

A APLICAÇÃO DE UM ERP GRATUITO EM UMA PEQUENA EMPRESA DE BOLSAS E ACESSÓRIOS

Beatriz Sindice Grilo - Faculdade de Tecnologia Fatec

Marco Aurélio Sanches Fittipaldi - Centro Paula Souza

Resumo

O controle correto das informações de uma empresa é essencial para seu crescimento e permanência no mercado, evitando perda de recursos financeiros e também a insatisfação dos clientes. A loja B&A Store iniciou no ramo de moda feminina em 2016 com bolsas de diversos modelos, cores, tamanhos e estilos, e trabalha com produtos secundários dessa mesma linha como carteiras, necessaires e mochilas. Não possuía controle de suas informações prejudicando seu posicionamento perante a concorrência. O objetivo deste trabalho foi melhorar a gestão da empresa por meio da implantação do sistema ERP gratuito MarketUp. Quanto ao método adotado utilizou-se de pesquisa descritiva quanto aos objetivos e pesquisa-ação quanto aos procedimentos. Durante o período de aplicação foram solucionados problemas nas fases dos processos da loja. Como resultados obteve-se redução de 100% em pedidos cancelados, entregues em atraso e contas pagas em atraso, diminuição da inadimplência em 17,39% e do estoque em 49,74%. Sistemas ERP gratuitos tornam mais fácil o acesso e a busca de informações, trazendo resultados visíveis para todos os setores da empresa. Com ferramentas de fácil entendimento e manuseio estes sistemas podem ser aplicados especialmente em pequenas empresas para melhorar sua gestão e competitividade.

Palavras-chave: Gestão empresarial, Sistema de informação ERP, Implantação, Controle, Microempresa

Abstract

The correct control of a company's information is essential for its growth and permanence in the market, avoiding loss of financial resources and also customer dissatisfaction. The B&A Store started in the women's fashion business in 2016 with bags of different models, colors, sizes and styles, and works with secondary products from this same line, such as wallets, necessaires and backpacks. It had no control over its information, harming its position vis-à-vis the competition. The objective of this work was to improve the company's management through the implementation of the MarketUp free ERP system. As for the method adopted, descriptive research was used regarding the objectives and action research regarding the procedures. During the application period, problems were solved in the store's process phases. As a result, there was a 100% reduction in canceled orders, late delivery and late paid bills, a 17.39% reduction in delinquency and a 49.74% reduction in inventory. Free ERP systems make it easier to access and search for information, bringing visible results to all sectors of the company. With tools that are easy to understand and use, these systems can be applied especially in small companies to improve their management and competitiveness.

Keywords: Business Management, ERP Information System, Implementation, Control, Microenterprise

A APLICAÇÃO DE UM ERP GRATUITO EM UMA PEQUENA EMPRESA DE BOLSAS E ACESSÓRIOS

RESUMO

O controle correto das informações de uma empresa é essencial para seu crescimento e permanência no mercado, evitando perda de recursos financeiros e também a insatisfação dos clientes. A loja *B&A Store* iniciou no ramo de moda feminina em 2016 com bolsas de diversos modelos, cores, tamanhos e estilos, e trabalha com produtos secundários dessa mesma linha como carteiras, *necessaires* e mochilas. Não possuía controle de suas informações prejudicando seu posicionamento perante a concorrência. O objetivo deste trabalho foi melhorar a gestão da empresa por meio da implantação do sistema ERP gratuito *MarketUp*. Quanto ao método adotado utilizou-se de pesquisa descritiva quanto aos objetivos e pesquisa-ação quanto aos procedimentos. Durante o período de aplicação foram solucionados problemas nas fases dos processos da loja. Como resultados obteve-se redução de 100% em pedidos cancelados, entregues em atraso e contas pagas em atraso, diminuição da inadimplência em 17,39% e do estoque em 49,74%. Sistemas ERP gratuitos tornam mais fácil o acesso e a busca de informações, trazendo resultados visíveis para todos os setores da empresa. Com ferramentas de fácil entendimento e manuseio estes sistemas podem ser aplicados especialmente em pequenas empresas para melhorar sua gestão e competitividade.

Palavras chave: Gestão empresarial, Sistema de informação ERP, Implantação, Controle, Microempresa

1. INTRODUÇÃO

A administração é a arte de alcançar objetivos utilizando recursos materiais, financeiros e humanos (MAXIMIANO, 2012), para tanto é necessário planejar, organizar, liderar, executar e controlar. As organizações que não possuem controles e informações corretas tomam decisões errôneas, gerando efeitos prejudiciais em todos os seus setores internos, ocasionando perda de lucros e clientes descontentes. O controle interno é essencial para o sucesso de uma organização, independentemente de seu porte. Auxilia na tomada de decisão gerando lucros maiores e aumentando as chances da empresa continuar no mercado a longo prazo (LAUDON; LAUDON, 2007).

Um sistema de informação se baseia em componentes inter-relacionados, que tem como função coletar, processar, armazenar e distribuir informações ampliando e melhorando as chances de decisões eficazes dentro das organizações. As informações ali encontradas são úteis para analisar problemas complexos e organizar o ambiente empresarial (LAUDON; LAUDON, 2007).

Devido permitir o uso de dados em tempo real a qualquer setor da empresa, os sistemas de informação são ferramentas utilizadas por gestores de empresas de todos os portes para alcançar altos níveis de produtividade e lucratividade (LAUDON; LAUDON, 2007), bem como a tecnologia pode proporcionar redução de custos e aumentar a competitividade das empresas (SALDANHA et al., 2018).

Um dos sistemas de informação é o ERP (*Enterprise Resource Planning*), que funciona de forma interfuncional e integrada entre setores como: recursos humanos, recursos contábeis, produtivos, estoques, financeiros, entre outros. O sistema coleta, processa, armazena e distribui informações auxiliando nas aplicações e planejamentos de forma facilitada e eficaz (O'BRIEN; MARAKAS, 2013; GROENEWALD; OKANGA, 2019).

O uso dessa ferramenta traz resultados positivos, pois simplifica e promove a utilização dos recursos encontrados na organização, por ter a função de integrar todos os setores (CORTÊS, 2008; SANTOS; CALIMAN, 2019), assim como permitir a padronização, otimização e controle de processos, aumento na produtividade, eliminação de trabalho manual,

redução do tempo de processos gerenciais entre outros (SANTOS; CALIMAN, 2019, MARZALL et al., 2018). As informações provenientes dos sistemas ERP podem apontar declínio em vendas, finanças e mudanças nos pedidos dos clientes (GROENEWALD; OKANGA, 2019) e também melhorias no atendimento a estes (DA SILVA; GALEGALE, 2020). Enfim possibilita uma visão geral de todas as transações que ocorrem nas empresas (MARZALL et al., 2018), tornando-o estratégico (NUNES; DE ASSIS; LOPES, 2018) principalmente para pequenas empresas

A *B&A Store*, objeto deste estudo, não realiza nenhum tipo de controle como apoio à gestão, o que ocasiona prejuízos, ou até mesmo o mal posicionamento perante a concorrência.

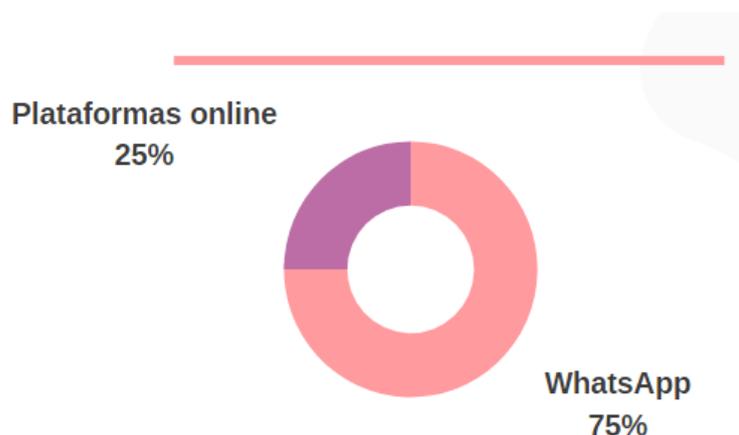
2. CONTEXTO INVESTIGADO

A empresa vende artigos de moda feminina, especificamente bolsas de diversos modelos, cores, tamanhos e estilos, e trabalha com produtos secundários dessa mesma linha assim como carteiras, *necessaires* e mochilas. Iniciou em 2016 com três sócios com as seguintes tarefas, o primeiro sócio responsável pelo *marketing* e conteúdo das mídias, o segundo sócio cuida de toda a parte financeira, fiscal e vendas e o terceiro sócio é encarregado da logística, entrega e pós-venda. Possuíam apenas alguns clientes e um fornecedor. Em 2018 regularizou sua situação fiscal tornando – se MEI (microempreendedor individual). A partir desse período foram contatados novos fornecedores, aumentou sua linha de produtos e atingiu novos clientes de diferentes faixas etárias.

A loja, em 2019, possuía em média cento e cinquenta modelos de bolsas de diferentes marcas, uma vez que seus fornecedores trabalhavam com catálogos por coleções. Isso possibilitava a mudança e inovação constante de seus modelos, o que permitia a suas clientes renovarem a coleção pessoal.

Desde março de 2018 tem seu próprio *site* de vendas (*e-commerce*), em que são efetuadas vendas para todo o Brasil, e também a loja *online* pelo aplicativo da rede social *Instagram* em que é possível direcionar o público para o *site*. O volume total de venda anual em 2019 é de R\$ 40.000,00, sendo 75% pelo *WhatsApp*, com aproximadamente 50 clientes frequentes mensalmente e 25% pelas plataformas *online*.

Gráfico 1. Canais de venda



Fonte: a autora

Devido ao prazo de entrega das fábricas ser em média de quinze dias úteis, a empresa trabalha com bolsas em estoque. A rotatividade dos produtos é imprevisível, pois varia conforme o modelo, então, quando alguns produtos demoram um prazo maior para serem vendidos, acaba sendo feita uma liquidação em determinadas épocas comemorativas, como, por exemplo, dia das mães, dia dos namorados, entre outras, com a finalidade de alavancar ainda mais as vendas e também eliminar o estoque de modelos que sobraram.

A empresa sofre com a falta de gestão. Não possui cadastro de seus clientes e acompanhamento das vendas para cada um deles. Por isso, não é possível fazer uma análise de quem são seus clientes mais fiéis. Os controles de venda e recebimento são feitos por meio de anotações em cadernos de forma manual, com grande chance de serem perdidos, como ocorre em pequenas empresas. Não existe controle de estoque, o que resulta em não saber qual é o real valor que é mantido em estoque parado. Também não são feitos balanços de totais de vendas e gastos.

Com o cenário atual surge a questão que servirá de base para este estudo: a utilização de um sistema ERP pode ajudar a empresa *B&A Store* a melhorar a sua gestão? Assim, o objetivo desse trabalho é melhorar a gestão da empresa *B&A Store*.

Quanto ao método adotado para este trabalho com relação aos objetivos foi realizada uma pesquisa descritiva, esta descreve as características de grupos relevantes como consumidores e organizações (MALHOTRA, 2012). Quanto aos procedimentos utilizou-se a pesquisa-ação, procedimento no qual o pesquisador está envolvido com a ação no problema (GIL, 2010), ou seja, ele faz intervenções de forma prática ao longo do processo de pesquisa (ENGEL, 2000) com o objetivo de modificá-la intencionalmente. Como a autora é sócia da empresa realiza o diagnóstico da situação e sugere a implantação de mudanças para melhorar a prática observada.

3. DIAGNÓSTICO DA SITUAÇÃO PROBLEMA

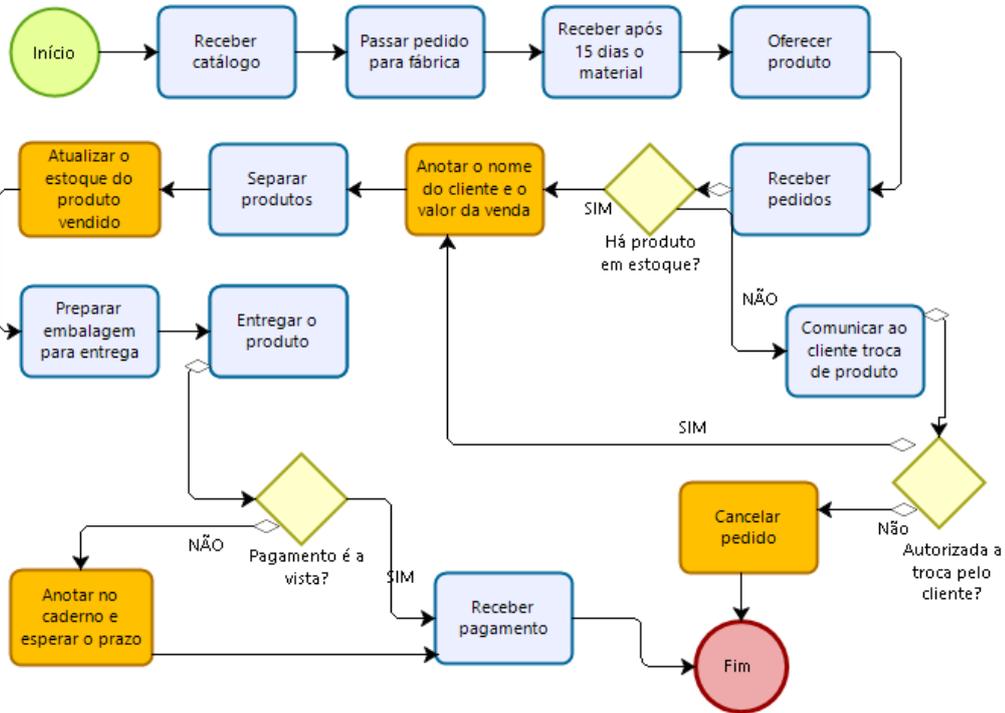
A fábrica envia os catálogos novos de cada coleção lançada na estação. É feita, então, a seleção dos modelos de acordo com o perfil das clientes e encaminhado para fábrica a escolha dos produtos para compra, sempre com limite mínimo do valor. O material é recebido após quinze dias a contar do processo de faturamento e pagamento.

Os produtos são oferecidos por foto via *WhatsApp* para as clientes e as fotos também vão para o *site*. Feito o recebimento dos pedidos de cada cliente individualmente, em que são feitas as anotações no caderno com nome do cliente e o valor total da venda, é feita a separação dos itens vendidos. Atualiza-se no caderno o saldo daquele item vendido e separado.

Prepara-se a embalagem de acordo com o volume de cada pedido e enviado via correio em casos de vendas pelo *e-commerce*. Nos casos de vendas por *WhatsApp* são feitas entregas a domicílio ou em locais próximos. Nas vendas pelo *WhatsApp* nem sempre os clientes pagam no ato da entrega, então o valor é anotado em caderno e esperado o prazo estipulado para pagamento para finalizar totalmente a venda. Se o pagamento for feito a vista, como nos casos de vendas pelo *site*, o processo finaliza no momento da entrega do produto pois, é pago *online* via cartão ou boleto diretamente pela plataforma.

Para facilitar a análise e entendimento do processo da loja, desde seu pedido até o momento da entrega e recebimento, foi elaborado o mapeamento do processo, conforme figura 1. Em amarelo estão destacadas as etapas em que existem problemas de execução no processo

Figura 1. Processo do pedido até a entrega



Fonte: os autores

Após a elaboração do mapeamento, ficou mais evidente onde estão os erros durante o processo de venda dos produtos: anotar o nome do cliente e o valor da venda, atualizar o estoque do produto vendido, anotar no caderno e esperar o prazo do pagamento e cancelar pedido. O principal erro dessas etapas é o controle totalmente manual, deixando o processo demorado e também com menor entendimento, uma vez que são muitas informações de clientes diferentes aumentando as chances de perder dados das vendas efetuadas. A seguir serão detalhadas as fases com problemas de organização e gestão.

Anotar o nome do cliente e o valor da venda: a vendedora anota todos os pedidos manuais em seu caderno de venda e controles em que relaciona nome da cliente, o valor total da venda e alguma descrição dos modelos vendidos, ao lado são marcados os pagamentos relacionados aquela venda. Quando é feito parcelado, em casos de valores altos, são anotados os respectivos valores de cada parcela e é feita a subtração até finalizar o valor total. Todo o controle de venda da empresa se encontra nesses registros, possibilitando perda das anotações e também que existam chances de prejuízos financeiros por não serem controlados devidamente.

Anotar saldo em estoque do produto vendido: a falta de controle de estoque também é um dos problemas mais graves que a empresa enfrenta. A vendedora verifica a quantidade de peças de determinado modelo em suas anotações feitas em seu caderno. Após efetuar uma venda ela verifica o saldo do produto e atualiza suas anotações, o que ocasiona uma grande chance de se confundir pois, pode acontecer de em determinados momentos a atualização não ser feita e, por não serem totalmente confiáveis, o produto pode não constar em estoque. Por se tratar de vendas *on-line*, em que o contato com o cliente é menor, é necessário passar credibilidade e confiança dos produtos vendidos, e levar a informação ao cliente de que não possui aquele produto em estoque, isto pode levar o consumidor a perder a confiança na loja.

Anotar no caderno e esperar o prazo: o controle é feito no momento da venda, quando não se trata de um produto que será pago à vista a vendedora faz a anotação do valor total da bolsa e controla os recebimentos no caderno. Em caso de parcelamento, é anotado o valor por

parcela e ao lado subtraído o que foi pago, atualizando o valor. Por exemplo: uma venda feita no valor total de R\$100,00 em duas parcelas de R\$50,00 após o primeiro recebimento é feita uma anotação ao lado do valor total com o valor recebido, no caso a parcela um de R\$ 50,00, e assim é abatido o valor e atualizado o valor restante para pagamento da próxima parcela. Esses registros podem ocasionar complicações financeiras como contas a receber vencidas e esquecimento de registros dos recebimentos, mas também a perda de informações por ter uma única via de todos os dados.

Cancelar pedido: como a linha de produtos da loja é muito variada e não possui controle correto do estoque, durante o processo de venda ocorrem falhas graves como por exemplo a venda de produtos que não estão mais em estoque, isso prejudica a loja de várias maneiras, principalmente por não passar confiança a suas clientes. Quando isso ocorre a proprietária entra em contato com a cliente e oferece produtos similares, mas nem sempre a cliente aceita a troca, então o pedido é cancelado.

Para uma possível solução prática e viável dos problemas identificados nos processos da empresa foi recomendado a implantação de um sistema ERP, mais especificamente a plataforma *MarketUp*, realizada em parceria com o SEBRAE. Trata -se de um sistema gratuito e em nuvem.

4. INTERVENÇÃO REALIZADA

Em sequência serão descritos os resultados encontrados por meio do sistema *MarketUp* nos processos administrativos mencionados: processo de venda, controle de estoque e financeiro e cancelamento de pedido.

4.1 Processo de venda

Uma das funções disponibilizadas pelo sistema é a emissão do pedido de venda, conforme mostra a figura 2. É possível controlar por meio dos dados cadastrados todo o processo de venda de cada cliente individualmente. Com o pedido cadastrado é possível gerar automaticamente a posição financeira e também a baixa do estoque daquele produto vendido . É importante controlar quais pedidos já foram emitidos e entregues assim como o *status* do pagamento, como por exemplo se o pedido está pendente, pago parcialmente ou pago total. Nota-se que o sistema apresenta a integração dos dados e setores da empresa, característica típica de um ERP (LAUDON; LAUDON, 2007; CORTÊS, 2008; O'BRIEN; MARAKAS, 2013; GROENEWALD; OKANGA, 2019; SANTOS; CALIMAN, 2019), assim como expressa propriedades de um sistema de informação como coletar, processar, armazenar e distribuir informações ampliando e melhorando as chances de decisões eficazes dentro das organizações (LAUDON; LAUDON, 2007).

Figura 2 - Processo de venda

PEDIDO DE VENDA				VER INFORMAÇÕES
15 FATURADO	EMITIDO EM: 24/08/2019 FATURADO EM: 24/08/2019	JOSELI SOUZA MOREIRA CPF: 367.915.498-40	24/08/2019 R\$ 40,00	STATUS: ENTREGUE STATUS: PAGO PARCIALMENTE
14 FATURADO	EMITIDO EM: 22/08/2019 FATURADO EM: 22/08/2019	NATÁLIA DE MORAIS CPF: 387.865.378-65	22/08/2019 R\$ 90,00	STATUS: ENTREGUE STATUS: PENDENTE
13 FATURADO	EMITIDO EM: 22/08/2019 FATURADO EM: 22/08/2019	CAROLINE DA SILVA CPF: 394.377.898-35	22/08/2019 R\$ 100,00	STATUS: ENTREGUE STATUS: PAGO PARCIALMENTE
12 FATURADO	EMITIDO EM: 22/08/2019 FATURADO EM: 22/08/2019	MARIA CRISTINA PEREIRA DE S... CPF: 040.575.591-08	22/08/2019 R\$ 90,00	STATUS: ENTREGUE STATUS: PENDENTE

Fonte: dados do sistema

Essa função é imprescindível para o processo da empresa B&A Store funcionar de forma segura e prática, uma vez que não existirá mais anotações em papéis, eliminando as chances de erros e perda de informações, como também tempo, pois todas as informações de pedidos ainda pendentes para entrega serão informadas em cada pedido de venda, podendo ser acompanhados em tempo real pelo celular da proprietária.

4.2 Cadastro de clientes

O cadastro de clientes é feito de forma rápida e prática, facilitando todos os outros processos como o controle financeiro e emissão de pedido de venda. É importante obter esses dados para conhecer os clientes da loja, como pode ser notado na figura 3. Por meio desse cadastro ficará mais fácil conhecer o perfil de cada cliente, a base de compras de cada um e suas frequências, podendo auxiliar até mesmo como uma forma de marketing mais eficaz por ter informações mais precisas (DA SILVA; GALEGAL, 2020).

Figura 3 – Cadastro de Clientes

CLIENTES				VER INFORMAÇÕES
Carmela Aparecida Mazzeo	Padrão	(11) 94738-0002	carmela@polividros...	 
CAROLINE DA SILVA	Padrão	(11) 94709-5008	carolsilvaa89@gmail...	 
Deisy Aparecida de Oliveira Nicodemos	Padrão	(11) 95282-5322	deisy.lua@hotmail.com	 
Gabriela Lins Roque	Padrão	(11) 94866-6673	gabysroque@outlook...	 
Gislene Aparecida Borges	Padrão	(11) 97724-5013	(11) 97724-5013 progi.borges@gmail...	 
GISLENE VIEIRA DOS SANTOS	Padrão	(11) 97117-7142	gislene.santos@iclou...	 
Jéssica Cristina Amaral	Padrão	(11) 95179-3607	jecris21@gmail.com	 
JOSELI SOUZA MOREIRA	Padrão	Fonte: Sistema MarketUp joselisouzamoreira9...		 
Juclene Pedro da Silva Cavalcante	Padrão	(11) 99549-8300	atelierdellicacy@gmai...	 
Juliana Marina Reis Guimarães	Padrão	(31) 99882-7054		 

Fonte: dados do sistema

4.3 Controle de estoque

Por se tratar de material de consumo e a coleção da fábrica ser renovada a cada três meses a loja não possui estoque mínimo. A rotatividade dos modelos é variada, os produtos personalizados, como por exemplo de personagens, possuem grande índice de procura na loja e encomendas antes da loja receber a mercadoria. Já bolsas sociais ou mais comuns possuem menos saída, gerando maior quantidade em estoque.

Para o controle do estoque de forma rápida e segura são informados quais as quantidades em estoque dos produtos cadastrados e, o valor unitário de cada item para controle total de estoque que a loja possui. Conforme são gerados os pedidos de venda, os produtos são baixados automaticamente, gerando sempre um número confiável de itens. Isto elimina a necessidade de atualização de estoque em cadernos e também o risco de venda de produtos que já esgotaram. O controle se torna muito mais prático e exato, diminuindo equívocos na hora das vendas, o que demonstra a utilidade dos sistemas de informação nas empresas (LAUDON; LAUDON, 2007; SANTOS; CALIMAN, 2019, MARZALL et al., 2018), como pode ser visto na figura 4.

Figura 4 – Consulta de estoque

CONSULTA DE ESTOQUE					VER INFORMAÇÕES
Item	Quantidade Disponível	Estoque Min.	Valor Unitário	Valor Total	
NC14319MN	4	0	R\$ 29,00	R\$ 116,00	
BN79003RX	1	0	R\$ 52,27	R\$ 52,27	
BN79005VM	2	0	R\$ 38,40	R\$ 76,80	
BMK78395PT	0	0	R\$ 60,79	R\$ 0,00	
BMK78419PT	0	0	R\$ 52,40	R\$ 0,00	
BS69133VM	1	0	R\$ 57,64	R\$ 57,64	
BS69133PT	1	0	R\$ 57,64	R\$ 57,64	
BS69133NU	1	0	R\$ 57,64	R\$ 57,64	
BU78221OF	0	0	R\$ 50,30	R\$ 0,00	
BU78232MR	0	0	R\$ 55,55	R\$ 0,00	
CA27686GA	3	0	R\$ 18,66	R\$ 55,98	

Fonte: dados do sistema

4.4 Pedido de compra

Para facilitar o lançamento de produtos no estoque, ao receber uma remessa é gerado um pedido de compra, podendo importar o arquivo *xml* para o sistema alimentando automaticamente o estoque onde já é migrado código, valores e total da fatura, alimentando também o contas a pagar da empresa, conforme figuras 5 e 6.

Figura 5 – Pedido de compra

PEDIDO DE COMPRA					VER INFORMAÇÕES
PEDIDO	STATUS	FORNECEDOR	RECEBIMENTO	VALOR	
2 FATURADO	EMITIDO EM: 14/08/2019 FATURADO EM: 17/08/2019	MAXLOG IMPORTACAO E EXPOR...19/08/2019	R\$ 735,70	STATUS: ENTREGUE	
		CNPJ: 10.447.922/0003-67 IE: 256749922	STATUS: PENDENTE		
1 CANCELADO	EMITIDO EM: 14/08/2019 FATURADO EM: 17/08/2019	MAXLOG IMPORTACAO E EXPOR...14/08/2019	R\$ 960,03	STATUS: CANCELADO	
		CNPJ: 10.447.922/0003-67 IE: 256749922	STATUS: CANCELADO		

Fonte: dados do sistema

4.5 Controle financeiro Contas a pagar

Outro problema solucionado pelo sistema *MarketUp* foi o controle financeiro da loja, em que todos os registros eram feitos de forma manual. O contas a pagar é gerado de duas formas, importando uma nota fiscal de compra gerando uma fatura ou, lançando impostos, boleto de hospedagem do site, boleto de convênio com o correio e emissor de nota fiscal. É possível gerar relatórios para acompanhar toda a movimentação. O sistema informa quando uma fatura está vencendo, facilitando o controle diário de todos os pagamentos a serem efetuados, evitando a perda de registros que antes eram feitos apenas em cadernos e também, que pagamentos sejam feitos fora de data, trazendo prejuízos para a loja, conforme figura 6 (SANTOS; CALIMAN, 2019, MARZALL et al., 2018).

Figura 6 – Contas a pagar

CONTAS A PAGAR		PERÍODO: A PARTIR DE 24/05/2019	VER INFORMAÇÕES		
<input type="checkbox"/>	17/08/2019 VENCIDA	NF 244142 [DINHEIRO] CEDENTE: MAXLOG IMPORTACAO E EXPORTACAO... ORIGEM: DESPESAS	MERCADORIA PARA REVE... R\$ 1.662,26	R\$ 1.662,26	
<input type="checkbox"/>	29/08/2019 A PAGAR	PEDIDO DE COMPRA Nº 2 [IMPORTA... CEDENTE: MAXLOG IMPORTACAO E EXPORTACAO... ORIGEM: COMPRAS	MERCADORIA PARA REVE... R\$ 735,70	R\$ 735,70	
<input type="checkbox"/>	29/08/2019 A PAGAR	NF248259 [DINHEIRO] CEDENTE: MAXLOG IMPORTACAO E EXPORTACAO... ORIGEM: DESPESAS	MERCADORIA PARA REVE... R\$ 960,03	R\$ 960,03	
<input type="checkbox"/>	20/09/2019 A PAGAR	BLING EMISSÃO DE NOTA FISCAL [... CEDENTE:	OUTRAS DESPESAS R\$ 25,00	R\$ 25,00	
<input type="checkbox"/>	20/09/2019 A PAGAR	DARF M.E.I [DINHEIRO] CEDENTE:	IMPOSTOS R\$ 50,90	R\$ 50,90	

Fonte: dados do sistema

Nota-se na figura 7 que todas as contas pagas são direcionadas a outro relatório do sistema, em que é possível controlar todas as contas já pagas com suas respectivas descrições, evitando também pagamentos feitos em duplicidade e o controle correto do financeiro da empresa (SANTOS; CALIMAN, 2019, MARZALL et al., 2018).

Figura 7 – Contas pagas

CONTAS PAGAS		PERÍODO: A PARTIR DE 24/05/2019	VER INFORMAÇÕES		
PROCURAR POR...			FILTROS AVANÇADOS ↓ REMOVER FILTROS		ADICIONAR NOVO
VENCIMENTO	CONTA	CONTA GERENCIAL	VALOR	SALDO	
<input checked="" type="checkbox"/>	17/08/2019 PAGO	NF 244142 [BOLETO] CEDENTE: MAXLOG IMPORTACAO E EXPORTACAO... ORIGEM: DESPESAS	MERCADORIA PARA REVE... R\$ 1.662,26	R\$ 0,00	

Fonte: dados do sistema

4.6 Controle financeiro contas a receber

Anteriormente, o único recurso que a proprietária utilizava para controlar os recebimentos era manual, o que levava a perdas e também confusões referentes ao valor real a ser pago de cada cliente. Com a ferramenta disponibilizada no sistema para controle do contas a receber o cadastro é feito no pedido de venda, gerando automaticamente a fatura com data de vencimento estipulada pelo vendedor. É importante fazer o controle do *status* de cada fatura, evitando faturas vencidas, isto pode ser feito facilmente pelo celular diariamente. O contas a receber antes era uma das etapas da venda que mais demandava tempo, por se tratar de muitas vendas com *status* de pagamento parcial, com a implantação foi mais simples fazer o controle diário, evitando prejuízos, conforme figura 8.

Figura 8 – Contas a receber

CONTAS A RECEBER		PERÍODO: A PARTIR DE 24/05/2019	VER INFORMAÇÕES	
<input type="checkbox"/>	21/08/2019 VENCIDA PEDIDO DE VENDA Nº 5 [BOLETO] SACADO: TATIANE CRISTINE	VENDAS VIA PEDIDO ORIGEM: VENDAS	R\$235,00	R\$235,00
<input type="checkbox"/>	21/08/2019 VENCIDA REBECCA [DINHEIRO] SACADO:	VENDAS VIA LOJA VIRTUAL ORIGEM: RECEITAS	R\$120,00	R\$120,00
<input type="checkbox"/>	30/08/2019 A RECEBER JÉSSICA [DINHEIRO] SACADO:	VENDAS VIA LOJA VIRTUAL ORIGEM: RECEITAS	R\$64,00	R\$64,00
<input type="checkbox"/>	30/08/2019 A RECEBER CAROL GISLENE [DINHEIRO] SACADO:	VENDAS VIA LOJA VIRTUAL ORIGEM: RECEITAS	R\$80,00	R\$80,00
<input type="checkbox"/>	30/08/2019 A RECEBER RENATA [DINHEIRO] SACADO:	VENDAS VIA LOJA VIRTUAL ORIGEM: RECEITAS	R\$145,00	R\$145,00

Fonte: dados do sistema

A figura 9 mostra a etapa de contas recebidas em que ficam relacionadas por ordem de data todos os pagamentos que já foram recebidos, podendo ser consultado a qualquer momento, efetuando a pesquisa por data correspondente.

Figura 9 – Contas recebidas

CONTAS RECEBIDAS		PERÍODO: A PARTIR DE 24/05/2019	VER INFORMAÇÕES	
VENCIMENTO	CONTA	CONTA GERENCIAL	VALOR	SALDO
<input checked="" type="checkbox"/>	20/08/2019 RECEBIDO MARIA EDUARDA [DINHEIRO] SACADO:	VENDAS VIA LOJA VIRTUAL ORIGEM: RECEITAS	R\$100,00	R\$0,00
<input checked="" type="checkbox"/>	22/08/2019 RECEBIDO PEDIDO DE VENDA Nº 13 [DEPÓSITO] SACADO: CAROLINE DA SILVA	VENDAS VIA PEDIDO ORIGEM: VENDAS	R\$40,00	R\$0,00
<input checked="" type="checkbox"/>	22/08/2019 RECEBIDO PEDIDO DE VENDA Nº 8 [DINHEIRO] SACADO: ANDRESON FERREIRA MAGALHÃES DA ...	VENDAS VIA PEDIDO ORIGEM: VENDAS	R\$95,00	R\$0,00
<input checked="" type="checkbox"/>	23/08/2019 RECEBIDO PEDIDO DE VENDA Nº 15 [DINHEIRO] SACADO: JOSELI SOUZA MOREIRA	VENDAS VIA PEDIDO ORIGEM: VENDAS	R\$20,00	R\$0,00
<input checked="" type="checkbox"/>	30/08/2019 RECEBIDO FLAVIANA [DEPÓSITO] SACADO:	VENDAS VIA LOJA VIRTUAL ORIGEM: RECEITAS	R\$150,00	R\$0,00

Fonte: dados do sistema

5- RESULTADOS OBTIDOS

Após o processo de implantação do sistema MarketUp na loja, foi possível detectar todos os problemas de gestão que dificultavam e atrasavam a rotina diária da proprietária, causando atrasos nas entregas e dificuldade na administração de todos os setores.

A seguir a demonstração de todos os processos como ocorriam antes e depois da implantação do sistema.

Quadro 1 – Melhorias obtidas

Problemas	Solução com o sistema
Falta de controle das vendas feitas	Emissão de pedidos de venda e acompanhamento diário dos status
Falta de informações de suas clientes e percentuais de compra de cada uma	Cadastro individual de cada cliente juntamente com o pedido de venda
Falta de controle de estoque	Cadastro de produtos e movimentação automática de acordo com faturamento e pedido de venda emitido
Falta de controle financeiro	Contas a pagar e contas a receber gerados por cada movimentação com alerta de vencimentos

Fonte: os autores

A implantação do sistema solucionou os problemas encontrados em cada uma das fases desde o processo do contato com o cliente, para efetuar a venda, até a entrega do produto e recebimento do valor vendido. Assim, foi possível ter uma visão geral de todas as transações que ocorrem na empresa (MARZALL et al., 2018)

5.1 Cadastro de clientes

Com o cadastro de clientes no sistema foi possível emitir relatórios com informações que auxiliam nas estratégias de vendas. Conforme mostra a figura 10, relatório emitido entre o período de 01/09/2019 a 30/09/2019 foram geradas informações por período e por cliente, podendo identificar individualmente a data da última venda.

Por meio dessa informação é possível elaborar estratégias de venda focando nos clientes que possuem menor frequência de compra, como por exemplo com cupons de descontos ou frete grátis.

Figura 10 – Controle de clientes no sistema

CLIENTE	GRUPO	ÚLTIMA VENDA
MARIA EDUARDA SILVA INACIO	A	22/08/2019
Viviane Fernanda de Sousa Lima	A	20/08/2019
TATIANE CRISTINE	A	21/08/2019
GISLENE VIEIRA DOS SANTOS	B	22/08/2019
Rachel Evaristo da Silva	B	24/08/2019
Mislene Pinheiro da Silva Souza	B	20/08/2019
CAROLINE DA SILVA	B	22/08/2019
Tamires Aparecida Geronimo	B	20/08/2019
PRISCILA DE MELO PASCHOAL	C	22/08/2019

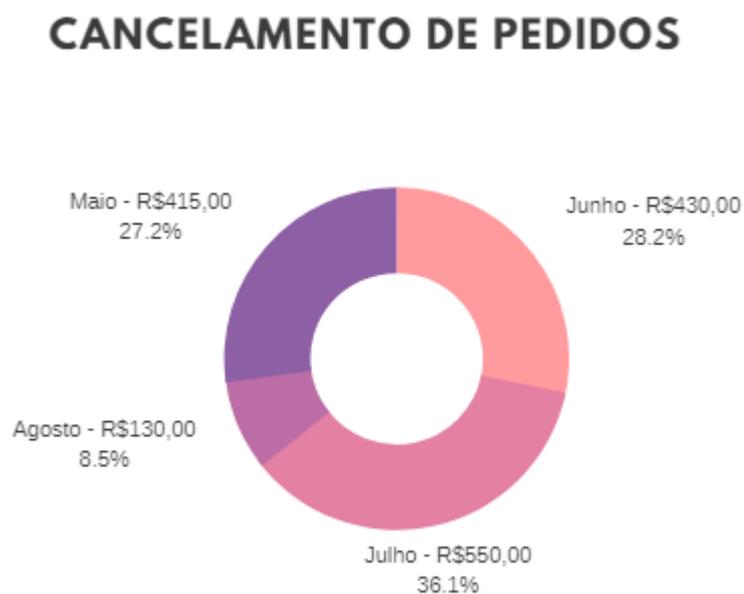
Fonte: dados do sistema

Outra vantagem do cadastro é a identificação do melhor cliente da loja. Antes, a proprietária não possuía conhecimento referente o desempenho de suas clientes. O sistema possibilitou a emissão de relatórios por determinado período mostrando quais foram as clientes com maior índice de compra, o que facilita o bom relacionamento pois, tendo conhecimento dessa informação a proprietária poderá utilizar métodos para manter esse índice alto de compra.

5.2 Cancelamento de pedidos

O gráfico 2 mostra os pedidos cancelados nos quatro meses anteriores a implantação ser concluída. Por falta de controle de estoque, a empresa tinha problemas com pedidos cancelados em todos os meses, com a implantação do sistema foi possível controlar de forma segura e prática (SANTOS; CALIMAN, 2019, MARZALL et al., 2018). O resultado obtido foi positivo, pois o índice de pedidos cancelados abaixou. No mês de agosto, durante a implantação, o número abaixou para um pedido (R\$130,00) redução de 76% em relação a julho. No mês de setembro, no qual o sistema já estava com todas as informações completas, a loja não teve nenhum cancelamento uma redução de 100% dos pedidos cancelados. O que torna visível a necessidade do controle do estoque aumentando o faturamento da empresa e a credibilidade dos clientes.

Gráfico 2 – Cancelamento de pedidos



Fonte: Fonte: dados do sistema

5.3 Entrega de pedidos

Devido aos registros manuais e falta de gestão alguns pedidos eram entregues atrasados. A proprietária não tinha controle de quais pedidos já haviam sido entregues ou não. Com a implantação do sistema o problema foi solucionado, pois possibilita alterar o status individualmente de todos os pedidos já entregues ou não, facilitando a visualização das pendências evitando atrasos e também a perda de informações.

Conforme mostra o gráfico 3, nos últimos dois meses (agosto e setembro) o índice de pedidos atrasados abaixou, mostrando um resultado positivo no controle agora feito pelo sistema. Durante a implantação, que iniciou no mês de agosto, houve uma queda dos pedidos atrasados da ordem de 100%.

Gráfico 3 – Pedidos entregues em atraso



Fonte: Fonte: dados do sistema

5.4 Contas a Pagar

Por falta de acompanhamento diário do financeiro da loja, boletos eram pagos com atraso gerando juros e multas, resultando diretamente em prejuízos conforme mostra o quadro 2.

Exemplos disso são boletos de hospedagem do site e emissor de nota fiscal, por não terem avisos de vencimento os boletos eram pagos frequentemente em datas atrasadas, acumulando valores que poderiam ser poupados.

O sistema registra todos os pagamentos a serem efetuados de forma organizada e simples e devido a fácil visualização, as contas foram pagas em dia nos meses de agosto e setembro após a implantação do sistema, como pode ser notado na tabela 1.

Tabela 1 – contas pagas em atraso

MÊS	MAIO	JUNHO	JULHO	AGOSTO	SETEMBRO
VALOR	R\$275,00	R\$75,90	R\$275,00	R\$0,00	R\$0,00

Fonte: Fonte: dados do sistema

5.5 Curva ABC

Devido à falta de gestão, a proprietária não possuía conhecimento de onde estavam os maiores erros e como melhorá-los. Após a implantação e o cadastro do estoque atual da loja foi possível verificar um erro grave, a concentração de produtos parados, acumulando dinheiro que poderia estar circulando e diminuindo os problemas financeiros encontrados, conforme mostra a tabela 2.

Tabela 2- Análise do estoque

	AGOSTO		SETEMBRO		OUTUBRO	
Estoque A	R\$ 3.800,00	48%	R\$ 2.825,00	42%	R\$ 1.690,00	43%
Estoque B	R\$ 2.058,00	26%	R\$ 1.740,00	26%	R\$ 1.140,00	29%
Estoque C	R\$ 2.027,00	26%	R\$ 2.158,00	32%	R\$ 1.133,00	29%
Total	R\$ 7.885,00	100%	R\$ 6.723,00	100%	R\$ 3.963,00	100%

Fonte: dados do sistema

É possível identificar em que fração da curva ABC está a maior concentração de produtos parados em estoque, auxiliando a criação de estratégias para solução desse problema. Uma das estratégias seria colocar em liquidação esses itens, recuperando o capital investido e

diminuindo o problema de fluxo de caixa da loja, além de investir em produtos com maior índice de saída.

No mês de outubro, após a identificação do valor total parado em estoque, foi feita uma liquidação dos produtos. Conforme tabela 2 o estoque abaixou de R\$7.885,00 em agosto para R\$3.963,00 em outubro após a ação. Nota-se que o estoque reduziu em 49,74% no período. A comparação entre outubro e setembro mostra uma redução de 41,10%. Esta ação só pôde ocorrer graças as informações do sistema, se dependesse das antigas anotações no caderno não seria possível a identificação do estoque e a decisão tomada para baixá-lo (O'BRIEN; MARAKAS, 2013; MARZALL et al., 2018; SALDANHA et al., 2018; GROENEWALD; OKANGA, 2019; SANTOS; CALIMAN, 2019).

5.6 Contas a receber

Após a implantação do sistema o acompanhamento do financeiro da empresa ficou mais simples e eficaz devido a praticidade. A proprietária pode acompanhar seus inadimplentes atuais diminuindo a perda de controle em suas anotações, como era feito anteriormente.

Na tabela 3 é possível identificar as contas recebidas com atrasos, devido à perda de controle os recebíveis venciam e a proprietária não possuía controle atualizado todas as semanas para poder fazer a cobrança correta dos valores. Com a implantação do sistema foi possível identificar diariamente os valores que venciam naquele dia e baixar assim que forem pagos, tendo no dia seguinte a informação atualizada. Curiosamente, no mês de setembro ocorreu a menor inadimplência dos últimos cinco meses.

Tabela 3 - Inadimplentes

MÊS	MAIO	JUNHO	JULHO	AGOSTO	SETEMBRO
VALOR	R\$550,0	R\$720,00	R\$200,00	R\$230,00	R\$190,00

Fonte: dados do sistema

Possíveis estratégias encontradas para diminuição de seus inadimplentes seria começar a repassar os juros das parcelas em atraso, mas isso poderia resultar na perda de alguns clientes, o que seria necessário ver a real vantagem em adotar essa conduta. Outra forma seria identificar, por meio do sistema, quem são os clientes com maiores índices de inadimplência e comunicar, por meio de um banner digital, que a loja concederia um brinde para aqueles que fizessem os pagamentos em dia. Essas estratégias, juntamente com as informações obtidas pelo sistema, podem diminuir o número de recebimentos em atraso. Esta medida poderá proporcionar redução de custos e aumentar a competitividade da empresa (SALDANHA et al., 2018), tornando o uso do ERP estratégico (NUNES; DE ASSIS; LOPES, 2018).

Por fim a tabela 4 mostra os resultados obtidos em cada processo, demonstrando a variação para a empresa antes e depois da implantação do sistema. Nota-se que, para uma pequena empresa sem nenhum controle, esta obteve ótimos resultados.

Tabela 4- Demonstrativo de resultados

	Antes do ERP	Depois do ERP	Varição
Pedidos cancelados	R\$ 130,00	R\$ 0,00	100%
Pedidos entregues com atraso	6	0	100%
Contas pagas em atraso	R\$ 275,00	R\$ 0,00	100%
Inadimplência	R\$ 230,00	R\$ 190,00	17,39
Estoque	R\$ 7.885,00	R\$ 3.963,00	49,74%

Fonte: dados do sistema

6- CONTRIBUIÇÃO TECNOLÓGICA-SOCIAL

Com a implantação do sistema ERP *MarketUp* e a identificação dos problemas causados pela falta de gestão na empresa é possível afirmar que o objetivo inicial do trabalho foi alcançado, uma vez que foram retiradas todas as anotações feitas em papéis e registradas via sistema, integrando todas as etapas do processo, e solucionando os erros encontrados. A aplicação trouxe benefícios visíveis logo no período de implantação: eliminação de controles manuais, melhora no relacionamento com os clientes atuais da loja, informações obtidas em tempo real por qualquer usuário do sistema, visualização dos problemas da loja aumentando o número de vendas e a receita, facilidade na comunicação entre os sócios, conhecimento da situação financeira e do estoque da loja.

O sistema de informação ERP deve ser utilizado por empresas de todos os portes devido a proporcionar diversos ganhos, principalmente a automação de seus processos, simplificando em ações pertinentes a cada setor por integrar os setores que compõe a organização.

As ferramentas disponibilizadas pelo sistema são simples, de fácil entendimento e gratuitas. Neste sentido muitas empresas, principalmente as MEI (microempreendedor individual), não pensam em implantar sistemas como esse por pensarem que devido a seu porte não há necessidade, ou então pelo valor que muitos sistemas cobram pela sua utilização. Com isto perdem a possibilidade de exercer um melhor controle, o que pode levar a sua quebra.

É possível encontrar muitos sistemas gratuitos assim como o *MarketUp*, pensados justamente para micros e pequenas empresas, tornando mais fácil o acesso e a busca de informações. Independente do porte da empresa, ou o ramo em que atua, é essencial o controle ativo de suas informações, uma vez que elas são de vital importância para a tomada de decisão.

REFERÊNCIAS

- CASTENHERA, L.B; ESCRIVÃO, E.F. Impacto da tecnologia de informação na gestão de pequenas empresas. **Ciência da Informação**, v. 29, n.1, p. 46-50, jan./abr. 2000
- CÔRTEZ, P.L. **Administração de Sistemas de Informação**. 1.ed. Rio de Janeiro: Saraiva, 2008.
- DA SILVA, R.P.; GALEGALE, N.V. O efeito da implementação dos sistemas ERP e CRM na satisfação dos clientes. **Revista Científica Hermes**, n. 27, p. 184-207, 2020.
- ENGEL, G.I. (2000). Pesquisa-ação. **Educar em revista**, v. 16, n. 16, p. 181-191, 2000.
- GIL, A.C. **Como elaborar projetos de pesquisa**. São Paulo: Atlas, 2010.
- GROENEWALD, D.; OKANGA, B. Optimising enterprise resource planning system to leverage a firm's absorptive and adaptive capabilities. **South African Journal of Information Management**, v. 21, n.1, 2019.
- LAUDON, K. C.; LAUDON, J. P. **Sistemas de Informações Gerenciais**. 7. Ed. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2007.
- MALHOTRA, N.K. **Pesquisa de Marketing: uma orientação aplicada**. Porto Alegre: Bookman, 2012.
- MARZALL et al. Melhoria de indicadores de desempenho de produção em uma empresa de pequeno porte por meio de um sistema de informação erp gratuito. **Rev. Adm. UFSM**, Santa Maria, v. 11, edição especial, p. 385-401, 2018
- MAXIMIANO, A. C. **Teoria Geral da Administração**. 7. ed. São Paulo: Atlas, 2012.
- NUNES, E.S; DE ASSIS, S.F.M.; LOPES, E.L. Implantação de Enterprise Resource Planning em uma instituição hospitalar: desafios e mudanças necessárias. **Revista Gestão & Tecnologia**, v.18, n.3, p.161-187, 2018.
- O'BRIEN, J., A, MARAKAS, G. M. **Administração de Sistemas de Informação**. 15.ed. Porto Alegre: AMGH, 2013.
- SALDANHA, L.R. et al. Sistemas de gestão empresarial contribuem para o isomorfismo organizacional? **Gestão & Regionalidade**, v. 34, n.102, 2018.

SANTOS, T.P.; CALIMAN, D.R. Desafios da Implementação do Sistema de Controle e Gestão SAP em uma Empresa de Logística e Transporte. **Revista Gestão & Conexões**, v. 8, n. 3, 2019.

TRIPP, D. **Pesquisa-ação**. v. 31. São Paulo: Educação e Pesquisa, 2005.