

Project Charter - [B2B PACK]

Empresa: PAKTO

1. EXECUTIVE SUMMARY

PROBLEMAS DE NEGÓCIO

No mercado B2B, empresas enfrentam grande complexidade na gestão de compras corporativas. Processos manuais e sistemas isolados causam atrasos, retrabalho e inconsistências nos pedidos, especialmente devido a catálogos personalizados, negociações complexas e workflows de aprovação longos.

O sistema proposto centraliza essas operações em um marketplace B2B integrado, oferecendo catálogos dinâmicos. Com isso, as empresas reduzem erros, agilizam processos e obtêm maior eficiência e controle estratégico sobre suas operações.

PROPOSTA DE VALOR

B2B PACK elimina a complexidade e o tempo perdido com fornecedores dispersos e transforma isso em uma experiência unificada, ágil e com preços competitivos.

Como agregamos valor ao nosso negócio?

- Economia de 40% do tempo na Cotação e Compra
- Catálogo digital centralizado com busca inteligente, substituindo dezenas de e-mails, ligações e planilhas.
- Acesso transparente a múltiplos fornecedores em uma única plataforma, garantindo os melhores preços e condições.

Sistema de logística integrado e fornecedores verificados.

Histórico de pedidos, orçamentos salvos e suporte dedicado em um único lugar visando a eficiência.

Para quem é este pacto de eficiência:

- **Indústrias** que precisam alinhar compra de embalagens com o ritmo de produção.
- **Distribuidoras** que buscam agilidade e confiabilidade no reabastecimento.
- **E-commerce**s que necessitam de variedade, precisão e velocidade para cumprir prazos de entrega.

Por que esta proposta funciona para um e-commerce B2B:

1. **Foca na Jornada de Compra:** Aborda diretamente a dor da cotação demorada e da compra fragmentada.
2. **Diferencial Claro:** Posiciona a plataforma como unificadora de fornecedores, não apenas um catálogo online.
3. **Benefícios Tangíveis:** Economia de tempo, redução de custos e garantia de entrega são argumentos diretos para o comprador.
4. **Fortalecimento da Marca:** Usa o conceito "Pacto" para transmitir confiança e compromisso com prazos.
5. **Chamada Estratégica:** Conecta a facilidade de compra com o resultado final do cliente (a entrega eficiente).

• Objetivo Principal

Desenvolver uma empresa responsável em vendas de embalagens.

• Objetivos Secundários:

- 1 - Facilitar a negociação entre cliente e fornecedor e reduzir custos de negócios.
- 2 - Promover modelos sustentáveis relacionados ao mercado de embalagens, assim fomentando o uso consciente.
- 3 - Promover a visibilidade de todos fornecedores, chegando a auxiliar do pequeno, médio e grande fornecedores.

2. STAKEHOLDER ANALYSIS

Stakeholder	Interesse	Influência	Expectativas Principais	Como Engajar
Clientes (empresas compradoras)	Alto	Alto	Preço competitivo, variedade de embalagens, prazos de entrega confiáveis, suporte ágil	Comunicação contínua por meio de e-mail de suporte

Fornecedores de embalagens	Médio	Alto	Contratos claros, previsibilidade de compras, pagamentos em dia, relacionamento de longo prazo	Negociação transparente, parcerias estratégicas, reuniões periódicas
Parceiros logísticos (transportadoras, correios)	Médio	Médio	Rotas eficientes, volume estável de pedidos, pagamentos regulares	Parcerias de longo prazo, sistemas de integração de pedidos, suporte em picos de demanda

Stakeholder Principal (Product Owner)

Nome: Rede de Supermercados “CompreMais” (empresa fictícia)

Papel: Comprador B2B / Cliente-chave

Principais Preocupações:

- Técnica:** Plataforma deve ser estável, segura e fácil de usar para realizar grandes pedidos sem erros.
- Negócio:** Preço competitivo, descontos em compras por volume e condições de pagamento flexíveis.
- Estratégica:** Garantia de fornecimento contínuo de embalagens para não faltar estoque em sua operação e parcerias de longo prazo.

3. REQUIREMENTS DE ALTO NÍVEL

3.1 Requisitos Funcionais Principais

ID	Requisito	Prioridade	Complexidade	Justificativa
RF001	O sistema deve permitir cadastro de clientes	Alta	Média	Essencial para o modelo B2B, pois garante

	corporativos (com CNPJ, razão social e dados fiscais).			diferenciação do cadastro de pessoa física.
RF002	O cliente deve poder acompanhar o status do pedido em tempo real (processando, enviado, entregue).	Média	Média	Gera confiança e transparência, reduzindo dúvidas no pós-venda.
RF005	O site deve permitir múltiplos métodos de pagamento (boleto, PIX, cartão de crédito).	Alta	Média	Flexibiliza opções de pagamento para diferentes perfis de empresas.

3.2 Requisitos Não-Funcionais Críticos

ID	Atributo	Métrica Específica	Como Medir	Prioridade
RNF001	Performance	Tempo de resposta < 200ms por requisição	Testes de carga	Alta
RNF002	Escalabilidade	Suportar até 10.000 usuários simultâneos	Stress testing	Alta
RNF003	Disponibilidade	Uptime mínimo de 99,9%	Monitoramento 24/7	Média
RNF004	Segurança	Zero vazamentos de dados, uso de criptografia SSL/TLS e LGPD compliance	Auditórias + penetration testing	Alta
RNF005	Usabilidade	Fluxo de compra concluído em até 3 cliques principais	Testes de usabilidade com usuários	Média

3.2 Requisitos Não-Funcionais Críticos (Simplificados)

ID	Atributo	Descrição Simplificada	Prioridade
RNF001	Performance	O site deve carregar rapidamente para não prejudicar a experiência do usuário.	Alta
RNF002	Disponibilidade	O e-commerce deve estar disponível a maior parte do tempo, evitando quedas frequentes.	Média
RNF004	Segurança	Os dados dos clientes (CNPJ, pedidos, pagamentos) devem ser protegidos contra acessos não autorizados.	Alta
RNF005	Usabilidade	A navegação deve ser simples e intuitiva, permitindo que o cliente encontre e finalize a compra com facilidade.	Média

4. CONTEXTO E RESTRIÇÕES

Restrições Técnicas

O sistema seguirá uma arquitetura baseada em API (RESTful), com as seguintes definições técnicas:

- **Backend (API):** Será desenvolvido em **Node.js**, responsável por toda a lógica de negócios, integrações e fornecimento de dados.
- **Frontend Web:** A interface web será uma aplicação dinâmica construída com **JavaScript**, consumindo a API backend.
- **Aplicativo Móvel (Futuro):** A versão mobile será desenvolvida em **React Native (JSX)**, permitindo o compartilhamento de lógica com o frontend web.
- **Banco de Dados:** MySQL.

Compliance

- **Conformidade Primária:** LGPD (Lei Geral de Proteção de Dados) desde o dia 1, garantindo tratamento adequado de dados de empresas e usuários.
- **Segurança:** Implementação de **HTTPS, autenticação robusta e armazenamento seguro de senhas.**

Recursos Humanos

Equipe Multifunção (6 Pessoas)

Líder Técnico: Responsável por lidar com os prazos e tarefas da equipe, auxiliando nas atividades de todos.

FullStack: Responsáveis focados no frontend e criação e auxílio de partes do backend.

Backend: Responsáveis pela criação e definição de API e rotas banco de dados.

Mercado

Janela de Oportunidade: A velocidade de execução é nossa principal aliada. O objetivo é lançar o MVP o mais rápido possível para validar ou pivotar a ideia com custo quase zero.

Concorrência: Nossa vantagem inicial não é o capital, mas a agilidade e a proximidade com o cliente. Nosso objetivo é personalizar o serviço em tempo real para nossos primeiros clientes.

Diferencial Crítico: Oferecer um atendimento extremamente próximo e humanizado e uma plataforma que resolve exatamente a dor principal (encontrar e comprar de múltiplos fornecedores de forma simples), mesmo que sem todos os recursos de uma plataforma grande.

Premissas Assumidas

Premissa 1 - Técnica

Os fornecedores vão conseguir se cadastrar na plataforma, mesmo que a gente precise fazer um cadastro manual no início.

Premissa 2 - Equipe

Nosso time de 6 pessoas vai conseguir manter o ritmo de desenvolvimento para entregar a versão inicial em 6 meses.

Premissa 3 - Mercado

As empresas vão preferir comprar embalagens pela nossa plataforma digital em vez de ficar no telefone e WhatsApp com vários fornecedores.

Premissa 4 - Negócio

Os fornecedores vão aceitar pagar uma comissão de 5% a 10% sobre as vendas pela plataforma.

Premissa 5 - Infraestrutura

Os custos de hospedagem e servidores vão ficar abaixo de R\$ 800 por mês nos primeiros meses.

5. ANÁLISE DE RISCOS INICIAL

- Análise de Riscos Inicial:**

Risco:	Probabilidade:	Impacto:	Score:	Est.Mitigação:	Owner:
Entregas das Tarefas	ALTO	ALTO	CRÍTICO	Monitoramento Tach Lead/Devs	TACH LEAD
Alinhamento Regras de Negócios.	ALTO	ALTO	CRÍTICO	Reuniões com Os Devs	Cliente Gestor Devs
Definição de Ferramentas	MÉDIO	MÉDIO	MODERAVEL	Reuniões com Os Devs	Devs

- Top 3 Riscos Críticos**

1 – Falta de confiabilidade ou atrasos dos fornecedores: Devs Criar um sistema um sistema de avaliação dos fornecedores, estabelecer acordos de serviços e utilizar métodos de alerta e reclamações.

2 – Baixa adesão do serviço da plataforma aos clientes: Investir em marketing digital para alcançar umas grandes parcelas no nicho específico.

3 – Problemas técnicos relacionados a plataforma: Realizar testes através dos problemas na produção, manter uma equipe técnica para suporte, ter plano de recuperação e manter uma documentação do sistema atualizada.

6. SUCCESS CRITERIA & METRICS

Definição de Sucesso

O sucesso do sistema será medido pela sua capacidade de centralizar e automatizar o fluxo de compras entre empresas, reduzindo os problemas causados por processos manuais e sistemas isolados.

Entre os indicadores principais estão: diminuição de erros em pedidos, redução do retrabalho, maior rapidez na conclusão de transações e melhor controle estratégico sobre as operações corporativas.

O sistema será considerado bem-sucedido se permitir que empresas gerenciem de forma eficiente catálogos dinâmicos, conduzam negociações complexas e aprovações de forma automatizada, mantendo a integridade dos dados e proporcionando uma experiência mais ágil e confiável para compradores e fornecedores no marketplace B2B.

O projeto será considerado bem-sucedido quando: Reduzir em 30% o tempo médio de processamento de pedidos entre compradores e fornecedores. Diminuir em 50% os erros de dados em transações e pedidos.

Aumentar em 20% a taxa de conclusão de transações dentro do prazo, considerando o volume de R\$ 100 milhões por mês em GMV.

Key Performance Indicators (KPIs)

Métrica	Target	Como Medir	Frequência
Tempo médio de processamento de pedidos	Redução de 30% em 6 meses	Logs do sistema / relatórios internos	Mensal
Taxa de erros em pedidos	≤ 2% de pedidos com inconsistências	Auditória de dados / feedback de usuários	Mensal
Taxa de conclusão de transações no prazo	≥ 90%	Monitoramento automático no sistema	Mensal
Satisfação dos usuários (NPS)	≥ 70	Pesquisas com compradores e fornecedores	Trimestral
GMV processado	R\$ 100M/mês (manter ou aumentar)	Relatórios financeiros da plataforma	Mensal