**FATEC – FACULDADE DE TECNOLOGIA DE SÃO PAULO**

**Estudo de Alternativas**

**five’S’ Livraria me.**

|  |  |
| --- | --- |
| **Nome** | **Nº de Matrícula** |
| Josimar da Silva Assunção Jr. | 0910638-8 |
| Leandro Frata dos Santos | 0910699-6 |
| Ricardo Suzumura | 0910666-4 |
| Sérgio Gonçalves Pêgo Jr. | 0910648-6 |

**São Paulo – 2011**

**ÍNDICE**

[INTRODUÇÃO 1](#_Toc306694283)

[OBJETIVOS 2](#_Toc306694284)

[SITUAÇÃO ATUAL 3](#_Toc306694285)

[CONCEITOS 3](#_Toc306694286)

[DFD – NÍVEL ZERO 4](#_Toc306694287)

[DFD – NÍVEL UM 5](#_Toc306694288)

[ÓRGÃOS ENVOLVIDOS (ÓRGÃOS X PROCESSOS) 6](#_Toc306694289)

[VOLUMES E FREQUÊNCIAS 7](#_Toc306694290)

[PROBLEMAS E NECESSIDADES 8](#_Toc306694291)

[Problemas: 8](#_Toc306694292)

[Necessidades: 8](#_Toc306694293)

[ALTERNATIVAS PROPOSTAS 9](#_Toc306694294)

[DIRETRIZES GERAIS 9](#_Toc306694295)

[ALTERNATIVA 1 – DESENVOLVIMENTO INTERNO 10](#_Toc306694296)

[Diretrizes Específicas: 10](#_Toc306694297)

[Macro-informações: 10](#_Toc306694298)

[Produtos 10](#_Toc306694299)

[Recursos Necessários: 10](#_Toc306694300)

[Custos: 10](#_Toc306694301)

[Benefícios: 11](#_Toc306694302)

[Desvantagens: 11](#_Toc306694303)

[Cronograma Macro 12](#_Toc306694304)

[ALTERNATIVA 2 – SIGALOJA – MICROSIGA PROTHEUS 13](#_Toc306694305)

[Diretrizes Específicas: 13](#_Toc306694306)

[Funções Básicas: 13](#_Toc306694307)

[Macro-informações: 13](#_Toc306694308)

[Produtos 13](#_Toc306694309)

[Recursos Necessários: 13](#_Toc306694310)

[Custos: 14](#_Toc306694311)

[Benefícios: 14](#_Toc306694312)

[Desvantagens: 14](#_Toc306694313)

[Cronograma (macro) 15](#_Toc306694314)

[CONSIDERAÇÕES FINAIS 16](#_Toc306694315)

[CRONOGRAMA DA PRÓXIMA FASE (ANTEPROJETO) 17](#_Toc306694316)

INTRODUÇÃO

Este documento se propõe a exibir uma gama de soluções para os problemas e necessidades levantados pelas áreas usuárias do processo de Vendas, de modo que a empresa tenha à disposição diversas escolhas para avaliá-las e encontrar a opção que esteja dentro do orçamento que ela dispõe a gastar, sem prejudicar as necessidades dos usuários e que tenha os melhores atrativos e prazos de entrega para o uso final.

OBJETIVOS

Com este documento, espera-se alcançar os seguintes objetivos:

* Relacionar as alternativas possíveis de solução para a aplicação de Vendas;
* Obter a definição por uma delas, propiciando o seu desenvolvimento e/ou implementação de acordo com as próximas fases da metodologia, correspondentemente.

SITUAÇÃO ATUAL

CONCEITOS

DFD – NÍVEL ZERO

DFD – NÍVEL UM



ÓRGÃOS ENVOLVIDOS (ÓRGÃOS X PROCESSOS)

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **Área** | **Caixa** | **Relatório/Histórico** |
| Caixa | X |  |
| Financeiro |  | X |
| Marketing |  | X |
| Gerência | X | X |

VOLUMES E FREQUÊNCIAS

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **Código** | **Documento** | **Frequência** | **Volume** |
| Cod001 | Pedido de Venda | diário | > 100/dia |
| Cod002 | Nota Fiscal | diário | > 100/dia |
| Cod003 | Relatório de Vendas | semanal/mensal | 5~7/semana |
| Cod004 | Fechamento de Caixa | diário | 1/dia |

PROBLEMAS E NECESSIDADES

Problemas:

* Ausência do recurso de vendas por cartão de crédito e débito.
* Lentidão no processo de venda.
* Opções limitadas de controle do usuário.
* Elevado nº de exceções/erros não tratados dentro do sistema.

Necessidades:

* Vendas online/web;
* Renovação tecnológica;
* Maior flexibilidade dos relatórios;
* Controle dos usuários.

ALTERNATIVAS PROPOSTAS

DIRETRIZES GERAIS

As alternativas propostas visam corrigir os problemas levantados pelas áreas usuárias no processo de Vendas. As alternativas levantadas também devem suportar as novas funcionalidades levantadas pelos usuários, que, após análise dos seus processos atuais, sentiram novas necessidades para o aprimoramento do processo de vendas.

**ALTERNATIVA 1 – DESENVOLVIMENTO INTERNO**

Diretrizes Específicas:

O desenvolvimento interno visa a criação de uma aplicação nova, que se comunique com as aplicações atuais da empresa, e que solucione todos os problemas e necessidades levantados pelas áreas usuárias, ou seja, seu objetivo é de criar um software customizado de acordo com a empresa, de modo que substitua a aplicação atual de vendas balcão, tornando a aplicação de vendas como um sistema totalmente integrado à Internet, com uma interface melhor planejada ao usuário, de forma que a sua utilização se torne mais simples e que as etapas dos processos sejam mais eficientes.

Macro-informações:

* Produtos (entrada);
* Tabela de preços (entrada);
* Clientes (entrada);
* Relatório de histórico de vendas (saída);
* Pedidos de vendas (saídas);
* Notas fiscais (saídas);
* Fechamento de caixa (saídas).

Produtos

* Tela de cadastro de clientes;
* Tela de consulta de clientes;
* Tela para o cadastro de produtos (vinculada ao cadastro da tabela de preços);
* Tela de emissão de pedidos de vendas;
* Fechamento de caixa;
* Relatório estatístico das vendas realizadas.

Recursos Necessários:

* Servidor para a aplicação WEB;
* Terminais de atendimento POS (Point of Service);
* Infraestrutura de rede;
* Impressoras para as notas fiscais;
* Servidor de Banco de Dados.

Custos:

* Servidor de aplicação WEB: R$3.000,00;
* Horas de desenvolvedor pleno para projeto lógico: 544h/R$80,00/h: R$43.520,00;
* Horas de desenvolvedor jr.: 720h/R$65,00/h: R$46.800,00;
* Implantação e treinamento: 92h/R$50,00/h: R$4.600,00;
* Aluguel de 10 terminais de atendimento POS: R$450,00/mês;
* Servidor de banco de dados: R$6.580,00;
* Servidor HTTP: R$8.000,00.

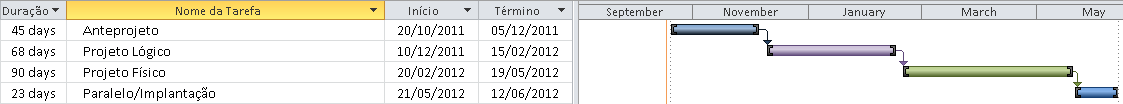
Benefícios:

* Desenvolvimento próprio atende sobre medida as requisições dos usuários;
* Maior flexibilidade entre as áreas usuárias e a equipe de desenvolvimento, por ser interna;

Desvantagens:

* Prazo elevado para a entrega do projeto.

Cronograma Macro



**ALTERNATIVA 2 – SIGALOJA – MICROSIGA PROTHEUS**

**Diretrizes Específicas:**

A aquisição do software SIGALOJA busca o atendimento integral das necessidades do sistema de vendas em balcão e necessita de alguns ajustes de customização, para o atendimento da necessidade de uma loja que seja acessível via WEB (loja virtual).

Funções Básicas:

* Otimização do processo de venda, reduzindo o tempo de atendimento do caixa;
* Interface e conjunto de comandos de forma intuitiva no caixa;
* Opção de integração com redes de cartão de crédito e débito;
* Adaptação das funções por níveis de usuário/grupo, possibilitando o controle conforme o processo da empresa.

Macro-informações:

* Produtos (entrada);
* Tabela de preços (entrada);
* Clientes (entrada);
* Relatório de histórico de vendas (saída);
* Pedidos de vendas (saídas);
* Notas fiscais (saídas);
* Fechamento de caixa (saídas).

Produtos

* Cadastro de clientes;
* Cadastro de produtos;
* Cadastro de tabela de preços;
* Tela de emissão de pedidos de vendas;
* Fechamento de caixa.

Recursos Necessários:

* Servidor para a aplicação Web;
* Terminais Smart Client;
* Infraestrutura de rede;
* Impressoras para as notas fiscais;
* Servidor de Banco de Dados.

Custos:

* Implantação do sistema: R$50.000,00;
* Licenças: R$3.000,00/mês;
* Treinamento: R$1.000,00;
* Desenvolvimento do portal de vendas WEB: R$6.000,00;
* Manutenção/Suporte: R$2.000,00;
* Servidor HTTP: R$8.000,00.

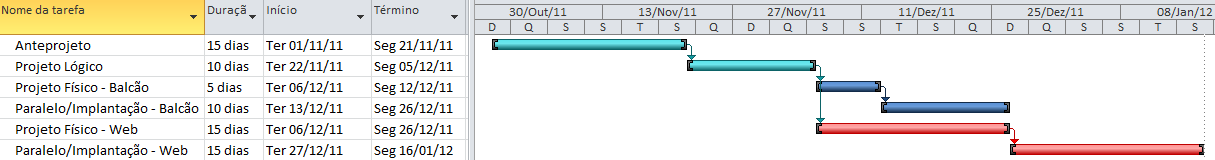
Benefícios:

* Oportunidade de produto único para vendas balcão e vendas WEB;
* Atendimento integral à legislação, por ser de empresa 100% nacional, com respaldo no mercado;
* Produto que tem flexibilidade para desenvolvimento de novas customizações, proporcionando a adaptação pela própria livraria.
* Por ser uma solução já existente no mercado, possui menor intervalo de tempo para a implantação do sistema.

Desvantagens:

* Elevado custo de aquisição, em vista do porte da empresa.

Cronograma (macro)



CONSIDERAÇÕES FINAIS

CRONOGRAMA DA PRÓXIMA FASE (ANTEPROJETO)