



INSTITUTO FEDERAL DE EDUCAÇÃO, CIÊNCIA E TECNOLOGIA DO PIAUÍ

CAMPUS TERESINA CENTRAL

CURSO TECNOLOGIA EM ANÁLISE E DESENVOLVIMENTO DE SISTEMAS

BRUNO DIEGO DE RESENDE CASTRO

PRECIFIQUE: plataforma para orientar a gestão financeira de vendedores(as) de roupas

Teresina - PI

2024

BRUNO DIEGO DE RESENDE CASTRO

PRECIFIQUE: plataforma para orientar a gestão financeira de vendedores(as) de roupas

Trabalho de Conclusão de Curso (monografia) apresentado como exigência parcial para obtenção do diploma do Curso de Tecnologia em Análise e Desenvolvimento de Sistemas do Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia do Piauí, Campus Teresina Central.

Orientador: Prof. Me. Rogério da Silva

Teresina - PI

2024

Dados Internacionais de Catalogação na Publicação (CIP) de acordo com ISBD

Castro, Bruno Diego de Resende

C355p Precifique : plataforma para orientar a gestão financeira de vendedores(as)
de roupas / Bruno Diego de Resende Castro. - 2024.
104 f.: il. color.

Trabalho de Conclusão de Curso (Tecnologia em Análise e
Desenvolvimento de Sistemas) - Instituto Federal de Educação, Ciência e
Tecnologia do Piauí, Campus Teresina Central, 2024.

Orientador : Prof Me. Rogério da Silva.

1. Precificação. 2. Gestão financeira. 3. Empreendedorismo. 4. Plataforma
web. I. Título.

CDD - 004.21

Elaborado por Maria Rosismar Farias CRB 3/631

BRUNO DIEGO DE RESENDE CASTRO

Precifique: plataforma para orientar a gestão financeira de vendedores(as) de
roupas

Trabalho de Conclusão de Curso (monografia)
apresentado como exigência parcial para obtenção
do diploma do Curso de Tecnologia em Análise e
Desenvolvimento de Sistemas do Instituto Federal
de Educação, Ciência e Tecnologia do Piauí,
Campus Teresina Central.

Aprovado em 24 de Setembro de 2024.

BANCA EXAMINADORA

Prof. M.Sc. Rogério da Silva (Orientador)
Instituto Federal do Piauí (IFPI)

Prof. Dr. Adalton de Sena Almeida
Instituto Federal do Piauí (IFPI)

Prof. Dr. Thiago Alves Elias da Silva
Instituto Federal do Piauí (IFPI)

AGRADECIMENTOS

É com imensa gratidão que expresso meu profundo reconhecimento a todos que estiveram ao meu lado nesta jornada desafiadora e gratificante da minha conclusão de curso, foi um processo árduo e que muitas vezes pensei que não fosse conseguir. Cada um de vocês desempenhou um papel crucial e significativo, moldando não apenas meu trabalho acadêmico, mas também meu percurso pessoal e emocional.

À minha família - pai, mãe e irmã - minha base sólida e fonte inesgotável de apoio, com certeza sem vocês jamais estaria nessa reta final de conclusão do meu curso. Obrigado pelo constante encorajamento e amor direcionados a mim, eles foram os alicerces que me sustentaram nos momentos mais desafiadores. Assim, cada conquista alcançada é também de vocês, pela fé inabalável que depositaram em mim.

À minha namorada Ione, cujo apoio e incentivo foram luzes nos momentos mais sombrios, sempre falei para que se eu estava triste, a sua companhia e carinho me alegravam. Muito obrigado pelas palavras de estímulo e compreensão as quais foram essenciais nos momentos de desânimo e cansaço, tornando este percurso possível e recompensador.

Ao meu orientador, agradeço pela paciência infinita, pela orientação sábia e pelo incentivo e conversas agradáveis e que faziam com que eu continuasse seguindo com os estudos. Professor Rogério, sua orientação foi fundamental para a construção deste trabalho e para o meu crescimento acadêmico e pessoal. Serei eternamente grato por sua dedicação e confiança em mim.

Aos professores da banca, agradeço a dedicação de seu tempo e conhecimento na avaliação do meu trabalho, as suas contribuições e insights foram inestimáveis para o aprimoramento deste estudo.

A todos vocês, minha mais sincera gratidão. Pois sem vocês este marco não seria possível. Desejo que este trabalho seja também um reflexo do aprendizado e da influência positiva que recebi de cada um de vocês.

RESUMO

No contexto atual do século XXI, adotar uma solução de software se torna crucial para ajudar a administrar o seu negócio, essa adoção se faz necessária tanto para ter maior agilidade na recuperação e busca de dados, análise de índices sobre valores, produtos, cálculos mais rápidos e automatizados como a realização de um planejamento mais assertivo para os recursos financeiros disponíveis (Laudon e Laudon, 2007). Assim, diante desse contexto, o objetivo do presente trabalho foi desenvolver um software de gestão de compras, focado na aquisição planejada de produtos que favorece auxílio para tomada de decisão sobre a compra ou não de um produto em determinado fornecedor, além de demonstrar de modo automático a precificação conforme uma entrada de porcentagem de lucro desejada pelo usuário. O público alvo desse sistema são empreendedores de baixa renda que utilizam cadernos no seu dia-a-dia para administrar o seu negócio. A pesquisa de campo que norteou o desenvolvimento do software, obteve 33 respostas de pessoas que atuam com venda de roupas, constatou-se que 72,7% (28) deles têm baixa ou nenhuma habilidade com uso de computador ou ferramentas digitais. Outra constatação importante é que eles têm consciência das suas principais dificuldades na administração do seu negócio, sendo as duas mais indicadas: problema com fornecedores e gestão financeira, respectivamente com 60,6% (20) e 57,57% (19) (a soma das porcentagens ultrapassa 100%, porque cada entrevistado relatou mais de uma opção). Assim, o presente trabalho retorna para a comunidade acadêmica e sociedade em geral, além do software em si, um estudo de mercado no qual identificou-se que simplificar e otimizar a gestão financeira para aquisição de produtos é uma demanda importante para a maioria dos informantes. Outrossim, o aplicativo com essas características não existe no mercado, pois como já mencionado, os programas disponíveis abordam: administração do estoque, precificação dos produtos, geração de nota fiscal dentre outras funcionalidades, porém não entrega o que o Precifique propõe que é fornecer um guia de compra que orientará o início do processo de gestão financeira desse usuário, possibilitando investimentos precisos e clareza no retorno a partir das metas estabelecidas.

Palavras-chave: precificação; gestão financeira; empreendedorismo; plataforma web; django.

ABSTRACT

In the current context of the 21st century, adopting a software solution has become crucial for helping businesses manage their operations. This adoption is necessary not only for increasing efficiency in retrieving and searching data, analyzing value and product indexes, and performing faster and automated calculations, but also for enabling more accurate planning of available financial resources (Laudon & Laudon, 2007). Thus, the objective of this work was to develop purchase management software focused on planned product acquisition, aiding decision-making on whether or not to buy a product from a particular supplier. Additionally, it automatically demonstrates pricing based on the user's desired profit margin input. The target audience for this system consists of low-income entrepreneurs who use notebooks to manage their business daily. The field research that guided the software development received 33 responses from individuals working in clothing sales, revealing that 72.7% (28) of them have low or no computer or digital tool skills. Another important finding is that they are aware of their main business management difficulties, with the two most cited being: supplier issues and financial management, with 60.6% (20) and 57.57% (19), respectively (the total percentage exceeds 100% because each respondent reported more than one option). Therefore, this work contributes not only the software itself to the academic community and society at large but also a market study that identified simplifying and optimizing financial management for product acquisition as an important need for most respondents. Furthermore, an application with these characteristics does not exist in the market. As previously mentioned, the available programs address inventory management, product pricing, invoice generation, among other features, but do not deliver what Precifique proposes: offering a purchase guide that will direct the start of the user's financial management process, enabling precise investments and clarity on returns based on established goals.

Keywords: pricing; financial management; entrepreneurship; web Platform; django.

LISTA DE DIAGRAMAS

Diagrama 1	-	Resumo do ciclo de vida da atividade de revenda de roupas...	23
Diagrama 2	-	Diagrama de casos de uso.....	46
Diagrama 3	-	Diagrama de classe do núcleo do sistema: CompraOrientativa.....	49
Diagrama 4	-	Diagrama de classes segundo fluxo do sistema: CompraExecutada.....	50
Diagrama 5	-	Resumo do ciclo de vida da plataforma Precifique.....	72

LISTA DE TABELAS

Tabela 1	- Comparação demográfica entre Teresina-PI e Brasil.....	27
Tabela 2	- Comparativo de funcionalidades entre os aplicativos analisados e a Precifique.....	33
Tabela 3	- Perfil dos entrevistados.....	37
Tabela 4	- Requisitos funcionais do sistema.....	51

LISTA DE ILUSTRAÇÕES

Figura 1	- Canvas da Proposta de Valor.....	38
Figura 2	- Resultado da resposta 14 do instrumento de coleta semiestruturado.....	41
Figura 3	- Proposta de valor da plataforma Precifique.....	45
Imagem 1	- Tela inicial da aplicação.....	57
Imagem 2	- Tela de listagem de planejamentos e criação do guia de compra.....	58
Imagem 3	- Parte superior da tela de composição do planejamento guia do compras.....	60
Imagem 4	- Parte central da tela de criação da lista de compras.....	61
Imagem 5	- Tela de detalhamento de informações críticas sobre o produto	62
Imagem 6	- Parte inferior da tela de composição do planejamento guia do compras.....	64
Imagem 7	- Mensagem de advertência sobre a finalização do planejamento do guia de compras.....	64
Imagem 8	- Tela de listagem de planejamentos de guias de compra finalizados.....	65
Imagem 9	- Parte superior da tela de execução do guia do compras.....	66
Imagem 10	- Sequência de concretização de compra ou não de um produto.....	67
Imagem 11	- Tela com demonstrativo compras efetivadas.....	68
Imagem 12	- Captura de tela com demonstrativo dos dados de planejamento e execução do guia de compras.....	69
Imagem 13	- Tela com demonstrativo dos principais indicadores da concretização do guia de compras.....	70

SUMÁRIO

1	INTRODUÇÃO.....	12
1.1	OBJETIVO GERAL.....	14
1.1.1	Objetivos específicos.....	15
2	JUSTIFICATIVA.....	16
3	FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA: INTEGRANDO ADMINISTRAÇÃO, CONTABILIDADE E TECNOLOGIA DA INFORMAÇÃO NA PRECIFICAÇÃO DE PRODUTOS.....	18
3.1	FORMAÇÃO DE PREÇO.....	18
3.2	EMPREENDEDORES DA ÁREA DE REVENDA DO VESTUÁRIO.....	25
3.3	A IMPORTÂNCIA DO SISTEMA DE INFORMAÇÃO PARA O EMPREENDEDOR.....	29
3.4	TRABALHOS RELACIONADOS.....	31
4	METODOLOGIA.....	35
5	RELATÓRIO DE IMPLEMENTAÇÃO DO SISTEMA.....	39
5.1	MAPEANDO AS NECESSIDADES DO USUÁRIO.....	39
5.1.1	Proposta de valor da plataforma.....	44
5.2	MODELAGEM DO SISTEMA.....	45
5.2.1	Casos de uso.....	46
5.2.2	Modelagem conceitual do sistema.....	48
5.3	LEVANTAMENTO DE REQUISITOS.....	51
5.3.1	Requisitos funcionais.....	51
5.3.2	Requisitos não-funcionais.....	53
6	RESULTADOS E DISCUSSÕES.....	55
6.1	APLICAÇÃO WEB ACESSÍVEL E RESPONSIVA.....	55

6.2	INTERFACE DO SISTEMA.....	56
7	CONSIDERAÇÕES FINAIS E RECOMENDAÇÕES PARA TRABALHOS FUTUROS.....	74
7.1	CONSIDERAÇÕES FINAIS.....	74
7.2	RECOMENDAÇÕES PARA TRABALHOS FUTUROS.....	76
	REFERÊNCIAS.....	78
	APÊNDICE A - PRINCIPAIS TELAS DO SISTEMA.....	83
	APÊNDICE B - ENTREVISTA PARA ESTUDO DE CASO.....	89
	APÊNDICE C - INSTRUMENTO DE COLETA DE DADOS.....	90
	APÊNDICE D - RESULTADOS DA COLETA DE DADOS.....	93
	APÊNDICE E - QUADRO COM INFORMAÇÕES DETALHADAS DA PROPOSTA DE VALOR DA PLATAFORMA PRECIFIQUE.....	105

1 INTRODUÇÃO

Esta pesquisa se insere em um contexto no qual o público-alvo do sistema é composto por empreendedores com baixa escolaridade e recursos financeiros limitados, comumente conhecidos como sacoleiras(os). Essas características evidenciam a necessidade de desenvolver uma solução tecnológica que apresente informações de forma clara e acessível, utilizando uma linguagem simplificada.

Para ilustrar esse panorama, é possível verificar que há um número considerável de donos de negócio nesse contexto, segundo a Agência Sebrae de Notícias verificou em 2021 que entre os empreendedores brasileiros, 28,5% possui ensino superior e 47,1% possuem pelo menos o ensino médio. Conforme explica Carlos Melles (2021, Agência Sebrae de Notícias), que é presidente do Sebrae na gestão 2023-2026, sobre o nível de escolaridade: “quanto mais escolarizado o empreendedor, mais propenso ele é a empreender por oportunidade e a realizar um planejamento, o que acaba garantindo uma taxa mais alta de sucesso”.

Portanto, o sistema desenvolvido neste trabalho atuará nesse contexto para ajudar o planejamento e a compreensão de indicadores para gestão de negócios do público alvo aqui delimitado, a relevância desta pesquisa está na potencial contribuição para aumentar a taxa de sucesso do negócio dessas pessoas.

Já nos dados da presente pesquisa após 33 empreendedores responderem ao questionário, constatou-se que 51,5% (17) possuem ensino médio e 15,2% (5) possuem ensino superior, se por um lado há uma ligeira maioria para o ensino médio, por outro há um valor menor para o ensino superior, no entanto, o que prevalece é uma escolaridade pouco elevada.

Outro dado importante para a presente pesquisa é que 84,8% (28) dos entrevistados consideram que usar aplicativos de celular é essencial para o desenvolvimento do seu negócio, ou seja, a ideia de utilizar softwares já está difundida na maioria desses empreendedores, no entanto esse uso para gerenciamento de negócio ainda não é popular dentre esses usuários.

A partir desse contexto, chegou-se ao seguinte problema: Como disponibilizar indicadores claros para a compreensão de precificação, meta de vendas, dados de fornecedores e previsão de receita para planejar investimentos ou corte de custos para empreendedores que vendem roupas?

Para responder a essa questão, propõe-se uma plataforma de planejamento de compras cujo núcleo de funcionamento está na aquisição organizada de produtos. Assim, a aplicação Precifique, proporcionará cálculos automáticos e oferecerá uma visão geral do seu guia de compras, então, o usuário terá à disposição: indicador de meta de vendas mínimo, valor líquido a receber, relação entre custos e investimento, indicador de prejuízo dentre outros itens que irão favorecer compras que gerem retorno.

Esse é o principal valor entregue pela plataforma, pois empreendimentos com poucos recursos para investir e que a renda advém dessa atividade econômica, se torna essencial saber uma meta que deva ser atingida para recuperar o investimento feito, por conseguinte planejar o cumprimento dela. Além disso, será gerada uma sugestão de precificação para que o usuário perceba quanto lucro e custos participam do preço final do produto.

Outro valor que a plataforma entrega é na visualização prévia do balanceamento da aquisição de mercadorias, pois, o dono da loja terá uma visualização de forma gráfica da composição do quanto cada produto está formando o investimento que se pretende realizar para tomar a decisão mais adequada para a situação do usuário.

Desse modo, para fins de pesquisa e desenvolvimento, foi realizado um estudo de mercado na qual através de uma entrevista semi-estruturada aplicada de modo online ou presencial com 33 informantes no período de setembro de 2023 a outubro de 2023, foram obtidos os dados que embasaram o desenvolvimento do software.

Esse questionário teve como tópicos e perguntas principais os seguintes: como é definido o preço do produto, como é feito o controle de estoque, como é feito o controle de despesas, quais as principais limitações que dificultam a administração do negócio, quais tarefas desejaria num aplicativo/programa para auxiliar a administrar seu negócio dentre outras que podem ser verificadas no apêndice C.

Nesse sentido, este trabalho baseia-se nos estudos de Pereira (2016) que explica que existem diferentes tipos de sistemas de informação, dentre eles os Sistema de informações para executivos (SIE) e os Sistemas de gestão corporativa (ERP) os quais serão discutidos mais aprofundadamente na seção “3.4 trabalhos relacionados”, assim, a aplicação Precifique possui características de um SIE, pois

fornece indicadores sobre fatores críticos da organização, possibilitando o planejamento de atuação para superar os desafios e sanar possíveis problemas.

Outro embasamento utilizado foi o que trata do sistema de custeio que segundo Somavila (2021, p. 18), as empresas precisam defini-lo para que realizem três funções principais: análise de estoques, estimativa de despesas operacionais e feedback econômico.

Ressalta-se que a análise de custos e preços é outra base que fundamenta o desenvolvimento do presente software, partindo-se do pressuposto que no tipo de negócio de revenda de roupas o custo da compra da mercadoria, a relação de custos e venda para a taxa de marcação (mark-up) e os gastos fixos são os indicadores essenciais para a tomada de decisões e planejamento (Wernke, 2018).

Sobre a organização deste trabalho, tem-se as seguintes seções: a justificativa que sintetiza a importância de realização desta pesquisa; os objetivos do trabalho; em seguida a fundamentação teórica que aborda a centralidade do controle de custos para a administração de empresas, a caracterização do segmento de negócio de revenda de produtos do tipo vestuário no que se refere à administração na prática e a formação do preço como elemento base para a gestão financeira dentre outros aspectos relacionados; então, segue a metodologia utilizada, em seguida, tem-se a seção que descreve a implementação do software, demonstrando-se de maneira aprofundada a partir dos requisitos do aplicativo, da documentação e detalhamento da regra de negócio; por conseguinte, verifica-se a seção de resultados e discussões que apresenta através das telas do software o ciclo de vida, apresentando por meio da interface as principais funcionalidades implementadas e as considerações finais.

1.1 OBJETIVO GERAL

Desenvolver uma plataforma de gestão financeira para vendedores de roupas (conhecidos popularmente como sacoleira(o)), focada na aquisição planejada de produtos com o intuito de evitar problemas com precificação inadequada, dificuldade na análise de indicadores financeiros e metas de vendas pouco claras, proporcionando o planejamento de investimento e previsão de retorno e lucro. Desse modo, a partir da entrada de dados de maneira estruturada e clara, serão

gerados indicadores para auxiliar o proprietário do negócio a visualizar a distribuição do montante investido entre custos e produtos, dentre outros aspectos da gestão financeira

1.1.1 Objetivos específicos

1. Realizar um estudo de mercado sobre as práticas administrativas de donos de lojas, conhecidos na linguagem popular como “sacoleiros(as)”, ou seja, empreendimentos pequenos com recursos escassos;
2. Desenvolver uma interface simples e clara para que a curva de aprendizagem de uso do sistema seja a mais baixa possível;
3. Desenvolver uma aplicação web que atenda às demandas encontradas na pesquisa de mercado.

2 JUSTIFICATIVA

Diante do cenário de dificuldades que o empreendedor poderá enfrentar, Carlos Melles (2021, Agência Sebrae de Notícias) explica que qualquer sistema que contribua para maior aprendizado e planejamento para o dono de um negócio em relação ao seu empreendimento, maior será sua longevidade e sucesso na sua prática empreendedora. Ou seja, um estudo que forneça instrumentos de planejamento e conhecimento para pessoas que queiram empreender é de suma importância não apenas para essas pessoas da qual o negócio é o seu sustento, mas para a sociedade como um todo.

Então, diante de um cenário que demanda conhecimento e planejamento observamos dados que merecem atenção, pois segundo o Jucepi (Junta comercial do Piauí), em 2022, foram registradas 7901 novas empresas em todo o estado do Piauí, porém, 3772 foram fechadas, esse valor corresponde a aproximadamente 47,74%, ou seja, quase metade das empresas que abriram em 2022 fecharam (Ribeiro, 2022).

Nesse contexto formal de empresas com maior porte, observa-se que o número negativo ainda é expressivo, os fatores que podem levar a uma empresa fechar são inúmeros, entretanto, má gestão e falta de planejamento estão incluídos. Então, pressupõe-se que se no cenário de maior investimentos e recursos financeiros o número de encerramento de negócios ainda é elevado, consequentemente no âmbito dos negócios informais e de miniempresas a situação pode ser pior.

Desse modo, corroborando para sustentar a defesa do uso da tecnologia da informação para administração de empresas com vistas a melhorar a gestão financeira delas, Cunha (2021, p.33) explica que os empresários precisam estar preparados para práticas inovadoras, porque “a tecnologia em gestão financeira se transforma de modo significativo e o modo como a tecnologia será incorporada nos negócios é que ditará [decisivamente] para o fracasso ou sucesso das empresas”. Isto é, a tecnologia associada à gestão financeira se torna imprescindível para a sobrevivência das empresas num contexto cada vez mais competitivo e sobrecarregado de informação.

Assim, a presente proposta de software com escopo específico na gestão financeira para aquisição de produtos se mostra relevante para esse cenário

adverso que se apresenta, justificando, então, o desenvolvimento de software direcionado e especializado para atender necessidades específicas de um público alvo com pouco ou nenhum recurso financeiro para investirem no próprio negócio senão apenas na compra de mercadoria.

Portanto, esse trabalho se justifica, também, porque irá auxiliar empreendedores com baixo poder aquisitivo e baixa escolaridade que estão com dificuldades em administrar o seu negócio e têm pouco conhecimento em tecnologia e softwares mais sofisticados de gestão.

Além disso, esse sistema web tem outras finalidades que não apenas a enfocada aqui, pois poderá ser utilizado nas universidades para a formação de administradores, já que o objetivo é aliar a tecnologia na prática de gestão financeira, sendo essencial para a administração de uma empresa simulando situações práticas do modelo de negócio de revenda de roupas.

Por isso, a relevância do projeto se faz tanto no âmbito social no que diz respeito a entrega de valor para empreendedores que estejam enfrentando dificuldades em administrar o seu negócio quanto no acadêmico, pois poderá auxiliar professores universitários a abordarem gestão financeira de modo menos abstrato.

3 FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA: INTEGRANDO ADMINISTRAÇÃO, CONTABILIDADE E TECNOLOGIA DA INFORMAÇÃO NA PRECIFICAÇÃO DE PRODUTOS

Nesta seção, serão discutidas as bases teóricas das áreas de contabilidade (Somavila, 2021; Ramos e Silva, 2018; Vianna, 2015), administração (Silva, 2018; Sebrae, 2022; Pereira e Oliveira, 2020) e tecnologia da informação (Laudon e Laudon, 2007; Reisswitz, 2020; Pereira, 2016) que serão combinadas para a realização desta pesquisa, tratando-se de um trabalho interdisciplinar.

Inicialmente será abordado sobre a área contábil, concentrando-se na delimitação da formação de preço pautada na relação dos custos e constituição do preço, tal aspecto é explicado na seção “Formação de preço” em que se apresenta a base para os cálculos da precificação dos produtos realizados pela aplicação que além de possuir esse embasamento, leva em consideração as práticas que os próprios empreendedores já realizam no seu dia-a-dia.

Em seguida, reflete-se sobre o modelo de negócio de revenda de roupas, caracterizando-o e apresentando os aspectos gerais dos administradores desse segmento, já que o perfil que procura-se atender aqui é aquele que está no início do seu negócio ou que mesmo com vários anos de experiência ainda administra precariamente seu empreendimento.

Já no que diz respeito à tecnologia da informação, a seção “A importância do sistema de informação para o empreendedor” apresenta de modo geral as vantagens de se utilizar um sistema de informação numa organização, bem como suas principais características.

3.1 FORMAÇÃO DE PREÇO

O Sebrae disponibiliza gratuitamente diversos materiais sobre a precificação de produtos, dentre eles o seguinte texto: “5 dicas para fazer uma precificação de produtos inteligente” de 2023 no qual se verifica que “todo negócio existe para gerar lucro para quem está à frente dele” (Sebrae, 2023a, p1).

Esse texto do Sebrae pode ser discutido sob diferentes perspectivas. Em primeiro lugar, reforça a importância da precificação estratégica, essencial para garantir que os custos operacionais sejam cobertos e que haja margem suficiente

para o lucro. A precificação não se limita apenas a cobrir despesas, mas deve considerar fatores como o posicionamento de mercado, a percepção de valor pelo cliente e a competitividade do setor. A gestão eficaz dessa prática é crucial para o sucesso e longevidade de qualquer empreendimento.

Além disso, a afirmação (idem) reflete a ideia de que a busca pelo lucro é o que viabiliza investimentos futuros, crescimento e inovação dentro das empresas. Contudo, é necessário ponderar que o lucro, embora fundamental, não deve ser o único foco.

Complementando a citação anterior, salienta-se que “isso [a geração de lucro] somente é possível quando há um bom faturamento, e a rentabilidade depende da maneira como os produtos ou serviços são precificados” (idem), ou seja, a precificação é o elemento principal para a geração de lucro, enfatizando que é necessário o equilíbrio entre a busca pelo lucro e a oferta de valor aos consumidores, destacando que uma precificação inteligente é um dos principais instrumentos para alcançar esse equilíbrio.

Desse modo, a reflexão sobre formação dos preços dos produtos ou precificação é fundamental para o presente trabalho, no ebook “Saiba como fazer seu preço de venda de forma simples e lucrativa” fornecido pelo Sebrae (2023b), é explicado que trata-se de uma atividade desafiadora para os empreendedores, essa afirmação corrobora para confirmar a principal justificativa do desenvolvimento da plataforma Precifique, pois esse é um elemento que geralmente é ponto de dificuldade para o empreendedor.

Portanto, na presente pesquisa prevaleceu essa constatação, então, os principais indicadores que o sistema irá prover ao dono do negócio: apuração do custo para aquisição de mercadorias, o cálculo do preço do produto mais os custos envolvidos na sua aquisição, a meta de vendas que deverá ser atingida para que o investimento seja retornado e principalmente, uma sugestão de preços de vendas pautado no guia de compras criado pelo usuário.

Essa formação de preço poderá auxiliar o empreendedor a tomar a melhor decisão para a gestão das ações administrativas e financeiras da sua loja na hora de comprar produtos e após a aquisição dos mesmos, favorecendo, assim, o conhecimento da lucratividade de cada produto.

Sobre a organização do custeio dentro de um sistema de administração, Somavila (2021, p. 18) explica que as empresas precisam definir mais de um sistema de custeio, já que

necessitam por meio destes [sistemas] realizar três funções básicas: avaliar estoques e medir os custos dos bens vendidos para a geração de relatórios financeiros, estimar despesas operacionais, produtos, serviços e clientes e oferecer feedback econômico.

Ou seja, é necessário um sistema de custeio que permita a rotatividade eficiente de estoque, principalmente para o marketing, que gere retorno financeiro para pagar as despesas da operação da empresa e permita identificar o que pode ser reduzido para diminuir custos e aumentar a lucratividade.

Então, é preciso conhecer sobre o impacto dos custos para a compra de produtos para, então, ser analisado pelo menos dois itens: primeiro, saber quais mercadorias estão paradas ou saindo do estoque e qual fornecedor deu origem a esses itens parados no estoque e quais estão com melhores vendas.

Assim, o usuário pode refletir sobre por qual motivo o produto está parado e se não estiver, saberá se a venda dele cobre os custos operacionais e, conseqüentemente, gera lucro para a empresa. Essas e outras informações são cruciais para a gestão financeira de um empreendimento.

Confirmando essa importância dos custos operacionais, Ramos e Silva (2018, p.6) explicam que “a contabilidade de custos é entendida como a ferramenta que possibilita a mensuração do valor dos estoques e também o auxílio na tomada de decisão”, ou seja, é preciso um controle sobre o andamento de toda a cadeia de geração de valor da empresa que no caso do segmento de revenda de roupas, tem como elemento principal o estoque, então, a partir desse controle o usuário poderá tomar decisões de investimento ou de corte de gastos, dependendo da situação do seu negócio.

A partir desse panorama, a aplicação Precifique atuará de modo prévio a fim de fornecer informações para o planejamento da montagem e gestão do estoque, facilitando, assim, o direcionamento de investimentos, possibilitando que sejam mais eficientes e com menor desperdício possível.

Conforme a literatura mostra, essa análise de custos e preços é fundamental já que “no comércio varejista destacam-se os relacionados ao custo de compra da mercadoria, os relativos à taxa de marcação (*markup*), acerca do faturamento

mensal, sobre o estoque de mercadorias e a respeito dos gastos fixos mensais” (Wernke, 2011 *apud* Somavila, 2021, p. 19). Ou seja, é preciso que o empreendedor consiga mensurar esses dados, por isso a importância do sistema o qual realizará automaticamente os cálculos para entregar os indicadores aos usuários.

Então, esse conceito de *markup* que servirá de base para a formação de preço do presente aplicativo é decorrente dessa relação entre os custos de compra da mercadoria e o investimento realizado, visando um planejamento no momento da compra de produtos o qual é o primeiro passo dentro do fluxo da gestão financeira de uma loja.

Argumentando a favor da taxa de marcação, o Sebrae (2023b, p.8) explica que

É um indicador numérico que, aplicado ao custo do produto ou do serviço prestado, permite encontrar o preço de venda a ser sugerido. Seu principal objetivo é garantir que o preço estabelecido cubra, de fato, todos os custos, sejam eles fixos ou variáveis, envolvidos na produção de um produto ou entrega de um serviço.

Essa metodologia de formação de preço é eficiente para o segmento de revenda de roupa, porque para essa atividade é fundamental um detalhamento dos custos de aquisição da mercadoria, das despesas fixas e variáveis, para que a operação do negócio cubra os seus custos, ofereça lucratividade e permita ao indivíduo planejar metas de crescimento ou estudar melhores formas de desenvolver seus lucros para que o negócio se mantenha saudável.

Por tanto, para a formação do preço, não basta apenas definir uma porcentagem de lucro ou adicionar 100% do valor de compra para revender, é preciso entender todo o sistema de custo da empresa e, ainda, analisar a concorrência e o próprio estilo de compra dos clientes da loja.

Por exemplo, se a compra for de 5 blusas e 5 bermudas, sendo que o primeiro item foi comprado por R\$ 20,00 reais e o segundo por R\$ 35, o total da compra foi R\$ 2750,00 reais, houve gasto com o frete de R\$ 80,00 reais, então, esse valor será dividido para os 10 itens, assim, o preço de aquisição da blusa foi R\$ 23,64 e da bermuda R\$ 41,36. Nesse exemplo, o preço de custo não sofreu adição de outras despesas que aparecem na venda dessas mercadorias, tais como, taxa de inadimplência, salários, contas fixas como de água, energia e internet etc.

Então, ao ser aplicado um acréscimo de lucro e esses outros itens à esse preço de custo, obtém-se um valor de venda de um produto sugerido, esse é o

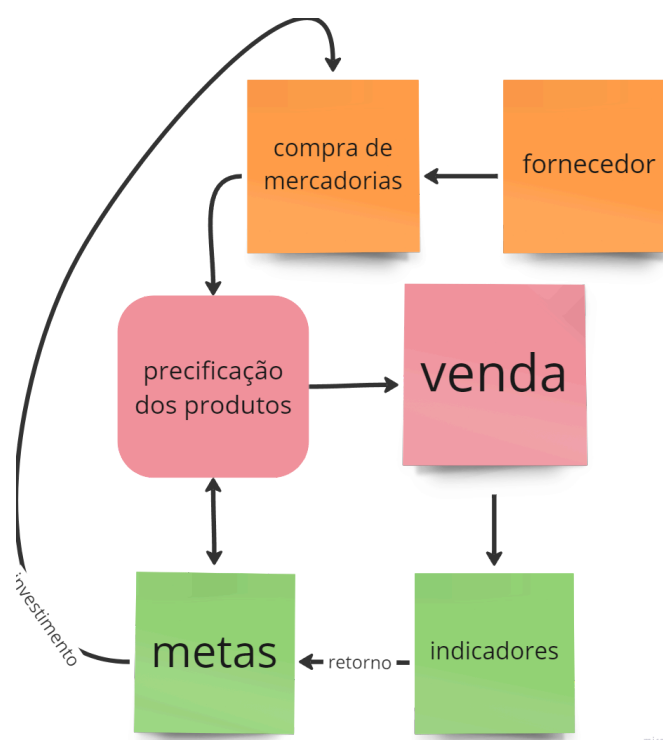
markup, que segundo Vianna (2015, p.29) pode “ser aplicado sobre o custo, que pode variar de acordo com grupos de produto, famílias, ou mesmo individualmente. Também poderemos ter o mark-up sobre a venda, ou seja sobre o preço de venda”. Ou seja, esse mark-up será aplicado em contextos selecionados pelo vendedor de roupas, inicialmente para o planejamento da compra de produtos, pois ao saber o quanto um produto deverá ser vendido para não ter prejuízos, ele pode decidir se faz o investimento nesse produto ou não.

Assim, a aplicação Precifique calculará o valor *markup* e automaticamente aplicará aos produtos durante a elaboração do guia de compras, à medida que o usuário insere os valores no sistema, então gera-se uma sugestão de preço de revenda dos seus produtos, bem como a meta de vendas a ser atingida para que o investimento retorne para o vendedor.

Ainda Vianna (2015, p.29) esse fator é “amplamente utilizado no comércio varejista, onde seu cálculo costuma ser simplificado, visto que praticamente não existem apropriações de valores em processos produtivos”, reforçando a necessidade de tornar os indivíduos com pouco conhecimento na administração do seu negócio, conhecedores aprofundados do markup que deve ser aplicado aos seus produtos.

Em síntese, a atividade de revenda de roupas segue em geral o seguinte fluxo: o processo inicia com a compra de um ou mais produtos de um fornecedor, o produto é recebido, formula-se o seu preço e em seguida é disponibilizado para revenda aos clientes finais. A seguir apresenta-se um diagrama com a síntese dessa prática comercial:

Diagrama 1 - Resumo do ciclo de vida da atividade de revenda de roupas



Fonte: Elaborado pelo autor (2024).

Nesse contexto, cada compra irá envolver custos diversos, como frete, viagens, alimentação etc., então, o preço do produto adquirido estará diretamente relacionado a essas despesas, ou seja, irão compor o preço de aquisição e o custo total, em resumo, esses elementos devem ser observados para a formação do preço de revenda.

É importante destacar que o preço final de venda é ditado por diversos fatores, tais como o valor praticado pela concorrência, características do produto, o valor que a loja entrega, promoções etc., sendo o valor *markup* um índice para auxiliar no acompanhamento da saúde do empreendimento, pois se esse preço, por exemplo, for muito alto, provavelmente o produto poderá não ter uma venda esperada, então, a real finalidade do *markup* é fornecer um valor que permita identificar se a venda está dando retorno ou não, além de ser um valor de referência para saber a relação entre o lucro e os custos.

Portanto, a contabilidade de custos compreende de modo geral o preço de venda de um produto e os custos envolvidos na operação do negócio, sendo definido resumidamente da seguinte forma:

$$\text{Preço de venda} = \text{Despesas} + \text{Impostos} + \text{Lucro}$$

Partindo-se dessa premissa básica de preço de venda, a precificação é determinada através da aplicação de percentuais em relação às despesas, lucro e taxas de cartão de crédito, dentre outros elementos que sejam classificados como custos ou despesas, conforme a seguinte fórmula do valor de *markup* multiplicador, a seguir é possível verificar como é a fórmula para identificar o índice a ser multiplicado pelo preço de aquisição do produto:

$$\text{markup (multiplicador)} = \frac{100}{(100 - (IP^* + DE + LU + DV))}$$

Imposto (IP) = Para empresas que já são MEI ou constituem cnpj haverá imposto incidente sobre o faturamento, *ocorrendo apenas nesses casos;

Despesas relacionadas ao estoque (DE) = porcentagem do total de quanto as despesas consomem do faturamento;

Lucro (LU) = porcentagem de lucro sobre o faturamento;

Despesas relacionadas ao cartão e às inadimplências (DV) = porcentagem das despesas com máquina de cartão de crédito e inadimplência sobre o faturamento.

Para exemplificar, retoma-se o exemplo citado anteriormente, na qual o preço de custo do produto blusa foi de R\$ 23,64 reais, toma-se para esse exemplo os seguintes valores envolvidos na operação de venda:

IP = 6% de imposto MEI (esse valor é relativo, pois varia de empresa para empresa);

DE = 23% despesas fixas;

DV = 4% despesas variáveis;

LU = 17% lucro;

$$\text{markup} = \frac{100}{(100 - (6\% + 23\% + 17\% + 4\%))}$$

$$\text{markup} = \frac{100}{(100 - (50\%))}$$

$$\text{markup} = \frac{100}{50\%}$$

$$\text{markup} = 2$$

markup é igual a 2, esse é o valor pelo qual será multiplicado o preço de custo, assim, o preço de venda(pv) para alcançar a margem de lucro de 17% será de R\$ 47,28 reais:

$$pv = 23,64 \times 2 = R\$ 47,28$$

É importante salientar que despesas fixas são relativas, pois depende dos gastos para a operacionalização da loja, podendo ser: salários, depreciação dos bens da loja, aluguel, INSS, energia, internet, material de expediente, contador se houver, taxas bancárias, embalagens, despesas com entregas etc.

Então, a precificação nesse contexto é calculada multiplicando o preço de custo pelo valor *markup* encontrado, enquanto a precificação mínima é encontrada pela mesma operação, mas sem adicionar o percentual de lucro. Assim, o usuário pode comparar o preço resultante com o praticado pelos concorrentes e tomar decisões de aumentar ou diminuir o preço, sempre levando em consideração a margem de lucro desejada, pois como apresentado anteriormente, o preço final

deve ser definido conforme o mercado ou outro fator que o dono da loja deve perceber a partir dos seus conhecimentos a respeito do cliente e seus respectivos hábitos de compra, bem como da concorrência.

Como explicado no início da seção, a precificação dos produtos segue uma abordagem orientativa, na qual o preço é determinado levando em conta o pagamento dos custos e a obtenção de lucro. O preço é definido como 100%, em seguida, são subtraídos percentuais correspondentes ao imposto sobre o faturamento, às despesas gerais sobre o faturamento e à margem de lucro sobre o faturamento. Também são consideradas as despesas com a venda, como a taxa de cartão de crédito e os descontos, ambos em relação ao faturamento. Além disso, a inadimplência é computada como um percentual sobre o faturamento.

É importante ressaltar que a margem de lucro deve ser avaliada individualmente por produto, de modo que produtos com valor de aquisição mais elevado terão uma margem de lucro menor, enquanto produtos com preço de aquisição menor poderão ter uma margem de lucro maior, conforme Somavila (2021) explica em seu trabalho. Além disso, o uso do *markup* com lucro zero é relevante para determinar o valor mínimo possível para venda em situações de promoções e liquidações, a fim de evitar prejuízos.

A essência da aplicação é considerar todos os custos envolvidos na compra de um produto, bem como margens de lucro desejadas pelo dono da loja, visando garantir a sustentabilidade do negócio. Entretanto, o diferencial da presente plataforma é identificar previamente se a aquisição de determinado produto é viável, pois se o usuário adquire o produto, mas não consegue vendê-lo e obter lucro, será o pior cenário e haverá prejuízo, por isso, é crucial haver um conhecimento prévio da viabilidade da compra para a loja.

Dessa forma, espera-se que o sistema possa auxiliar o dono do negócio no conhecimento, na organização e no planejamento de ações para ele administrar de maneira eficiente e produtiva o seu empreendimento.

3.2 EMPREENDEDORES DA ÁREA DE REVENDA DO VESTUÁRIO

Toda produção, seja ela artística ou não ou até mesmo um software, deve ser pensada para atender a um público-alvo específico, ou seja, todo o trabalho aqui

desenvolvido foi planejado para ser utilizado por um cliente que possui um determinado perfil o qual será descrito nesta seção.

Nesse sentido, o público que se almeja atender é aquele que já trabalha no segmento de venda de roupas, que não é formalizado ou está em processo de formalizar o negócio junto aos órgãos competentes, possui dificuldade e pouco conhecimento sobre ferramentas digitais, utiliza o caderno para gerenciar financeiramente o seu negócio e precisa de um sistema que possua uma curva de aprendizado que seja mínima e gere indicadores claros e objetivos, fáceis de compreender para auxiliar na tomada de decisões. Entretanto, eventualmente, nosso aplicativo poderá atender a outros perfis.

Assim, é preciso refletir sobre a economia informal que é o contexto na qual o perfil almejado está situado, ou seja, trata-se de pessoas que muitas vezes trabalham com a venda de roupas como

uma alternativa ao trabalho sob hierarquia opressora, uma espécie de rota de fuga rumo a uma maior liberdade, e em alguns casos até mesmo uma maneira de auferir rendimentos melhores que na economia formal. Entretanto, há situações em que a informalidade não é uma opção, e sim uma das únicas alternativas para sobrevivência. (Silva, 2018, P. 2)

Destaca-se na citação o fato de o contexto econômico relatado ser uma alternativa à obter liberdade financeira ou à sobrevivência, assim temos dois extremos, de um lado aquelas pessoas que já buscam o desenvolvimento do seu negócio como uma forma de obter melhor salário e consequentemente melhorar de vida e do outro lado pessoas que não tem outra saída para seu sustento a não ser essa atividade.

A atividade de administração da qual o perfil do público-alvo do presente projeto atua é conhecida popularmente como sacoleira(o) que é “vista pela sociedade apenas como um ofício para complementar a renda” (Silva, 2018, p.3 *apud* Noronha, 2003). Então, fornecer índices de maneira simples que rapidamente são compreendidos e auxiliem na tomada de ações administrativas é fundamental para esse usuário, o que contribuirá para a sociedade em geral.

Assim, nesse segmento de negócio, em síntese, as pessoas trabalham com a compra de produtos, geralmente, de baixo valor no atacado, para revender obtendo lucro sobre esse produto, conforme já resumido no diagrama 1. Ou seja, é necessário, obter um preço baixo na compra, ter custos de operação reduzidos e

um preço de revenda que cubra as despesas, traga lucro e seja menor do que a concorrência.

Partindo para a uma breve ilustração do perfil das pessoas que trabalham nesse segmento de negócio, na tabela a seguir apresenta-se uma comparação entre a cidade de Teresina (24 [72,73%] dos 33 informantes são dessa cidade) e o Brasil em relação à faixa etária, escolaridade, conhecimentos técnicos sobre o negócio dentre outros aspectos, tais dados advém do trabalho de Carvalho e Bianchi (2022, p. 13):

Tabela 1 - Comparação demográfica entre Teresina-PI e Brasil

Informações Demográficas	Dados da Pesquisa de Teresina-PI	Empreendedoras no Brasil
Faixa etária	30% da amostra se encontravam na faixa etária de 46 a 55 anos.	Pouco mais de 24% da amostra se encontravam na faixa etária de 46 a 55 anos (Gem, 2016).
Estado civil	50% eram casadas.	45,7% eram casadas (Gem, 2016).
Escolaridade	35% cursaram o ensino superior e 30% finalizaram o ensino médio.	35,8% possuíam ensino superior completo e 33,7% tinham cursado o ensino médio (Sebrae, 2013).
Formação específica em negócio	85% não possuíam nenhuma formação específica.	Aproximadamente metade dos empreendedores brasileiros (estabelecidos - 55,4% e iniciais - 47,3%) não concluiu sequer o nível fundamental e médio (Gem, 2016).
Setor de atividade econômica	80% atuavam no setor de comércio, seguido de 20% com atuação no setor de serviços.	39,2% atuavam no setor de comércio, enquanto 48% atuavam no setor de serviços. Somando-se a esses resultados, 9,8% atuavam no setor de indústria, 2,1% no setor agrícola e 0,9% no setor de construção (Sebrae, 2013).
Número de empregados	90% possuíam apenas um funcionário.	Somente 15,4% dos empreendedores estabelecidos possuíam um funcionário e constatou-se que 52% dos empreendedores iniciais não possuíam nenhum funcionário (Gem, 2016).

Fonte: (Carvalho e Bianchi, 2022, p. 13 *apud* Sebrae 2013 e GEM 2016).

Apesar de os números não representarem a totalidade da realidade de Teresina ou mesmo do Brasil, é possível refletir sobre uma projeção deles para essa realidade socioeconômica, principalmente sobre a formação e o setor da atividade econômica. Existem muitas pessoas que não possuem nenhuma formação sobre a

administração ou dependem do negócio para sobreviver ou pretendem obter uma liberdade financeira, além disso, o setor de comércio domina a área em que mais pessoas estão efetivamente atuando.

Outros dados importantes são fornecidos pelo Sebrae (2022), que demonstra em sua pesquisa as vinte atividades com maior número de MEI no Brasil:

Destas, dez são atividades do serviço, seis de comércio, um da indústria e três da construção civil. As cinco atividades mais frequentes são comércio varejista de vestuário e acessórios (783.217; 6,9% do total); cabeleireiros (779.213; 6,9%); obras de alvenaria (477.176; 4,3%); Promoção de vendas (458.877; 4,1%). As 20 maiores atividades em números de MEI concentram 52% do total. (Sebrae, 2022, p. 55)

Como os dados mostram, as atividades do setor de comercialização estão entre as atividades que mais empregam pessoas, consequentemente os trabalhadores informais devem acrescentar mais indivíduos a essa área de atividade econômica, apesar de a pesquisa não constatar quais os negócios informais as pessoas mais atuam, é possível conjecturar que o comércio varejista é uma área importante.

Diante desse cenário, Pereira e Oliveira (2020) dentre outras constatações de sua pesquisa sobre as dificuldades de empreender na área de vestuário, elencam as seguintes: pouco conhecimento em áreas como administração, contabilidade e gestão de negócios. Por conseguinte, o aplicativo Precifique, irá atuar no auxílio do gerenciamento do preço dos seus produtos de forma que possa planejar os outros aspectos do negócio, tais como: meta de vendas, estoque e os custos. Portanto, o dono do negócio obterá maior conhecimento nas áreas de administração e contabilidade que, conforme Pereira e Oliveira (2020) demonstram e que também foi constatada na presente pesquisa são habilidades necessárias para um maior desenvolvimento do negócio.

Assim, o perfil do cliente construído através do questionário realizado, concluiu que 57,57% (19) dos entrevistados possuem mais de 40 anos, cerca de 51,5% (17) possui ensino médio completo e apenas 15,5% (5) possui graduação completa. Além disso, 57,57 % (19) responderam que uma das principais limitações que dificultam a administração do negócio é a gestão financeira.

3.3 A IMPORTÂNCIA DO SISTEMA DE INFORMAÇÃO PARA O EMPREENDEDOR

Diante do seguinte cenário: recursos financeiros escassos, administração precária, falta de gestão de despesas e dependência exclusiva da renda do negócio, é imprescindível tomar decisões eficientes sobre como investir o pouco dinheiro que o empreendedor nesse contexto dispõe. Desse modo, a tecnologia da informação se torna fundamental para auxiliar de modo assertivo, proporcionando rapidez e pouco ou nenhum erro nas decisões de compras de mercadorias e outros planos que sejam importantes para ele.

Por conseguinte, é preciso compreender como se caracteriza um sistema de informação que de modo geral segundo Laudon e Laudon (2007, p. 9)

pode ser definido tecnicamente como um conjunto de componentes inter-relacionados que coletam (ou recuperam), processam, armazenam e distribuem informações destinadas a apoiar a tomada de decisões, a coordenação e o controle de uma organização.

Destaca-se dessa citação a centralidade do intuito de apoiar a tomada de decisões, pois ao obter dados e organizá-los de modo claro, favorece que o usuário tenha maior assertividade no momento de decidir como gerenciar o seu dinheiro e tomar decisões que beneficiem o seu negócio.

Ainda conforme Laudon e Laudon (2007) o campo dos sistemas de informação gerenciais (SIG) possibilita ao dono do negócio que ao compreender o seu próprio negócio, o seu público alvo e a tecnologia poderá solucionar os desafios e os problemas do ambiente empresarial ou ao menos minimizá-los. Consequentemente, “os SIG lidam com as questões tanto comportamentais quanto técnicas que cercam o desenvolvimento, uso e impacto dos sistemas de informação usados por administradores e funcionários de uma empresa.” (Laudon e Laudon, 2007, p. 11).

Complementando a reflexão anterior, Reisswitz (2020) acrescenta que uma empresa que possui um sistema de informação nesses moldes citados potencialmente obterá as seguintes vantagens:

- Aperfeiçoamento do fluxo de informação, contribuindo para rapidez e organização na exibição dos dados;
- Diminuição de custos operacionais, possibilitando um aumento da produtividade;
- Acesso claro a informações íntegras e com confiabilidade.

Essas vantagens são cruciais para negócios que possuem uma saúde financeira debilitada, ou seja, a utilização de um sistema de tecnologia é vantajoso para o público alvo descrito neste trabalho.

É importante salientar ainda que existem diferentes tipos de sistemas de informação, naturalmente, pois as atividades empresariais são complexas e demandam diferentes maneiras de solução de problemas.

Sobre esses tipos de sistemas, Pereira (2016) enumera os seguintes:

- Sistemas especialistas (SE): são aqueles que armazenam informações mais específicas para a solução de problemas sem a necessidade de intervenção humana;
- Sistemas de automação (SA): utilizam recursos computacionais dando suporte ao trabalho humano para a rápida resolução de problemas;
- Sistemas de apoio à decisão (SAD): utilizam ferramentas da pesquisa operacional, inteligência artificial, entre outros recursos, para a solução de problemas não estruturados;
- Sistema de informações para executivos (SIE): fornecem informações específicas sobre os fatores críticos referentes ao sucesso da organização, permitindo análises mais profundas no monitoramento de indicadores;
- Sistemas de gestão corporativa (ERP): integram todos os sistemas de informação da organização em uma única base de dados.

Dentre esses tipos de sistemas, o Precifque possui características dos SIE e SA, pois além de disponibilizar informações chave sobre a relação investimento e retorno financeiro, oferece um suporte rápido no momento da compra de mercadorias do usuários que muitas vezes está diante do fornecedor, mas com dúvida se a compra valerá a pena ou não.

A partir dessa exposição sobre as características gerais dos sistemas de informação, percebe-se a importância deles para as organizações de todos os tipos, no entanto na perspectiva do presente trabalho, ressalta-se que principalmente negócios pequenos e com poucos recursos dependem essencialmente desses sistemas para otimização dos investimentos disponíveis.

3.4 TRABALHOS RELACIONADOS

Nesta subseção, retoma-se alguns aspectos citados anteriormente sobre sistemas de informação, mas com enfoque em caracterizar como as empresas em geral utilizam esses sistemas e quais semelhanças e diferenças existem entre eles e a aplicação aqui proposta.

Nesse sentido, conforme explica Ferreira (2010, p. 17), “a competência da organização em captar, analisar e organizar as informações passa a ser de fundamental importância para o desenvolvimento estratégico organizacional”, segundo o autor é fundamental o uso de plataformas informacionais para a análise e organização das informações sobre o empreendimento.

Outro estudo que endossa esse pensamento é o de Har, Rashid, Chuan, Sen e Xia (2022, p.1622), para eles “os governos devem dar prioridade à preparação digital nacional para permitir que mais pequenas empresas participem na economia digital como produtores e não apenas como consumidores¹”(tradução nossa). O presente trabalho reforça a ideia de que é necessário não apenas a disponibilização de tecnologia, mas sim, promover o aprendizado dos donos de negócio sobre o seu próprio empreendimento e suas práticas de gestão.

Reforçando esse argumento, Cantal e Gomes (2021) explicam que é necessário “buscar estratégias para assegurar maior qualidade, menor preço, maior agilidade e presença junto aos consumidores finais, as empresas estão encontrando esse diferencial na aplicação da tecnologia da informação aos seus processos”. Ou seja, as plataformas digitais são estratégicas para a gestão e fornecem auxílio para a tomada de decisões que sejam favoráveis para o desenvolvimento do estabelecimento.

Sabendo dessas necessidades, já é possível encontrar inúmeros aplicativos para auxiliar no controle financeiro de lojas que abrangem vários segmentos, não apenas o de venda de roupas. Dentre essas plataformas que estão no topo da busca no “google.com.br”, foram selecionadas para comparação com a Precifique, as seguintes:

- Kyte - No informe publicitário da empresa, é indicado que trata-se de uma plataforma de vendas e gestão, acessível através de dispositivos móveis ou computadores. Oferece

¹ No original: “Governments must prioritise national digital preparedness to enable more small companies to participate in the digital economy as producers, not simply consumers”.

recursos para gerenciamento de loja, tais como sistema de ponto de vendas (PDV) para atendimento presencial e online, permite a integração tanto para vendas físicas quanto virtuais. Entre suas funcionalidades estão o controle de vendas, pedidos e produtos, recebimento de pedidos online com pagamento pela internet, catálogo online, integração com diversas plataformas de mídia social, emissão de recibos personalizados, vendas no fiado, integração com maquininhas da SumUp, controle de estoque, relatórios de vendas, etc. Conforme é explicado no site, esse aplicativo foi desenvolvido para atender a pequenos comerciantes de diversos setores, como restaurantes, lanchonetes, lojas de roupas, mercados, perfumarias, pet shops etc., tornando-se uma solução abrangente e versátil para otimizar os negócios (KYTE, 2021).

- Lexos ERP - Segundo o site da empresa, Lexos é um sistema ERP (Enterprise Resource Planning) que oferece um conjunto de ferramentas para a gestão de negócios. Ele inclui as seguintes funcionalidades: controle de vendas, gestão de estoque, cadastro de clientes, gestão de compras, frente de caixa etc. Há um módulo de Frente de Caixa que emite notas fiscais, cupom fiscal eletrônico e outros documentos fiscais. O sistema oferece também controle financeiro em tempo real, integração com e-commerce, relatórios gerenciais acessíveis via dispositivos móveis, impressão de etiquetas personalizadas, cadastro de contas bancárias, acompanhamento das vendas por vendedor, suporte especializado e integração de todos os setores da empresa (Lexos Solução em Tecnologia LTDA, 2023).
- QuantoSobra - Conforme é indicado no site do aplicativo, é um software de gestão voltado para micro e pequenas empresas, com ênfase no setor de varejo, oferecendo funcionalidades para a administração empresarial. Esse ERP integra controle financeiro, gestão de estoque, vendas com emissão de notas fiscais eletrônicas (NF-e), notas fiscais eletrônicas (NFC-e), notas fiscais de serviços (NFS-e). Trata-se de uma solução que atende diversos tipos de lojas, incluindo lojas de roupas, motopeças, presentes, cosméticos, materiais de construção, alimentos, eletrônicos, entre outros (AWISE Soluções Tecnológicas, 2020).
- Vendr - Esse aplicativo pertencente ao grupo IOB, segundo consta no seu material publicitário é um sistema de gestão ERP desenvolvido para empresas de todos os tamanhos, com foco na usabilidade e na integração de todas as necessidades empresariais. O sistema oferece um ambiente web para gerenciamento completo da empresa, permitindo o controle de contas, relatórios detalhados, despesas, gerenciamento de vendedores, importação e exportação de itens. Além disso, possui um aplicativo para Android para a gestão de vendas, adequado para profissionais autônomos, lojistas, distribuidoras e equipes externas de vendas. Oferece ainda um PDV web, emissão de notas fiscais e um aplicativo de autoatendimento para reduzir filas e melhorar a experiência do cliente. Esse aplicativo possui as seguintes funcionalidades: controle de vendas, pedidos, catálogo de produtos, gestão de clientes e fornecedores, frente de caixa, loja online, gestão de equipe de vendas, emissão de notas fiscais, cobrança integrada com PagSeguro e Mercado Pago etc. (IOB, 2023).

- SMB Store - No site da aplicação é indicada que ela foi criada com o objetivo de atender aos micros e pequenos empreendedores do Brasil, representando aproximadamente 98% das empresas do país. A plataforma oferece sistemas de baixo custo para auxiliar no controle de estoque, vendas e serviços, gerando relatórios úteis. Suas soluções incluem um Sistema de Gestão & Vendas, um Sistema de Assistências Técnicas e um Sistema de Oficinas Mecânicas, todos projetados para simplificar a gestão dos negócios. Ele possui dois softwares, o sistema de vendas SMB Store Online que pode ser acessado por meio de dispositivos como smartphones, computadores e tablets. Esse sistema oferece recursos como controle de vendas, ordens de serviço, composição de produtos, gestão de contas e relatórios detalhados, com backup automático e seguro. Já o sistema de vendas SMB Store Offline o qual é voltado para iniciantes, oferecendo controle básico de vendas, estoque, contas e relatórios, com um pagamento único, sem mensalidades, e compatibilidade com computadores Windows a partir da versão 7 (MB Store Simplificando Sua Gestão, 2023).
- MarketUP - Se autointitula como uma pioneira em sistemas de gestão gratuitos, oferecendo uma plataforma ERP 100% online e adaptável a diferentes dispositivos em todo o Brasil. Sua missão é promover o desenvolvimento de pequenos e médios negócios, proporcionando uma experiência completa de gerenciamento empresarial, com foco na organização, controle e otimização do tempo. Essa aplicação oferece recursos de ERP para empresas com diferentes regimes tributários, como Simples Nacional, Lucro Real ou Presumido, e atende diversos segmentos do mercado, incluindo saúde, estética, bens de consumo, comércio especializado em manutenção e reparos (Marketup, 2023).
- APPLoja - No site da empresa é indicado que a aplicação é uma solução desenvolvida para simplificar a vida dos empresários, permitindo o controle prático de vendas, estoque e finanças, além de oferecer a oportunidade de criar um crediário. Segundo o site Apploja, diz ser um sistema ideal para empresários que enfrentam desafios como falta de conhecimento sobre o faturamento, dificuldade em avaliar o desempenho financeiro, controle de estoque e emissão de notas fiscais demoradas. No seu informe publicitário a plataforma diz se destacar por sua facilidade de uso, garantia de satisfação ou reembolso e integração gratuita com sistemas de delivery (Apploja, 2023).

A partir das características dessas aplicações investigadas, elaborou-se uma tabela comparativa que apresenta as principais diferenças entre essas aplicações citadas e a Precifique. As plataformas Precifique, Kyte, Lexos ERP, QuantoSobra, Vendr, SMB Store, MarketUP, APPLoja são representadas na tabela 2, respectivamente por Ap1 (Precifique), Ap2 (Kyte), Ap3 (Lexos ERP), Ap4 (QuantoSobra), Ap5 (Vendr), Ap6 (SMB Store), Ap7 (MarketUP) e Ap8 (APPLoja)

Tabela 2 - Comparativo de funcionalidades entre os aplicativos analisados e a Precifique

Funcionalidades	Ap1	Ap2	Ap3	Ap4	Ap5	Ap6	Ap7	Ap8
Realiza planejamento de compra de produtos.	V	F	F	F	F	F	F	F
Sugerir precificação.	V	F	F	F	F	F	-	F
Indicar meta de vendas com base nas compras.	V	F	F	F	F	F	F	F
Cadastro de produtos.	V	V	V	V	V	V	V	V
Cadastro de custos.	V	V	V	V	V	V	V	V
Gráficos com a distribuição de produtos em relação à totalidade da compra.	V	-	-	-	-	-	-	-
Gráficos com a proporção de valores gastos com custos e com produtos.	V	F	F	F	F	F	F	F
Cadastro de fornecedores	V	F	F	F	V	F	F	-
Controle de estoque	F	V	V	V	V	V	V	V
Emissão de nota fiscal	F	V	V	V	V	V	V	V

Fonte: Elaborado pelo próprio autor (2024).

Salienta-se que as linhas marcadas com o hífen “-” são para indicar que tais funcionalidades só estão disponíveis para a versão paga da respectiva plataforma.

Nessa seção foi apresentada uma síntese dos principais sistemas de ERP (Enterprise Resource Planning), que são sistemas de planejamento de recursos empresariais, no qual é possível compreender quais as principais funcionalidades que possuem, dentre elas, destacam-se: gestão de vendas, gestão de estoque, controle financeiro (acompanhar despesas, receitas e relatórios financeiros) etc.

Como foi possível observar nenhum desses sistemas possui um módulo de guia de compras com orientação de metas de vendas para que o usuário planeje suas práticas dentro da sua loja, ou seja, um sistema que atue na primeira atividade a ser realizada nesse segmento de negócio que é a aquisição de produtos para alimentar todo o fluxo subsequente.

Por isso, a plataforma Precifique tem como diferencial essa orientação inicial de investimento, visto que o baixo poder de compra do perfil atendido pelo aplicativo, não admite erros ou prejuízos nesse momento crucial do fluxo de atividades de administração e controle financeiro da empresa.

4 METODOLOGIA

Nesta seção são apresentados métodos e técnicas utilizados para embasar a operacionalização do trabalho, contextualização da realidade do público-alvo do software e proposição da solução de software diante da problemática enfrentada pelos indivíduos que trabalham com venda de roupas, é importante salientar que os passos listados a seguir não foram realizados, necessariamente, de modo sequencial.

Nesse sentido, destaca-se que o presente trabalho se caracteriza como teórico e prático para o desenvolvimento de software, por isso, foram realizadas pesquisas bibliográficas sobre os principais conceitos necessários para administração de um negócio de revenda de roupas, que foram: conceito de sistemas de informação e sua importância para administração de negócios (Laudon e Laudon, 2007), definição e caracterização da contabilidade de custos (Somavila, 2021), práticas administrativas de lojas do segmento do vestuário (Silva, 2018) e formação de preço orientativa.

Após essa construção da base teórica, realizou-se reflexões sobre como os conceitos pesquisados podem se organizar dentro do problema e tornar a gestão financeira desse segmento de negócio mais eficaz e acessível. A partir dessas reflexões, procedeu-se em planejar a organização de como será a entrada e o tratamento de dados para o aplicativo de modo a recebê-los e retorná-los de maneira clara e direta, objetivando gerar uma compreensão assertiva para o dono do negócio.

Além dos estudos teóricos, um estudo de caso inicial foi realizado com uma dona de loja com o seguinte perfil: sacoleira na faixa etária de 25-29 anos, que possui formação na área de administração, está na informalidade. Essa pessoa apesar de ter habilidades com uso de planilhas e aplicativos digitais, ainda utiliza cadernos para administração do seu negócio, na ocasião ocorreu uma conversa informal guiada por algumas questões que podem ser acessadas no Apêndice B.

Esse estudo inicial foi uma pesquisa exploratória, prática que segundo Gil (2002, p. 41) objetiva “proporcionar maior familiaridade com o problema, com vistas a torná-lo mais explícito ou a constituir hipóteses”, assim, os resultados obtidos serviram para direcionar o primeiro momento do estudo. É importante salientar que essa prática de conversa informal com o futuro cliente endossa o primeiro princípio

do manifesto ágil que é valorizar “indivíduos e interações, mais do que processos e ferramentas” (Beedle et al 2001, p.1).

No segundo momento da pesquisa, a partir desse questionário inicial e de novos estudos teóricos, desenvolveu-se um questionário semi-estruturado que pudesse ser aplicado com muitos indivíduos e pudesse ser o mais compreensível possível, podendo ser respondido de modo online. As questões desse segundo momento do trabalho podem ser verificadas no Apêndice C, já os gráficos com o resumo das respostas e as respostas abertas podem ser conferidos no Apêndice D.

A entrevista foi semiestruturada, na qual havia questões em que se marcava uma ou mais opções e em outras com tópicos abertos para a explanação do informante, essa maneira de coletar dados segundo Cruz Neto (1994) fornece informações objetivas e subjetivas, que no caso desta pesquisa, foram voltadas tanto para a obtenção de dados sobre a percepção da prática de administrar o negócio como também sobre a visão dos informantes sobre o uso da tecnologia para o auxílio dessa prática, ou seja, para a realização de uma pesquisa de mercado e de aquisição de conhecimento sobre o perfil do público alvo.

A coleta das entrevistas ocorreu de setembro de 2023 à outubro de 2023, durante esse processo, devido a baixa quantidade de respostas recebida por meio de resposta online, foi necessário ir a campo para aumentar a quantidade de informantes, desse modo, após três idas ao Shopping da Cidade, que fica centro da cidade de Teresina, além de uma ida à R. São Pedro, 2430 - Centro (Sul), onde funciona uma feira popular e três ligações para informantes que moram em Barras-PI, por conseguinte, foi possível obter 33 respostas.

Desse modo, após a superação das dificuldades na obtenção dos dados foi possível elaborar um perfil do cliente do software o qual inicialmente objetivava atender vendedores que não possuam loja física, porém diante da dificuldade de acesso aos dados desse público a partir das primeiras pesquisas, foi necessário expandir a busca e restrição adotada foi excluir o perfil de vendedores que utilizavam sistemas digitais na administração do seu negócio e focar nos que utilizavam principalmente cadernos para essa função. Dentre esses 33 respondentes, apenas 1 respondente utilizava sistema digital em sua loja no Shopping da Cidade, que é o Marketup.

É necessário destacar que as respostas desse informante que utiliza sistemas de informação também foram levadas em consideração, pois esse sistema

em questão não possui a funcionalidade de planejamento de compras, o qual é o foco do presente trabalho.

A realização das entrevistas evidenciou aspectos chave para a prática administrativa do negócio e o que o futuro cliente deseja, então, após a análise dos dados, foi realizado o planejamento do aplicativo, desenvolveu-se inicialmente o diagrama de casos de uso e o diagrama de classes, em seguida procedeu-se com a implementação do modelo de negócio da plataforma.

Tabela 3 - Perfil dos entrevistados

Cidade/ Estado	Teresina/PI	Barras/PI	Piauí	Demerval Lobão/PI	Ipubi-PE	Teresina/PI e Timon/MA
TOTAL: 33	22 (66,6%)	4 (12,3%)	2 (6%)	1 (3%)	1 (3%)	3 (9%)
Faixa etária	18-24	25-29	30-39	40-49	50+	
TOTAL: 33	1 (3%)	4 (12,3%)	9 (27,2%)	8 (24,2%)	11 (33,3 %)	
Formação	Fund. completo	Ensino Médio incompleto	Ensino Médio completo	Graduação incompleta	Graduação completa	Pós-Grad. completa
TOTAL: 33	3 (9%)	1 (3%)	17 (51,5%)	3 (9%)	5 (15,2%)	4 (12,3%)
Idade do negócio		Menos 2 anos	2 a 5 anos	5 a 10 anos	Mais de 10 anos	
TOTAL: 33		9 (27,3%)	8 (24,2%)	5 (15,2%)	11 (33,3 %)	

Fonte: Elaborado pelo próprio autor com base na pesquisa de mercado realizada em 2023.

Conforme os dados obtidos, foi possível fazer o levantamento das dores/problemas para o preenchimento do quadro de proposta de valor (Sebrae-PR, 2020) que esses informantes possuem para que a solução aqui proposta de fato atuasse na resolução das necessidades identificadas confrontando-as com a teoria sobre administração e contabilidade na gestão de negócios.

Salienta-se que o Canvas da Proposta de Valor é uma ferramenta de planejamento estratégico que facilita a definição e o alinhamento da oferta de valor de um produto ou serviço com as necessidades e expectativas do público-alvo (Sebrae-PR, 2020). Trata-se de uma abordagem visual, estruturada em dois blocos principais: o.

Assim, no Perfil do Cliente, identifica-se o segmento de mercado alvo, considerando aspectos como as tarefas que o cliente precisa realizar, as

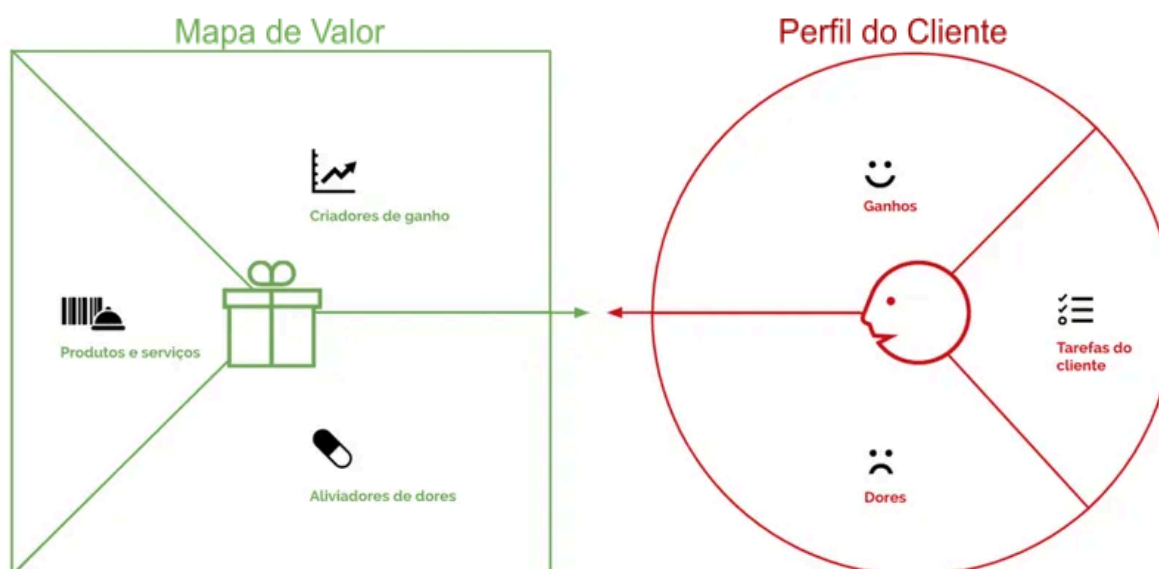
dificuldades (ou "dores") que enfrenta e os benefícios desejados, permitindo uma análise detalhada das necessidades e das expectativas do usuário.

Já o *Canvas* descreve como o produto ou serviço, no caso o software em desenvolvimento, se propõe a solucionar os problemas e atender aos desejos do cliente. Para isso, identifica-se como as funcionalidades do software serão responsáveis por aliviar as dores e gerar ganhos para o usuário.

Desse modo, na presente pesquisa esse instrumento de abstração de informações que é o *Canvas* proposta de valor, desempenha um papel fundamental ao orientar o desenvolvimento de uma solução focada nas reais necessidades dos empreendedores. Dessa forma, o uso do *Canvas* assegura que o software seja construído com um foco claro em gerar valor prático, oferecendo soluções eficazes e que se alinhem diretamente com as expectativas e necessidades dos usuários, além de contribuir para a viabilidade e aceitação da plataforma no mercado.

O *Canvas* proposta de valor utilizado segue essa ideia disponibilizada pelo Sebrae (2020):

Figura 1 - *Canvas* da Proposta de Valor



Fonte: SEBRAE-PR, 2020, p.4.

Essa figura 1 tem como objetivo demonstrar como é um *canva* proposta de valor que, como já foi dito anteriormente, tem o intuito refinar a oferta do produto o qual foi implementado para atender as demandas dos prováveis clientes que responderam ao questionário realizado nesta pesquisa, o preenchimento dessa proposta de valor está na seção "Proposta de valor da plataforma".

5 RELATÓRIO DE IMPLEMENTAÇÃO DO SISTEMA

Nesta seção será descrita como foi realizada a integração entre referencial teórico e implementação do sistema, as quais estão diluídas no decorrer das subseções subsequentes, iniciando-se com a identificação do perfil do cliente que na subseção “Mapeando as necessidades do Usuário” e suas respectivas necessidades com a modelagem da solução de software contida na subseção “Modelagem do sistema”. Desse modo, a hipótese inicial de que um sistema de gestão financeira que auxiliasse o usuário a planejar adequadamente os investimentos do seu negócio se mostrou adequada à demanda do público-alvo.

5.1 MAPEANDO AS NECESSIDADES DO USUÁRIO

Nesta seção, será apresentado como o planejamento das funcionalidades do sistema foi embasado nas necessidades e nos feedbacks dos potenciais usuários, as quais foram aferidas tanto pelos questionários aplicados como por relatos disponíveis na internet, principalmente no Youtube no canal Karen Cavalcanti dentre outros canais.

Desse modo, para atingir os objetivos da pesquisa aqui proposta foram selecionadas as funcionalidades principais do sistema para que na etapa de validação do sistema seja disponibilizado para os usuários finais e a partir do feedback dos clientes propor incrementos. Assim, as funcionalidades escolhidas foram:

1. Fluxo completo de criação da guia de compras para aquisição de produtos para revenda.
2. Dentro desse fluxo principal de criação de guia de compras há mais dois fluxos, a saber: o gerenciamento dos produtos a serem comprados e os custos envolvidos na aquisição desses produtos.
3. Ainda dentro desse fluxo principal, há o da escolha do lucro desejado para a guia de compras.
4. Precificação automática, pautada na porcentagem de lucro indicada.
5. Exibição de indicadores de metas vendas relacionadas às operações da lista de compra.

6. Apresentação de indicadores finais com dados do investimento realizado e o quanto será recebido, além da listagem de produtos e despesas atrelado ao investimento realizado.

A escolha dessas funcionalidades é embasada a partir dos relatos obtidos os quais reiteradas vezes no decorrer das perguntas do questionário foi indicado que a precificação era feita manualmente, além disso, não foi mencionado que era feito um planejamento para orientar a compra de produtos o que pode ter gerado a reclamação sobre fornecedores inconsistentes e produtos sem vender parados no estoque.

Dentre as perguntas contidas no questionário, tem-se a seguinte: “Se você fosse explicar para um sócio que irá investir na sua loja, como você descreveria a formação do preço dos produtos para revenda da sua loja?”, obteve-se 19 respostas indicando que é baseado no preço de compra e apenas 4 indicaram que é baseado no somatório entre preço de compra e custos envolvidos nessa compra.

As outras respostas estão distribuídas da seguinte forma: margem de lucro aparece com 8 indicações, custo da compra com 7 indicações e pesquisa de mercado em apenas 3 respostas das 33 obtidas.

A seguir verifica-se algumas respostas coletadas as quais podem ser conferidas na íntegra no apêndice D:

1. 100% em cima do valor comprado + gastos com embalagem, mimo e taxa do cartão.
2. Anota o preço, margem de margem de lucro.
3. Observa o gasto com aquisição, manutenção na loja e divulgação.
4. Baseia-se no valor de compra e acrescenta uma porcentagem em cima, não pode deixar o produto muito caro.
5. Trabalho com a precificação real de 15% de lucro. E não apenas por markup.

Além dessa pergunta, que foi direcionada para essa área específica da gestão financeira do empreendimento, os informantes também foram indagados a indicar as “as limitações que dificultam a administração do negócio”, as respostas podem ser conferidas no apêndice D.

Dentre as 33 repostas, 7 respondentes relataram problemas com fornecedores, em seguida vem a dificuldade em gerir a divulgação online nas redes sociais também com 7 respostas e finalizando os três mais citados vem a diminuição de vendas com 5 respostas, as demais respostas citam: inadimplência,

pouco lucro, problemas com funcionários, administrar o estoque etc.. A seguir algumas respostas para ilustrar esse cenário:

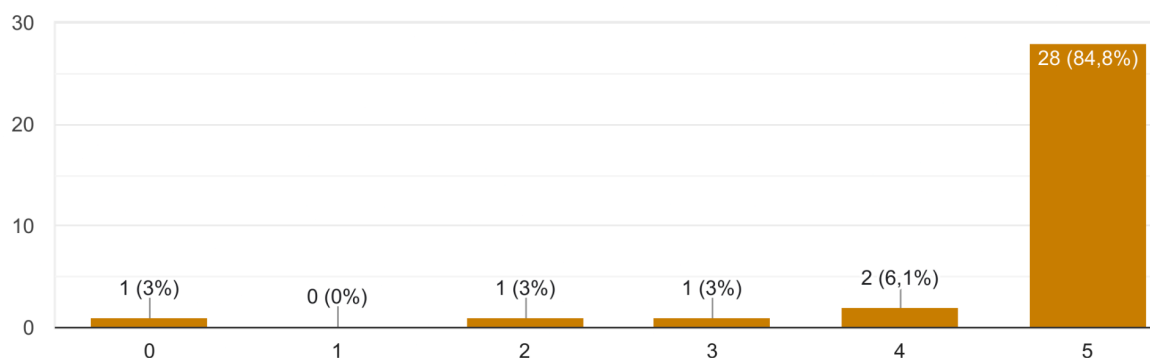
1. Encontrar novos fornecedores com mercadorias de qualidade, a entrega de conteúdo cada dia menor no Instagram devido a própria ferramenta limitar cada dia mais. A falta de um contador para me auxiliar no controle de entrada e saída na gestão do financeiro da loja.
2. Dificuldade em controlar os estoques, poderia agilizar, rapidez na venda, o cliente não aguarda.
3. Controle de estoque, o cliente pediu a peça e não lembrava que tinha acabado.
4. O que falta, diversificar os produtos, conseguir capital para diversificar os tipos de produtos.
5. Problema com fornecedor que manda mercadoria que não foi pedida, diferente, provocando prejuízo.o problema de se virar para vender a mercadoria, pedindo a mercadoria pela internet, a compra física não tinha esse problema.
6. Não tem dificuldade, pois conhece o cliente , mas encontrar fornecedor é difícil, é muito comum ele não cumprir o que promete na venda.

Na figura 2 a seguir, na qual é apresentada os resultados obtidos a partir da pergunta “qual o nível de importância para você um aplicativo que ajuda a gerenciar a formação de preço, o controle de despesas e estoque?”, esse resultado serve tanto para ilustrar a consciência que os entrevistados têm sobre a importância desses itens para o negócio, como também para validar a aplicação aqui projetada, pois revela que mesmo sabendo que é essencial um gerenciamento adequado da formação de preço, controle de despesas e estoque, muitos relataram que não realizam essa atividade de maneira satisfatória:

Figura 2 - Resultado da resposta 14 do instrumento de coleta semiestruturado

Qual o nível de importância para você um aplicativo que ajude a gerenciar a formação de preço, o controle de despesas e estoque?

33 respostas



Fonte: Pesquisa feita pelo próprio autor apresentada no apêndice C.

Outra pergunta muito importante para a coleta de informações sobre as dores do público alvo do software foi: “Imagine que a Apple esteja desenvolvendo um aplicativo de celular, então, você pode sugerir que tarefas deseja num aplicativo/programa para auxiliar a administrar seu negócio.”, a íntegra das respostas pode ser conferida no apêndice D, para essa pergunta, a maior quantidade de resposta foi a relacionada à área controle de estoque e gestão de vendas com 11 menções à essa temática, a seguir, algumas delas para ilustrar esse dado:

1. Um programa grátis que ajude a organizar entregas e saídas, estoque, projeção de vendas.
2. Controle de estoque e receitas.
3. Tirar foto e publicar nas redes sociais diariamente.
4. Ser fácil de utilizar e enxergar, pois só sabe utilizar o áudio, ajudar nas vendas, divulgação, já divulga no Facebook, Instagram, um único que ligasse a todos.
5. Controle automático de mercadorias.
6. Painel de visualização dos indicadores de venda, estoque e faturamento que seja rápido. Venda on-line.
7. Um sistema que informasse no final da semana quanto gastou e quanto recebeu.

Essa constatação reforça o que foi demonstrado na revisão de literatura, de que a formação de preço baseada em *markup* é essencial para a prosperidade de um negócio, pois através desse método o empreendedor deve se preocupar com a relação entre despesas e preço de venda do produto, além de identificar se o estoque está oferecendo rentabilidade.

Com o intuito de não tornar o trabalho prolixo e demasiadamente longo, a seguir é possível verificar a síntese da análise das informações obtidas com o questionário respondido pelo público alvo.

Desse modo, ressalta-se que os dados coletados durante a pesquisa revelaram desafios significativos enfrentados pelos empreendedores informais, que constituem o público-alvo do sistema. Esses empreendedores, com recursos financeiros limitados, pouca escolaridade e em um mercado competitivo, demandam ferramentas que otimizem o processo de compra e tornem suas decisões de negócios mais eficientes.

Assim, ao analisar as respostas para a pergunta “Imagine que você precisa de um empréstimo no banco, nessa situação como você explica a maneira que você gerencia o controle de despesas da sua loja?” a qual está relacionada ao controle de despesas, percebe-se que o método predominante para gerenciar as finanças é

o uso de anotações manuais, citado em 15 respostas, seguido pelo uso de planilhas Excel, mencionado em 4 respostas. Além disso, um total de 8 empreendedores indicaram fazer um controle regular das despesas de forma mensal, enquanto apenas 3 mantêm separação entre despesas pessoais e da loja, e apenas 2 realizam cálculos de despesas fixas e variáveis. Esses dados indicam a necessidade urgente de uma solução que automatize e facilite o controle financeiro de forma integrada e acessível.

Quando questionados sobre as funcionalidades que desejariam ver em um aplicativo para auxiliá-los na administração de seus negócios, o controle de estoque foi mencionado em 14 respostas, enquanto 11 indicaram a necessidade de ferramentas de divulgação/publicidade, 6 enfatizaram o gerenciamento financeiro e 4 solicitaram funcionalidades para facilitar vendas online. A integração com plataformas de mídia social foi apontada por 3 entrevistados, reforçando a importância de manter a visibilidade do negócio em múltiplos canais.

Diante dessas respostas, acredita-se que a presente plataforma poderá contribuir para metas de marketing, pois a partir do indicador “meta de vendas” fornecido pela plataforma, o usuário poderá intensificar sua propaganda para atingir a meta estipulada e ao atingi-la focar em outro produto e assim sucessivamente, até que consiga diversificar a divulgação de produtos e favorecer a rotatividade do seu estoque.

Diante dessas necessidades, o Precifique surge como uma solução tecnológica robusta e acessível, capaz de oferecer um controle de preços intuitivo, facilitar a gestão financeira e permitir o planejamento de marketing e venda online, atendendo diretamente às demandas identificadas. O aplicativo, além de auxiliar na administração eficiente dos negócios, contribui para a tomada de decisões informadas sobre a compra de produtos e a precificação ajustada às metas de lucro, essencial para a sustentabilidade e crescimento dos empreendimentos informais.

Então, como foi possível verificar nesse resumo de análise das respostas é importante haver a indicação da meta de vendas, a precificação adequada, o demonstrativo fornecedor-produto, bem como, outros elementos como a apresentação dos preços de custos por produto. Assim, auxiliará o usuário no planejamento prévio de investimentos tanto na compra de mercadorias como na propaganda a ser realizada.

5.1.1 Proposta de valor da plataforma

A presente seção abordará como o web aplicativo Precifique atende às necessidades específicas de seu público-alvo que enfrentam desafios diversos, tais como recursos financeiros limitados, baixa escolaridade e forte concorrência.

Nesse sentido, a plataforma oferece indicadores para o planejamento da aquisição de produtos para o(a) vendedor(a) de roupas, possibilitando atender as demandas identificadas nas entrevistas, essa lacuna é mais evidenciada na gestão financeira da administração desse segmento de negócio, principalmente relacionada à aquisição de produtos.

Em síntese, esse indivíduo poderá a partir da criação de um guia de compras, definir um objetivo para efetivação desse guia, adicionar, remover e atualizar produtos, além de realizar esses mesmos procedimentos com os custos relacionados a aquisição dessas mercadorias, também será possível definir uma margem de lucro desejada para os produtos do guia, o que possibilita a checagem dos ganhos caso consiga vender a meta disponibilizada pela aplicação.

Assim, com esse procedimento será possível trazer benefícios claros para o público alvo, em outras áreas da administração, tais como: controle de estoque, meta de vendas, previsão de ganhos, controle de despesas dentre outros, portanto este software tem o potencial de simplificar e otimizar a gestão financeira desses empreendimentos de menor porte.

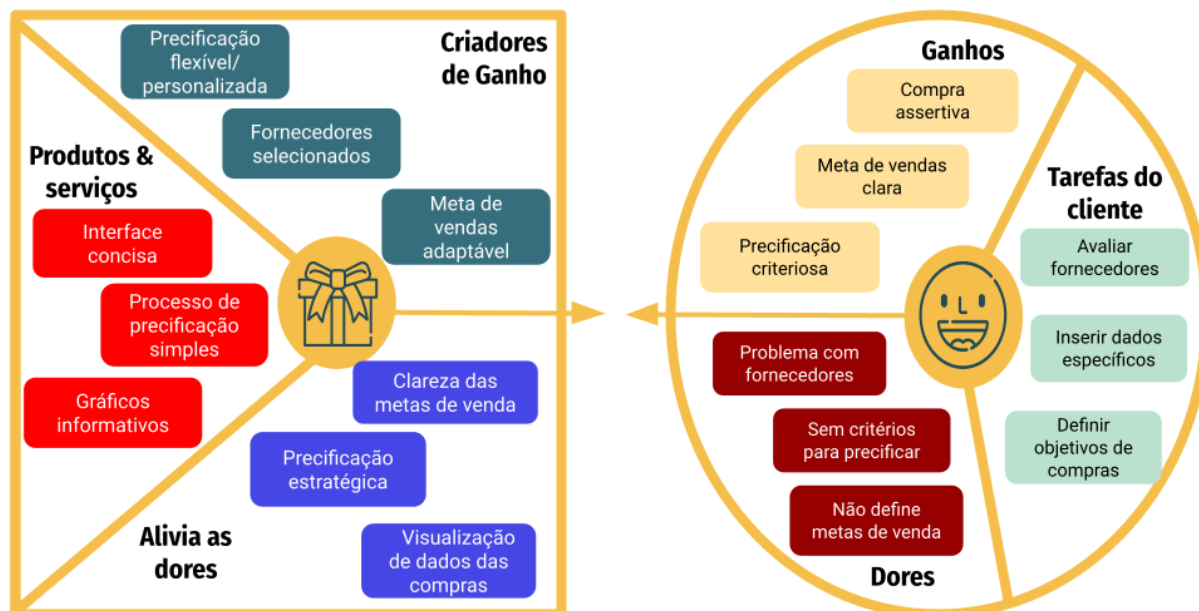
Por conseguinte, a partir das 33 respostas recebidas, do estudo de caso realizado no início da pesquisa e pela análise de depoimentos de *youtubers* sobre as dificuldades enfrentadas na atividade de vender roupas foi possível preencher o quadro de proposta de valor (SEBRAE-PR, 2020) com o perfil do cliente que compreende as tarefas, as dores e os ganhos mais importantes para as demandas dos mesmos.

A partir do levantamento desses aspectos observados do lado do cliente, propôs-se a proposta de valor do software Precifique no qual elencou-se os criadores de ganhos, os remédios e a própria plataforma em si que irá gerar valor para o usuário final.

A seguir é possível visualizar o Canvas Proposta de Valor da Precifique, é importante salientar que o quadro completo com as informações detalhadas está no

apêndice E que compõem a proposta de valor conforme o perfil identificado na atividade de pesquisa de mercado:

Figura 3 - Proposta de valor da plataforma Precifique



Fonte: Elaborado pelo autor (2024).

Após analisar as dores e os criadores de ganho do público alvo da plataforma, foi feita uma delimitação do que seria viável desenvolver dentro do espaço de tempo de um mês e gerar valor para esse cliente a partir do slogan “Aquisição de produtos de modo inteligente para maximizar vendas e minimizar perdas de investimento”.

5.2 MODELAGEM DO SISTEMA

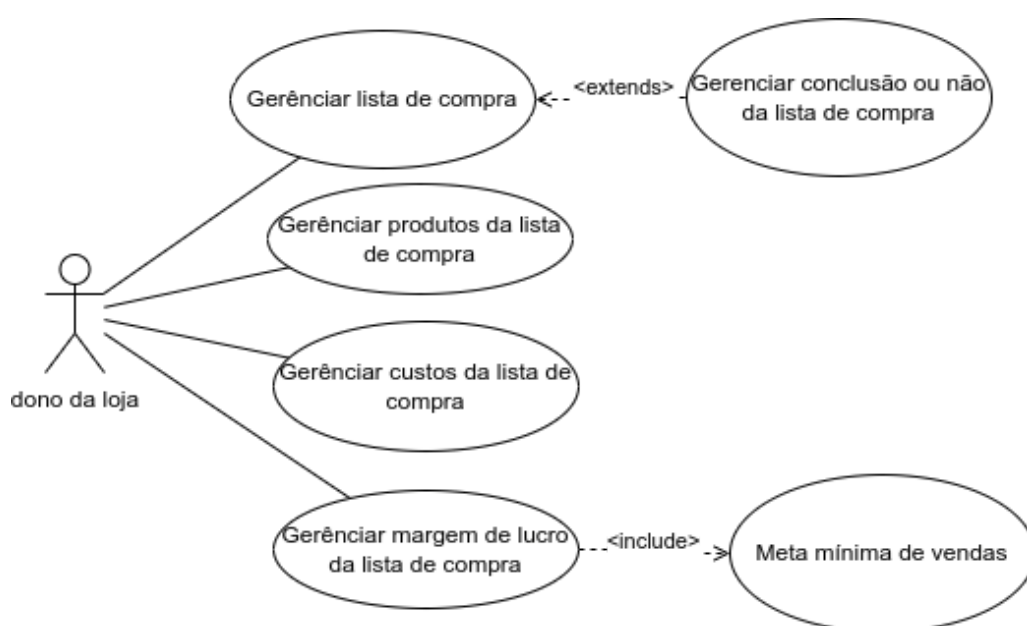
A proposta de valor definida anteriormente, bem como todos os dados aferidos nas pesquisas de campo foram utilizados como artefatos base para a criação da documentação, diagramas e telas que servem para a compreensão do ciclo de vida do sistema. Então, utilizando a linguagem de modelagem Unified Modeling Language (UML) construiu-se o diagrama de Casos de uso.

5.2.1 Casos de uso

Os casos de uso, no contexto da modelagem de sistemas em UML (Unified Modeling Language), são ferramentas fundamentais para descrever, de forma clara e concisa, as interações entre os usuários (atores) e o sistema, destacando as funcionalidades essenciais e os requisitos funcionais. O diagrama de casos de uso visa representar visualmente essas interações, facilitando a compreensão dos fluxos de trabalho e das responsabilidades de cada componente envolvido.

A seguir apresentamos o diagrama de Casos de usos feito em UML o qual descreve um cenário de funcionalidades do ponto de vista do usuário e cataloga os requisitos funcionais do sistema. Conforme a UML preconiza, o ator do sistema é representado por um boneco e as funcionalidades por balões com a ação escrita no centro, além de suas respectivas relações representadas pelas linhas pontilhadas.

Diagrama 2 - diagrama de casos de uso



Fonte: Elaborado pelo autor (2024).

Desse modo, o sistema Precifique pode ser descrito em termos de casos de uso organizados conforme o fluxo de interação do usuário, que visa a criação de um guia de compras para otimização de gestão de negócios. A seguir, detalha-se os principais casos de uso envolvidos no processo a partir do que se verifica no diagrama da imagem 1:

1. Cadastro e Login de Usuário:

- Ator: Usuário
- Descrição: O usuário previamente cadastrado realiza o login no sistema para acessar as funcionalidades. Esse caso de uso envolve a autenticação do usuário, garantindo que apenas usuários registrados possam interagir com o sistema.

2. Criação de Guia de Compras:

- Ator: Usuário
- Descrição: O usuário cria uma nova guia de compras, onde deve inserir um nome, objetivo da compra, e a porcentagem de lucro desejada, bem como o valor que deseja investir. Essa etapa inicial serve como o ponto de partida para o restante do fluxo.

3. Adição de Produtos:

- Ator: Usuário
- Descrição: O usuário pode adicionar um ou mais produtos à guia de compras, inserindo informações como nome do produto, preço unitário, quantidade e fornecedor. Esse processo pode ser repetido conforme necessário, sendo o caso de uso repetitivo até que o usuário tenha incluído todos os produtos desejados.

4. Cadastro de Despesas:

- Ator: Usuário
- Descrição: O usuário insere despesas relacionadas à compra, como frete ou taxas adicionais, especificando o nome da despesa e o valor a ser gasto. Este caso de uso permite o cálculo mais preciso dos custos totais da compra.

5. Cálculo Automático de Precificação:

- Ator: Sistema
- Descrição: Após o usuário ter inserido todos os dados de produtos e despesas, o sistema executa automaticamente cálculos de precificação. O sistema fornece como saída a meta de venda mínima para que a compra gere retorno do investimento feito, o valor a ser recebido se atingir a meta e os lucros projetados. Este caso de uso evidencia a automatização de processos de cálculo que auxilia na tomada de decisão pelo usuário.

6. Visualização de Gráficos:

- Ator: Usuário
- Descrição: O sistema gera e exibe dois gráficos para o usuário: o primeiro mostra a proporção de gasto por produto, e o segundo compara os gastos com produtos e despesas. Estes gráficos fornecem uma visão analítica para que o usuário possa compreender melhor a distribuição dos custos.

7. Finalização da Guia de Compras:

- Ator: Usuário
- Descrição: O usuário pode optar por finalizar a guia de compras após revisar os dados. Esse caso de uso envolve a exibição dos gráficos, produtos, despesas e opções de efetivar ou não a compra dos produtos ou despesas. O usuário pode ainda ajustar valores e quantidades, garantindo a flexibilidade na gestão dos dados antes da confirmação final.

8. Efetivação ou Cancelamento da Compra:

- Ator: Usuário
- Descrição: O usuário decide se deseja confirmar ou não a compra dos produtos e despesas cadastrados. Caso deseje proceder, a guia de compras é concluída, permitindo o início da execução dos processos de compra. Caso contrário, o usuário pode optar por cancelar ou revisar novamente as informações.

9. Resumo Final de Gastos e Recebíveis:

- Ator: Sistema
- Descrição: Após a finalização, o sistema gera um resumo que informa ao usuário quanto foi gasto no total, quanto será recebido ao final de todos os descontos e a meta de venda de cada produto. Esse caso de uso é essencial para fornecer um fechamento claro e direto da operação.

Esses casos de uso apresentam a sequência lógica que descreve a interação entre o usuário e o sistema de maneira a otimizar a gestão de compras e a tomada de decisões financeiras. Cada funcionalidade mencionada está diretamente alinhada aos requisitos funcionais do sistema, garantindo que o usuário final tenha controle total sobre suas transações e o planejamento financeiro.

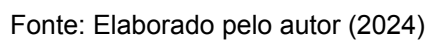
Portanto, os casos de uso escolhidos para a representação nesse diagrama são os que estão relacionados à criação do guia de compras, que é a função principal do protótipo implementado, constituindo o fluxo principal do sistema. Desse modo, o usuário, que também é o público-alvo, é o ator que irá interagir com o sistema, é ele que irá aprimorar suas estratégias de administração e agir de modo mais otimizado em relação ao seu negócio, tendo para isso, o auxílio do aplicativo.

É importante ressaltar que optou-se por focar nessas funcionalidades iniciais devido à necessidade de oferecer uma solução que responda diretamente às demandas mais urgentes do público-alvo. Além disso, a dificuldade de acesso ao público-alvo e a limitação de recursos financeiros e técnicos dos empreendedores reforçam a escolha por uma solução simples, mas eficiente. Futuramente, o sistema será integrado a processos mais complexos, como gestão de estoque e suporte a estratégias de marketing para produtos com baixa demanda, oferecendo um suporte ainda mais completo à gestão empresarial. Essa abordagem modular permite o desenvolvimento gradual de novas funcionalidades sem sobrecarregar o usuário inicial, mantendo o foco na usabilidade e na eficácia do sistema.

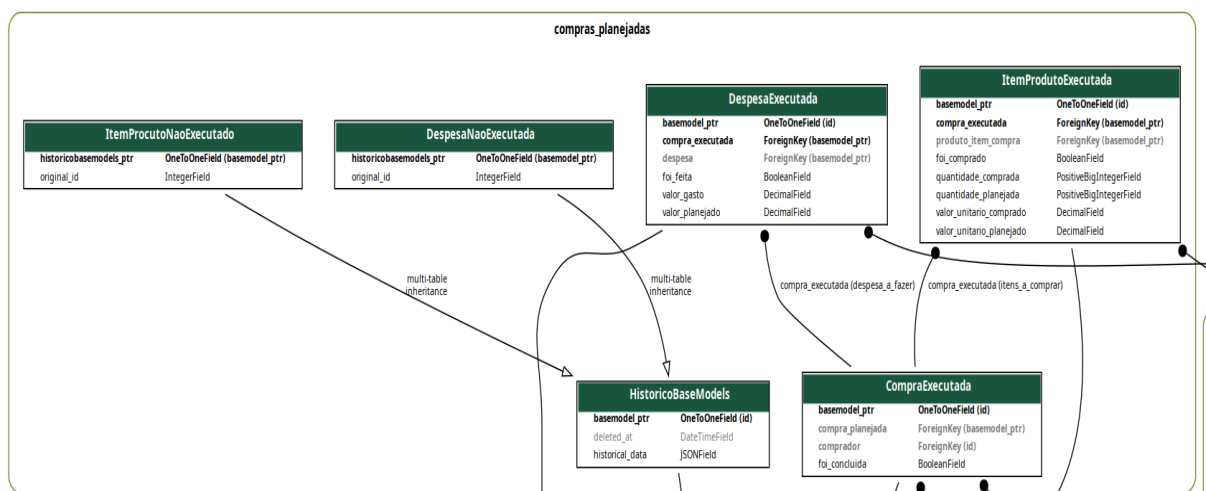
5.2.2 Modelagem conceitual do sistema

Todo sistema necessita de um planejamento sobre como os seus dados estarão relacionados, por isso a seguir apresentamos o diagrama de classes do sistema desenvolvido o qual foi criado com o auxílio da biblioteca Django Extensions (DJANGO SOFTWARE FOUNDATION, 2023), em conjunto com a ferramenta *pygraphviz*.

Pretende-se com o diagrama a seguir, fornecer uma representação visual das estruturas de classes implementadas no sistema, destacando suas inter-relações, heranças e dependências, de acordo com os padrões preconizados pela programação orientada a objetos.



A partir da visualização da imagem verifica-se que o elemento central é a *CompraOrientativa*, pois as demais classes, exceto o próprio usuário, dependem dela para existir, então *Fornecedor*, *Produto*, *DespesasCompra*, *DespesaVenda* e *ItemProdutoCompra* fecham o ciclo desse fluxo principal de criação do guia de compras.

Diagrama 4 - Diagrama de classes segundo fluxo do sistema: *CompraExecutada*

Fonte: Elaborado pelo autor (2024).

Nessa imagem 3, que foi cortada devido a falta de espaço na página, observa-se que no segundo fluxo de operação do sistema, o qual é voltado para a definição da concretização dos gastos planejados, a classe central é a *CompraExecutada*. Essa classe só é instanciada quando o usuário finaliza o planejamento, o que significa que sua existência está diretamente subordinada ao término da etapa de planejamento financeiro.

Nesse sentido, a *CompraExecutada* está intrinsecamente relacionada à classe *CompraOrientativa*, que corresponde ao estágio inicial do planejamento e organização da guia de compras, sem ainda definir a execução dos gastos.

Além disso, as classes *itemProdutoExecutada* e *DespesaExecutada* também possuem uma relação tanto com a *CompraExecutada* quanto com a *CompraOrientativa*. Porque elas representam os produtos e despesas já cadastrados pelo usuário durante a criação do guia de compras. No entanto, essas instâncias podem se materializar em produtos ou despesas realmente adquiridos apenas no momento em que o usuário decide pela concretização dos gastos planejados.

Complementando essa estruturação do sistema as classes *itemProdutoNaoExecutada* e a *DespesaNaoExecutada* são abstratas, sendo essenciais para armazenar o histórico de produtos e despesas que, apesar de cadastrados na fase de planejamento, não foram concretizados. Essas classes fornecem uma fonte de informações relevante para o usuário, pois permitem a análise de decisões tomadas anteriormente e auxiliam na gestão contínua das

mercadorias, servindo de base para futuras tomadas de decisão e ajustes estratégicos no planejamento de compras.

Desse modo, as imagens 2 e 3 sintetizam as inter-relações entre as classes com o intuito de evidenciar a dinâmica do sistema e oferecer suporte tanto ao planejamento quanto à execução de compras, integrando funcionalidades que promovem a flexibilidade e o controle gerencial por parte do usuário.

5.3 LEVANTAMENTO DE REQUISITOS

Sobre os requisitos de um software, Sommerville (2007) explica que é o processo de descobrir, analisar, documentar e verificar as condições necessárias para o funcionamento desse sistema. Então, um requisito pode ser definido como um detalhamento dos serviços fornecidos pelo sistema e as suas restrições operacionais. Desse modo, na primeira seção são descritos os requisitos funcionais da plataforma Precifique em seguida os não funcionais.

5.3.1 Requisitos funcionais

Segundo Sommerville (2007) requisitos funcionais são descrições das funções que o sistema deve executar, ou seja, é a descrição objetiva do que o sistema deve fazer. Esses requisitos geralmente definem as entradas do sistema, o comportamento esperado em relação às entradas e as saídas resultantes. Eles podem ser identificados por meio da análise dos processos de negócios, discussões com os usuários e outras partes interessadas, prototipação e testes.

Desse modo, a definição clara e precisa dos requisitos funcionais é fundamental para o sucesso do projeto de desenvolvimento de software, pois eles servem como base para elaboração de telas, desenvolvimento e teste do sistema.

Tabela 4 - Requisitos funcionais do sistema

Identificação	Descrição do requisito funcional	Prioridade
RF01	O usuário deverá se cadastrar no sistema.	Essencial
RF02	O usuário precisa colocar no mínimo uma forma de contato no momento do cadastro.	Essencial
RF03	O usuário realizará o login no sistema através da forma de	Essencial

	contato criada no momento do cadastro.	
RF04	O usuário quando logado poderá gerenciar apenas os seus próprios guias de compra, adicionando, removendo, visualizando e atualizando-os, ou seja, realizando operações de criação, remoção, visualização e atualização (doravante CRUD) .	Essencial
RF05	O usuário quando logado poderá gerenciar a margem de lucro para cada guia de compra.	Essencial
RF06	O usuário quando logado poderá gerenciar (CRUD) os produtos para cada lista de compra criada.	Essencial
RF07	O usuário quando logado poderá gerenciar (CRUD) os custos para cada guia de compra criado.	Essencial
RF08	Quando logado o usuário poderá ver informações resumidas do seu histórico de compras.	Essencial
RF09	Quando logado o usuário poderá cadastrar parceiros (fornecedores) para cada produto criado.	Desejável
RF010	Quando logado o usuário poderá visualizar a meta de venda mínima atrelada ao guia compras e a margem de lucro cadastrada para reaver o investimento feito.	Essencial
RF011	Quando logado o usuário poderá visualizar o balanceamento (porcentagem da quantidade de produtos que compõem o guia de compras) de produtos do guia criado.	Essencial
RF012	Quando logado o usuário poderá visualizar a proporção de custos de uma compra em relação ao gasto em produtos que seja satisfatória para seus objetivos de venda.	Essencial
RF013	Quando logado o usuário poderá visualizar automaticamente os cálculos de preço de custo, precificação sugerida com base na margem de lucro e a relação com a quantidade mínima de vendas para garantir o retorno do investimento.	Essencial

Fonte: Elaborado pelo próprio autor (2024).

Nessa tabela 4 é possível visualizar os requisitos essenciais do sistema que naturalmente é o cadastro do usuário, que uma vez autenticado, poderá gerenciar seus próprios guias de compra, realizando operações CRUD sobre esses guias, produtos e custos associados. Além disso, o usuário poderá gerenciar a margem de lucro para cada guia de compra e visualizar informações críticas para o seu negócio como o histórico de compras, metas de vendas mínimas, balanceamento de produtos nos guias e proporção de custos em relação aos objetivos de venda.

O sistema também deve calcular e exibir automaticamente os preços de custo, precificação sugerida com base na margem de lucro e o número mínimo de vendas necessário para garantir o retorno do investimento.

Já os requisitos considerados desejáveis incluem a possibilidade de cadastrar parceiros (fornecedores) e realizar uma avaliação deles, tal funcionalidade auxiliará o usuário a identificar se o retorno planejado com as compras no fornecedor

cadastrado foi eficiente ou não para tomar decisões adequadas nas próximas compras.

Em síntese, a priorização dos requisitos reflete a necessidade de funcionalidades básicas de gestão de guias de compra e precificação para garantir o funcionamento do aplicativo, enquanto a inclusão de parceiros é uma adição útil, porém não crítica.

5.3.2 Requisitos não-funcionais

Nesta subseção são apresentados os requisitos não-funcionais do sistema, ou seja, os requisitos que não são propriamente do aplicativo, porém são necessários para o seu funcionamento pleno. Desse modo, conforme explica Sommerville (2007) são restrições nos serviços e nas funções oferecidas pelo sistema e, por exemplo, podem incluir restrições de funcionalidades, restrições no processo de desenvolvimento, restrições impostas por normas etc.

Tabela 3 - Requisitos não-funcionais da Aplicação

Identificação	Descrição do requisito funcional	Categoria
RNF1	O aplicativo funcionará apenas com acesso a internet.	Rede
RNF2	O aplicativo deve funcionar nos principais navegadores de internet e ser responsivo.	Software
RNF3	O servidor de banco de dados deve realizar backups semanais da base de dados do aplicativo.	Banco de dados
RNF4	A interface do aplicativo deve ser minimalista e amigável com o intuito de atender ao público alvo definido.	Interface

Fonte: Elaborado pelo autor (2024).

Retomando Sommerville (2007) que propõe que se pense no decorrer do desenvolvimento de software nas restrições nos serviços e funções oferecidas pelo sistema, verifica-se na tabela 4 que em termos de rede, o aplicativo depende de uma conexão com a internet para funcionar, o que impõe uma limitação direta ao acesso e uso da plataforma.

Já na categoria de software, o sistema deve ser compatível com os principais navegadores e ter uma interface responsiva, garantindo a acessibilidade e usabilidade em diferentes dispositivos, no entanto, o enfoque do desenvolvimento será para telas de celulares. Já no que diz respeito à interface, a aplicação deve ser minimalista e intuitiva, a fim de atender de forma eficiente ao seu público-alvo que

deverá ser confirmada tal qualidade durante os testes futuramente nas próximas etapas de implementação do software.

Em resumo, esses requisitos impõem restrições tecnológicas e de usabilidade ao sistema, determinando o seu ambiente de operação, a forma de interação com o usuário, além de garantir a proteção dos dados e a adequação ao perfil dos usuários finais.

6 RESULTADOS E DISCUSSÕES

A presente seção aborda os resultados obtidos e as reflexões pertinentes ao desenvolvimento do projeto, dividindo-se em duas subseções: "Aplicação Web Acessível e Responsiva" e "Interface do Sistema". Nessas subseções será apresentado o que foi efetivamente alcançado, tal discussão envolve o delineamento da arquitetura e da implementação da plataforma, utilizando-se para isso o framework Django, bem como as explicações dos atributos e características da interface do sistema desenvolvido a partir das imagens de prints da tela do software.

6.1 APLICAÇÃO WEB ACESSÍVEL E RESPONSIVA

A plataforma aqui descrita foi totalmente desenvolvida utilizando o framework Django (DJANGO SOFTWARE FOUNDATION, 2023), reconhecido por sua estrutura baseada no padrão de arquitetura MVC (Model-View-Controller). Essa arquitetura oferece uma separação clara entre a lógica de negócios (Model), a apresentação de dados (View) e o controle do fluxo de interação (Controller), o que facilita a organização e manutenção do código em uma plataforma de gestão financeira.

Além disso, o Django oferece vantagens significativas para esse cenário, destacando-se pela facilidade na criação e manipulação de modelos de dados por meio de seus *'models'*, pelo sistema de administração automático e altamente customizável, bem como pela robustez em termos de segurança, fundamental ao lidar com dados financeiros sensíveis. Essas características não apenas aceleram o desenvolvimento, mas também permitem que o programador concentre seus esforços na elaboração do algoritmo que replicará o modelo de negócio idealizado.

Esse framework utiliza a linguagem de programação Python, que é vantajosa pela sua simplicidade, legibilidade e vasta quantidade de bibliotecas especializadas, principalmente em cálculos financeiros, o que otimizou o desenvolvimento do algoritmo responsável pela automatização dos cálculos previstos no modelo de negócio da presente plataforma.

É importante salientar que o fato de se tratar de uma plataforma web gratuita que não necessita ser instalada no smartphone é um diferencial significativo para

garantir acesso simplificado e rápido, especialmente em dispositivos móveis com hardware menos avançado, como smartphones mais antigos ou de capacidades limitadas.

Ao optar por uma aplicação web, o desenvolvimento se concentra na criação de uma interface responsiva e adaptável, otimizada para funcionar em diferentes tamanhos de telas e dispositivos. Essa demanda por uma plataforma web atende ao que foi encontrado nas entrevistas, já que todos os informantes possuem acesso a internet (por celular com android 23 informantes [69,7%]) e uma pequena parcela utiliza o sistema IOS (cerca de 6 informantes [18,2%]), sendo apenas 3 (9,1%) que não utilizam nenhum dispositivo digital, por isso uma aplicação inscrita em uma única plataforma, como no Android, por exemplo, poderia ser inacessível à uma parcela do público alvo.

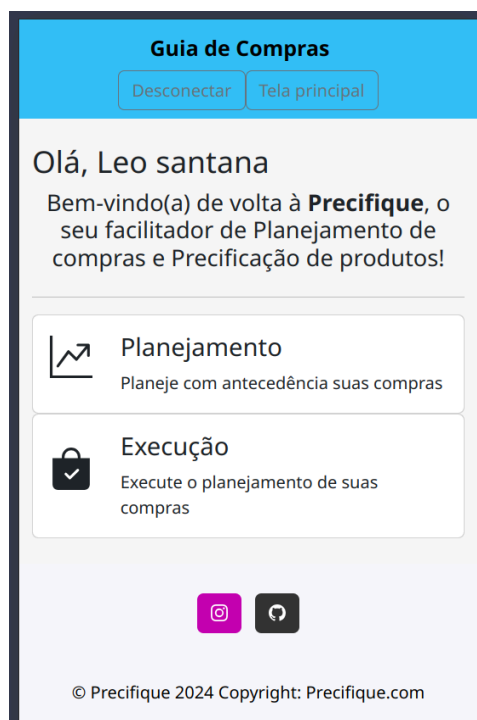
6.2 INTERFACE DO SISTEMA

A seguir será apresentado as capturas de tela do protótipo do sistema em funcionamento no navegador Chrome, o foco é ilustrar a disposição dos elementos, os fluxos de navegação e as relações entre as diferentes telas do ciclo de vida da aplicação.

Salienta-se que por se tratar de um versão de desenvolvimento, cores e tamanhos dos elementos ainda serão ajustados, já que o objetivo do presente trabalho é tornar o site funcional para testes com o usuário final e em seguida adicionar uma interface personalizada de acordo com o que será observado nesses testes.

É importante salientar que para não tornar essa ilustração prolongada demasiadamente e com elementos que são comuns a maioria das aplicações, as descrições iniciam-se do ponto em que o usuário já possui o cadastro no sistema e está com o login realizado, dessa forma é apresentado o fluxo de criação do guia de compras para aquisição de produtos.

Imagem 1 - Tela inicial da aplicação

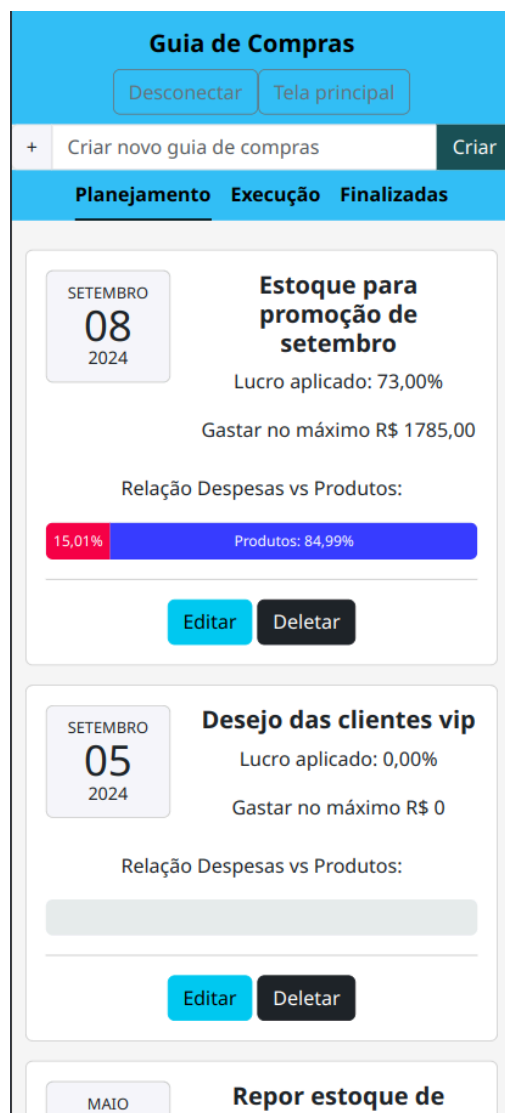


Fonte: Elaborado pelo autor (2024).

Nessa tela, o usuário fará o gerenciamento completo dos seus guias de compra no qual existem dois caminhos principais, o de Planejamento que permite a criação dos guias e o de Execução que possibilita a indicação do que foi efetivamente comprado e gasto em despesa, a seguir na imagem 5, é possível observar a tela que o elemento Planejamento levará.

O intuito é disponibilizar poucas informações iniciais para que a curva de aprendizado de utilização do sistema seja a menor possível. Assim, ao clicar em qualquer um dessas opções o usuário encontrar outra página com a lista dos seus respectivos guias de compras, a primeira se refere aos itens que estão planejando comprar, já a segunda encontram-se os guias disponíveis para concretização do planejamento realizado a etapa em que o usuário indica que efetivamente realizou ou não o investimento planejado.

Imagem 2 - Tela de listagem de planejamentos e criação do guia de compra



Fonte: Elaborado pelo autor (2024)

Como observa-se na imagem 5, abaixo da *navbar*, encontra-se o campo para criar um novo guia de compras, sendo requerido um nome para ele, esse campo também é utilizado para localizar uma compra já criada, assim, ao clicar em criar, será aberta uma nova tela com uma nova compra ou com uma compra já existente.

Abaixo do campo de criação há três indicações de qual página de navegação o usuário está que é a página de planejamento, na seguinte é a de executar o planejamento e na próxima é onde se encontram os guias finalizados.

Logo abaixo é listado os guias de compras salvos e estão aguardando o usuário concluí-las, ou seja, aquelas cujo usuário apenas criou, mas ainda não

efetivou a aquisição dos produtos. Assim que um guia é marcado como concluído é enviado para a próxima página (Execução).

Como é possível perceber na imagem, além das informações como nome, lucro aplicado, gasto planejado e a atual relação entre compras de produtos e gastos com custos, logo abaixo tem-se dois botões de ação.

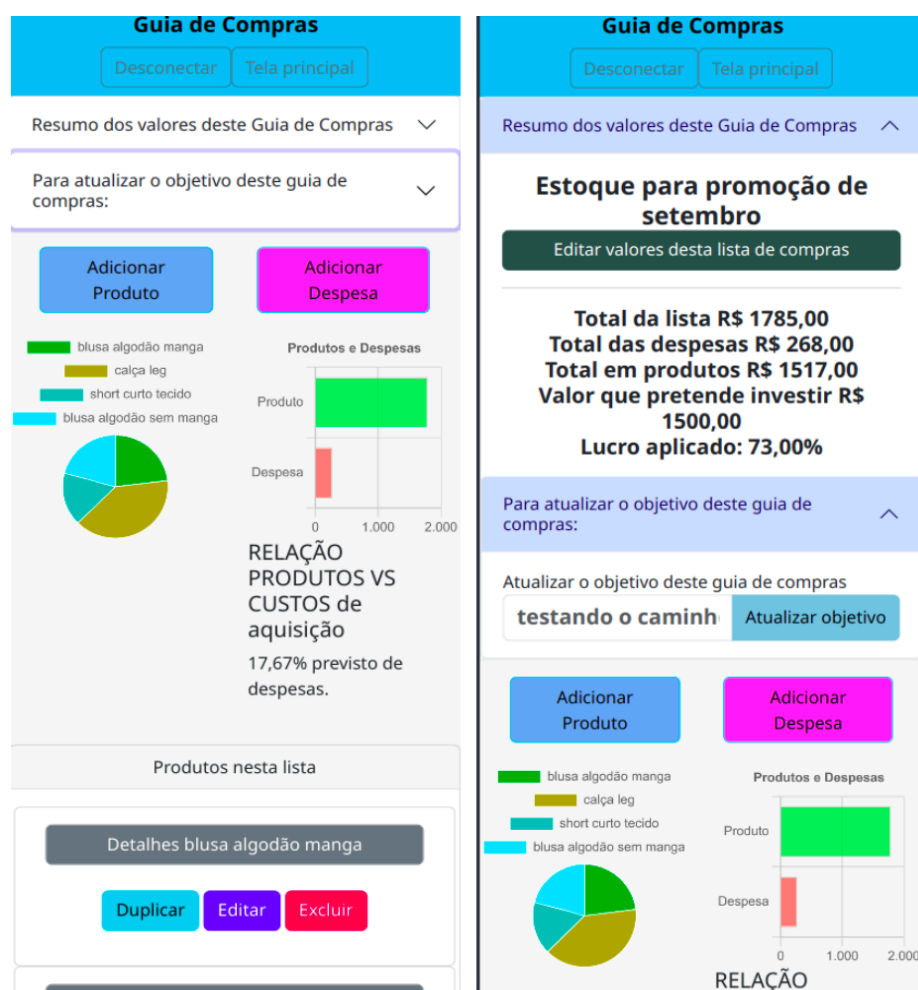
O indicador da relação entre custos e produtos é fundamental para o usuário conseguir definir uma margem de lucro melhor para o seu contexto, pois quanto menor o custo de aquisição mais flexível será a margem de lucro e consequentemente a meta de vendas poderá ser menor.

A seguir, a tela da imagem 6 demonstra o planejamento do guia de compras que surge após o usuário clicar no botão criar.

Na tela apresentada na imagem a seguir poderá ser observado o núcleo do sistema, por isso há muitas informações concentradas numa única tela, que foi planejada para ser dessa forma para que o usuário não precise ficar navegando em variadas telas e possa de modo ágil observar as informações críticas de imediato, além disso, será o layout que vai se repetir ao longo do ciclo de vida da aplicação.

Acredita-se que esse modo de disposição das informações favoreça ao público-alvo uma baixa curva de aprendizagem e uma maior intuitividade na visualização das informações essenciais para seu planejamento.

Imagem 3 - Parte superior da tela de composição do planejamento guia do compras



Fonte: Elaborado pelo autor (2024).

Nessa parte da tela ficará tudo relacionado aos indicadores gerais da lista de compra que são: a margem de lucro, a previsão do investimento que será realizado, o balanceamento de produtos para o guia em visualização, a proporção dos custos em relação ao valor total da compra dos produtos, os valores em reais do total da lista de compra atualizado conforme são adicionados produtos e custos, além de uma mensagem explícita informando a porcentagem das despesas sobre o total gasto.

Nesse sentido, como foi abordado na teoria, é fundamental para o empreendedor saber os custos efetivos e qual o real impacto deles no montante que foi investido na aquisição de produtos. Pois, as vendas a serem realizadas devem ser suficientes para gerar retorno, entretanto, para alcançar esse sucesso do processo de vendas, será preciso superar obstáculos, tais como concorrência,

sazonalidade de vendas, baixa procura dentre outros, então, algumas vezes será preciso ajustar a margem de lucro para menos para conseguir superar as adversidades impostas pelo contexto em que o usuário se encontra.

Assim, a plataforma Precifique entrega valor ao cliente quando torna explícito esses indicadores de custos, lucro e investimento para que o dono da loja diante das inconstâncias do mercado e possa planejar estratégias de compra de produtos de modo assertivo.

Imagem 4 - Parte central da tela de criação da lista de compras



Fonte: Elaborado pelo autor (2024)

Essa tela fica logo abaixo das informações gerais mencionadas anteriormente, então, deslizando para baixo o usuário encontra a lista de produtos (conforme contido na tabela 2 de requisitos funcionais se refere ao RF07) que compõem o guia, assim, como explicado anteriormente, é seguida a ideia de concentrar informações críticas e com botões que revelam informações detalhadas em que é possível ter acesso aos indicadores essenciais para tomada de decisões.

Já que o futuro cliente poderá de modo ágil, seja num ambiente tranquilo como casa ou escritório ou em um ambiente agitado como as feiras de roupas, conseguir rapidamente adicionar produtos, verificar quanto deverá vender para conseguir lucro, incrementar a quantidade, duplicar esse produto etc.

Na imagem 8, a seguir, é possível verificar o que o usuário tem acesso ao clicar no botão Detalhes <nome do produto>:

Imagem 5 - Tela de detalhamento de informações críticas sobre o produto

blusa algodão manga ✕

Fornecedor: asterisco

Quantidade
+ 10 -

Preço unitário	R\$ 35,00
Preço custo	R\$ 41,18
Preço sugerido	R\$ 71,25

60,00%

Meta de vendas: 6

Valor em R\$ da venda de 6 produto(s):
R\$ 427,48

Fonte: Elaborado pelo autor (2024).

A tela de detalhamento de informações críticas sobre o produto tem como enfoque principal apresentar ao usuário os principais valores de um produto adquirido no contexto do guia de compras, ou seja, baseando-se no lucro escolhido, nos custos de aquisição e no impacto que cada produto do guia tem sobre o preço de cada produto comprado é gerado o preço unitário, o preço de custo, o preço sugerido e a meta de vendas. Além disso, deixa claro que para não obter prejuízo é necessário vender uma quantidade mínima do produto em análise.

Nesse caso a entrega de valor da presente plataforma, além das funcionalidades já explicadas, tem como enfoque dois elementos: o indicador de meta de vendas (RF012) que demonstra graficamente quantos produtos são

necessários vender para reaver o investimento realizado, o preço sugerido que é a remarcação automática baseado nos custos da compra, preço de aquisição do produto e margem de lucro.

Assim, para os empreendedores que operam com pouco capital de giro e poucas vendas é crucial planejar as estratégias de venda e conseguir direcionar o cliente para comprar os produtos compreendidos por essa meta.

A seguir, na parte mais inferior desta seção de composição do planejamento guia do compras, aparece a listagem dos custos de aquisição dos produtos (RF08), a principal finalidade dessa área é deixar explícito ao usuário que custos estão atrelados ao guia de compras para que fique claro como é composto o gráfico do início da página e quais os custos implicados na aquisição dos produtos, tais como, fretes, viagem para comprá-los, combustível utilizado etc.

Além disso, manter o histórico dessas despesas é necessário para planejar as próximas compras e verificar o que pode ser diminuído ou se houve algum aumento de um custo, o que pode ser excluído para obter os mesmos preços de custos dos produtos comprados anteriormente. Trata-se de mais informação para a gestão financeira e planejamento de uma compra assertiva para a construção de uma precificação que seja mais competitiva e também vantajosa para o usuário.

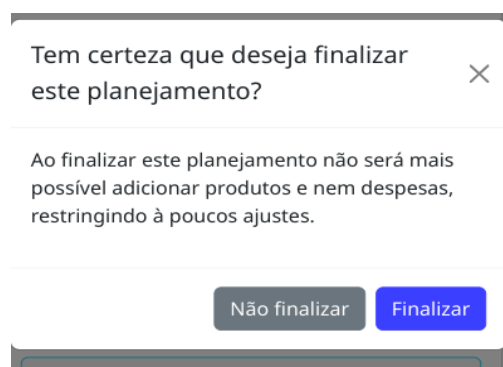
Imagem 6 - Parte inferior da tela de composição do planejamento guia do compras



Fonte: Elaborado pelo autor (2024).

Como é possível verificar na imagem as informações são claras e objetivas nessa parte da tela, o que atende ao propósito de ser um guia de fácil visualização e entendimento, logo após essa seção da tela, encontra-se o botão para finalizar o planejamento que ao ser clicado apresenta a seguinte mensagem:

Imagem 7 - Mensagem de advertência sobre a finalização do planejamento do guia de compras



Fonte: Elaborado pelo autor (2024).

Então, ao seguir para a próxima etapa do ciclo de vida do sistema, o usuário poderá apenas editar os produtos e as despesas que já adicionou ao guia de compras, ou seja, não será possível adicionar outros produtos e outras despesas, podendo apenas excluí-los ou ajustar a quantidade no caso dos produtos e valores nos dois casos.

Após clicar no botão finalizar, o usuário é levado para a tela de listagem de guias de compras prontos para serem executados, a ação “executar” significa que os produtos e as despesas serão efetivamente adquiridos, ou seja, o recurso financeiro será utilizado.

A seguir a tela que o usuário visualiza logo após a ação de finalizar o planejamento do guia de compras:

Imagem 8 - Tela de listagem de planejamentos de guias de compra finalizados



Fonte: Elaborado pelo autor (2024)

Como já foi afirmado anteriormente, o layout se mantém semelhante com a tela de listagem da imagem 5 com algumas peculiaridades, tais como: apresentação dos objetivos de compra, apresentação do que foi efetivamente gasto e o acréscimo

de um segundo gráfico de relacionamento entre despesas e produtos que mostra dinamicamente o que realmente foi gasto para efeitos de comparação.

Seguindo o fluxo do ciclo de vida da aplicação, quando o usuário clicar no botão editar, ele será enviado para a tela de execução do guia de compras cuja tela é semelhante ao que se verifica nas imagens 6, 7, 8, 9 e 10 apresentadas anteriormente, no entanto há algumas especificidades as quais serão apresentadas a seguir.

Imagem 9 - Parte superior da tela de execução do guia do compras



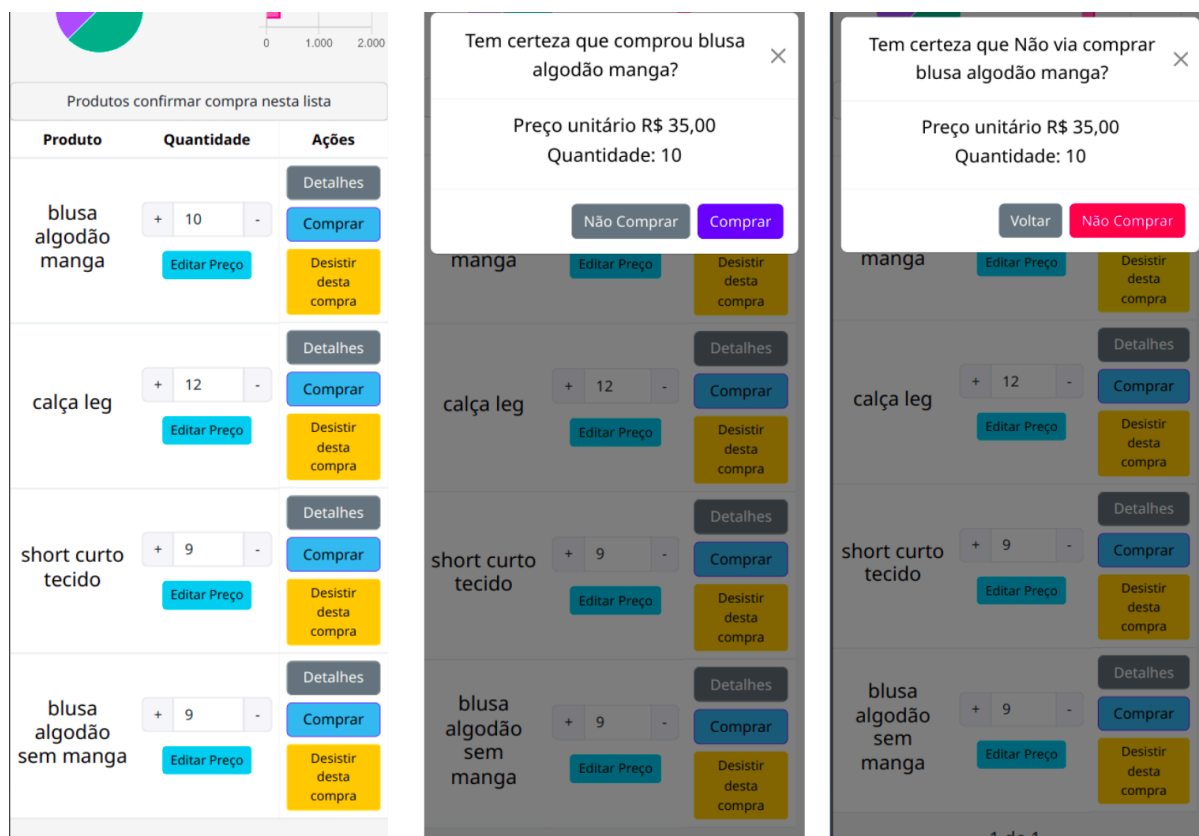
Fonte: Elaborado pelo autor (2024).

As especificidades desse momento do ciclo de vida da aplicação são as adições dos gastos realizados seja com produtos ou com despesas, visto que na medida em que o usuário aciona os respectivos botões de “comprar” ou de “Fazer

esta despesa” os gastos referentes a cada um dos itens é adicionado ao somatório, sendo o guia atualizado dinamicamente.

A seguir a sequência de telas que realiza a concretização da compra de um produto ou não:

Imagem 10 - Sequência de concretização de compra ou não de um produto

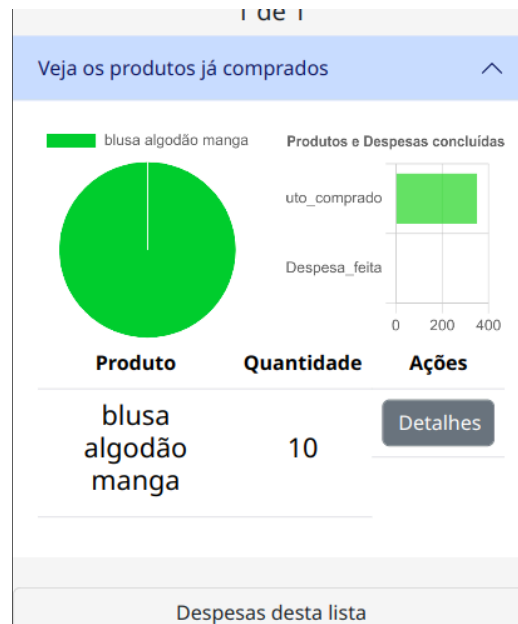


Fonte: Elaborado pelo autor (2024)

Como se verifica nas imagens, o processo de efetivação da compra de um produto é intuitivo e claro para que o usuário consiga ter a certeza de quanto pagou por cada produto e a quantidade comprada o que impacta diretamente nos dados de custo e precificação final do produto como se verifica a seguir na imagem 11.

Então, conforme o usuário adiciona ou remove itens do seu guia de compras o sistema vai montando o relatório de compras concretizadas como é possível verificar na imagem a seguir.

Imagem 11 - Tela com demonstrativo compras efetivadas

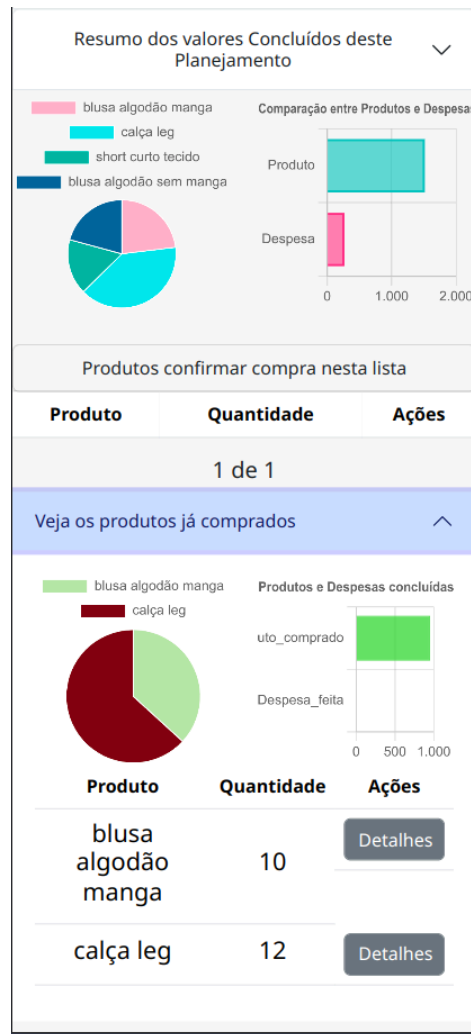


Fonte: Elaborado pelo autor (2024).

Assim, os ciclos de composição do guia de compra se repetem ao longo do processo de criação, execução e finalização do guia de compras, porém com informações atualizadas automaticamente a partir do que o usuário edita e adiciona os dados ao sistema.

Na captura de tela a seguir, é possível observar como o usuário poderá acompanhar a execução do seu guia de compras, visto que ao comprar ou não produtos os gráficos e os valores de preços unitários e precificação vão se ajustando conforme essas ações de compra ou não.

Imagem 12 - Captura de tela com demonstrativo dos dados de planejamento e execução do guia de compras

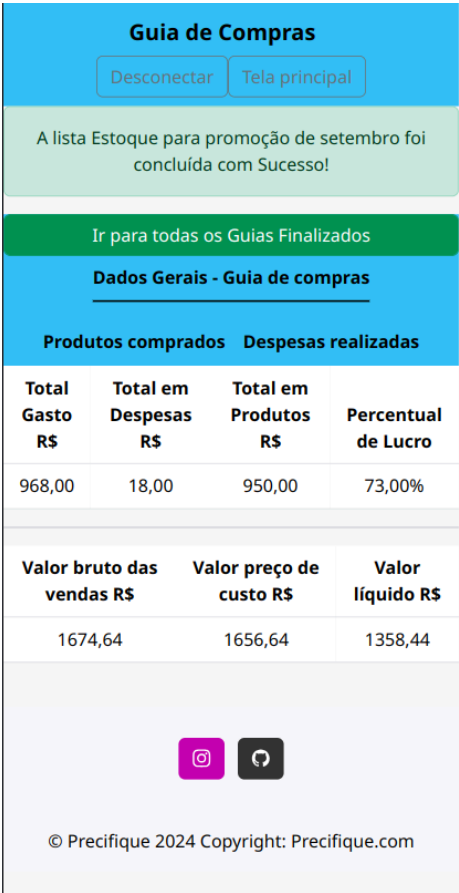


Fonte: Elaborado pelo autor (2024)

Nesse exemplo apresentado na imagem 15 é possível verificar como o público-alvo poderá aproveitar as informações para a realização das suas compras de modo assertivo, pois é possível comparar o que está sendo gasto e a composição de produtos para o estoque, o que potencialmente poderá evitar compras desnecessárias.

Por Consequinte, ao clicar em concluir a execução do guia de compras o usuário é levado para a seguinte tela de resumo:

Imagem 13 - Tela com demonstrativo dos principais indicadores da concretização do guia de compras



Fonte: Elaborado pelo autor (2024).

Nessa tela resumo, o usuário verifica as principais informações sobre as compras realizadas, sendo possível visualizar a distribuição do dinheiro entre despesas, produtos e o que será recebido ao final de toda a operação caso alcance as metas de vendas de cada produto.

Portanto, de posse desses dados o empreendedor poderá distribuir seus esforços de venda com propaganda, por exemplo, de forma adequada para conseguir alcançar as metas e obter melhores resultados com seu negócio.

Em síntese, as imagens anteriormente apresentadas demonstram o fluxo principal da aplicação e indica como o usuário poderá usufruir dos dados gerados pelo sistema para definir sua melhor estratégia de investimento.

É importante destacar que o aprofundamento sobre o CRUD de produtos e custos não foi abordado detalhadamente, devido a limitações de espaço e à possibilidade de consultar essas informações no Apêndice A. Ressalta-se,

entretanto, que as informações apresentadas nas interfaces são claras e objetivas, facilitando o cadastro por parte do usuário. No caso dos custos, os dados exigidos são apenas o nome e o valor, enquanto, para os produtos, são necessários o nome, valor unitário, quantidade a ser adquirida e fornecedor.

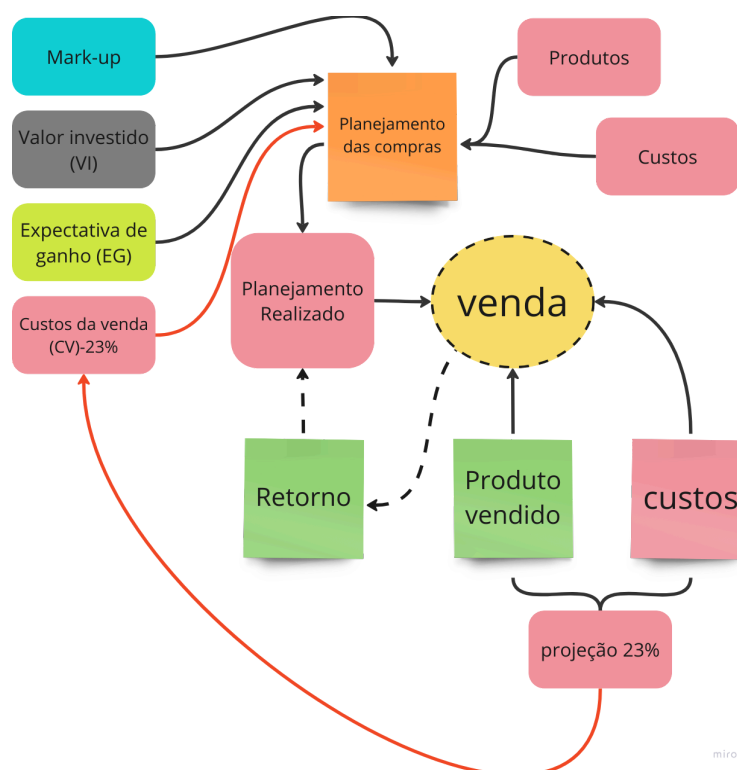
Diante do exposto, o principal diferencial do Precifique, o qual não há plataforma semelhante no mercado até o momento desta pesquisa, é a funcionalidade formação de preço a partir da aquisição da mercadoria orientando o investimento do empreendedor e favorecendo uma tomada de decisão mais adequada ao seu contexto.

Além disso, a precificação foi relatada como a atividade que mais gera dificuldade (uma das dores mencionadas) para o público-alvo entrevistado. Como foi demonstrado no decorrer da pesquisa, esse item é essencial para a saúde do negócio, pois é uma atividade que depende de quanto às vendas geram lucro para retroalimentar a aquisição de novos produtos e pagar as despesas do empreendimento.

As demais funcionalidades são padrões da grande maioria das aplicações que são, login com senha, cadastro de novos usuários, edição e deleção de usuários, além da paginação entre os históricos de guia de compras até mesmo de lista de produtos e despesas.

O diagrama a seguir apresenta um resumo geral do ciclo de vida da aplicação:

Diagrama 5 - Resumo do ciclo de vida da plataforma Precifique



Fonte: Elaborado pelo autor (2024)

O ciclo de vida do software inicia-se quando o usuário cria o guia de compras, representado no diagrama como "Planejamento das Compras". Nesse momento, o sistema solicita ao usuário que insira o valor de investimento desejado (VI) e a margem de lucro pretendida. É importante destacar que à porcentagem de lucro indicada será acrescido um valor de 23%, correspondente aos custos projetados com a operação de venda. Essa margem pode ser ajustada conforme a necessidade do usuário, permitindo uma maior flexibilidade no cálculo do *markup*, que deve incluir todos os custos operacionais e a margem de lucro desejada.

É necessário destacar que essa projeção de 23% é de caráter experimental e precisará ser ajustada conforme os testes com os usuários finais forem retornando o feedback, além disso, constatou-se que muitos vendedores não têm esse dado sobre a porcentagem que cada operação de venda recai nos seus produtos.

Após essa etapa inicial, o usuário pode adicionar, editar, remover ou duplicar produtos e custos. À medida que esses itens são inseridos, o sistema apresenta uma expectativa de ganho com base na meta mínima de vendas de cada produto. Com o planejamento concluído, o processo avança para a fase de execução

("planejamento realizado"), na qual o usuário indicará se a compra da mercadoria ou o custo inicialmente planejado foi efetivado.

Essa fase é dividida em duas etapas distintas, pois o público-alvo do sistema, muitas vezes, realiza viagens ou recebe pedidos de clientes, necessitando de um planejamento prévio para avaliar a viabilidade da compra no momento da decisão, considerando os custos envolvidos. Após a decisão sobre a compra das mercadorias e a confirmação dos custos, o planejamento é finalmente concluído, e o sistema gera os indicadores de desempenho, como demonstrado na imagem 13.

Dessa forma, no momento de investir em mercadorias o usuário já tem uma previsão do que irá receber, já que como foi identificado nas entrevistas, a maioria não compreende os detalhes de custos envolvidos na venda dos seus produtos.

7 CONSIDERAÇÕES FINAIS E RECOMENDAÇÕES PARA TRABALHOS FUTUROS

Nesta seção, serão apresentados o resumo do que se alcançou com a pesquisa e a implementação deste Trabalho de Conclusão de curso, além de indicar os trabalhos futuros que podem sugerir pesquisas para colegas ou até insides para uma pós-graduação.

7.1 CONSIDERAÇÕES FINAIS

O presente Trabalho de Conclusão de curso teve por objetivo otimizar a gestão financeira de vendedores de roupas, conhecidos popularmente como “sacoleiros(as)” que ainda possuem toda sua atividade de gestão dependente de anotações em caderno, tem-se com foco central a aquisição planejada de produtos e controle de custos nessa etapa do fluxo de atividades que esse indivíduo realiza no seu negócio.

Dentre as dificuldades encontradas para a realização deste trabalho, a pesquisa de mercado com o público alvo foi uma etapa que demandou bastante tempo e persistência no decorrer das atividades de implementação do software. Visto que muitos potenciais informantes tiveram receio em participar da pesquisa, além da pouca disponibilidade de tempo para responder ao questionário, outro empecilho foi a insegurança sobre os próprios conhecimentos que os entrevistados afirmavam não ter para participar da entrevista, dentre outras foram algumas das adversidades enfrentadas durante a coleta dos dados.

Sobre a revisão de literatura realizada, foi identificado que há uma abundância de estudos sobre a organização da gestão financeira e administrativa de lojas, bem como sobre a formação de preço de produtos. No entanto, não há trabalhos que relacionam a formação de preço e o planejamento de aquisição de produtos, pois o enfoque, como foi descrito na seção “Formação de Preço”, é no faturamento do empreendimento, ou seja, na conclusão de todo o fluxo do negócio no qual a partir desse resultado realiza-se o cálculo *markup*.

Portanto, o presente trabalho apresenta inovação tanto em focar nessa etapa do processo de venda de roupas o que acredita-se ser crucial para esse tipo de negócio quanto em abordar esse público-alvo específico, já que as pesquisas em

geral buscam pequenas a grandes empresas e não sacoleiros(as) com recursos escassos.

É importante retomar o que foi descrito tanto na introdução quanto na seção “Empreendedores da área de revenda do vestuário”, porque como foi dito além de haver uma grande parcela de indivíduos atuando nessa área no Brasil, há também a situação socioeconômica precária dessas pessoas as quais em alguns casos possui pouca escolaridade e pouco acesso à tecnologia. Desse modo, apesar da experiência adquirida no dia-a-dia da administração do negócio, não é suficiente para tornar a atividade resiliente às crises que podem surgir, além de não prover um crescimento e consequente melhora da situação econômica do sacoleiro(a).

Assim, a partir das limitações citadas no que diz respeito à obtenção de respostas e a partir dos relatos que foram espontaneamente surgindo no decorrer das entrevistas, o trabalho implementou um sistema que além de fornecer insides ao usuário sobre as aquisições de produtos, indicar a meta de vendas necessária ser atingida para que o investimento feito seja recuperado e assim, o usuário possa decidir estrategicamente se deve ou não realizar a compra, bem como reduzir os custos para obter melhores lucros.

Outra constatação verificada, a qual já era esperada, foi a de que os donos de negócio já possuem conhecimento básico sobre como administrar e realizar a contabilidade do próprio negócio mesmo que de forma manual. Os dados coletados mostram que todos sabem que devem acrescentar uma porcentagem em cima do valor de compra do produto e que precisam de uma proatividade na busca de mais clientes.

Entretanto, observou-se que conforme a escolaridade aumenta, geralmente no nível de graduação completa, o refinamento sobre a consciência do que é essencial para administrar o negócio também aumenta, nesse grau de escolaridade, os dados mostraram que já há uma visão sobre o mercado, sobre a separação das despesas do negócio e pessoais, além de saber dizer sobre as próprias demandas para que o negócio possa se desenvolver.

Também constatou-se que o letramento digital (LIMA NETO e CARVALHO, 2022), que de modo sintético é a visão crítica sobre como a tecnologia da informação, pode melhorar a gestão do negócio, bem como a renda dessas pessoas, pois com o conhecimento que elas já possuem e uma ferramenta que

automatiza e oferece indicadores adequados, a tendência é que haja uma melhora na condição econômica desses empreendedores.

Verificou-se que a existência de softwares e estudos sobre administração e contabilidade para o segmento de revenda de roupas não é tão acessível para esse público. Pois além da falta de conhecimento de como softwares auxiliam na tarefa de gerenciamento de finanças, alguns são pagos e necessitam de computadores de mesa ou notebook e o acesso a leitura desses textos se torna algo não natural para essas pessoas.

Então, há uma falta de conhecimento a respeito dos recursos digitais disponíveis e uma reflexão crítica dos benefícios e limitações que tais recursos possuem, e por isso, acredita-se que os indivíduos ficam habituados a utilizar práticas arcaicas, que por mais que sejam inseguras administrativa e contabilmente, o uso prático é mais palpável para essas pessoas que já dispõem de poucos recursos sejam digitais, financeiros e educacionais.

Portanto, este trabalho apresentou a ideação, o embasamento teórico, o estudo de mercado e a implementação do núcleo da plataforma digital Precifique que tem como slogan “Aquisição de produtos de modo inteligente para maximizar vendas e minimizar perdas de investimento”, então a entrega de valor ao público alvo está tanto na novidade de um produto que ainda não existe para atender essa demanda de planejamento das compras, bem como otimizar o controle de investimento e visualizar de modo claro a meta de vendas que deve ser alcançada.

7.2 RECOMENDAÇÕES PARA TRABALHOS FUTUROS

Ressalta-se que o maior empecilho foi a coleta dos dados que em função dessa dificuldade de obtenção de informações e do tempo para a conclusão deste trabalho, recomenda-se um enfoque matemático-financeiro sobre a identificação da proporção ideal entre custos e preços dos produtos para oferecer um indicador preciso nesse quesito que é crucial para flexibilização do lucro.

Além disso, posteriormente deve-se implementar a integração entre esse módulo de guia de compras com o módulo controle de estoque e controle de vendas, porque dessa forma o sistema irá abranger todas as etapas de administração e gestão financeira dessa atividade econômica.

Outra indicação que seria válida de trabalho futuro é a validação dos usuários no seu cotidiano, já que não foi possível verificar a integração do uso da aplicação pelo usuário final na atividade fim para qual foi planejado a plataforma.

Como última recomendação para trabalhos futuros, pode-se pensar numa aplicação mobile que funciona parcialmente sem a internet e seja multiplataforma, já que há uma parcela importante de usuários que possuem iOS.

REFERÊNCIAS

Agência Sebrae de Notícias. **Pesquisa mundial de empreendedorismo divulgada no Projeto Sebrae 50+50 v. 2022.** Disponível em:

<https://www.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/sebrae50mais50/noticias/pesquisa%E2%80%93pesquisa%E2%80%93mundial%E2%80%93de%E2%80%93empreendedorismo%E2%80%93divulgada%E2%80%93no%E2%80%93projeto%E2%80%93sebrae%E2%80%9350mais50v>. Acesso em: 20 mar. 2023.

ALVES, C. C. da S.. **Construção do conhecimento financeiro no contexto da nano, micro e pequena empresa: um estudo multicaso.** 2014. 102 f. TCC (Graduação) - Curso de Bacharel em Administração, Universidade Federal do Ceará, Fortaleza, 2014. Disponível em: <https://repositorio.ufc.br/handle/riufc/26955>. Acesso em: 26 abr. 2023.

APPLOJA (Araucária-Pr). APPLoja - **Controle de estoque e vendas.** Disponível em: <https://apploja.net/>. Acesso em: 21 set. 2023.

AWISE SOLUÇÕES TECNOLÓGICAS (Santa Cruz do Sul-Rs). **Sobre nós!** 2020. Disponível em: <https://www.quantosobra.com.br/sobre-nos/>. Acesso em: 21 set. 2023.

BEEDLE, Mike et al. **Manifesto para Desenvolvimento Ágil de Software.** 2001. Disponível em: <https://agilemanifesto.org/iso/ptbr/manifesto.html>. Acesso em: 20 out. 2023.

CANTAL, Rafael Pontes; GOMES, Rickardo Léo Ramos. **GESTÃO DA CADEIA DE SUPRIMENTOS INTEGRADA À TECNOLOGIA DA INFORMAÇÃO – ABORDAGEM QUALITATIVA EM UM GRUPO EMPRESARIAL BRASILEIRO.** Observatorio de La Economía Latinoamericana, [S.L.], p. 60-72, 2 dez. 2021. South Florida Publishing LLC. <http://dx.doi.org/10.51896/oel/xxhe4003>. Disponível em: <https://www.eumed.net/uploads/articulos/04fcbf924c891ad209f2dd95a126381c.pdf>. Acesso em: 20 set. 2023.

CARVALHO, T. M. de; BIANCHI, E. M. P. G. **Teresina Entrepreneurs: profile and history of life.** Research, Society and Development, [S. l.], v. 11, n. 10, p. e113111032549, 2022. DOI: 10.33448/rsd-v11i10.32549. Disponível em: <https://rsdjournal.org/index.php/rsd/article/view/32549>. Acesso em: 20 maio de 2023.

CRUZ NETO, Otávio. O TRABALHO DE CAMPO COMO DESCOBERTA E CRIAÇÃO. In: DESLANDES, Suely Ferreira et al. **PESQUISA SOCIAL: teoria, método e criatividade.** 21. ed. Petrópolis, RJ: Vozes, 1994. p. 51-66.

CUNHA, Amanda Lopes. **O PAPEL DA GESTÃO FINANCEIRA PARA MICROEMPREENDEDORES SUPERAREM A CRISE ECONÔMICA GERADA PELA COVID-19.** 2021. 43 f. Monografia (Especialização) - Curso de Bacharel em Ciências Econômicas, Pontifícia Universidade Católica de Goiás, Goiânia, 2021. Cap. 3. Disponível em: <https://repositorio.pucgoias.edu.br/jspui/bitstream/123456789/2808/1/MONOGRAFIA%20AMANDA%20LOPES%20CUNHA%20FINAL.pdf>. Acesso em: 29 ago. 2023.

DJANGO SOFTWARE FOUNDATION. **Django documentation**. 2023. Disponível em: <https://docs.djangoproject.com/en/4.2/>. Acesso em: 28 nov. 2023.

FERREIRA, Giovanni Estanislau. Avaliação de sistemas de apoio à decisão na perspectiva do usuário da informação: o data warehouse como suporte à estratégia organizacional. 2010. 147 f. Dissertação (Mestrado) - Curso de Programa de Pós-Graduação em Ciência da Informação, Escola de Ciência da Informação, Universidade Federal de Minas Gerais, Belo Horizonte, 2010. Disponível em: https://repositorio.ufmg.br/bitstream/1843/ECID-8AWNXXN/1/disserta_ao_giovanni_ferreira_110103.pdf. Acesso em: 20 set. 2023.

GIL, Antônio Carlos. **Como elaborar projetos de pesquisa**. 4. ed. São Paulo: Atlas, 2002. Disponível em: https://files.cercomp.ufg.br/weby/up/150/o/Anexo_C1_como_elaborar_projeto_de_pesquisa_-_antonio_carlos_gil.pdf. Acesso em: 20/10/2023.

HAR, Loh Li; RASHID, Umi Kartini; CHUAN, Lee Te; SEN, Seah Choon; XIA, Loh Yin. **Revolution of Retail Industry**: from perspective of retail 1.0 to 4.0. Procedia Computer Science, [S.L.], v. 200, p. 1615-1625, 2022. Elsevier BV. <http://dx.doi.org/10.1016/j.procs.2022.01.362>. Disponível em: <https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S1877050922003714>. Acesso em: 20 set. 2023.

IOB. **O sistema de gestão no tamanho certo para o seu negócio!** 2023. Disponível em: <https://vendr.com.br/>. Acesso em: 21 set. 2023.

KYTE. **Sistema e App Kyte**: o que é, como funciona e análise completa. Disponível em: <https://www.kyte.com.br/blog/kyte-vale-a-pena>. 2021 Acesso em: 21 set. 2023.

LAUDON, Kenneth C.; LAUDON, Jane P.. Os sistemas de informação empresariais na sua carreira. In: LAUDON, Kenneth C.; LAUDON, Jane P. (org.). **Sistemas de informação gerenciais**. 7. ed. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2007. p. 2-21. Disponível em: https://www.google.com/url?sa=t&source=web&rct=j&opi=89978449&url=https://edisciplinas.usp.br/pluginfile.php/7552318/mod_resource/content/1/Laudon%2520e%2520Laudon.pdf&ved=2ahUKEwia2tfbtL2IAxXVIJUCHbGwKT8QFnoECBkQAQ&usg=AOvVaw1Jf8EuV_ocs_1zM-b_QXyx. Acesso em: 20 ago. 2024.

LEXOS SOLUÇÃO EM TECNOLOGIA LTDA (São José dos Campos - Sp). **SISTEMA ERP OMNICHANNEL**. Disponível em: <https://www.lexos.com.br/erp/>. Acesso em: 27 set. 2023.

LIMA NETO, Newton Vieira; CARVALHO, Alexandra Bittencourt de. Letramento digital: breve revisão bibliográfica do limiar entre conceitos e concepções de professoras e de professores. **Texto Livre**, Belo Horizonte, v. 15, p. 1-11, 13 out. 2022. Disponível em: <https://www.scielo.br/j/tl/a/TYv3khGmQBQmKBSdxYz9RTm/?lang=pt&format=pdf>. Acesso em: 21 out. 2023.

MARKETUP (São Paulo). **Marketup**. 2023. Disponível em: <https://marketup.com/>. Acesso em: 21 set. 2023.

MB STORE SIMPLIFICANDO SUA GESTÃO. **Apresentação de Sistemas**. 2023. Disponível em: <https://www.smbstore.com.br/apresentacao-sistemas/>. Acesso em: 21 set. 2023.

PEREIRA, A. dos R.; OLIVEIRA, A. H. P. de. DESAFIOS DO EMPREENDEDORISMO NO ÂMBITO DA MODA. **Repositório Institucional do Ifsc**, Araranguá, Sc, p. 1-22, 03 dez. 2020. Mensal. Disponível em: <https://repositorio.ifsc.edu.br/handle/123456789/1734?show=full>. Acesso em: 10 maio 23.

RAMOS, Milene Gama e; SILVA, Milton Neemias Martins da. **CONTABILIDADE DE CUSTOS COMO FERRAMENTA DE GESTÃO**. 2018. 25 f. TCC (Graduação) - Curso de Bacharel no Curso de Ciências Contábeis, Centro Universitário de Anápolis (Unievangélica), Anápolis, 2018. Disponível em: <http://repositorio.aee.edu.br/jspui/handle/aee/8232>. Acesso em: 12 set. 2023.

REISSWITZ, F. **Análises de sistemas**. Vol. 1. Editora Clube de Autores, 2020.

RIBEIRO, R.. **O Piauí acumula 264.327 empresas ativas em 2022**. 2023. Disponível em: <https://www.pi.gov.br/noticias/piaui-acumula-264-327-empresas-ativas-em-2022/>. Acesso em: 15 mar. 2023.

SANTOS JUNIOR, Verissimo Barros dos; MONTEIRO, Jean Carlos da Silva. TENDÊNCIAS DIGITAIS PARA O ENSINO DE EMPREENDEDORISMO:: plataforma colaborativa para a criação de novos modelos de negócios com o canvas. **Revista Scientia**, Salvador,, v. 6, n. 3, p. 32-52, dez. 2021. Quadrimestral. Disponível em: <https://www.revistas.uneb.br/index.php/scientia/article/view/11964>. Acesso em: 28 ago. 2023.

SERVIÇO BRASILEIRO DE APOIO ÀS MICRO E PEQUENAS EMPRESAS - SEBRAE (Brasília). **5 dicas para fazer uma precificação de produtos inteligente**. 2023a. Disponível em: <https://sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/ufs/pe/artigos/5-dicas-para-fazer-uma-precificacao-de-produtos-inteligente,e231536044395710VgnVCM1000004c00210aRCRD>. Acesso em: 12 set. 2023.

SERVIÇO BRASILEIRO DE APOIO ÀS MICRO E PEQUENAS EMPRESAS - SEBRAE (Brasília). **Saiba como fazer seu preço de venda de forma simples e lucrativa**. 2023b. Disponível em: https://sebrae.com.br/Sebrae/Portal%20Sebrae/Arquivos/ebook_sebrae_saiba_com_o_fazer_seu_preco_de_venda.pdf. Acesso em: 12 set. 2023.

SERVIÇO BRASILEIRO DE APOIO ÀS MICRO E PEQUENAS EMPRESAS – SEBRAE (Brasília). Unidade de Gestão Estratégica. **Atlas dos Pequenos Negócios**. Brasília: Unidade de Gestão Estratégica e Inteligência - Núcleo de Pesquisa e Gestão do Conhecimento, 2022. Disponível em: <https://static.poder360.com.br/2022/07/Atlas-pequenos-negocios-sebrae.pdf>. Acesso em: 28 maio 2023.

SERVIÇO DE APOIO ÀS MICRO E PEQUENAS EMPRESAS DO PARANÁ (Paraná). **CANVAS DA PROPOSTA DE VALOR**:: o que é, para quê serve e como utilizar. o que é, para quê serve e como utilizar. 2020. Disponível em:

<https://www.sebraepr.com.br/arquivos-gratuitos-guia-visual-canvas/>. Acesso em: 12 set. 2023.

SILVA, M. O.. **Economia Informal: Deslocamento e narrativas**, a partir de uma etnografia de ?Agentes de comercialização? - Sacoleiras no Centro Fashion em Fortaleza - CE. In: 31 REUNIÃO BRASILEIRA DE ANTROPOLOGIA, 2018, BRASÍLIA- DF. anais da 31 Rba. Brasília - DF, 2018. disponível em: https://www.researchgate.net/publication/368710237_Solucao_sustentavel_para_uma_forma_insustentavel_de_comercio_um_estudo_no_centro_fashion_fortaleza> Acesso em: 20 maio de 2023

SOMAVILA, A. L.. **GESTÃO DE CUSTOS E PREÇOS NO COMÉRCIO**:: um estudo de caso em uma loja de vestuário. 2021. 87 f. TCC (Graduação) - Curso de Ciências Contábeis, Humanidades, Universidade Regional do Noroeste do Estado do Rio Grande do Sul, Ijuí, Rs, 2021. Disponível em: <https://bibliodigital.unijui.edu.br:8443/xmlui/handle/123456789/7265>. Acesso em: 07 jun. 2023.

SUTHERLAND, Jeff; SCHWABER, Ken. **The 2020 Scrum Guide**. 2020. Disponível em: <https://scrumguides.org/scrum-guide.html>. Acesso em: 20 out. 2023.

Tipos de Sistemas de informações. In: PEREIRA, Néocles Alves (org.). **Fundamentos de Sistemas de Informação**. São Carlos - São Paulo: Pixel, 2016. p. 49-106. Disponível em: https://www.google.com/url?sa=t&source=web&rct=j&opi=89978449&url=http://livres.aber.sead.ufscar.br:8080/jspui/bitstream/123456789/2662/1/SI_Neocles_FundamentosSI.pdf&ved=2ahUKEwjK1b6OxL2IAxUitpUCHegkBIQFnoECBQQAQ&usg=AOvVaw0ixBdArvwwFyZwY-s18RqL. Acesso em: 15 set. 2023.

VIANNA, Cleverson M M M Tabajara. **Finanças, custos e mark-up: conceito básicos**. Florianópolis: Publicações do Ifsc, 2015. Disponível em: https://www.ifsc.edu.br/documents/30701/523474/livro_financas_custos_e_markup_digital.pdf/16844aba-9771-f111-46fb-c80c30b51852. Acesso em: 14 set. 2023.

WERNKE, Rodney; FACCENDA, Lucas dos Santos; JUNGES, Ivone. GESTÃO DE CUSTOS EM ESCOLA DE IDIOMAS: estudo de caso com aplicação da análise custo/volume/lucro. **Abcustos**, [S.L.], v. 13, n. 1, p. 77-108, 27 jul. 2018. Associação Brasileira de Custos. <http://dx.doi.org/10.47179/abcustos.v13i1.466>. Disponível em: <https://revista.abcustos.org.br/abcustos/article/view/466>. Acesso em: 12 jun. 2024.

APÊNDICE A - PRINCIPAIS TELAS DO SISTEMA

A01 - FLUXO DE CADASTRO E LOGIN

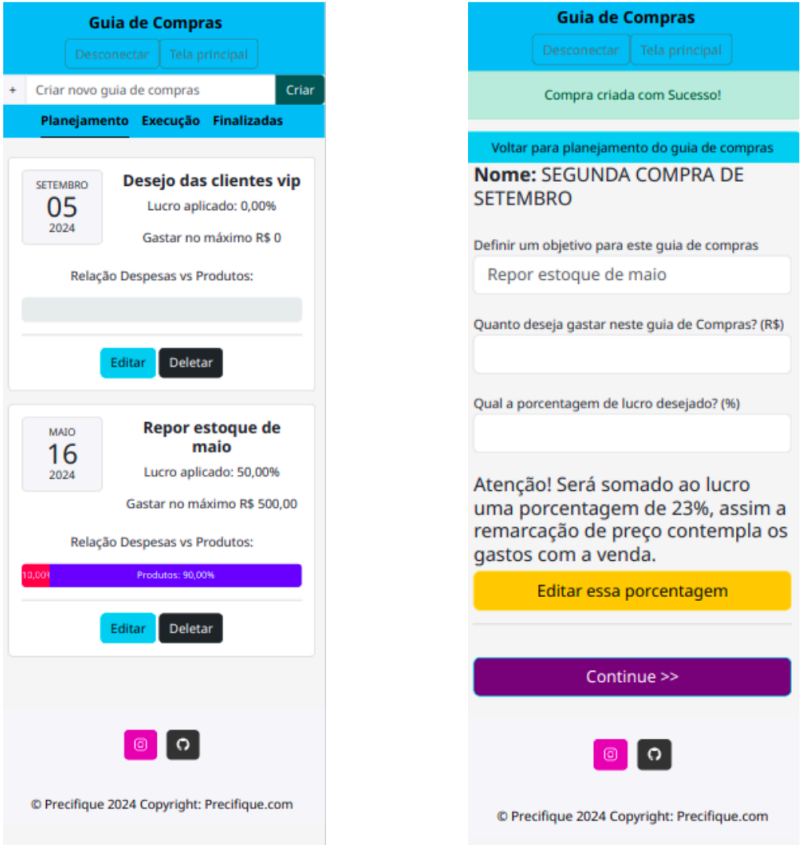
The image displays three mobile application screens for the 'Precifique' system, arranged horizontally.

Screen 1 (Left): Registration Form
The screen features the 'Precifique' logo at the top. Below it, there are four input fields for user registration: 'Nome:' (containing 'Fulano da Silva'), 'E-mail:' (containing 'nome@email.com'), 'Senha:', and 'Confirmar Senha:'. A blue 'Cadastrar' button is positioned below the password fields. At the bottom, there is a link that says 'Já possui cadastro? Faça seu login Acesse sua conta'.

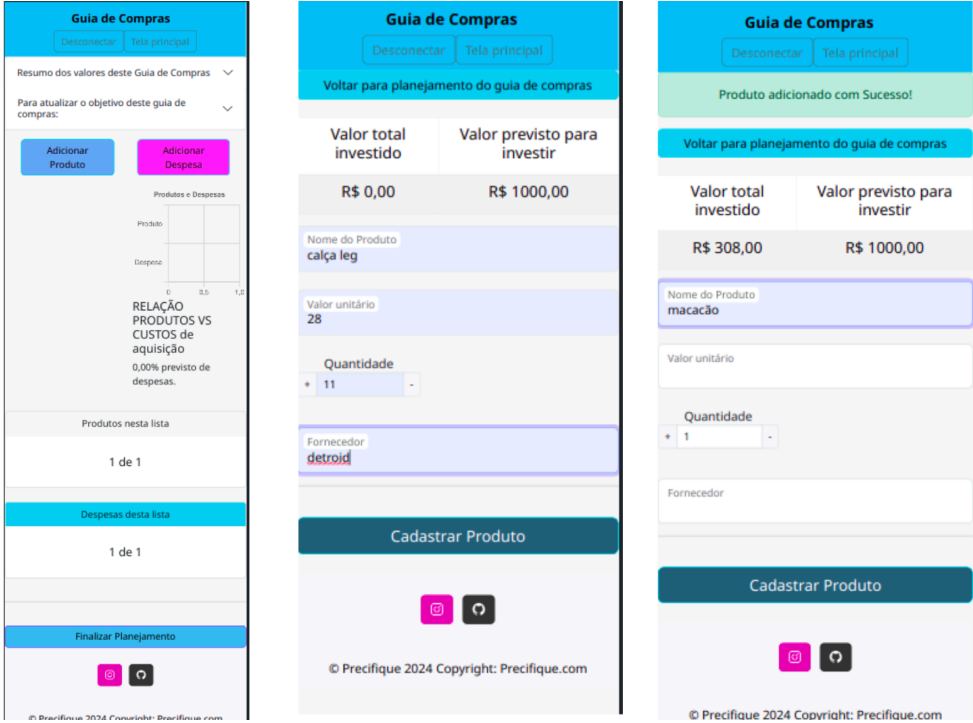
Screen 2 (Middle): Login Form
The screen is titled 'Guia de Compras' at the top. It features a large image of a smiling woman holding a red smartphone. Below the image are two input fields: 'E-mail:' (containing 'nome@email.com') and 'Senha:'. A blue 'Entrar' button is located below the password field. At the bottom, there is a link that says 'Ainda não possui cadastro?' with a 'Cadastrar-se' button below it. Social media icons for Instagram and Facebook are also present at the bottom.

Screen 3 (Right): Logged-in Home
The screen is titled 'Guia de Compras' at the top. It features a blue header with 'Desconectar' and 'Tela principal' buttons. Below the header, a green bar indicates 'Usuário logado.' The main content area displays a greeting 'Olá, Leo santana' and a welcome message: 'Bem-vindo(a) de volta à Precifique, o seu facilitador de Planejamento de compras e Precificação de produtos!'. Below this, there are two main sections: 'Planejamento' (with a line graph icon and the text 'Planeje com antecedência suas compras') and 'Execução' (with a shopping bag icon and the text 'Execute o planejamento de suas compras'). At the bottom, there are social media icons for Instagram and Facebook, and a copyright notice: '© Precifique 2024 Copyright: Precifique.com'.

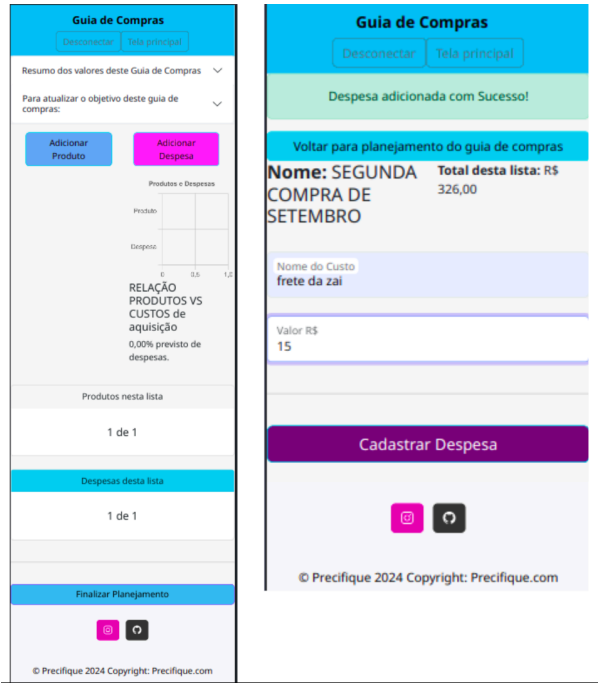
A02 - FLUXO CRIAÇÃO DO GUIA DE COMPRAS



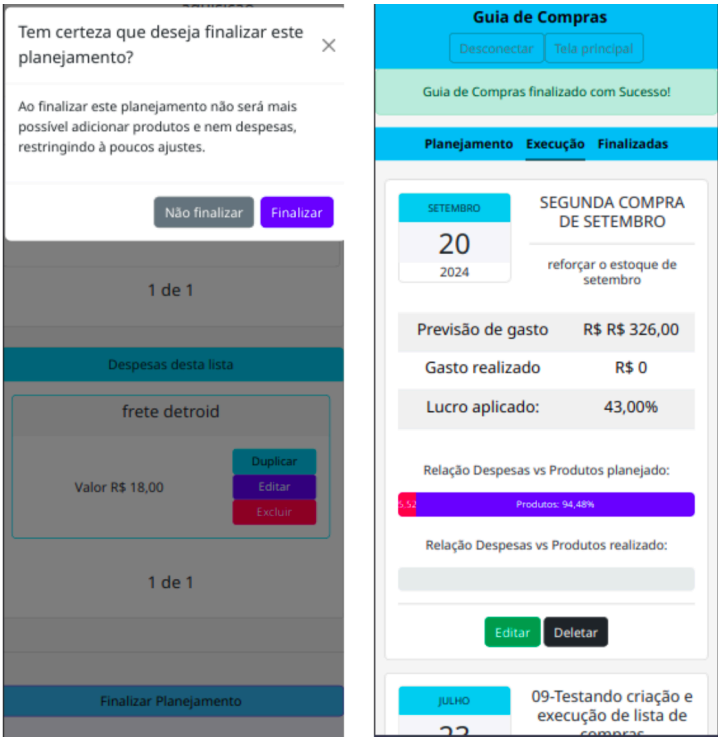
A04 - FLUXO COMPOSIÇÃO DO GUIA DE COMPRAS - PRODUTOS



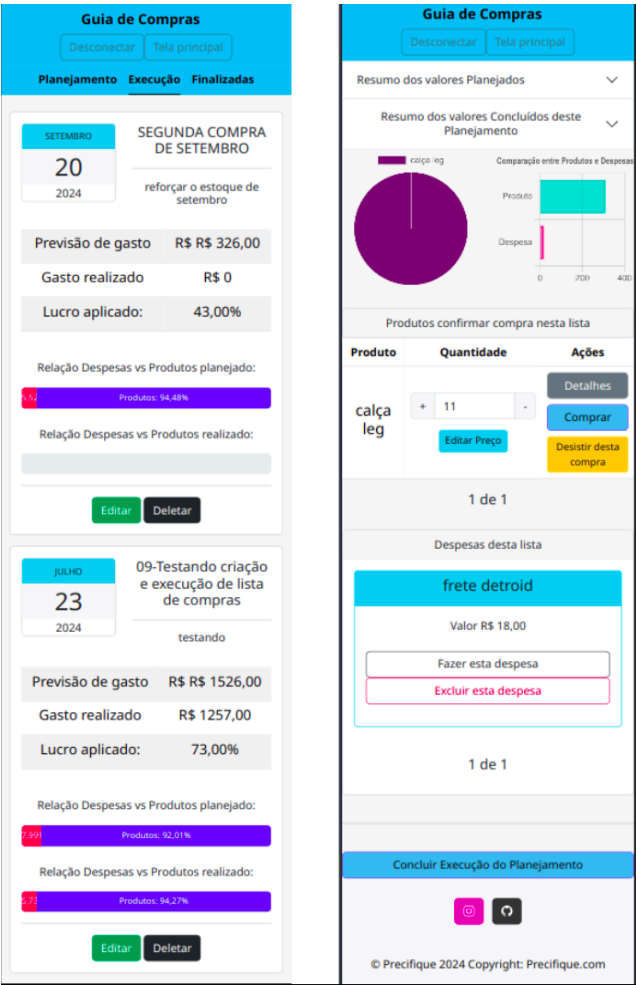
A05 - FLUXO COMPOSIÇÃO DO GUIA DE COMPRAS - DESPESAS



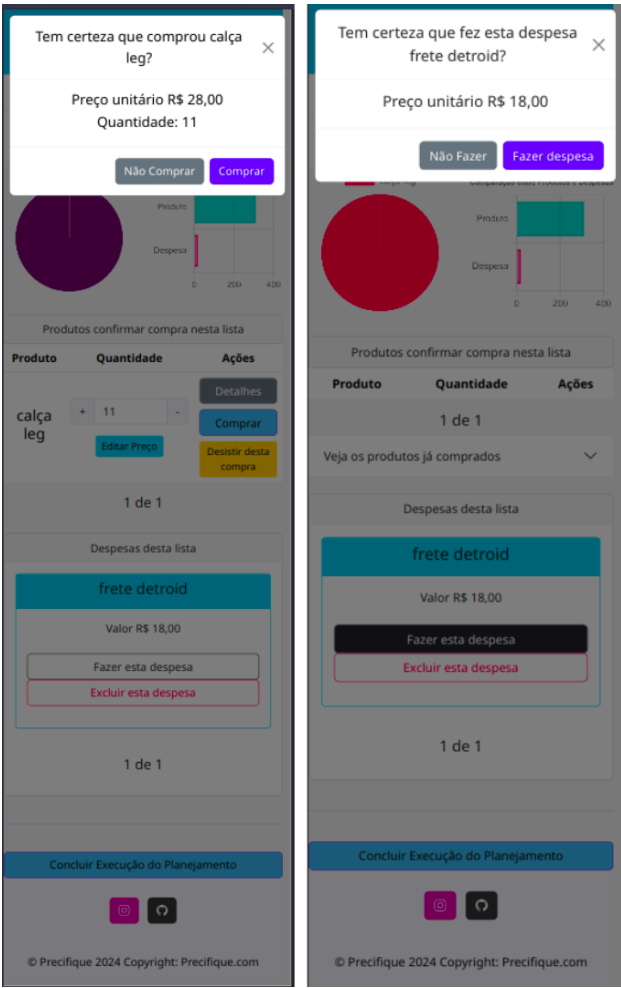
A06 - FLUXO DE CONCLUSÃO DO PLANEJAMENTO DO GUIA DE COMPRAS



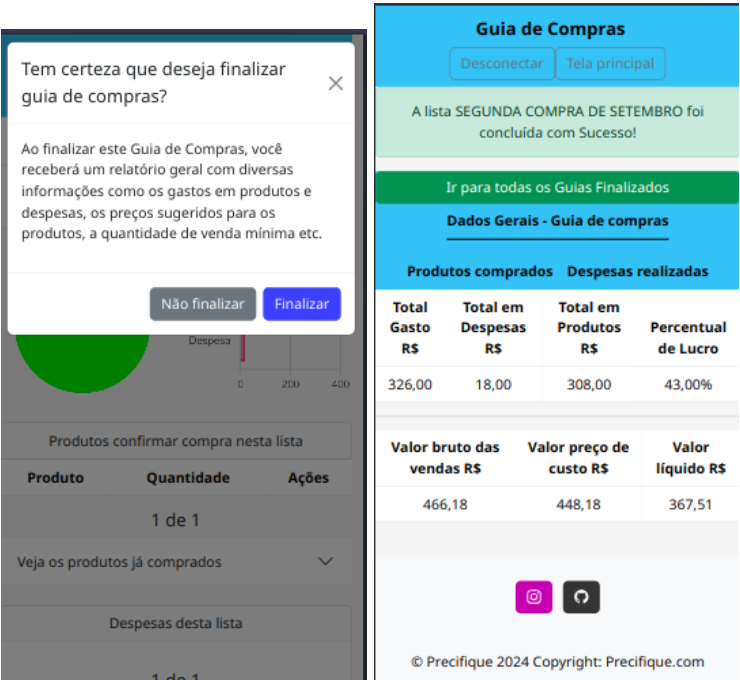
A07 - FLUXO DE CONCRETIZAR O PLANEJAMENTO DO GUIA DE COMPRAS



A08 - FLUXO DE CONCRETIZAR O PLANEJAMENTO DO GUIA DE COMPRAS -
PRODUTOS E DESPESAS



A09 - FLUXO DE CONCRETIZAR O PLANEJAMENTO DO GUIA DE COMPRAS



A010 - FLUXO DE CONCRETIZAR O PLANEJAMENTO DO GUIA DE COMPRAS

Guia de Compras

Desconectar

Tela principal

Planejamento

Execução

Finalizadas

AGOSTO

25

2024

testando as tres fases

Sem objetivo definido.

Despesas totais

R\$ R\$ 116,20

Total gasto

R\$ 1027,70

Lucro aplicado:

50,00%

Relação Despesas vs Produtos realizado:

11,31%

Produtos: 88,69%

Visualizar

SETEMBRO

08

2024

teste 2 caminho feliz

Sem objetivo definido.

Despesas totais

R\$ R\$ 15,00

Total gasto

R\$ 615,00

Lucro aplicado:

23,00%

Relação Despesas vs Produtos realizado:

2,27%

Produtos: 97,56%

Visualizar

SETEMBRO

13

2024

Estoque para promoção de setembro

Sem objetivo definido.

Despesas totais

R\$ R\$ 18,00

Total gasto

R\$ 968,00

APÊNDICE B - ENTREVISTA PARA ESTUDO DE CASO

faixa etárias:

- I. 18 - 24
- II. 25 - 29
- III. 30 - 39
- IV. 40 - 49
- V. 50 mais

escolaridade:

- I. Sem escolaridade
- II. fundamental incompleto
- III. fundamental completo
- IV. médio incompleto
- V. médio completo
- VI. superior incompleto
- VII. superior completo

- 1) Como é sua rotina de trabalho na gestão do seu negócio?
- 2) Quais os dispositivos você usa para gestão do seu negócio?
- 3) Você adota algum sistema de gestão financeira que seja responsável pelo controle exato dos recursos próprios, estoque, compras a receber, vendas e saldos em geral?
- 4) Que método você utiliza para gerir o seu negócio?
- 5) Que informações você utiliza para saber se deve comprar, quantidade em estoque e em quanto tempo se deve vender tudo para comprar novamente?
- 6) Que informações você gostaria de ter mais rapidamente na administração do seu negócio?
- 7) Como é feito o planejamento do valor da revenda, da agenda dos recebimentos e pagamentos do seu negócio?
- 8) Como classificaria sua habilidade no uso de planilhas?
- 9) Você utiliza algum programa no computador ou celular para auxiliar a administração do seu negócio?
- 10) Que funções seriam importantes para você em um aplicativo de celular para auxiliar o seu negócio?

APÊNDICE C - INSTRUMENTO DE COLETA DE DADOS

Este questionário foi elaborado para que donos de negócio dos mais variados níveis de escolaridade possam compreender e que possa ser feito tanto online como presencialmente.

1. Qual o seu e-mail?
2. Indique a Cidade/Estado que o seu negócio atende.
3. Indique qual a sua faixa etária:
 - a. ☐ Tenho entre 18 - 24.
 - b. ☐ Tenho entre 25 - 29.
 - c. ☐ Tenho entre 30 - 39.
 - d. ☐ Tenho entre 40 - 49.
 - e. ☐ Tenho mais de 50.
4. Indique qual a sua Escolaridade:
 - a. ☐ Fundamental incompleto
 - b. ☐ Fundamental completo
 - c. ☐ Ensino médio incompleto
 - d. ☐ Ensino médio completo
 - e. ☐ Graduação incompleta
 - f. ☐ Graduação completa
 - g. ☐ Pós-Graduação incompleta
 - h. ☐ Pós-Graduação completa
5. Há quanto tempo você possui o seu negócio de revenda de roupas?
 - a. ☐ Menos de 2 anos
 - b. ☐ Entre 2 e 5 anos
 - c. ☐ Entre 5 e 10 anos
 - d. ☐ Mais de 10 anos
6. Quais dispositivos você utiliza para a administração do seu negócio?
 - a. ☐ Notebook
 - b. ☐ Computador de mesa (desktop)
 - c. ☐ Smartphone com Android
 - d. ☐ Smartphone da Apple
 - e. ☐ Bloco de anotações

- f. ☐ Caderno dividido em matérias
 - g. ☐ Nenhum
 - h. ☐ Outro: _____
7. Numa escala de 0 a 5, em que 0 significa desnecessário e 5 significa essencial, como você classifica o uso de PLANILHA no COMPUTADOR para administrar o seu negócio?
8. Numa escala de 0 a 5, em que 0 significa desnecessário e 5 significa essencial, como você classifica o uso de CADERNO para administrar o seu negócio?
9. Numa escala de 0 a 5, em que 0 significa desnecessário e 5 significa essencial, como você classifica o uso de Aplicativo no CELULAR para administrar o seu negócio?
10. Quais aplicativos PAGOS de Smartphone (celular) você usa nas atividades de sua loja?
11. Quais aplicativos gratuitos você usa para administrar o seu negócio?
- a. ☐ Planilhas Google
 - b. ☐ LibreOffice Calc
 - c. ☐ Gnumeric
 - d. ☐ Excel (Planilha da Microsoft)
 - e. ☐ Numbers
 - f. ☐ Nenhum
 - g. ☐ Outro:
12. Quais aplicativos PAGOS de Computador/Notebook você usa para administrar sua loja?
13. Qual seu nível de habilidade com uso de computador? Numa escala de 0 a 5, em que 0 significa Tem ZERO habilidade e 5 significa Tem MUITA habilidade.
14. Qual o nível de importância para você um aplicativo que ajude a gerenciar a formação de preço, o controle de despesas e estoque? Numa escala de 0 a 5, em que 0 significa pouca importância e 5 significa Extremamente importante.
15. No celular, que atividades você realiza para administrar o seu negócio?
16. Sobre planejamento para gerir sua loja, você:
- a. ☐ Faz diariamente
 - b. ☐ Faz semanalmente

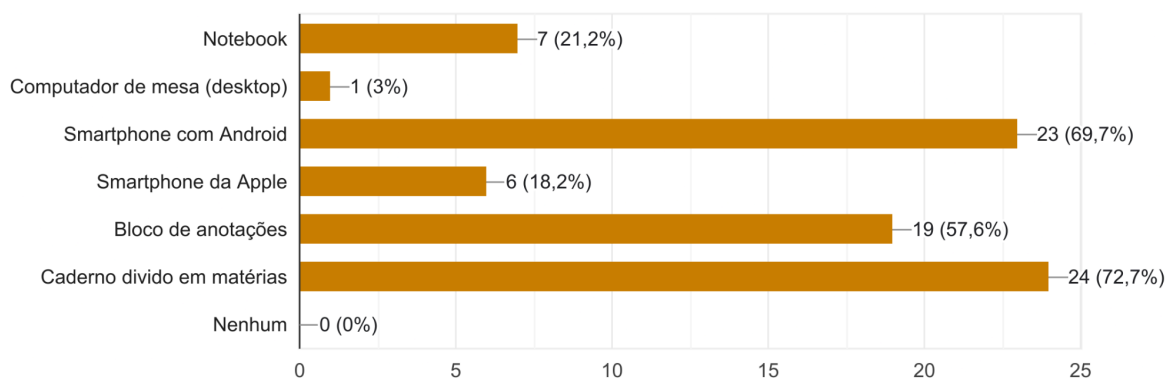
- c. ☐ Faz mensalmente
- d. ☐ Faz anualmente
- e. ☐ Não faz nenhum
- f. Outro: _____

17. Se você fosse explicar para um sócio que irá investir na sua loja, como você descreveria a formação do preço dos produtos para revenda da sua loja?
18. Imagine que você vai explicar para um novo funcionário como é feito o controle de estoque. Como você descreveria essa atividade?
19. Imagine que você precisa de um empréstimo no banco, nessa situação, como você explica a maneira que você gerencia o controle de despesas da sua loja?
20. Indique as limitações que dificultam a administração do negócio.
21. Imagine que a Apple esteja desenvolvendo um aplicativo de celular, então, você pode sugerir que tarefas deseja num aplicativo/programa para auxiliar a administrar seu negócio.
22. Para ajudar a administrar o seu negócio você prefere um sistema...
- a. ☐ Com poucos recursos, apenas os que mais utilizo: CONTROLE DE ESTOQUE, CONTROLE DE DESPESAS E FORMAÇÃO DE PREÇO.
 - b. ☐ Com uma quantidade razoável de recursos, que além de CONTROLE DE ESTOQUE, CONTROLE DE DESPESAS E FORMAÇÃO DE PREÇO, possua também o CONTROLE DE VENDA ONLINE.
 - c. ☐ Com uma quantidade equilibrada de recursos, que possua além de CONTROLE DE ESTOQUE, CONTROLE DE DESPESAS E FORMAÇÃO DE
 - d. ☐ PREÇO, o CONTROLE DE VENDA ONLINE, inclua também a EMISSÃO DE NOTA FISCAL.
 - e. ☐ Com muitos recursos, que além de todas funcionalidades indicadas anteriormente, ainda emita RELATÓRIO de DESPESAS, ESTOQUE E VENDAS.

APÊNDICE D - RESULTADOS DA COLETA DE DADOS

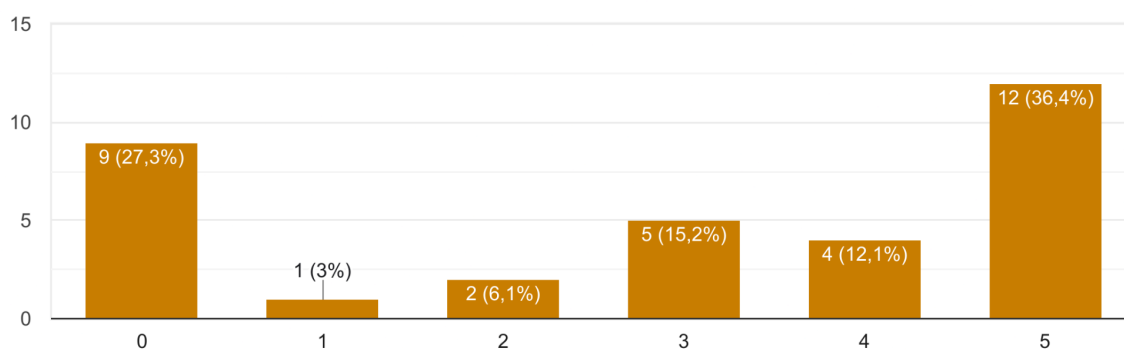
Quais dispositivos você utiliza para a administração do seu negócio?

33 respostas



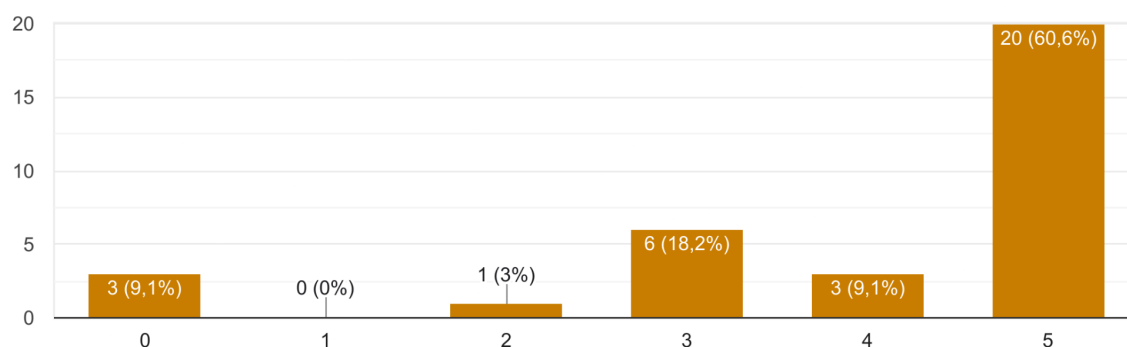
Numa escala de 0 a 5, em que 0 significa desnecessário e 5 significa essencial, como você classifica o uso de PLANILHA no COMPUTADOR para administrar o seu negócio?

33 respostas



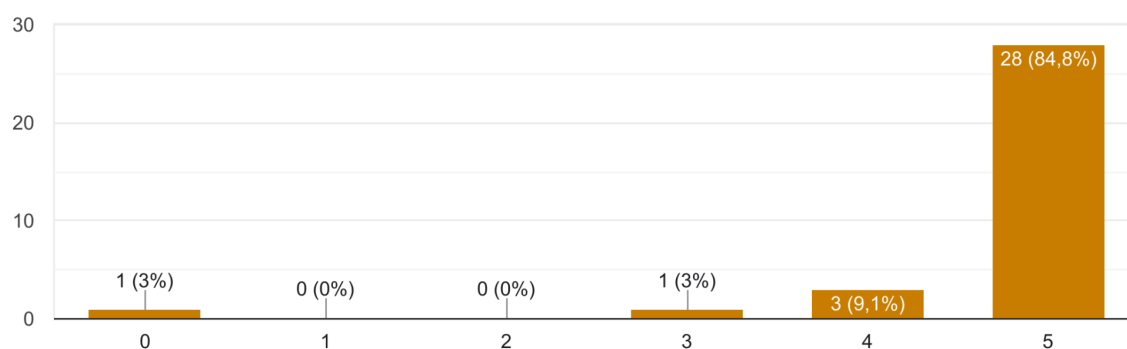
Numa escala de 0 a 5, em que 0 significa desnecessário e 5 significa essencial, como você classifica o uso de CADERNO para administrar o seu negócio?

33 respostas



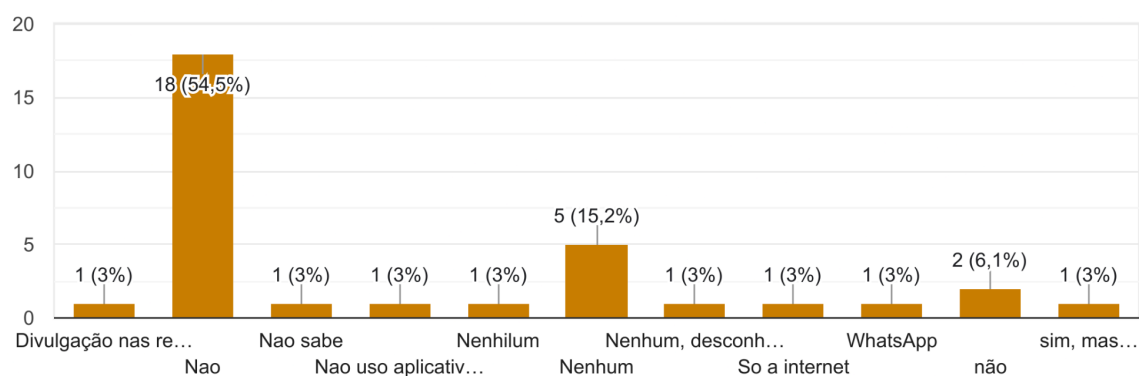
Numa escala de 0 a 5, em que 0 significa desnecessário e 5 significa essencial, como você classifica o uso de Aplicativo no CELULAR para administrar o seu negócio?

33 respostas



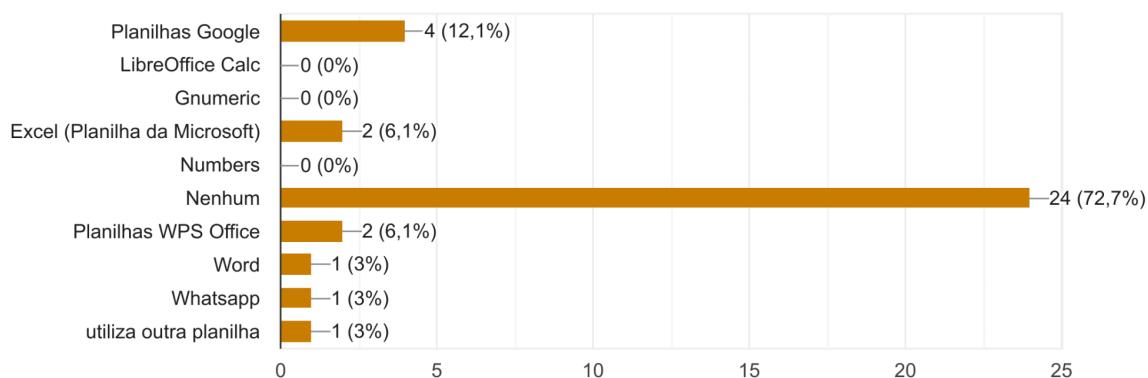
Quais aplicativos PAGOS de Smartphone (celular) você usa nas atividades de sua loja?

33 respostas



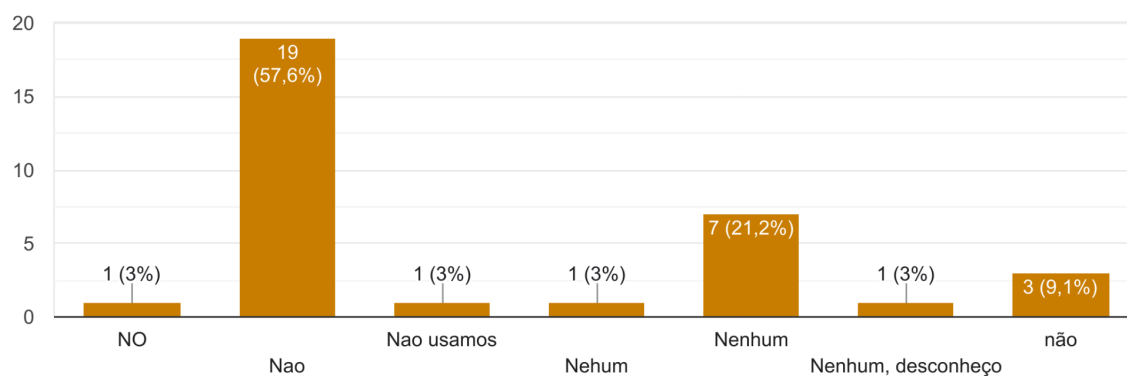
Quais aplicativos gratuitos você usa para administrar o seu negócio?

33 respostas



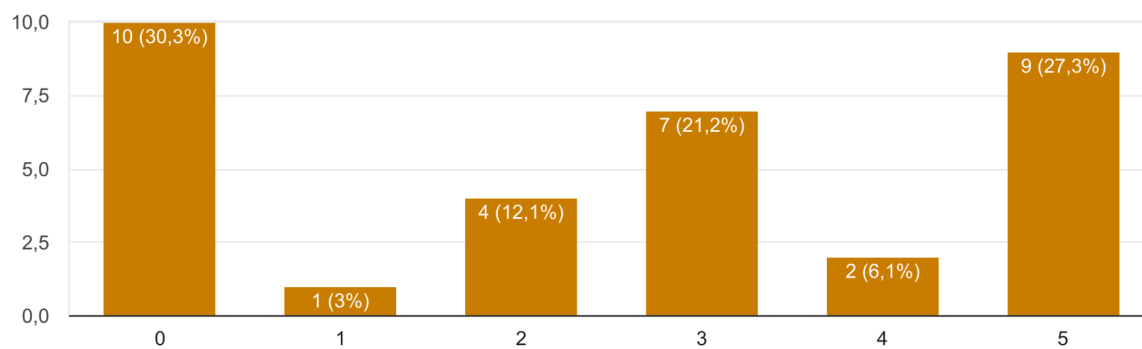
Quais aplicativos PAGOS de Computador/Notebook você usa para administrar sua loja?

33 respostas



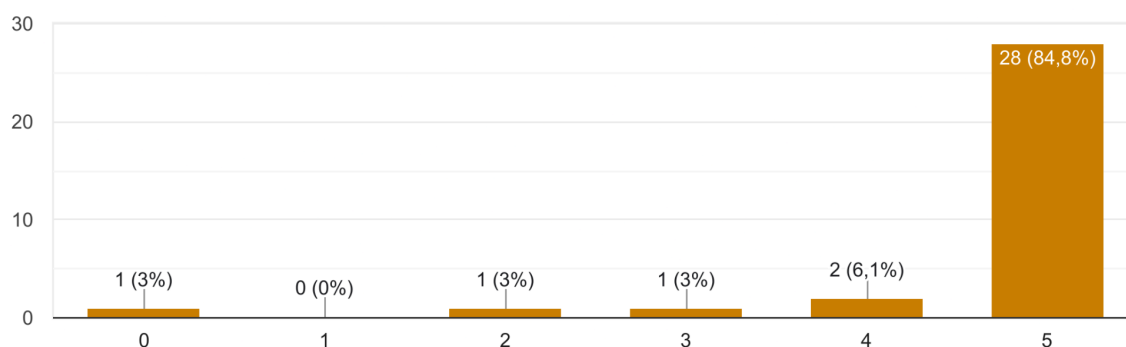
Qual seu nível de habilidade com uso de computador?

33 respostas



Qual o nível de importância para você um aplicativo que ajude a gerenciar a formação de preço, o controle de despesas e estoque?

33 respostas



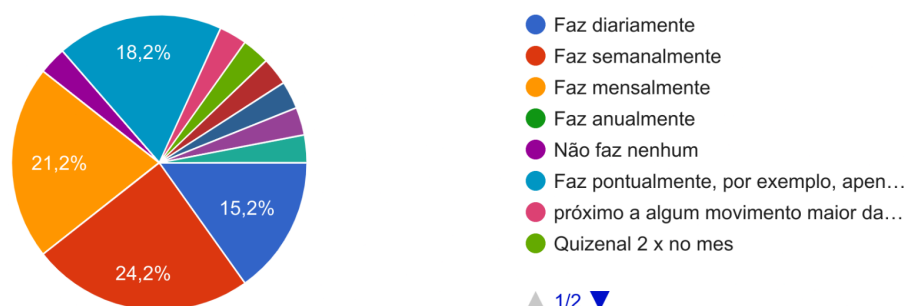
No celular, que atividades você realiza para administrar o seu negócio?

INFORMANTE	RESPOSTA
1.	Instagram, CapCut, WhatsApp, Nubank
2.	Anoto os códigos e itens dos itens vendidos
3.	Sim
4.	Nenhum
5.	Nenhum
6.	divulgação, calcula os preços dos produtos, efetua compras,
7.	Nenhum
8.	Controle de estoque
9.	Divulgação, falar com o cliente
10.	Fazer fotos e divulgar, aplicativo de edição
11.	Divulgação, escolher o fornecedor e mercadoria
12.	Divulgação, postar mercadoria, ligar para o cliente, mandar foto
13.	Precificação, contato com o cliente, propaganda, pagamentos, cobranças
14.	Combina envio de mercadorias, divulgação do mostruário, vender
15.	Pegar número dos clientes, vender online. Um cliente faz vários clientes
16.	Apenas presencial
17.	Uso do Instagram, divulgação da mercadoria, venda de mercadorias
18.	Divulgação e venda
19.	Atendimento ao cliente
20.	Atendimento ao cliente, compra com o fornecedor, estudar sobre a temática da loja, venda online, divulgação dos produtos Instagram e what's app
21.	Divulgação, atendimento ao cliente são bastent feitas
22.	Divulgação de mercadorias, conversar com cliente

23.	Divulgação dos produtos e mostrar os preços, fotos em redes sociais
24.	Tira foto para mostrar aos clientes, grupo de divulgação
25.	Controle de vendas, despesas, realização do pix,
26.	Soma das vendas, subtração de despesas, contato com os clientes
27.	Divulgação dos produtos, compra com fornecedores
28.	Nenhum
29.	Grupos das roupas, e fornecedores
30.	Pesquisa e divulgação
31.	Divulgação , conversar com o cliente
32.	Vendas , cobranças, divulgação, recebimento tdo !
33.	faz pedido com fornecedor, anotação e divulgação de produtos

Sobre planejamento para gerir sua loja, você:

33 respostas



Se você fosse explicar para um sócio que irá investir na sua loja, como você descreveria a formação do preço dos produtos para revenda da sua loja?

INFORMANTE	RESPOSTA
1.	100% em cima do valor comprado + gastos com embalagem, mimo e taxa do cartão.
2.	É um brechó, então o preço é calculado de acordo com o valor do item novo e estado da peça.
3.	Não tem
4.	Anota o preço, margem de margem de lucro.
5.	Dependendo da mercadoria 50%
6.	80% em cima do valor de compra
7.	Investimento
8.	Preço de compra, media do gasto e acrescenta o lucro

9.	Despesas de aquisição mais imposto mais o lucro
10.	Observa o gasto com aquisição, manutenção na loja e divulgação.
11.	O preço depende do fornecedor, preço abaixo dos concorrentes que pague as despesas
12.	compra + 80% em cima do valor (o que foi gasto)
13.	Não saberia explicar. Coloco porcentagem baixa. Não entendo nada de negócios. Vendo por hobby mas gostaria de melhorar.
14.	Não sabe
15.	Valor da compra com o fornecedor, baseado se no percentual de compra
16.	Não possui preço fixo, as vende abaixo do que comprou
17.	O custo da mercadoria mais um valor que cubra as despesas, o lucro é pagar as despesas
18.	Não sabe
19.	Não sabe
20.	Despesas fixo e variáveis e o preço é definido a partir dessas despesas, o valor de compra do produto
21.	Custos do produto mais frete
22.	Custo da compra
23.	Valor da compra, definir lucro
24.	Baseia-se no valor de compra é acrescenta uma porcentagem em cima, não pode deixar o produto muito caro
25.	Qualidade, preço de compra
26.	Custo da compra, mais despesas de aquisição
27.	Qualidade, preço da compra, se produto estiver procurado nas redes sociais realizar a compra
28.	Que o produto irá sofrer uma pequena alteração alteração de preço
29.	Eu acho melhor fazer tudo sozinha,eu tou nesse ramo sozinha msm e até acho melhor
30.	Trabalho com a precificação real de 15% de lucro. E não apenas por markup.
31.	Pesquisa de mercado, procurava colocar abaixo do mercado
32.	Preço justo, com lucro , sem prejuízo
33.	margem de lucro de 90%, mas varia dependendo do produto

Imagine que você vai explicar para um novo funcionário como é feito o controle de estoque. Como você descreveria essa atividade?

INFORMANTE	RESPOSTA
1.	A cada 15 ou 30 dias compra de novas mercadorias, toda semana faço criação de conteúdo criando novas propostas de looks com as peças que temos em estoque.
2.	As peças são avaliadas e criamos uma tabela com o nome do dono das peças, colocamos códigos para cada item e o preço.
3.	Separa por tamanho
4.	faz pontualmente
5.	Anotação no caderno
6.	conta manualmente os produtos para fazer compras
7.	O controle é feito a contagem manualmente e anotar no caderno e planilha.
8.	Cadastra no sistema com etiqueta
9.	No caderno anota tudo
10.	Contando manualmente e anotando no caderno.
11.	Arrumação manualmente para saber os produtos que faltam
12.	faz o levantamento é contado manualmente
13.	Não sei, não tenho funcionários. Geralmente vendo após solicitação de pedido. Não faço estoque. Sou sacoleira.
14.	Anota no caderno quantas peças e modelos
15.	Conta semanalmente manualmente os produtos que possui
16.	Não há contagem
17.	Conta Manualmente quanto produtos tem na loja
18.	Contagem manual
19.	Já contratou um contador para fazer a atividade de administração da loja
20.	Manualmente
21.	Conta no dia que chega e quando tem 2 verifica a compra
22.	Não possui o controle, vai saindo e vai repondo
23.	Faz promoção com peças antigas e deixa um valor para comprar mais produtos, não conta os produtos se pauta valor investido
24.	Não possui
25.	Não possui estoque, pq não possui capital de giro
26.	Quantidade que tem em loja, 3 a 4 peças já repor estoque
27.	Anota no caderno e analisa o que está em falta para comprar

28.	Para controle de estoque anotar toda saída e de devolução
29.	Nesse caso eu msm compro tudo no atacado, eu msm
30.	Fazemos o registro do estoque manualmente na planilha no qual diariamente atualizamos conforme os pagamentos vão sendo realizados
31.	Contava as peças manualmente
32.	Ver o que tem , informações sobre mercadoria tamanhos, o que tem precisa reposição com mais urgência , estoque tiver grande fazer rápidas promoções
33.	a cada pedido feito verifica-se o que sai e o que precisa comprar, contando manualmente

Imagine que você precisa de um empréstimo no banco, nessa situação como você explica a maneira que você gerencia o controle de despesas da sua loja?

INFORMANTE	REPOSTAS
1.	Uso de planilhas Excel, com registro diário de entradas e saídas desde entradas de novas mercadorias como saídas do estoque.
2.	Não há controle kkk
3.	Aumento de estoque
4.	No final do mês de quanto teve de lucro
5.	Despesa separada primeiro despesas semanalmente
6.	na planilha tem o que o entra e o que sai
7.	Controlando receitas ativas de um lado e despesas do outro.
8.	Sistema que é o martup
9.	No tudo que tem que pagar, o pró labore é diferente
10.	Gastos pessoais, aluguel, salário
11.	O caderno é o centro do controle sobre as despesas, definindo o capital de giro e o salário, têm loja e a porcentagem do salário
12.	anota tudo que é vendido no caderno e no final do mês soma as despesas e subtrai do lucro
13.	Não sei. Usaria minha conta pessoal para fazer empréstimo
14.	Separa das contas pessoais e da loja
15.	Faz o controle anotando no caderno e no final do mês sabe quanto deve pagar, livro de caixa
16.	Não anota
17.	Através do caderno , controla o que vende e o que compra.

18.	Não sabe
19.	Ver item anterior
20.	Cálculo das despesas fixas e variáveis mensalmente
21.	Soma as contas no caderno separadas por data e depois faz o cálculo para pagar
22.	Ver quinzenalmente o que gastou
23.	Calcula logo o aluguel e depois analisa o lucro pra reinvestir em produto
24.	Analisa semanalmente
25.	Anotações no caderno diariamente, entradas e saídas
26.	Não sabe.
27.	Controle das despesas é anotadas pra saber o que tem que pagar no final do mês
28.	Não sei responder
29.	N precisaria,
30.	Faria um estudo financeiro, e só faria o empréstimo se o retorno sobre o investimento tivesse uma boa margem. Essa margem eu discutiria com meus sócios
31.	Anotações no caderno o que tinha que pagar
32.	Negociar contas antigas, comprar a vista para ganhar um bom desconto
33.	calcula o que eu gasto durante o mês

Indique as limitações que dificultam a administração do negócio.

INFORMANTE	RESPOSTA
1.	Encontrar novos fornecedores com mercadorias de qualidade, a entrega de conteúdo cada dia menor no Instagram devido a própria ferramenta limitar cada dia mais. A falta de um contador para me auxiliar no controle de entrada e saída na gestão do financeiro da loja.
2.	Filhos kkkk
3.	Distancia para entrega
4.	Falta de cliente, mercadoria suficiente
5.	Lidar com funcionários
6.	inadimplência, lucro que pouco, não consegue comprar produto
7.	Programas de alto custo
8.	Não tem nenhuma dificuldade
9.	Não tem dificuldade, pois conhece o cliente , encontrar fornecedor pois não cumpre o que promete

10.	Aumentar as vendas, os sistemas oferecidos pedem cursos e não apresentam benefícios concretos. O difícil é ver resultados. Se demonstra resultados, pagaria. Percepção do retorno do investimento.
11.	Problema com fornecedor que manda mercadoria que não foi pedida, diferente, provocando prejuízo.o problema de se virar para vender a mercadoria, pedindo a mercadoria pela internet, a compra física não tinha esse problema
12.	divulgar é o mais difícil - teria uma pessoa só para divulgação
13.	Colocar preço
14.	Falta de cliente, mais vendas, falta de transporte público, lojas nos bairros as lojas mais concentradas nos bairros.
15.	Sentimento de desânimo com as vendas, sentimento dos colegas. Havia muita venda, tinha uma perspectiva de crescimento. Além da propaganda negativa dos policiais no shopping, não há mais notícias divulgadas nos meios televisivos e rádio. Falta incentivo.
16.	A concorrência das outras loja, as crises econômicas, falta de transporte e segurança
17.	Pedido de foto, falta tempo pra ficar tirando foto e vir pessoalmente à loja, o cliente vir presencialmente. A loja online não é suficiente, pois é limite de produtos. Os clientes estão acostumando se com o on-line
18.	Não sabe explicar
19.	Ver item anterior
20.	Dificuldade em controlar os estoques, poderia agilizar, rapidez na venda, o cliente não aguarda.
21.	Controle de estoque, o cliente pediu a peça e não lembrava que tinha acabado
22.	Os vizinhos invejoso
23.	Conciliar 2 empregos
24.	Localização é essencial, organizar as lojas em setores de atuação, não misturar roupa com celular por exemplo . Notícia negativa que atrapalhou a imagem do local.
25.	O que falta, diversificar os produtos, conseguir capital para diversificar os tipos de produtos
26.	Difícil entender o que o cliente quer.
27.	O ponto mais seguro, segurança contra vândalos, locomoção, transporte para ir ao trabalho, falta de banheiro
28.	Muita concorrência
29.	Só a parte das cobranças
30.	Capital de giro, modelo de gestão bem estabelecido e comunicação entre os sócios.
31.	Inadimplência, maior dificuldade. Pouco tempo para se dedicar à loja

32.	A Inadimplência,
33.	O conhecimento adquirido em administrar a partir da própria experiência foi sua faculdade e hoje não possui dificuldade.

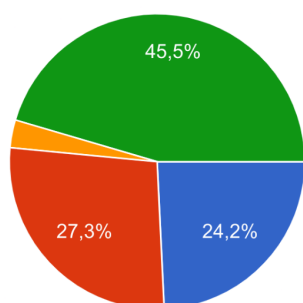
Imagine que a Apple esteja desenvolvendo um aplicativo de celular, então, você pode sugerir que tarefas deseja num aplicativo/programa para auxiliar a administrar seu negócio.

INFORMANTE	RESPOSTA
1.	Um programa grátis que ajude a organizar entregas e saídas, estoque, projeção de vendas.
2.	Um que eu possa colocar o código do que foi vendido e ele já calcule o valor que tenho que repassar pros fornecedores e demais sócios
3.	Não tenho resposta
4.	Levantamento da mercadoria
5.	Uma aplicação para gerenciar as atividades que o funcionário desenvolve
6.	não sabe dizer,
7.	Controle de estoque e receitas
8.	Não limitar a informação do tipo de pagamento,
9.	Um Marketplace de divulgação para expor, para vender falta uma coordenação com os lojistas do shopping da cidade.
10.	Trazer cliente para loja, o tráfego pago não está sendo suficiente. No online vende e no físico não está vendendo.
11.	Não sabe dizer
12.	Tirar foto e publicar nas rede sociais; diariamente
13.	Notícias sobre negócios ou cursos rápidos
14.	Não necessita de aplicativos, mas divulgação.
15.	Divulgação para atrair clientes
16.	Ser fácil de utilizar, só sabe utilizar o áudio enxergar, ajudar nas vendas, divulgação, já divulga no Facebook, Instagram, um único que ligasse a todos
17.	Uma função que estimulasse a venda, o cliente recebe as fotos e ficam pedindo mais é mais e não afetiva a venda
18.	Controle automática de mercadorias
19.	Ver item anterior
20.	Painel de visualização dos indicadores de venda, estoque e faturamento que seja rápido. Venda on-line
21.	Controle de estoque, o sistema não pode ser rígido, phipo (utilizou por um tempo, mas tinha que cadastrar tudo)

22.	Não sabe dizer
23.	Aprender a editar foto e vídeo, criar logo simples
24.	Um sistema que informasse no final da semana quanto gastou e quanto recebeu. Cnpj não vale a pena pq alimentaria o seu custo
25.	Facilitar a Vender a mercadoria online
26.	Fornecer os gostos dos clientes, o que está na moda relacionados ao gosto do cliente, ajudasse a comprar o produto que o cliente deseja
27.	Um grupo que ensinasse a melhorar as vendas e como entender o negócio, que fosse grátis e online. Uma ong para pessoas que tivessem mais dificuldade em trabalhar com vendas.
28.	Não trabalho com essas plataformas
29.	N uso
30.	Controle de finanças e controle de estoque seriam essenciais
31.	Produção de planilhas e divulgação
32.	Cobranças e Estoque
33.	não têm sugestão

Para ajudar a administrar o seu negócio você prefere um sistema...

33 respostas



- Com poucos recursos, apenas os que mais utilizo: CONTROLE DE ESTOQUE, CONTROLE DE DESPES...
- Com uma quantidade razoável de recursos, que além de CONTROLE DE ESTOQUE, CONTROLE DE DESPES...
- Com uma quantidade equilibrada de recursos, que possua além de CONT...
- Com muitos recursos, que além de todas funcionalidades indicadas anteri...

APÊNDICE E - QUADRO COM INFORMAÇÕES DETALHADAS DA PROPOSTA DE VALOR DA PLATAFORMA PRECIFIQUE

PROPOSTA DE VALOR	PERFIL DO CLIENTE
Criadores de Ganho → Disponibiliza indicadores para gestão de compras e custos. → Assistência prévia na precificação dos produtos. → Demonstrativo da quantidade de produtos em relação ao todo. → Indicador dinâmico de meta de vendas a partir das escolhas do usuário.	Ganhos → Planejamento estratégico de aquisições de produtos. → Gestão concisa de aquisições para evitar excesso ou falta de produtos. → Facilidade em estabelecer e visualizar objetivos de vendas. → Precificação estratégica para aumentar os lucros.
Produtos e Serviços → Interface intuitiva com as principais informações visíveis na tela. → Com dois toques é possível editar produtos e custos dentro da lista de compras. → Gráficos simples e claros com indicador de meta vendas e balanceamento de produtos para o estoque. → Avaliação de fornecedores com um toque.	Tarefas → Controlar e gerenciar os custos associados à aquisição de produtos. → Estabelecer margens de lucro realistas conforme o padrão do mercado. → Manter e atualizar o histórico dos fornecedores confiáveis. → Planejar a realização da lista de compras de modo condizente com a realidade da loja.
Remédios → Indicação simples e clara do valor investido e dos custos realizados. → Precificação baseada nos lucros e preço de custo. → Indicadores de quantidade de produtos e da meta de vendas individualmente. → Gráfico e indicador numérico da quantidade de produtos a ser vendido para obter retorno do investimento.	Dores → Dificuldades em saber o que foi investido e o que foi gasto. → Precificação feita sem critérios claros e sem saber que retorno pode proporcionar. → Problemas com excesso ou falta de produtos no estoque. → Falta de definição sobre metas de venda. → Problemas com fornecedores.

Fonte: Elaborado pelo autor (2024).