# MOB Store

# Visão do Negócio

# Versão 1.0

**Histórico da Revisão**

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **Data** | **Versão** | **Descrição** | **Autor** |
| 24/05/21 | 1.0 | Definições iniciais do projeto | Guilherme |
|  |  |  |  |
|  |  |  |  |
|  |  |  |  |

**Visão do Negócio**

**1. Introdução**

**1.1 Finalidade**

Este documento visa o entendimento geral do projeto e as particularidades relacionadas ao ramo de moda em especial às pequenas lojas de roupas. Este projeto tem como objetivo auxiliar no controle de estoque e no fluxo de vendas, gerando relatórios de compras e vendas por período. Neste documento também apresentaremos a relação entre os envolvidos, o sistema e seu posicionamento frente ao problema.

**1.2 Escopo**

Neste documento serão tratados os pontos chave para o desenvolvimento do sistema gerencial para lojas de moda. Será abordado principalmente sua modelagem de maneira que seja possível sua compreensão sem necessidade de conhecimento dos termos técnicos utilizados pelos desenvolvedores, além de tratar dos termos referentes ao negócio.

**1.3 Visão Geral**

Este documento está divido de forma que o entendimento do projeto se de forma incremental, primeiro será apresentado uma introdução do projeto e os principais objetivos deste documento. Em seguida abordaremos tópicos relacionados com o negócio em questão apresentando as atividades e os principais problemas encontrados assim como as oportunidades trabalhadas neste projeto. Por fim este documento irá tratar sobre os perfis de usuários deste sistema e sobre alternativas a este tipo de produto encontrado no mercado e os principais diferenciais com outras soluções encontradas no mercado.

**1.4 Referências**

Para definições dos termos relacionados ao negócio consultar o Glossário de Negócios, disponível no arquivo **glossario\_negocio.docx**.

Para maiores informações das regras de negócio consultar o documento Regras de Negócios disponível no arquivo **regras\_negocio.docx**.

2. Objetivos da modelagem

2.1 Compreensão do mercado de moda

O segmento de vestuário é um ramo crescente no mercado, principalmente com as facilidades das vendas online. Normalmente aqueles que estão iniciando neste empreendimento tendem a focar em um determinado público-alvo, alguns exemplos são:

- Infantil

- Feminina

- Gospel (principalmente para público feminino)

- Juvenil

- Surf/skate

- Gestante

Outro ponto é a escolha dos tipos de mercadorias que serão trabalhadas (variando de acordo com a estação do ano e clima local), podendo ser:

- Camisas

- Camisetas

- Agasalhos

- Vestidos

- Bermudas/ shorts

- Lingeries/ peças intimas

- Calçados

O controle de giro de estoque também é uma questão essencial para o sucesso do negócio, pois a partir de uma boa gestão do fluxo de mercadorias evita-se prejuízos e mantém o capital do negócio saudável.

Possuir uma vitrine/ catálogo de produtos é de suma importância para atrair clientes. Em casos de e-commerce muitas plataformas auxiliam nesse processo, marketplaces são altamente recomendáveis para quem está iniciando neste ramo.

2.2 Definir público-alvo e objetivo da aplicação

Este projeto visa principalmente aqueles que estão começando a empreender no ramo de moda e aos pequenos comerciantes que realizam a gestão de forma manual ou utilizem apenas tabelas simples para controlar seu estoque e vendas. Com isso o intuito desta solução é fornecer um aplicativo capaz de auxiliar no gerenciamento de pequenos negócios a fim de que os usuários possam ter um maior controle de suas vendas e mercadorias.

3. Posicionamento

3.1 Atividades do Negócio

O negócio está relaciona a venda de roupas/calçados através de marketplaces, redes sociais ou em pequenos comércios. Normalmente por pessoas que iniciaram a pouco tempo neste empreendimento ou com poucos conhecimentos de processos de gestão.

3.2 Processos do Negócio

Levando em consideração que o negócio é gerenciado por apenas uma pessoa, todas as responsabilidades dos processos estão relacionadas ao dono do negócio. A pesquisa de fornecedores é feita com base em um média de preços e nas marcas escolhidas de acordo com o público-alvo. Feito esta pesquisa inicial são escolhidos os fornecedores com o melhor custo-benefício, a compra pode ser feita de forma online ou então indo até a loja física. Normalmente o processo de compra é feita durante os finais de semana caso seja necessário ir buscar os produtos. Com os produtos disponíveis a etapa de vendas irá variar de acordo com a forma adotada pelo comerciante, ela pode ser feita através de redes sociais, como por exemplo em publicações em grupos no Facebook, stories no Instagram, ainda no ambiente de vendas online uma saída adota pode ser o uso de marketplaces como por exemplo o Mercado Livre. Caso não se utilize as vendas online o processo pode ser realizado através da própria residência, utilizando o sistema de entrega ou através de uma loja física. O armazenamento das mercadorias irá depender da forma de venda adotada, elas podem ser armazenadas na própria residência ou no estoque caso possua uma loja física.

3.3 Oportunidades

Devido à crise econômica gerada pela pandemia várias pessoas tiveram que buscar por fontes de rendas alternativas, neste cenário muitos começaram a empreender nos mais diversos setores e um destes foi o setor de modas. Com o crescente número de pessoas investindo na venda de roupas a necessidade de um sistema de gerenciamento de vendas aumenta conforme o número de pedidos cresce. Ao começar a trabalhar com uma relativa quantidade de mercadorias o controle sobre o estoque e o fluxo de vendas se torna essencial, porém a escolha de um software pode ser um problema. Em um primeiro momento uma aplicação de alto valor inicial de investimento ou que necessite de mensalidades certamente não será viável. Com isto este projeto visa proporcionar ferramentas de baixo custo, de uso simples e que atendam aos processos do cliente.

4. Descrição dos envolvidos

4.1 Ambiente de usuário

Normalmente uma ou duas pessoas cuidam dos processos do negócio, o ambiente de trabalho é variável podendo ser na própria residência ou em uma loja física. A infraestrutura disponível pode ser um aparelho celular ou desktops, normalmente com acesso à internet. O gerenciamento dos processos pode ser realizado tanto de forma manual quanto usando planilhas, como o Excel por exemplo.

4.2 Perfil dos envolvidos

Nome: Mariana

Idade: 32 anos

Características: Possui afinidade com redes sociais, facilidade em utilizar aparelhos móveis, possui conhecimento básico em informática e acessa regularmente a internet para os mais diversos fins. Decidiu abrir um negócio próprio e vender roupas pela internet e whatsapp após o início da pandemia. Está nesse ramo há aproximadamente 1 ano. Atualmente esta se tornou sua principal renda. Apenas ela é responsável pelo negócio. Atualmente utiliza planilhas Excel para controlar seu estoque e o fluxo de vendas.

4.3 Necessidades dos envolvidos

Devido ao aumento no número de vendas as planilhas de controle começaram a ficar desorganizadas, dificultando encontrar informações mais antigas. As planilhas que utiliza para gerenciar o estoque também estão gerando problemas além de serem trabalhosas para serem atualizadas. O ideal para este cenário seria o estoque se atualizar automaticamente com as vendas e a criação de planilhas de forma automática seria um ganho de produtividade para Mariana. Um sistema que gerasse identificadores para cada tipo de mercadoria iria auxiliar na organização do estoque, e futuramente poderia ser utilizado um leitor de código de barras para facilitar o registro de entrada e saída de mercadorias.

4.4 Concorrência

Interface gráfica do usuário

Descrição gerada automaticamente4.4.1 – QuantoSobra é possível testar esse software de graça por dez dias. Depois, o interessado deve contratar um plano mensal, trimestral ou anual. Os valores variam de acordo com o porte da empresa. <https://www.quantosobra.com.br/>

4.4.2 – Sistema Lexos é um fornecedor de sistemas ERP, eles oferecem diversas soluções para empresas dos mais variados ramos.

Interface gráfica do usuário

Descrição gerada automaticamente com confiança média