

**FACULDADE DE INFORMÁTICA E ADMINISTRAÇÃO PAULISTA**

**ESCOPO DO PRODUTO - CHALLENGE LEVEL GROUP**

**GRUPO BUY.IT**

**Gustavo Sanches - RM 97068**

**Kaue Caponero - RM 96466**

**Mariana Santos - RM 97503**

**Natan Cruz - RM 97324**

**Vitor Rubim - RM 97092**

**São Paulo - SP**

**2023**

1. **JUSTIFICATIVA**

Diante do problema apresentado pela Level Group em conjunto com a FIAP, nós alunos do 2º ano do curso de Análise e Desenvolvimento de Sistemas elaboraremos um projeto acerca do principal problema identificado:

Atualmente os processos de compras de grande parte das empresas dependem muito de interações humanas, trazendo maior onerosidade, dificuldade, gasto e possibilidade de falhas.

Apesar de existirem muitos sistemas hoje os quais tentam facilitar e melhorar todo esse processo, ainda deixam a desejar se considerarmos o avanço da tecnologia nos últimos anos. Falta de comunicação externa, dificuldade em extração e análise de dados, alto preço de implementação e / ou a não utilização de inteligência artificial são pontos que podem e devem ser melhorados para garantir a melhor performance de ERP’s no geral.

Nosso foco com este projeto envolve a construção de um SaaS (Software as a Service) baseado em usabilidade, simplicidade e assertividade para automação do processo de compras entre empresas, sejam compras específicas e particulares como insumos e matéria prima até mesmo compras recorrentes como materiais administrativos de utilização cotidiana.

1. **OBJETIVOS**

* Automatizar e facilitar o processo de compras entre empresas
* Redução de gastos e proporcionar maior lucratividade
* Gerar a competição saudável entre empresas concorrentes, visando o melhor atendimento e agilidade aos compradores
* Integrar a cultura das empresas o hábito do aprendizado e melhoria contínua
* Aumentar a assertividade dos processos através de inteligência artificial

1. **ESCOPO DO PRODUTO**

**Cliente:** Level Group BR;

**Partes Interessadas:** Empresas de micro e pequeno porte;

**Produto:** Sistema para gestão de compras;

**Escopo do produto:**

O sistema será totalmente online, inicialmente na versão mobile, onde empresas poderão se cadastrar para possibilitá-los vender seus produtos e também comprar o que desejarem. Após o cadastro da empresa, o sistema coletará informações continuamente para que seja possível a análise dos dados e sugestões de melhorias de processos, como por exemplo prazos para compras, melhores fornecedores baseado nas características pré definidas (preço, prazo de entrega, qualidade, etc…), redução de gastos com funcionários, etc…

O público alvo do projeto serão empresas de micro e pequeno porte, onde na maioria dos casos o processo de compras é feito sem estudos prévios e tratando essa atividade sem o devido valor. Para este público, que muitas vezes nem possuem profissionais compradores em sua folha de pagamento, pequenas reduções de despesas podem causar grandes impactos nos resultados financeiros, fazendo com que as mesmas possam ganhar espaço no mercado de diversas formas (a serem definidas por seus gestores), como por exemplo a redução do preço dos produtos (se seus insumos e despesas forem mais baratos) mantendo a mesma margem de contribuição, redução da folha de pagamento possibilitando opções como maior remuneração da folha atual ou então crescimento mais veloz, etc…

O público alvo definido é estratégico no ponto de vista de constituição de marca, focando na quantidade e qualidade do serviço ao invés da superfaturação de valores, podendo atingir um grande número de usuários em um curto espaço de tempo.

Segundo o “Mapa de Empresas - Boletim do 1º Quadrimestre de 2023” divulgado pelo Ministério do Desenvolvimento, Indústria, Comércio e Serviços, aproximadamente 93,7% das empresas brasileiras são de micro ou pequeno porte e segundo estudos do SEBRAE feito em 2016 “Sobrevivência de empresas no Brasil”, cerca de 50% das micro empresas fecham num período médio de 2 anos após a abertura e grande parte devido aos problemas de gestão financeira.

1. **ESTUDO DE MERCADO E AVALIAÇÃO DE POTENCIAL**

Para definições e melhorias, fizemos um estudo de mercado onde pesquisamos alguns produtos semelhantes e chegamos a conclusões de que apesar de existirem grandes players neste ramo, existem ainda fatias de mercado não exploradas pelos mesmos.

Empresas como TOTVS, SAP ou SANKHYA por exemplo prestam um serviço semelhante e mais completo como visão de ERP no geral, porém devido ao seu grande porte acabam tendo um custo muito elevado tanto de manutenção quanto de implementação (podendo passar de R$ 500.000,00 para implementação e R$ 1.000,00 por usuário por mês) o que inviabiliza a utilização por parte de empresas menores.

Já outros players como OMIE, Amigo e Conta Azul, são ERP’s mais viáveis em termos financeiros, porém focam muito na gestão financeira, fazendo com o que os módulos de compras sejam apenas controladores de estoque, quando existem.

Em todos os estudos feitos, não foram encontrados concorrentes onde o foco é para as compras das empresas, mas todos focam muito nos gastos e em como controlá-los, o que vai para outro lado da aplicação aqui demonstrada, a qual tem como principal foco a gestão de compras automatizada.

Portanto, nosso posicionamento no mercado será de atender a fatia que hoje não tem capital suficiente para investir em um ERP de grande porte, porém deseja ter uma forma mais simples para cotar e comprar produtos, focando nas micro e pequenas empresas onde estes processos são feitos geralmente de forma manual e sem estudos necessários, como por exemplo as devidas deduções de impostos de empresas do Lucro Real, os “falsos” descontos presentes em cotações onde os valores de frete ultrapassam os valores dos produtos, ou até mesmo em negociações de desconto por quantidade, etc…

Sendo assim, ao atingirmos essa fatia de mercado conseguiremos construir uma base sólida de usuários para o sistema, além de fomentar e auxiliar na longevidade das mesmas.