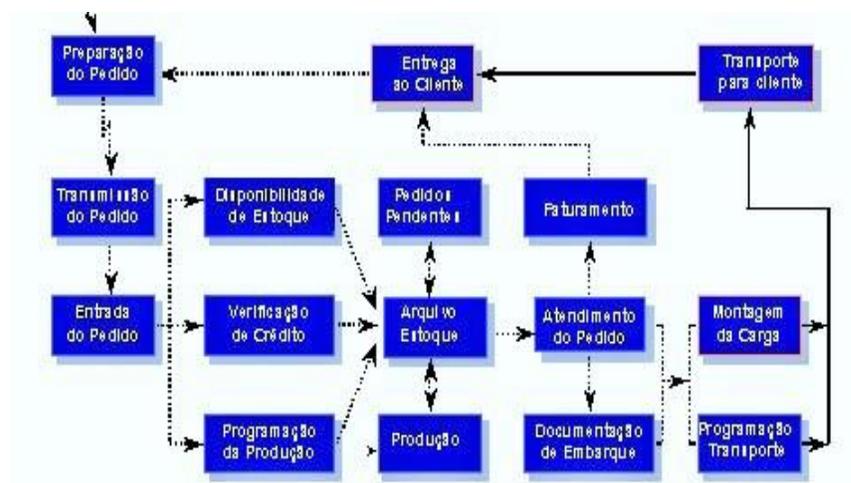


Figura 4: Ciclo de pedidos

Fonte: Fleury (2003, p. 1)

A emissão de pedidos foi realizada conforme necessário, sendo feitos apenas pedidos à vista pelo fato de não ter a necessidade de ser utilizado o sistema da empresa, o qual não era liberado para uso contínuo da

estagiária por motivos da liberação ser permitida apenas para o uso dos funcionários da empresa, sendo assim, os pedidos eram feitos direto no bloco de pedidos. Com isso, o pedido é realizado após a primeira abordagem ao cliente que, por sua vez, informava qual o produto que está precisando naquele momento. É passado a ele o valor do produto e em seguida, feita a conferência no estoque para ver se o produto está disponível. Caso o cliente precisasse de mais alguma informação a respeito do produto, como utilizá-lo, qual dosagem, tempo de espera de chuva, dentre outras dúvidas, era necessário que um dos técnicos ou agrônomos estivessem presentes para passarem ao cliente as devidas informações.

Cada pedido deve conter as principais informações como data de emissão, nome do produtor, nome do vendedor, data de vencimento, quantidade do produto a ser vendido, nome do produto, valor unitário, valor total e a assinatura do cliente (ver ANEXO A).

Por terem sido feitos apenas pedidos à vista no balcão, não era necessário a emissão da nota fiscal, a não ser que fosse exigido pelo cliente. É entregue apenas a via amarela do bloco de pedidos (ver ANEXO B), carimbada com a data atual e assinado, comprovando a entrega e pagamento do produto. Logo após a finalização da venda, o pedido é repassado pela estagiária ao responsável por faturar o pedido e dar baixa no estoque do produto vendido. A seguir será apresentado o fluxo do processo de pedidos da empresa Corpal.

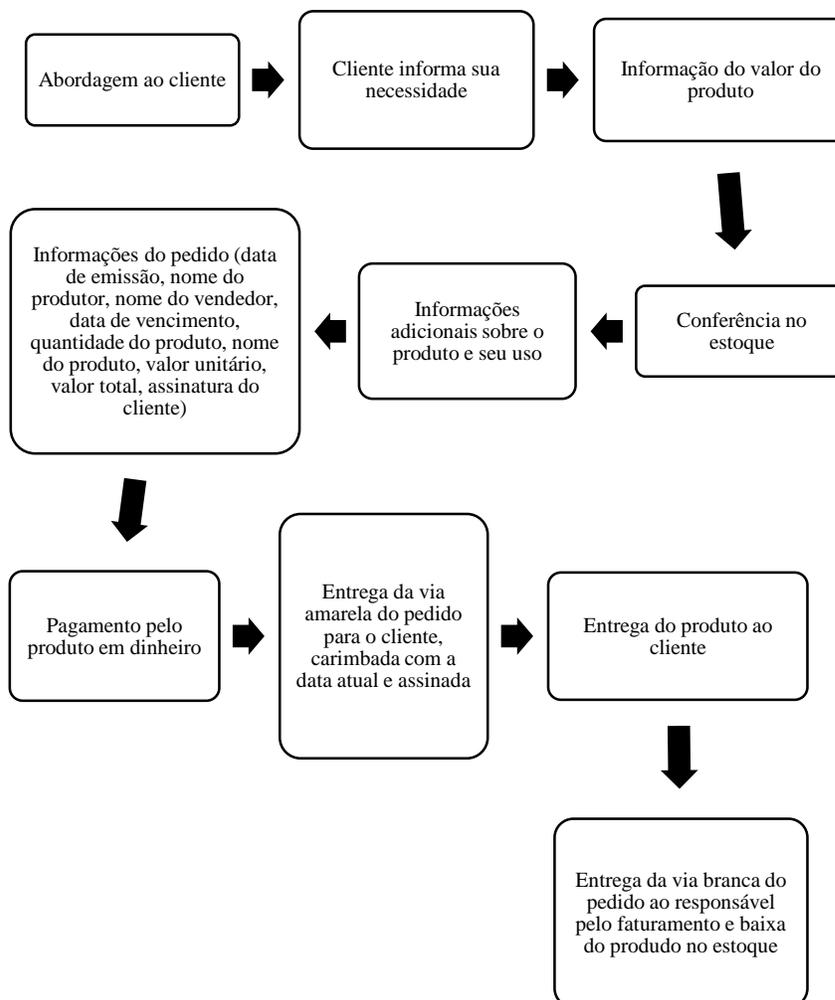


Figura 5: Fluxo de pedidos da empresa Corpal

Importante lembrar que pedidos com pagamento em cheque, ou pedidos a prazo, só são aceitos para aqueles produtores que possuem cadastro no sistema da loja, o que garante o pagamento futuro da mercadoria.

Assim como os pedidos emitidos no balcão, foram feitos pedidos a serem enviados diretamente ao fornecedor, onde a empresa Corpal atuaria como intermediária na compra.

Para que este tipo de pedido fosse feito, era necessário que a compra do produto fosse em quantidade significativa, sendo um número acima do disponível no estoque. Além disso, o cliente também deve possuir cadastro com o fornecedor a fim de facilitar o processo do pedido.

Uma das tarefas do estágio era emitir o pedido contendo os dados completos do cliente e do local a ser entregue a mercadoria, quais os produtos a serem pedidos, quantidade, código do produto, valor unitário e total, se o pagamento do frete será CIF⁵ ou FOB⁶ e assim, informar o valor do frete.

Após o preenchimento do pedido, ele é digitalizado e enviado por e-mail para o responsável na empresa fornecedora de dar continuidade ao processo do pedido.

⁵ CIF significa Custo, Seguro e Frete, onde o fornecedor se responsabiliza pelo seguro e pelo frete até o local de destino da mercadoria, cabendo a este fornecer uma guia para que o comprador possa resgatar o produto perante o courier. Este custo consta no orçamento do fornecedor. (AMARAL, M. 2008, p. 1)

⁶ FOB significa Posto a Bordo, onde o fornecedor se responsabiliza, através de um contrato, pela mercadoria até a hora em que ela é entregue, na data e hora, ao courier escolhido pelo comprador. Este preço não faz parte do orçamento do fornecedor, deverá ser calculado pelo comprador de acordo com o serviço de frete que escolheu. (AMARAL, M. 2008, p. 1)

3.3.2. Cadastramento de novos clientes e referências comerciais

O cadastro de clientes é uma peça fundamental para melhorar as vendas da empresa. Dentro do universo das pequenas e médias empresas, o cadastro de cliente é um processo essencial para determinar ações, em que os dados inseridos devem ser bem organizados de maneira clara e objetiva.

Como uma de suas vantagens, as pequenas e médias empresas, através da organização e de seu tamanho, conseguem manter um relacionamento íntimo e de fidelização com seus clientes de maneira mais fácil.

De acordo com Asaas (2015), para se criar um bom cadastro de clientes, deve-se seguir os seguintes passos: planejar bem seu cadastro contendo informações relevantes e eficientes para o ramo de negócios da empresa; manter o banco de dados atualizado dando preferência a ações que utilizem dados que não se alterem facilmente, como e-mails ou sexo; oferecer produtos complementares; investir na fidelização podendo manter uma relação pós-venda informando a respeito de novidades; e evitar custos desnecessários descartando o cadastro de clientes inativos e investindo nos que estão no caminho da fidelização.

Com um cadastro atualizado, as chances de se cometerem erros é menor sendo possível fazer a monitoração do comportamento dos clientes, facilitando a comunicação direta com eles e mantendo-os informados constantemente.

No período do estágio, o cadastro de clientes foi realizado quando teve maior procura por produtos agrícolas vendidos na loja, o que acontece geralmente na época da alta safra. Foram feitos em média, de 4 (quatro) a

6 (seis) cadastros por semana pela estagiária, diminuindo-se esse número a cada mês.

Para a realização do cadastro na loja, é necessário que o cliente possua o cartão de inscrição do produtor. Se ele não estiver em mãos o cartão, na loja, conseguimos consultar através do site do Sintegra – Sistema Integrado de Informações sobre Operações Interestaduais com Mercadorias e Serviços, utilizando o número do CPF do produtor.

É feita a consulta no Sintegra com a intenção de conferir se a inscrição do produtor corresponde ao seu CPF. Além do Sintegra, é consultado o site do Serasa, conferindo também se há alguma pendência no nome do produtor. Caso tenha, não somos autorizados a fazer o cadastro e nem efetuar a venda de produtos com pagamento de cheque a vista, apenas a vista no dinheiro.

Uma ficha de cadastro era preenchida (ver ANEXO D e ANEXO E) contendo os principais dados: razão social, CNPJ/CPF, inscrição estadual (inscrição do produtor), telefone para contato, endereço de entrega do produto que deverá conter os dados da fazenda (nome da fazenda, cidade, telefone), endereço de correspondência, e-mail, pessoas para contato, referências comerciais (pelo menos três), referências bancárias, bens imóveis e móveis, quais culturas são plantadas na fazenda, assinatura do cliente, dados da empresa, e assinatura de autorização do cadastro.

Na maioria das vezes o cliente está com pressa e, por isso, a ficha de cadastro é levada por ele para que seja preenchida e depois entregue na loja para que a estagiária colete as informações a respeito de referências comerciais.

Juntamente com a ficha de cadastro, são anexados os dados do produtor emitidos pelo Sintegra e Serasa. No caso de a terra ser arrendada, o contrato de arrendamento também deverá ser anexado.

Após esse processo, eram consultadas as três referências obrigatórias para a finalização do cadastro. Essas referências comerciais são coletadas através do contato com outras empresas do ramo agrícola, as quais o produtor que está fazendo o cadastro tem o costume de efetuar compras.

Era feita via telefone, e as principais informações apuradas eram: o período de cadastro do cliente, se ele possuía ou não limite de crédito, os valores e datas da maior e última compra, a forma de pagamento e se o cliente era um bom comprador, podendo assim ter maior confiança ao efetuar as vendas dos produtos.

Finalizado todo o processo de cadastramento, todas as informações adquiridas são passadas para o responsável que, por sua vez, autoriza o cadastramento e lança o cadastro no sistema. A ficha de cadastro é arquivada em ordem alfabética facilitando a procura quando for necessário confirmar algum dado do cliente. A seguir será apresentado o fluxo do processo de cadastramento da empresa Corpal.

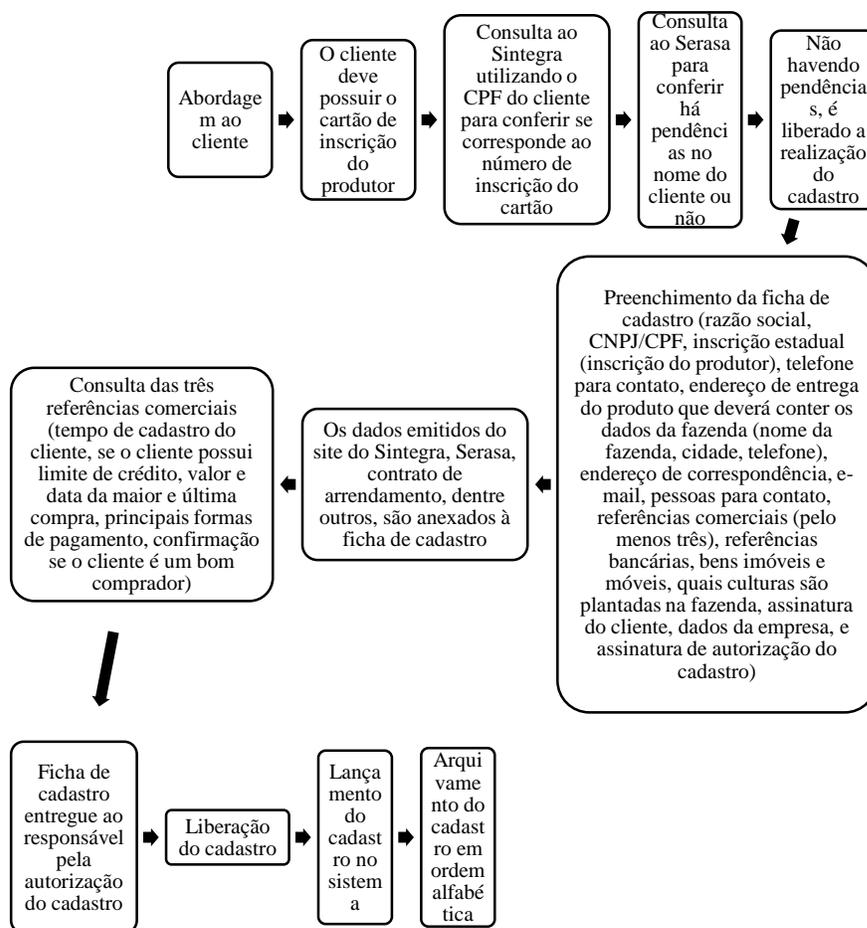


Figura 6: Fluxo do processo de cadastramento

3.3.3. Arquivamento dos receiptários de produtos

O uso de insumos idôneos é fator primordial para a produção agrícola e para a efetividade das ações de defesa agropecuária. Sendo assim, Riesemberg et al. (2014, p. 8) mostra que os inseticidas, fungicidas,

herbicidas e afins, são definidos por lei como agrotóxicos, que possuem a finalidade de evitar que as culturas e produtos de interesse econômico sejam afetados por seres vivos considerados nocivos, tendo o poder de alterar a composição da flora e da fauna.

“O principal objetivo do Receituário Agrônomo é a redução das aplicações de agrotóxicos e o diagnóstico é pré-requisito essencial para a prescrição da receita.” (RIESEMBERG, A. et al., 2014, p. 8).

A receita é dada como resultado do atendimento efetivo do profissional nos resultados do tratamento, onde o produtor deve respeitar as recomendações contidas na receita. Portanto, segundo Riesemberg et al. (2014), não é exigida a receita para a legalização da venda de agrotóxicos, mas sim para o seu uso.

Os receituários são exigidos com o objetivo de identificar como o produto deve ser manuseado pelo produtor, sendo assim, os receituários de produtos são emitidos juntamente com a nota fiscal (ver ANEXO F) dos produtos, e devem ser encaminhados para os produtores quando a entrega do produto for feita por um dos agrônomos (vendedores), ou entregues a eles no ato da compra, sendo especificados os detalhes de cada produto.

São emitidas duas cópias de receituários de cada produto vendido (ver ANEXO G), as quais deverão ser assinadas pelo responsável técnico ou agrônomo que possua o CREA – Conselho Regional de Engenharia e Agronomia, e também pelo cliente que irá receber a mercadoria.

Após recolher as devidas assinaturas, uma cópia do receituário fica com o cliente e a outra retorna para a loja e são diretamente entregues para a estagiária, sendo feita a separação de acordo com o nome de cada

agrônomo responsável, conferindo se todas foram realmente assinadas, e em seguida, feito o arquivamento de cada receituário por arquivos de cada agrônomo de acordo com o mês que foi emitida.

Esse processo é importante pois a cada três meses, um responsável do IMA, Instituto Mineiro de Agropecuária, se dirige até a loja para fiscalizar se foram emitidos os receituários das mercadorias, constando as devidas informações dos produtos e que eles estejam assinados, comprovando que o cliente está ciente da forma como o produto deve ser manuseado, evitando problemas futuros.

“O Instituto Mineiro de Agropecuária - IMA-, é responsável pela execução das políticas públicas de defesa sanitária animal e vegetal no estado de Minas Gerais. Atua também na inspeção de produtos de origem animal, certificação de produtos agropecuários, educação sanitária e no apoio à agroindústria familiar. [...] Todas as atividades exercidas pelo IMA visam à preservação do meio ambiente e da saúde pública e estão focadas no desenvolvimento do agronegócio obedecendo as diretrizes fixadas pelo Governo Estadual e Federal para o setor.” (Site do IMA – Instituto Mineiro de Agropecuária, 2016)

3.3.4. Lançamento e arquivamento de duplicatas quitadas no sistema da empresa

De acordo com Fortes (2004, p. 1), a duplicata é classificada como um título de crédito onde sua emissão depende de uma causa anterior.

“Art. 1º Em todo o contrato de compra e venda mercantil entre partes domiciliadas no território brasileiro, com prazo não inferior a 30 (trinta) dias, contado da data de entrega ou despacho das mercadorias, o vendedor extrairá a respectiva fatura para apresentação ao comprador.” (Lei nº 5.474, de 18 de julho de 1968).

A duplicata somente pode ser emitida após a emissão da fatura. Ela está vinculada a operações de compra e venda de mercadorias ou de prestação de serviços com pagamento à vista ou a prazo, e representa o crédito originado a partir das operações.

De acordo com o Art. 2º, § 1º da Lei de Duplicatas, dentre seus requisitos para a emissão da duplicata estão: a denominação “duplicata”, a data de sua emissão e o número de ordem; o número da fatura; a data certa do vencimento ou a declaração de ser a duplicata à vista; o nome e domicílio do vendedor e do comprador; a importância a pagar, em algarismos e por extenso; a praça de pagamento; a cláusula à ordem; a declaração do reconhecimento de sua exatidão e da obrigação de pagá-la, a ser assinada pelo comprador, como aceite cambial; e a assinatura do emitente.

Como parte do processo de entrega das mercadorias, as duplicatas (ver ANEXO H) devem ser obrigatoriamente assinadas pelo produtor que possui o cadastro na loja. Após recolher as assinaturas, as duplicatas retornam para a loja e é feito seu lançamento no sistema pela estagiária.

No sistema é determinado o período em que foram emitidas as duplicatas, como por exemplo, durante o período de um ano até a data de hoje, para que, ao ser feita a pesquisa com o código do cliente (agente), suas informações de pedidos e pagamentos estejam visíveis.

Cada cliente possui um número aleatório definido pelo sistema, o qual é informado na busca, filtrando todos os seus dados que constem no sistema.

Antes de filtrar as informações do cliente, deve-se conferir se as assinaturas correspondem ao nome do cliente que está na duplicata. Caso

não corresponda, essas duplicatas devem ser separadas e entregues à gerente que, por sua vez, fará a conferência e emitirá novas duplicatas para serem assinadas pelos devidos compradores.

No sistema, o código do agente era inserido e eram filtradas todas as informações dos pedidos efetuados por aquele cliente. Era feita a busca pelo número da fatura correspondente à duplicata e selecionada.

Para que fosse confirmado o lançamento da duplicata, era feito o registro da duplicata inserindo a data de emissão da duplicata ou a data da assinatura do cliente, a fim de se confirmar pedidos pagos ou pendentes. Após todo esse processo, organizavam-se em pastas todas as duplicatas já lançadas no sistema por mês e em ordem alfabética.

3.3.5. Fechamento de mês através da conferência de notas fiscais e CFOP

Para Bogo (2013), o fechamento do recebimento fiscal se inicia com a liberação do fechamento de estoques, onde é efetuada a escrituração das notas fiscais que deram entrada no recebimento de materiais. Em seguida, ao conciliar e validar os lançamentos, é feita a etapa do fechamento de estoques.

Para efetuar o fechamento do mês, exige-se maior atenção e cuidado ao conferir os valores e checar as operações evitando-se assim erros e dúvidas que são comuns existir.

Quando autorizado pela gerente geral de Boa Esperança, MG, todas as lojas deviam iniciar o seu fechamento do mês para ser entregue no dia seguinte, caso não ocorresse nenhum imprevisto.

A primeira coisa a ser feita é a emissão do relatório de notas fiscais (ver ANEXO I e ANEXO J) que contém todos os tipos de notas de entrada ou saída de mercadorias durante aquele mês. Cada tipo de nota fiscal possui sua CFOP – Código Fiscal de Operações e Prestações, o qual identifica a natureza de circulação da mercadoria ou a prestação de serviço de transporte. É através da CFOP que é definido se a operação fiscal terá ou não que recolher impostos.

A estagiária era encarregada de fazer a separação e conferência de cada nota fiscal a partir de um relatório fiscal entregue a ela com cada uma das CFOP, contendo todas as notas daquela natureza.

Dentre as CFOP, as que são de responsabilidade de conferência da estagiária são:

Resumo das Entradas

- 1102 – Compra para comercialização sem pedido
- 1152E – Transferência (Entrada)
- 1202 – Devolução de venda
- 1202D – Devolução de venda
- 1949DA – Outras entradas não especificadas (Dev. Fat. Antec.)
- 1949E – Outras entradas não especificadas
- 2102 – Compra para comercialização sem pedido
- 2117 – Compra para comercialização orig. de encom. para rec. futuro
- 2922 – Entrada por simples faturamento com entrega futura

Resumo das Saídas

- 5102P – Venda de mercadoria adquirida ou recebida de terceiros
- 5117 – Venda originária de faturamento antecipado
- 5152 – Transferência (saída)
- 5202 – Devolução de compra
- 5910 – Saída por bonificação, doação ou brinde
- 5922 – Faturamento antecipado
- 5922F – Faturamento antecipado
- 5927 – Baixa por perda

Após a conferência de cada resumo fiscal, todas as notas fiscais separadas pela estagiária, eram entregues à gerente financeira, que, juntamente com o fechamento das contas a pagar, a receber, e outros gastos, envia todo o fechamento para a matriz da loja, em Boa Esperança – MG, encerrando assim o fechamento do mês.

3.4 Gestão de documentos

A importância dada aos documentos e arquivos de uma empresa depende da necessidade das informações que precisam ser apuradas e organizadas com base em critérios específicos da empresa, de acordo com as atividades nela realizadas.

Hoje as empresas percebem que o não controle e a falta de registro de seus documentos e arquivos não possibilita saber o que está acontecendo em seus processos internos, segundo Rivelino (2009), podendo acarretar em resultados desastrosos e talvez irreversíveis.

Empresas que demandam muitos documentos são as que mais precisam organizar seus arquivos, tendo eles que serem catalogados corretamente para facilitar na sua localização.

“A função de um arquivo é guardar a documentação e principalmente fornecer aos interessados as informações contidas em seu acervo de maneira rápida e segura. ” (RONCAGLIO, C.; SZVARÇA, D. R.; BOJANOSKI, S. F. 2004, p. 3).

3.4.1. Organização de arquivos de pedidos de clientes

Uma das etapas mais importantes é a escolha do método de arquivamento no arranjo da documentação, levando em conta a estrutura da empresa, suas funções e a natureza de seus documentos. Com isso, não há um único método que possa ser adotado para o arquivamento de documentos, sendo o mais comum fazer-se a combinação de variados métodos como os que classificam os documentos por assunto, seguidos de uma classificação secundária por ordem alfabética, cronológica ou geográfica, de acordo com Roncaglio, Szvarça e Bojanoski (2004).

No período do estágio, surgiu a necessidade de que os arquivos de pedidos de clientes fossem reorganizados, com o objetivo de facilitar a busca por pedidos já faturados ou caso fosse questionado se algum pedido estivesse errado, sendo assim, é feita a conferência do pedido.

Eles foram dispostos da seguinte forma: os produtores que exigem uma certa atenção, pelo fato de efetuarem compras de valores altos e em grande

quantidade foram separados dos demais. O restante, era dividido por mês de vencimento e cada mês, ordenado alfabeticamente.

Após feita essa organização, ao acumular os pedidos feitos durante a semana, a estagiária era encarregada de fazer toda a separação dos pedidos de forma ordenada, e arquivá-los juntamente com os outros que haviam sido organizados no início do estágio.

3.4.2. Organização de pastas de arquivos de notas fiscais e pedidos de compra de mercadorias dos fornecedores

A temporalidade é um fator muito importante no arquivamento dos documentos da empresa.

“O tempo de guarda dos documentos é muito importante do ponto de vista da validade dos mesmos e vai determinar o espaço físico à ser utilizado, bem como os equipamentos como prateleiras, caixas e pastas a serem utilizadas no armazenamento e o local que deve ser bem arejado e limpo para não ocorrer o surgimento e a propagação de possíveis pragas ou doenças.” (A IMPORTÂNCIA de se arquivar documentos com organização. 2013)

Assim como os pedidos de clientes, as pastas de arquivos de notas fiscais e pedidos de recebimento e envio de mercadorias de fornecedores também precisavam ser reorganizadas, sendo que haviam pastas repetidas que acabavam confundindo em qual local arquivar as notas e pedidos, causando um conflito de informações, além do mal arquivamento dos documentos.

Sendo assim, o melhor método a ser utilizado foi a separação por pastas, nome de identificação de cada documento, e também por nome de

fornecedor, (exemplo: Notas Fiscais Fertipar; Pedidos Fertipar), o que facilitou a localização das pastas, bem como o momento de fazer o arquivamento dos pedidos e notas, além de ajudar na busca das mesmas para conferência no sistema.

4. CONCLUSÃO

Por existirem inúmeras teorias a respeito de atividades e processos realizados no dia-a-dia de uma empresa, nem sempre conseguimos adequar teoria e prática pois é comum haver diferenças entre esses dois pontos.

Como parte essencial para a formação acadêmica, a realização do estágio na loja de Lavras, MG, filial da empresa Corpal Comércio e Representações Ltda, proporcionou grandes oportunidades de aprendizado, podendo ver de perto a realidade do mundo organizacional, e, com isso, conseguir pôr em prática todo o conhecimento adquirido na graduação.

Poder aliar o conhecimento da teoria juntamente com a prática das atividades da empresa é fundamental para o aprendizado e crescimento profissional, levando em conta que, há grande dificuldade em se fazer essa união, pois percebe-se pelo estagiário que, nem sempre é possível aplicar a teoria na prática, tendo os processos que serem muito bem planejados para gerar melhores resultados.

Com o cenário atual, o sucesso das organizações dependerá da sua capacidade de ler e interpretar a realidade externa. As empresas, hoje,

precisam estar constantemente informadas a respeito de forças variáveis como a globalização, a competitividade das empresas, o desenvolvimento tecnológico e da informação. Uma das características desta nova era é conseguir atender a uma nova exigência e tratar como se fosse único cada um de seus clientes, segundo Meneghelli (2013, p. 1).

Assim, para Meneghelli (2013, p. 1), nas áreas de produção, administrativa ou mercadológica, a inovação tecnológica provocou grandes transformações dentro das empresas. Em relação às relações de trabalho, os desafios são igualmente exigidos de seus funcionários, onde a relação patrão e empregado está mais no âmbito do trabalho em equipe de forma competente, dividindo as responsabilidades e os resultados.

A vivência em uma pequena empresa foi de grande importância, pois muitos consideram ser interessante o estágio em empresas menores, levando em conta que há um acompanhamento direto das atividades exercidas em toda a empresa, podendo ser adquiridas mais experiência devido à falta de departamentalização.

O aprendizado proporcionado pelo estágio ocorre quando há uma maior dedicação ao realizar algo. Saber harmonizar a teoria e a prática é importante para a vida profissional de todos, pois possibilita executar eficientemente às atividades, buscando solucionar problemas e tomar decisões.

Foi gratificante ter feito parte da realidade de uma empresa, mesmo encontrando alguns pontos contra como a convivência diária com pessoas de personalidades variadas, as quais possuem suas próprias opiniões e sentimentos. Sendo assim, era necessário agir racionalmente, com cautela,

para poder conseguir lidar com certas situações que exigem o nosso profissionalismo.

Enfim, o estágio foi uma fase muito importante, pois permitiu a realidade interna de uma organização, pôr em prática os conhecimentos e, em contrapartida, receber em dobro todo o aprendizado proporcionado por cada colega de trabalho que serão levados para o desenvolvimento e aperfeiçoamento da carreira profissional.

5. SUGESTÕES

A realização do trabalho na empresa Corpal, filial de Lavras, é feita de maneira organizada e eficiente onde todos os colaboradores se comprometem em exercer bem suas funções. Apesar do trabalho executado de maneira eficiente, durante o período de estágio, foram observados alguns aspectos a serem melhorados.

Como primeira sugestão, deve haver um melhoramento da estrutura organizacional em todas as lojas, com a criação de departamentos específicos na empresa, como o departamento administrativo, o financeiro e o de vendas, ordenando e agrupando atividades e recursos, visando alcançar os objetivos e resultados estabelecidos.

Essa mudança acarretará numa melhor identificação das tarefas, organização das funções e responsabilidades de cada funcionário, condições motivadoras, informações, recursos e feedback.

Outra sugestão seria o aumento do espaço do depósito de produtos bem como a contratação de um funcionário responsável pelo estoque, uma vez que a demanda por produtos vem crescendo a cada safra, sem haver o aumento da equipe de funcionários e do espaço da loja, onde responsáveis por outras atividades acabam realizando também a função de um almoxarife.

Uma preocupação que a empresa deveria ter é com o tempo gasto com a emissão da ordem de carregamento e o faturamento de pedidos que são trazidos pelos vendedores de campo, além da demora no carregamento dos produtos e saída para entrega.

Facilitaria se os vendedores tivessem acesso ao sistema ou a um software através de seus tablets, onde eles só precisariam conferir o estoque, selecionar os produtos e quantidades disponíveis para a venda, confirmando o valor da compra e enviando para o responsável na loja para o faturamento do pedido. Quando os vendedores fossem à loja para buscarem os produtos, a ordem de carregamento, notas fiscais, receiptuários, boleto e duplicata já estariam prontas, diminuindo então o tempo de espera dos vendedores.

6. REFERÊNCIAS

A IMPORTÂNCIA de se arquivar documentos com organização.
Qualify Contabilidade e Assessoria. Sorocaba e São Paulo. Jan/2013.
Disponível em: <<http://qualifycontabilidade.blogspot.com.br/2013/01/a-vital-importancia-do-arquivo.html>>. Acesso em: 27 de fevereiro de 2016.

AMARAL, M.. **Qual a diferença entre o frete CIF e o FOB?** Carreira Solo. 18 de Julho de 2008. Disponível em: <<http://www.carreirasolo.org/respostas/qual-a-diferenca-entre-o-frente-cif-e-o-fob>>. Acesso em: 05 de março de 2016.

ASAAS, Editor. **Qual a importância de se ter um cadastro de clientes em microempresas.** ASAAS Gestão Financeira. Julho. 2015. Disponível em: <<https://www.asaas.com/blog/qual-a-importancia-de-se-ter-um-cadastro-de-clientes-em-microempresas/>>. Acesso em: 29 de fevereiro de 2016.

BOGO, C. L. **Rotina de fechamento de estoques e custos.** Totvs Tdn. Abril/2013. Disponível em: <<http://tdn.totvs.com/display/public/lg/Rotina+de+Fechamento+de+Estoques+e+Custos>>. Acesso em: 29 de fevereiro de 2016.

BRASIL. Lei nº 5.474, de 18 de julho de 1968. Art. 1º. Disponível em: <http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/L5474.htm>. Acesso em: 29 de fevereiro de 2016.

BRASIL. Lei nº 5.474, de 18 de julho de 1968. Art. 2º, § 1º. Disponível em: <http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/L5474.htm>. Acesso em: 29 de fevereiro de 2016.

CORPAL, Comércio e Representações Ltda. Apresenta informações sobre a empresa Corpal. Disponível em: <<http://www.corpal.com.br/site/>>. Acesso em: 28 de novembro de 2015.

COSTA, C. U.; NAKATA, Y. U.; CALSANI, J. R. da Silveira. **Qualidade no atendimento: A influência do bom atendimento para conquistar os clientes.** Rev. Científica Eletrônica UNISEB, Ribeirão Preto, v.1, n.1, p.54-65, jan. /jun.2013. Disponível em: <<http://uniseb.com.br/presencial/revistacientifica/arquivos/4.pdf>>. Acesso em: 24 de fevereiro de 2016.

CREA – MG – Conselho Regional de Engenharia e Agronomia de Minas Gerais. Disponível em: <<http://www.crea-mg.org.br/>>. Acesso em: 29 de fevereiro de 2016.

FLEURY, P. **O sistema de processamento de pedidos e a gestão do ciclo do pedido.** Ilos, especialistas em logística e supply chain. 2003. Disponível em: <<http://www.ilos.com.br/web/o-sistema-de-processamento-de-pedidos-e-a-gestao-do-ciclo-do-pedido/>>. Acesso em: 26 de fevereiro de 2016.

FORTES, J. C. **Duplicata.** Portal da Classe Contábil. Julho/2004. Disponível em: <<http://www.classecontabil.com.br/artigos/duplicata>>. Acesso em: 29 de fevereiro de 2016.

IMA – Instituto Mineiro de Agropecuária. Institucional. 2016. Disponível em: <<http://www.ima.mg.gov.br/>>. Acesso em: 29 de fevereiro de 2016.

MARCELLOS, R. H.; ROEPCKE, Prof. R. **Integração e Socialização Organizacional.** Centro Universitário Leonardo da Vinci – UNNIASSELVI. Processos Gerenciais (EMD-5941) – Prática do Módulo V. 23/04/12. Maiêutica – Curso de Processos Gerenciais.

MENEGHELLI, L. **O ambiente das organizações na era da globalização.** Instituto Catarinense de Pós-Graduação. p. 1-8. 2013. Disponível em: < <http://www.posuniasselvi.com.br/artigos/rev01-03.pdf>>. Acesso em: 6 de março de 2016.

NETTO, G. B.; DAMINI, N. R. **O atendimento ao cliente como estratégia de sucesso.** Secretariado executivo em revist@. V. 2. 2006. Disponível em: <<http://perguntaserespostas.com.br/seer/index.php/ser/article/view/1754>>. Acesso em: 23 de fevereiro de 2016.

PAULILLO, G. **A importância de manter um cadastro de clientes eficiente.** Agendor Blog. Disponível em: <<http://www.agendor.com.br/blog/a-importancia-de-manter-um-cadastro-de-clientes-eficiente/>>. Acesso em: 09 de janeiro de 2016.

PORTAL, Colunista. **O setor de faturamento.** Finanças e áreas afins - Portal Educação. 12 de Junho 2013. Disponível em: <<http://www.portaleducacao.com.br/administracao/artigos/48176/o-setor-de-faturamento>>. Acesso em: 28 de fevereiro de 2016.

PRIORE, E. R.; PRADO, S. R.; NETO, A. C. **Cultura Organizacional: Influência dos gestores na cultura das organizações.** Gestão Contemporânea. V.2, n.2. 2012.

RAMOS, Eduardo L. A. **Profissionalização: Um caminho a ser perseguido pelas revendas de insumos agrícolas.** Agro Distribuidor. Novembro, 2011. Disponível em: <http://www.agrodistribuidor.com.br/up_arqs/pub_20111128151600_profissionalizacao.pdf>. Acesso em: 14 de novembro de 2015.

RIESEMBERG, A. et al. **Manual de procedimento para fiscalização do uso, do comércio de agrotóxicos, do receituário agrônomo e de empresas prestadoras de serviços fitossanitários.** Curitiba: ADAPAR, Maio de 2014.

RIVELINO, R. **A importância da organização dos arquivos da empresa.** Administradores.com. Artigos. Set/2009. Disponível em: <<http://www.administradores.com.br/artigos/negocios/a-importancia-da-organizacao-dos-arquivos-da-empresa/34229/>>. Acesso em: 28 de fevereiro de 2016.

RONCAGLIO, C.; SZVARÇA, D. R.; BOJANOSKI, S. F. **Arquivos, gestão de documentos e informação.** Enc. BIBLI: R. Eletr. Bibl. Ci. Inf., Florianópolis, n. esp., 2º sem. 2004.

SCALABRIN, I. C.; MOLINARI, A. M. C. **A importância da prática do estágio supervisionado nas licenciaturas.** Revista Unar. Vol 7. N1.

2013/3. Disponível em:
<http://revistaunar.com.br/cientifica/documentos/vol7_n1_2013/3_a_importancia_da_pratica_estagio.pdf>. Acesso em: 14 de novembro de 2015.

SEBRAE – SP – Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas. **A competitividade**. Consultoria Sebrae - SP. Outubro, 2012. Disponível em: <<http://www.sebraesp.com.br/index.php/168-produtos-online/marketing/publicacoes/artigos/6065-a-competitividade-completo>>. Acesso em: 14 de novembro de 2015.

URTADO, L. C. G. **A importância do faturamento**. Contábeis, o portal da profissão contábil. São Paulo. Março/2012. Disponível em: <<http://www.contabeis.com.br/noticias/4651/a-importancia-do-faturamento/>>. Acesso em: 27 de fevereiro de 2016.

VISÃO Contábil. Nota Fiscal | Fatura | Duplicata. 2008. Disponível em: <<http://www.contabilvisao.com.br/?intSecao=147&intConteudo=436>>. Acesso em: 05 de março de 2016.

ANEXO D. Ficha de cadastro (frente)



FICHA CADASTRAL

 INCLUSÃO REVISÃO

DATA DO CADASTRO

Razão Social/Nome		CNPJ/CPF	
SUB AGENTE			
Razão Social/Nome		Apelido	
Inscrição Estadual	Inscrição Municipal	Registro IMA	Registro INCRA
E-mail para nota fiscal eletrônica		Telefone fixo	CEI
		Mala direta () Sim () Não	
ENDEREÇO DE ENTREGA			
Fazenda	Bairro	CEP	UF
Cidade	País	Telefone	Fax
ENDEREÇO DE CORRESPONDÊNCIA			
Endereço	Bairro	CEP	UF
Cidade	País	Telefone	Fax
E-mail para boleto bancário		E-mail	
PESSOAS PARA CONTATO			
Nome	Função	E-mail	
Telefone	Fax	Celular	Data de nascimento / /
		Mala direta () Sim () Não	
Nome	Função	E-mail	
Telefone	Fax	Celular	Data de nascimento / /
		Mala direta () Sim () Não	
DADOS PESSOAIS			
Sexo () Feminino () Masculino	Data de Nascimento / /	Natural de	Nacionalidade
CPF	RG	PIS	
Fil	Mãe		
Estado civil <input type="checkbox"/> Casado com união universal de bens <input type="checkbox"/> Casado com união Parcial de bens <input type="checkbox"/> Casado Separação Total de Bens <input type="checkbox"/> União Estável <input type="checkbox"/> solteiro <input type="checkbox"/> Separado <input type="checkbox"/> Divorçado <input type="checkbox"/> Viúvo			
Cônjuge	RG	CPF	
REFERÊNCIAS COMERCIAIS			
Nome	Telefone:	Município	
Nome	Telefone:	Município	
Nome	Telefone:	Município	
REFERÊNCIAS BANCÁRIAS			
Banco e Agência:	Telefone e pessoa de contato:	Município	
Banco e Agência:	Telefone e pessoa de contato:	Município	
BENS IMÓVEIS E MOVEIS			
Imóveis:	Matrícula:	Valor	Município
Descrição:			Área
			Ônus () Sim () Não
Imóveis:	Matrícula:	Valor	Município
Descrição:			Área
			Ônus () Sim () Não
Imóveis:	Matrícula:	Valor	Município
Descrição:			Área
			Ônus () Sim () Não
Imóveis:	Matrícula:	Valor	Município
Descrição:			Área
			Ônus () Sim () Não

ANEXO F. Nota Fiscal

RECEBEMOS DE CORPAL COMERCIO E REPRESENTACOES LTDA OS PRODUTOS CONSTANTES DA NOTA FISCAL INDICADA AO LADO		NF-e										
DATA DE RECEBIMENTO	IDENTIFICAÇÃO E ASSINATURA DO RECEBEDOR	250910	N.º 000.120.901 SÉRIE 001									
Corpal Comercio e Representacoes Ltda  Avenida Ernesto Mattioli, 1160 Loja Lavras/MG CEP: 37200-000 Fone: 35-3826-0474 nfe@corpall.com.br www.corpal.com.br		DANFE DOCUMENTO AUXILIAR DA NOTA FISCAL ELETRÔNICA 0 - ENTRADA 1 1 - SAÍDA 1 N.º 000.120.901 SÉRIE 001 FOLHA 1 / 1										
NATUREZA DE OPERAÇÃO Venda de merc. sdq. ou recebida de terceiros		CHAVE DE ACESSO 3115 1120 6042 2900 0223 5500 1000 1209 0110 0250 9106 Consulta de autenticidade no portal nacional da NF-e www.nfe.fazenda.gov.br/portal ou no site da Sefaz Autorizadora										
INSCRIÇÃO ESTADUAL 3824527840182		INSC. ESTADUAL DO SUBST. TRIBUTÁRIO CNPJ 20604229000223										
DESTINATÁRIO/REMETENTE NOME / RAZÃO SOCIAL 5703 - Edenio Pereira Freire		CNPJ/CPF 881.660.076-49										
ENDEREÇO Faz Estiva ou Laranjeiras - s/n		BARRIO / DISTRITO Zona Rural										
MUNICÍPIO Perdões		UF MG										
FONE / FAX 35-3854-1282		INSCRIÇÃO ESTADUAL 0017002800028										
DATA DA EMISSÃO 26/11/2015		DATA DA ENTRADA / SAÍDA 26/11/2015										
HORA DA SAÍDA 14:08												
FATURA Duplicata Valor 1.876,62 1-220901-1 250942018												
CÁLCULO DO IMPOSTO												
BASE DE CÁLCULO DO ICMS 0,00		VALOR DO ICMS 0,00										
VALOR DO FRETE 0,00		VALOR DO ICMS SUBSTITUIÇÃO 0,00										
VALOR DO SEGURO 0,00		VALOR TOTAL DOS PRODUTOS 1.876,62										
DESCONTO 0,00		VALOR TOTAL DO IPI 0,00										
OUTRAS DESPESAS ACESSÓRIAS 0,00		VALOR TOTAL DA NOTA 1.876,62										
TRANSPORTADOR / VOLUMES TRANSPORTADOS												
NOME / RAZÃO SOCIAL		FRETE POR CONTA 0 - EMITENTE 1 - DESTINATÁRIO 0										
ENDEREÇO		CÓDIGO ANTT										
MUNICÍPIO		PLACA DO VEÍCULO										
UF		CNPJ / CPF										
INSCRIÇÃO ESTADUAL												
QUANTIDADE 3		PESO BRUTO 60,300										
ESPÉCIE		PESO LÍQUIDO 59,700										
MARCA												
NÚMERO												
DADOS DOS PRODUTOS / SERVIÇOS												
CÓD.	DESCRIÇÃO DO PRODUTO / SERVIÇO	NCM / SH	CS	CFOP	UNIDADE	QUANTIDADE	V. UNITÁRIO	VALOR TOTAL	BC ICMS	V. ICMS	V. IPI	ALÍQUOTA ICMS IPI
5500	Sem Miho Hid DKB 390 PROZ Poncho <small> Lote UNVH080Pm - C2 802 - Al. Gar: 32015840 - Gen: 18,0% - Pot: 100,0% - Sistema Hid Top S1 data 20/10/2015 - Val: 2014-04-09 - Fab: 2015-07-15 *Ente. veic. de Prod. florestais dev. ser devolvidas no maximo em 1 ano na AJ. do Contrato no 40 Parque dos Fundadores Boa Esperanca Mg Cep 37.170.000. Declaramos que os produtos considerados perigosos estão embalados adequadamente para suportar os riscos normais de carga descarga e transportes conforme regulamento em vigor* ***PAGUE PREFERENCIALMENTE NO BOLETO BANCÁRIO- NÃO RECEBENDO O MESMO FAVOR ENTRE EM CONTATO *** </small>	10051000	040	5102	SC	3,0000	625,5400	1.876,62	0,00	0,00	0,00	
CÁLCULO DO ISSQN				BASE DE CÁLCULO DO ISSQN		VALOR DO ISSQN						
INSCRIÇÃO MUNICIPAL				VALOR TOTAL DOS SERVIÇOS		RESERVADO AO FISCO						
DADOS ADICIONAIS				INFORMAÇÕES COMPLEMENTARES		RESERVADO AO FISCO						
ISENTO CONF. ANEXO I, ITEM 3 DO RICMS/MG 2002 Valor aprox dos tributos: Federal R\$78.82 (4,20%) Estadual R\$337,79 (18,00%), Folia: ISPT 5674W Vendedor: Gleison Renato Mendonça												

ANEXO G. Receituário

Corpal Com. e Repres. Ltda - Lavras-MG		Receita: 2434	
Téc. Agropec.: Ricardo Marciano da Silva		Data: 25/02/2016	
Endereço: Avenida Ernesto Mattioli, 1160, Loja		Cidade: Lavras	
Nota fiscal relacionada: Série:		ART: 078/RM	
Cliente: Celson Omar Teixeira Junior e Outros		Município: Lavras	
Local de aplicação: Faz Sítio Campo da Vertente, s/n		CNPJ/CPF: 653.878.136-53	
Profissional responsável pela aplicação:			
Cultura	FEIJAO Phaseolus vulgaris	Área(ha)	17,54
Diagnóstico	CIGARRINHA-VERDE (Empoasca kraemer). Na Cultura.		
Produto	ROTAPRID 350 SC (IMIDACLOPRIDO 35,00%)	Cl. toxicológica	III
Dose	285,00 mL/ha	Int. de segurança	21 dia(s)
Adquirir	5.0000 l.	Nro. de aplicações	1
Calda	Calda: 300 litros de calda/ha.		

LEIA ATENTAMENTE O RÓTULO E A BULA DO PRODUTO

Modalidade / Época da aplicação

Pulverizar no aparecimento da praga e reaplicar a cada 10 a 15 dias se necessário.

Equipamento de proteção individual obrigatório

Utilize Equipamentos de Proteção Individual - EPI: macacão com tratamento hidrorrepelente com mangas compridas passando por cima do punho das luvas e as pernas das calças por cima das botas, botas de borracha, máscara com filtro combinado (filtro químico contra vapores orgânicos e filtro mecânico classe P2), óculos de segurança com proteção lateral touca árabe e luvas de nitrila.

Precauções de uso

Não aplicar na presença de ventos com velocidade inferior a 2 km/h ou superior a 10 km/h, temperaturas superiores a 27°C e umidade relativa do ar inferior a 55%. Não permitir que a deriva da aplicação atinja áreas vizinhas. Não aplique este produto em épocas de floração, nem imediatamente antes do florescimento ou quando for observada visitação de abelhas na cultura. NÃO APLICAR EM DISTÂNCIA MENOR DO QUE 300 METROS DA DIVISA COM ÁREAS DE VEGETAÇÃO NATURAL E CULTURAS AGRÍCOLAS EM FASE DE FLORESCIMENTO.

Orientações quanto ao manejo integrado de pragas e de resistência:

Qualquer agrotóxico pode ficar menos efetivo ao longo do tempo se o problema fitossanitário desenvolver algum mecanismo de resistência. Recomenda-se portanto: Não utilizar o mesmo produto, ou produto de mesma classe ou modo de ação em gerações consecutivas do problema fitossanitário; utilizar somente as doses recomendadas, utilizando equipamentos calibrados; sempre que possível, adotar outros métodos de controle ou redução populacional, como controle cultural, físico ou biológico, dentro de um programa de manejo integrado apropriado.

Disposição final de resíduos e embalagens

- Para embalagens em plástico rígido, vidro ou metal, após o completo esvaziamento, devem ser enxaguadas 3 vezes, com agitação, e as caldas resultantes vertidas no tanque de pulverização. Inutilize as embalagens lavadas.

- Fica proibido o enterrio, queima ou abandono de embalagens. Armazene-as na propriedade, longe de pessoas, animais, alimentos, residências. A devolução é obrigatória (Lei 9974/2000) no prazo de até um ano.

- Local para entrega das embalagens: Produtores da Região de Nepomuceno deverão devolver as embalagens vazias no end. Rua João Barati, nº 1255, Bairro: Cleide Alves Vilela, Nepomuceno/MG, CEP: 37.250-000 - Emb.vazias de prod fitossanitários deverão ser devolvidas no max em 1ano

Estou ciente das informações contidas nesta guia de aplicação e seu anexo.	Téc. Agropec.: Ricardo Marciano da Silva
Lavras, 25/02/2016	CREA: MG160838 TD CPF: 074.532.956-02
Celson Omar Teixeira Junior e Outros	Página 1/1

ANEXO H. Duplicata

 <p>Copal Com. e Repres. Ltda - Lavras-MG Avenida Ernesto Mattioli, 1160, Loja Lavras - MG - 37200000 Telefone: 3538227609</p>		20.604.229/0002-23 Insc. Est.: 3824527840182 Data de emissão: 05/11/2015	
Fax: 3538260474		Para uso da Instituição Financeira	
FATURA Nº	FATURA / DUPLICATA	DUPLICATA	VENCIMENTO
120.405	VALORES	Nº DE ORDEM	20/01/2016
Desconto de:		410,00	1-120405-1
até:			
Condições especiais:			
Nome do Sacado : 3414 - Reulien Junior Rezende e Outros(s) Endereço : Rua Josea Correia de Carvalho, 175 - Centro Municipio : Ingal UF: MG C. Postal: C.E.P.: 37215000 Praça de Pagamento : Lavras UF: MG C. Postal: C.E.P.: 37200000 C.N.P./C.P.F. : 030.952.546-28 Insc. estadual: 0013325520081			
Valor por Extenso		(quatrocentos e dez reais)	
Reembolsar(em) a exatidão desta DUPLICATA DE VENDA MERCANTIL, na importância acima que pagarei(em) a Copal Com. e Repres. Ltda - Lavras/MG, ou a sua ordem na praça e vencimento indicados.			
Em _____ / _____ / _____		Data do Acerto	
		Assinatura do Sacado	

ANEXO I. Resumo das Notas Fiscais de Entrada

Corpal Com. e Repres. Ltda - Lavras-MG

CNPJ: 20.604.729/0002-23 Inscrição Estadual: 382452740182
 Telefone: 35-3822-7609 Fax: 35-3826-0474 Cidade: Lavras-MG

Resumo fiscal de 01/11/2015 até 30/11/2015

Página: 1



Resumo das Entradas

	Total NF	Base ICMS	Vlr ICMS	B.ICMS ST	ICMS ST
1102 - Compra para comercialização sem Pedido	99.912,16	0,00	0,00	0,00	0,00
1152E - Transferecia (Entrada)	852.876,59	18.282,54	3.290,87	0,00	0,00
1202 - Devolução de venda	19.933,98	0,00	0,00	0,00	0,00
1202D - Devolucao de Venda	5.638,18	0,00	0,00	0,00	0,00
1253 - Compra de energia elétrica por estab.comercial	302,19	0,00	0,00	0,00	0,00
1303 - Aquisição de serviço de comunicação por Estab. Comercial	276,49	0,00	0,00	0,00	0,00
1407 - Uso e Consumo com S.Tributaria	1.094,33	0,00	0,00	0,00	0,00
1556 - Compra de Mat. para Uso e Consumo	92,70	0,00	0,00	0,00	0,00
1602 - Trans. de Saldo Credor de ICMS (Entrada)	3.827,31	0,00	0,00	0,00	0,00
1653 - Compra de combustivel ou lubrificante	14.738,71	0,00	0,00	0,00	0,00
1949DA - Outras entradas nao Especificada (Dev. Fat. Antec)	5.638,18	0,00	0,00	0,00	0,00
1949E - Outras Entradas nao Especificadas	113.087,20	0,00	0,00	0,00	0,00
2102 - Compra para comercialização sem Pedido	19.424,00	0,00	0,00	0,00	0,00
2117 - Compra P/ Comercialização Orig de encom. para rec.futuro	101.145,60	0,00	0,00	0,00	0,00
2922 - Entrada por Simp. Faturamento oetnrega futura	101.145,60	0,00	0,00	0,00	0,00
Total das Entradas	1.339.133,22	18.282,54	3.290,87	0,00	0,00

ANEXO J. Resumo das Notas Fiscais de Saída


Corpal Com. e Repres. Ltda - Lavras-MG

 CNPJ: 20.604.229/0002-23
 Telefone: 35-3822-7609

Inscrição Estadual: 3824527840182

Fax: 35-3826-0474

Cidade: Lavras-MG

Página: 2

Resumo fiscal de 01/11/2015 até 30/11/2015
Resumo das Saídas

	Total NF	Base ICMS	Vlr ICMS	B.ICMS ST	ICMS ST
5102P - Venda de mec. adq. ou recebida de terceiros	1.332.742,68	11.936,07	2.148,52	0,00	0,00
5117 - Venda Originária de Faturamento Antecipado	263.203,69	0,00	0,00	0,00	0,00
5152 - Transferência (saída)	137.641,22	4.166,67	790,00	0,00	0,00
5202 - Devolução de Compra	16.380,00	0,00	0,00	0,00	0,00
5910 - Saída por bonificação, doação ou brinde	2.549,05	0,00	0,00	0,00	0,00
5922 - Faturamento Antecipado	61.827,00	0,00	0,00	0,00	0,00
5922F - Faturamento Antecipado	71.800,00	0,00	0,00	0,00	0,00
5927 - Baixa por Perda	1.922,52	0,00	0,00	0,00	0,00
Total das Saídas:	1.888.066,16	16.102,74	2.898,52	0,00	0,00