

**LIGA DE ENSINO DO RIO GRANDE DO NORTE
CENTRO UNIVERSITÁRIO DO RIO GRANDE DO NORTE
BACHARELADO EM SISTEMAS DE INFORMAÇÃO**

WILSON VIEIRA JÚNIOR

**VENDIRECT: SOFTWARE DE AUTOMAÇÃO COMERCIAL PARA
EMPREENDEDORES DE VENDA DIRETA**

**NATAL/RN
2016**

WILSON VIEIRA JÚNIOR

**VENDIRECT: SOFTWARE DE AUTOMAÇÃO COMERCIAL PARA
EMPREENDEDORES DE VENDA DIRETA**

Monografia apresentada ao Centro
Universitário do Rio Grande do Norte –
UNI-RN, como parte dos requisitos para
obtenção do título de Bacharel em
Sistemas de Informação.

ORIENTADOR:

Prof. MSc. Romulo Fagundes Cantanhede

NATAL/RN
2016

Catálogo na Publicação – Biblioteca do UNI-RN
Setor de Processos Técnicos

Vieira, Júnior, Wilson.

Vendirect : software de automação comercial para empreendedores de
venda direta. / Wilson Vieira Júnior. – Natal, 2016.
29 f.

Orientador: Prof. MSc. Romulo Fagundes Cantanhede.

Monografia (Especialização em Sistemas de Informação) – Centro
Universitário do Rio Grande do Norte.

1. Software – Monografia. 2. Desenvolvimento Ágil – Monografia. 3.
Automação Comercial - Venda Direta – Monografia. I. Cantanhede,
Romulo Fagundes. II. Título.

RN/UNI-RN/BC

CDU 004

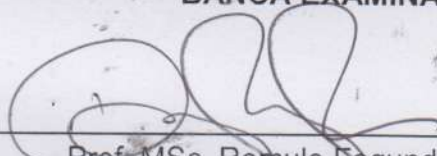
WILSON VIEIRA JÚNIOR

**VENDIRECT: SOFTWARE DE AUTOMAÇÃO COMERCIAL PARA
EMPREENDEDORES DE VENDA DIRETA**

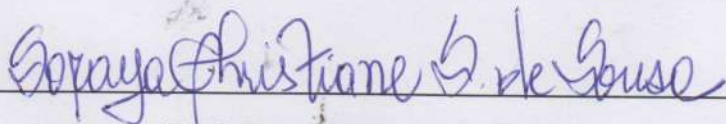
Monografia apresentada ao Centro
Universitário do Rio Grande do Norte –
UNI-RN, como parte dos requisitos para
obtenção do título de Bacharel em
Sistemas de Informação.

Aprovada em ____/____/____.

BANCA EXAMINADORA



Prof. MSc. Romulo Fagundes Cantanhede
Orientador



Prof. Esp. Soraya Christiane
Membro

Prof. Msc. Patrick Reinecke de Alverga

Membro

RESUMO

Este projeto tem como finalidade apresentar uma ferramenta de automação comercial para o setor de venda direta. Com o grande crescimento de tal segmento, especificamente do setor de cosméticos, observou-se a necessidade de implementar tal ferramenta, visando erradicar o erros por perdas das informações (muitas vezes anotadas em papel), agilizar o processo de negociação vendedor/cliente e facilitar o manuseio da utilização do usuário fazendo que haja mais tempo para prospectar novas vendas. A proposta do Vendirect visa resolver tais problemas e apresentar uma plataforma web segura e de fácil manuseio, permitindo utilizar um ambiente *offline* para os momentos em que o usuário esteja fora de área de cobertura de internet, bem como integração com os portais de vendas dos principais fornecedores de cosméticos brasileiros, facilitando o processo de compras aos fornecedores.

Palavras-chave: Venda Direta. Automação Comercial. Desenvolvimento Ágil.

ABSTRACT

This project aims to present a commercial automation tool for the direct sales sector. With the great growth of such segment, specifically in the cosmetics sector, it was observed the need to implement such a tool, aiming at eradicating errors due to information loss (often written down on paper), speeding the seller / customer negotiation process and facilitating The user's handling of the use so that there is more time to prospect new sales. The Vendirect proposal aims to solve such problems and present a safe and easy-to-use web platform, allowing the use of an offline environment for the moments when the user is outside the internet coverage area, as well as integration with the main sales portals Brazilian suppliers of cosmetics, facilitating the purchasing process for suppliers.

Keywords: Direct Selling. Commercial Automation. Agile Development.

LISTA DE ILUSTRAÇÕES

Figura 1 - Histórico de venda direta no Brasil.....	13
Figura 2 - Histórico de venda direta no mundo.....	14
Figura 3 - Top 10 maiores volumes de venda do mundo em 2015.....	15
Figura 4 - Amostra de armazenamento de informações I.....	19
Figura 5 - Amostra de armazenamento de informações II.....	20
Figura 6 - Modelo Relacional Vendirect.....	21
Figura 7 - Módulo de integração de arquivos para pedidos do portal da Natura.	25
Figura 8 - Módulo de captação de pedidos do portal Natura.....	26

SUMÁRIO

1. INTRODUÇÃO.....	7
1.1.OBJETIVOS.....	8
1.1.1.Geral.....	8
1.1.2.Específicos.....	8
1.1.3.Justificativa.....	8
2.FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA.....	9
2.1.SISTEMA DE INFORMAÇÃO.....	9
2.2.JAVA.....	9
2.3.GRAILS.....	10
2.4.SGBD.....	10
2.5.MYSQL.....	10
2.6.ERP.....	11
2.7.VENDA DIRETA.....	11
2.7.1.Venda Direta no Brasil.....	11
2.7.2.Vantagens da Venda Direta.....	12
2.7.3.Modalidades de Venda Direta.....	12
2.7.4.Histórico.....	13
2.7.5.Consultor de Venda Direta.....	14
2.7.6.Números de Venda Direta.....	15
2.7.7.T.I. na Venda Direta.....	16
3. ESTUDO DE CASO.....	17
3.1. VENDIRECT.....	17
3.1.1.Módulos.....	21
4.CONCLUSÃO.....	28
REFERÊNCIAS.....	29

1 INTRODUÇÃO

Devido ao crescimento de venda direta, modalidade de venda que utiliza um sistema de comercialização de bens de consumo e serviços baseado no contato pessoal entre vendedores e compradores, nota-se a necessidade de sistematizar tal modelo de comércio. Diversos fabricantes de bens de consumo adotaram este modelo, porém o controle realizado pelas pessoas que comercializam tais produtos do tipo de venda direta, não realizam nenhum tipo de controle através de sistemas *informatizados e com isso correm o risco de esquecer algo no processo de venda*, como por exemplo, a falta de cobrança de algum tipo de valor, a realização de um produto que ainda não está disponível e etc. A proposta do sistema VENDIRECT é desenvolver uma solução que facilite a venda direta, realizando a persistência de informações oriundas do processo de venda, como o controle dos pedidos e controle financeiro. É desejável que o sistema permita a integração a dinâmica de venda comumente utilizado pelos principais fornecedores de bens de consumo para venda direta. O VENDIRECT tem como principais recursos um ambiente *off-line* (contingenciamento) que pode ser atualizado assincronicamente de modo *online*, acompanhado de uma interface-simples e uma usabilidade satisfatória, fazendo com que o usuário venha a ter um melhor desempenho de vendas.

1.1 OBJETIVOS

1.1.1 GERAL

Propor o desenvolvimento de uma ferramenta que possa atender de forma satisfatória vendedores que se utilizam a modalidade de venda direta.

1.1.2 ESPECÍFICOS

- Estudar o segmento de venda direta
- Lenvantar os requisitos necessários para o desenvolvimento da aplicação

1.1.3 JUSTIFICATIVA

Com base em pesquisas realizadas junto a consultoras de vendas, que utilizam a modalidade venda direta, viu-se a necessidade de desenvolver uma aplicação para o segmento do setor. Hoje os empreendedores do segmento encontram dificuldades de realizar suas tarefas por não ter um sistema informatizado a mão quando estão prospectando vendas, outras reclamações parte da complexidade dos sistemas informatizados existentes, pois os mesmos não tem a finalidade de atender este segmento. Desta forma este trabalho busca levantar os requisitos necessários para o desenvolvimento de uma aplicação para o setor de venda direta.

2 FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

2.1 SISTEMA DE INFORMAÇÃO

Um Sistema de Informação é uma série de elementos ou componentes inter-relacionados, numa ordem específica, que coletam (entrada), manipulam e armazenam (processamento), disseminam (saída) os dados e informações e fornecem um mecanismo de feedback (retroalimentação). (ALBERTÃO, 2005).

Sistema de Informação é qualquer sistema usado para prover informações (incluindo seu processamento), qualquer que seja sua utilização. Os sistemas de informações se desenvolvem em uma empresa segundo duas dimensões: os componentes da empresa e seu nível de decisão. Os componentes da empresa correspondem aos diversos setores que executam as diferentes funções necessárias ao funcionamento da empresa. Os níveis de decisão obedecem à hierarquia existente na empresa e são conhecidos como nível estratégico, tático e operacional (POLLONI, 2000).

2.2 JAVA

O Java é uma tecnologia que foi originalmente desenvolvida pela Sun Microsystems em meados de 1995, sendo regida pela GPL (General Public License). A Oracle Corporation adquiriu todos os direitos pela Sun e obviamente, também sobre a tecnologia Java. Para a maioria dos autores e desenvolvedores, a tecnologia Java pode ser definida como: "simples, distribuída, interpretada, robusta, segura, de arquitetura neutra, portátil, multifunções e dinâmica". Ao considerar tais perspectivas, o objetivo deste capítulo é apresentar e preparar o leitor para compreender e aplicar os fundamentos básicos da tecnologia Java. Estes são úteis e de extrema importância para a compreensão dos demais conceitos vinculados à plataforma de

desenvolvimento mantida pela Oracle e que serão considerados nos próximos capítulos de nosso livro. (COELHO, 2012)

2.3 GRAILS

Grails é um poderoso framework web, para a plataforma Java que visa multiplicar a produtividade graças dos desenvolvedores para uma Convenção-over-configuração, padrões sensíveis e APIs opinativo. Ele se integra perfeitamente com o JVM, o que lhe permite ser imediatamente produtiva e proporcionar recursos poderosos, incluindo ORM integrado, línguas específicas do domínio, tempo de execução e em tempo de compilação meta-programação e programação assíncrona. (<https://grails.org>, Acessado em 26/09/2016)

2.4 SGBD

Sistemas Gerenciadores de Bancos de Dados (SGBD) são sistemas altamente complexos desenvolvidos com o objetivo principal de armazenar informações. Ao longo dos anos, necessidades como o acesso rápido a grandes volumes de dados, alta disponibilidade e integração com novos ambientes e tecnologias, fizeram com que os Gerenciadores de Bancos de Dados realizassem cada vez mais funções. (COSTA, 2006)

2.5 MYSQL

O MySQL é um servidor e gerenciador de banco de dados (SGBD) relacional, de licença dupla (sendo uma delas de software livre), projetado inicialmente para trabalhar com aplicações de pequeno e médio portes, mas hoje atendendo a aplicações de grande porte e com mais vantagens do que seus concorrentes. Possui todas as características que um banco de dados de grande porte precisa, sendo

reconhecido por algumas entidades como o banco de dados open source com maior capacidade para concorrer com programas similares de código fechado, tais como SQL Server (da Microsoft) e Oracle.(MILANI, 2007)

2.6 ERP - ENTERPRISE RESOURCE PLANNING (Planejamento de Recurso Corporativo)

Os sistemas ERP são sistemas de informação integrados adquiridos na forma de pacotes comerciais de software com a finalidade de dar suporte à maioria das operações de uma empresa industrial (suprimentos, manufatura, manutenção, administração financeira, contabilidade, recursos humanos, etc.). (Corrêa et al. 1999)

2.7 VENDA DIRETA

A venda direta é um canal de venda a retalho utilizado pelos principais marcas globais e, empresas empreendedoras menores para produtos e serviços aos consumidores do mercado.(WFDSA - World Federation of Direct Selling Associations. 2016)

A venda direta é um sistema de comercialização de bens de consumo e serviços baseado no contato pessoal entre vendedores e compradores, fora de um estabelecimento comercial fixo. (ABEVD - Associação Brasileira de Empresas de Vendas Diretas. 2016)

2.7.1 VENDA DIRETA NO BRASIL

No Brasil esse mercado conta com mais de 4,5 milhões de pessoas em sua força de vendas, gera cerca de 8 mil empregos diretos e atingiu, em 2013, US\$ 14,6 bilhões em volume de negócios. O país ocupa a quarta posição no ranking da

WFDSA, atrás apenas dos Estados Unidos, Japão e China (ABEVD - Associação Brasileira de Empresas de Vendas Diretas. 2016)

2.7.2 VANTAGENS DA VENDA DIRETA

Segundo a ABEVD, O sistema de venda direta oferece vantagens para todos os envolvidos:

- Para os revendedores: é uma ótima fonte alternativa de renda, aberta a qualquer pessoa, independentemente de sexo, idade, escolaridade ou experiência anterior. Os revendedores também têm o benefício de trabalhar em horários flexíveis, ganhar conforme a dedicação e se desenvolver pessoal e profissionalmente;
- Para as empresas: a venda direta envolve os mais diversos setores da economia – de cosméticos e produtos de limpeza a recipientes plásticos para alimentos e suplementos nutricionais. É uma das grandes vantagens para as empresas é o potencial de expandir o alcance geográfico de seus produtos;
- Para o consumidor: a venda direta representa um atendimento personalizado que não existe no varejo tradicional;
- Para a sociedade: é uma forma de contribuir para minimizar o problema do desemprego, além da oportunidade de complementação da renda familiar, gerando mais riqueza para o país.

2.7.3 MODALIDADES DE VENDA DIRETA

Para a ABEVD, As modalidades mais praticadas de venda direta são:

- “Door to door” ou porta-a-porta: o revendedor vai até a residência ou local de trabalho do consumidor para demonstrar e vender os produtos;
- Catálogo: o revendedor deixa o catálogo ou folheto na residência do consumidor e depois passa para retirar o pedido;

- Party plan: o revendedor promove um chá na casa de uma consumidora para ela e suas amigas, em que demonstra e revende os produtos.

Os revendedores podem lucrar de duas maneiras:

- Sistema mononível: o revendedor compra o produto e o revende com uma margem de lucro média de 30%;
- Sistema multinível: além da margem de lucro, o revendedor que indicar outros revendedores também ganha uma porcentagem em cima dessas vendas. Nesse sistema, os ganhos são proporcionais ao esforço empregado.

2.7.4 HISTÓRICO

Como mostra a ABEVD, A Enciclopédia Britânica foi uma das primeiras empresas a adotar a venda direta no mundo, no final do Século XVIII. Saiba um pouco mais sobre a trajetória desse sistema de comercialização:

Figura 1 - Histórico de venda direta no Brasil

No Brasil	
1942	A empresa brasileira Hermes começa a desenvolver no país o conceito de venda direta, por meio do reembolso postal.
1959	A Avon inaugura sua fábrica em São Paulo. Sua primeira produção foi o batom Fashion, na cor Clear Red.
1966	A Yakult desembarca no Brasil, apresentando seu sistema de vendas aos consumidores locais.
1968	A Yakult constrói uma fábrica em São Bernardo do Campo.
1969	Com um laboratório para produzir cosméticos e uma pequena loja em São Paulo, é criada a Natura.
1974	A Natura inicia o sistema de venda direta, o ponto de partida para o crescimento da empresa.
1976	A Tupperware chega ao Brasil com seu método de reuniões domiciliares.
1980	A Natura entra no mercado de maquiagem e perfumaria e inicia operações no Chile.
1984	É a vez da Nu Skin Enterprises iniciar suas atividades no Brasil.
Década de 1990	com o sucesso da venda direta no país, chegam empresas como Amway, Nature's Sunshine, Herbalife, Mary Kay e Fibrative.

Fonte: ABEVD - Associação Brasileira de Empresas de Vendas Diretas(2016)

Figura 2 - Histórico de venda direta no mundo

No mundo	
Fim do século XVIII	Aparecem os primeiros registros oficiais sobre a venda direta, na Inglaterra, quando a editora da Enciclopedia Britânica adota a prática de vender, de porta em porta, suas coleções.
1886	Em Nova York, o vendedor de livros a domicílio David McConnell passa a oferecer perfumes como brinde para quem compra seus produtos. Logo percebe que as pessoas compram os livros para ganhar as fragrâncias, e decide vender cosméticos de porta em porta.
1887	Com uma equipe de 12 vendedoras, McConnell funda a Perfumes Califórnia.
1897	A Perfumes Califórnia lança seu primeiro catálogo de ofertas, com perfumes e outros produtos de beleza.
Década de 1930	No Japão, por conta de um surto de infecções intestinais que provoca um aumento do índice de mortalidade infantil, o pesquisador Minoru Shirota desenvolve o leite fermentado Yakult, que inibe bactérias nocivas e equilibra a flora intestinal. O produto é distribuído por sistema de entrega domiciliar.
1939	A Perfumes Califórnia, com distribuidores em 40 estados americanos, muda seu nome para Avon.
1946	O engenheiro americano Earl Tupper lança uma linha de utensílios plásticos para cozinha, a Tupperware, e o sistema de reuniões domiciliares.
1959	Os jovens empreendedores Jay Van Andel e Rich DeVos fundam a Amway, e desenvolvem o método de oferecer aos vendedores condições de montar sua própria rede de negócio na distribuição de uma variada linha de produtos.
1963	A texana Mary Kay Ash funda a empresa que leva seu nome, com o objetivo de estimular mulheres a montar seu próprio negócio.

Fonte: ABEVD - Associação Brasileira de Empresas de Vendas Diretas(2016)

2.7.5 CONSULTOR DE VENDA DIRETA

Consultor de vendas direta trabalha por conta própria, mas afiliado com uma empresa que utiliza o canal, mantendo a liberdade de executar um negócio em seus próprios termos. (WFDSA, 2016)

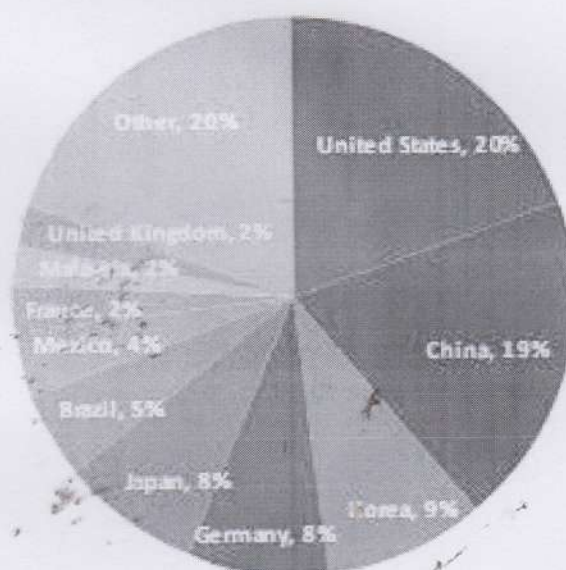
2.7.6 NÚMEROS DE VENDA DIRETA

De acordo com os dados disponíveis na WFDSA, o volume mundial de vendas diretas no ano de 2015 foi de US\$ 183,729 bilhões, enquanto que o volume de vendas no Brasil foi de US\$ 9,125 bilhões.

Segundo dados da ABEVD, setor fechou o 1º semestre de 2016 com aproximadamente 4,3 milhões de revendedores diretos

De acordo com wfdsa, o Brasil, em 2015 esteve entre os 10 países com maior volume de vendas no segmento de venda direta, como mostra figura 3 - Top 10 maiores volumes de venda do mundo em 2015:

Figura 3 - Top 10 maiores volumes de venda do mundo em 2015



Top 10 Global Markets

Fonte: WFDSA (2016)

2.7.7 TI NA VENDA DIRETA

De acordo com Alves(2014), em sua pesquisa para identificar uma aplicação eficiente de tecnologia da informação para viabilizar projetos de marketing de venda direta, foi identificado que não há softwares de automação que atendam com eficiência o segmento.

Após uma recente rodada de entrevistas com alguns players, pudemos identificar as consequências negativas preocupantes acarretadas pela adoção de softwares que apenas atendem parcialmente, as necessidades decorrentes da gestão efetiva e consistente, de um modelo de negócios de Venda Direta. Percebemos que há uma confusão comum no mercado entre sistemas de ERP e softwares para e-Commerce, como sendo as soluções específicas e suficientes para atender todo o fluxo de gestão da Venda Direta. Há registros e processos característicos do negócio, que demandam um tratamento sistêmico diferenciado.

3. ESTUDO DE CASO

3.1 VENDIRECT

Após entrevistas não dirigidas, realizadas com 20 consultoras, de idade entre 20 e 40 anos, da rede Natura de cosméticos, foram levantados os requisitos para o início do projeto Vendirect. Na entrevista foram realizadas perguntas de como as consultoras realizavam vendas e como controlavam **essas** vendas, como era feito o armazenamento das informações e como controlavam o financeiro.

Para atender uma solicitação das consultoras, será desenvolvido um ambiente *offline*, onde a consultora, em locais onde não há sinais de internet, poderá fazer suas vendas para que no momento que a aplicação fica em modo *online*, se comunicar com o servidor e gravar as informações no banco de dados de maneira rápida e segura.

Para atender os vendedores do segmento de venda direta, é precisa ter uma ferramenta que vá com o usuário quando ele for executar suas vendas externas bem como prospecção de clientes, para atender essa demanda o Vendirect vem com um aplicativo *mobile*, para que o usuário possa estar fazendo seus pedidos e vendas *in loco*.

Para garantir uma melhor usabilidade, o projeto conta com interface simples e intuitiva e um módulo de pedido que, estando o usuário neste módulo, executa o pedido do cliente, o pedido ao fornecedor e partir deste pedido, a venda gerando seu financeiro, fazendo que o usuário com poucas ações possa executar todo processo de pedido, venda e compra de mercadoria.

O projeto também conta com cadastro de produto unificado aos usuários e alimentado pela equipe do Vendirect para proporcionar ao usuário mais tempo para prospectar novas vendas.

O projeto com um módulo financeiro de contas a receber, baseado nas informações coletadas, grande parte das vendas das consultoras de venda direta, se

faz sob negociação de crédito direto concedido ao cliente, com isso é importante o financeiro seguro, com precisão nas informações armazenadas e que tenha alta disponibilidade.

Para algumas consultoras entrevistadas, o meio de controle de estoque é 100% manual, fazendo que a consultora tenha seu estoque em mente sempre que vai prospectar vendas, com isso projetamos um controle de estoque, onde a consultora tenha uma visão clara de seu estoque para que não perca mais nenhuma venda e para que tenha uma melhor rentabilidade melhorando seu giro de estoque.

O projeto Vendirect contará com módulo de compras ao fornecedor simples adicionando os itens direto da tela de pedidos ao cliente, fazendo com que o consultor não perca tempo redigitando essas informações, o módulo também conta com uma integração com os portais de venda dos fornecedores agilizando a interação com o portal fazendo com que o consultor ganhe tempo e precisão em seus pedidos ao fornecedor, na versão inicial será implementado a integração com portal da linha Natura, mas já se estuda os portais da Boticário e da Jequiti para versões posteriores.

Foi identificado que o meio de armazenamento que as consultoras mais utilizam, é o caderno de anotações, onde guardam as informações das vendas e financeiros dos clientes.

Este meio mostra-se ineficiente, pois foi visto que muitas informações são perdidas ou esquecidas de se armazenar, por não ser um processo automatizado, com as informações incompletas, o consultor tira conclusões erradas, propiciando prejuízos ao mesmo.

Na figura 4 vemos um exemplo de armazenamento de duas vendas feitas para a mesma cliente em datas diferentes

Figura 4 - Amostra de armazenamento de informações I

13.10.16	
1 ESSENCIAL	R\$ 132.90
1 SABON. UVA DOE	R\$ 11.90
1 SABON. MADRIMA	R\$ 15.20
1 SH. AMAR	R\$ 62.90
1 PO + REFIL	R\$ 46.90
1 BATOM	R\$ 20.90
TOTAL	R\$ 280.10
27-10-16	
01 SABON. UVA DOE	R\$ 15.20
01 " MIST	R\$ 20.90
	<u>36.10</u>
TOTAL	R\$ 316.20

Fonte: Consultora de vendas

Na figura 5 vemos a consultora realizando uma venda em uma data e posteriormente realizando um pagamento parcial desta venda.

Figura 5 - Amostra de armazenamento de informações II

Handwritten sales record on lined paper. At the top right, the date "20-10-2016" is written. Below it, a list of items and their prices is written in Portuguese. The items are: "1 BIOGMEIA R\$ 110,00", "1 ESSENCIAL R\$ 110,00", "1 REEL HIDRAT. R\$ 34,00", and "1 NATURA HOUVE R\$ 140,00". A horizontal line is drawn under the last item, and the sum "394,00" is written below it. Below this, the date "20-11-16" is written, followed by "50,00". A horizontal line is drawn under "50,00", and the final amount "344,00" is written below it.

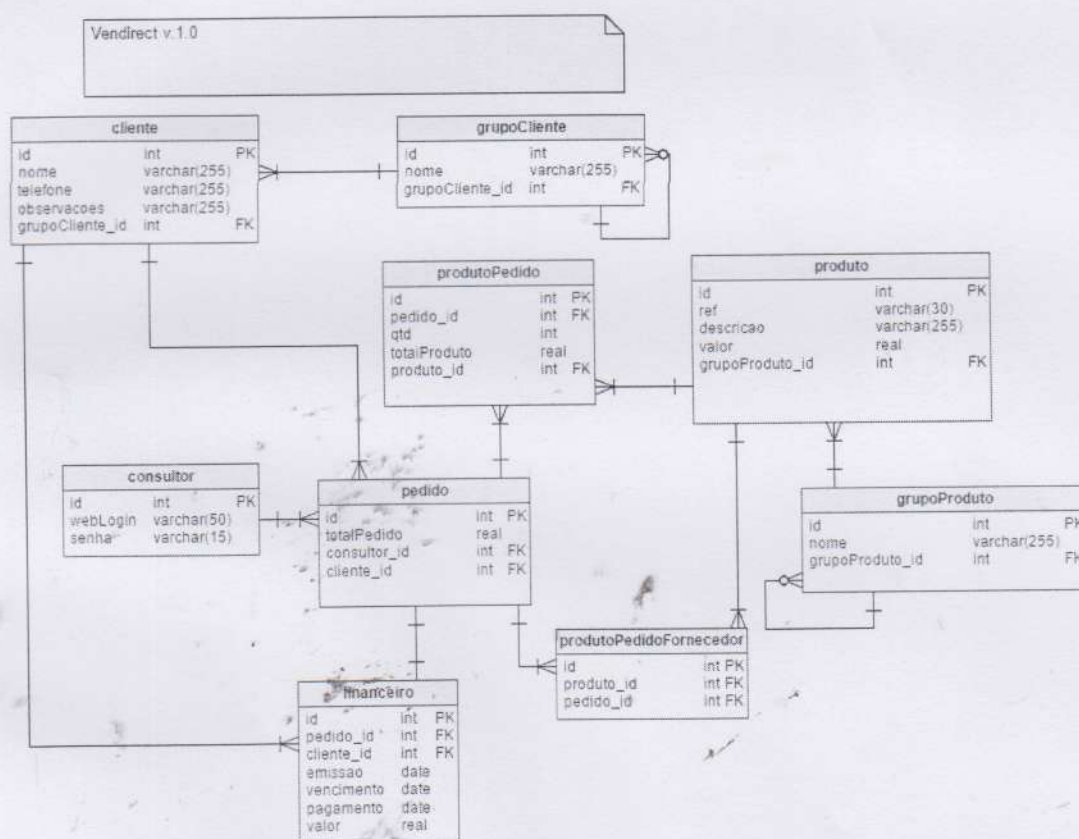
1 BIOGMEIA	R\$ 110,00
1 ESSENCIAL	R\$ 110,00
1 REEL HIDRAT.	R\$ 34,00
1 NATURA HOUVE	R\$ 140,00
	394,00
20-11-16	50,00
	344,00

Fonte: Consultora de vendas

3.1.1. MÓDULOS

Com as informações coletadas, foram levantados os requisitos necessários para o projeto Vendirect, o projeto conta com os módulos: consultor, pedido, produto, cliente, pedido ao fornecedor e financeiro, também conta com módulos auxiliares grupo de cliente e grupo de produto.

Figura 6 - Modelo Relacional Vendirect.



Fonte: Projeto Vendirect

3.1.1.1. CONSULTOR

O módulo consultor consiste nas informações do usuário do sistema, será possível através deste módulo, realizar as seguintes tarefas:

- Cadastrar usuário;
- Alterar usuário
- Cadastrar senha;
- Alterar senha;
- Selecionar redes de fornecedores de venda direta;
- Definir permissões dos usuários

Neste módulo o consultor irá gerenciar de maneira geral seu cadastro, e com a seleção de fornecedores, lhe será aberto os produtos destes fornecedores.

Para garantir a segurança das informações dos usuários o vendirect contará com o sistema bem definido de permissões por usuário, onde cada usuário só terá acesso as informações registrada em seu *login*.

3.1.1.2. PEDIDO

O módulo de pedido é principal módulo do sistema, onde o usuário passará maior parte do tempo de uso, pois nesse módulo será possível executar:

- Registrar os pedidos dos clientes;
- Realizar a ação de venda de acordo com o pedido realizado junto ao cliente;
- Realizará automaticamente a listagem de itens que não tenha quantidades suficientes para pedidos junto ao fornecedor;
- Realizará o lançamento automático do financeiro de contas a receber no ato da venda.

Ao entrar no módulo, o usuário deverá ver os últimos pedidos realizados, conforme lista previamente configurada para exibição, se o usuário optar pelo novo pedido, irá para uma tela onde ele irá colocar o cliente, caso o cliente não esteja cadastrado, o sistema oferece a partir desta tela a oportunidade de cadastrar um cliente novo sem que o usuário pare a operação que está fazendo, após essa operação o usuário selecionará os itens que serão negociados no pedido, caso o item não conste em seu cadastro de itens previamente cadastrados pela equipe Vendirect, o usuário poderá cadastrar este item, para que o mesmo conste no pedido de seu cliente.

O usuário tem livre acesso para negociar valores com seus clientes, de forma que a tela de pedido terá como opções o desconto no item de forma percentual, de forma monetária, bem como o usuário poderá alterar livremente o valor do item, fica a escolha do usuário como negociar com seu cliente.

3.1.1.3. PRODUTO

No módulo de produtos, o consultor terá acesso a todos os itens previamente cadastrados pela equipe Vendirect, caso o produto não se encontre na base de dados ou o consultor queira criar kits com vários itens haverá a possibilidade de cadastro de um novo produto, este registro constará apenas na base de dados do consultor que o fez, fazendo com que informação seja apenas sua e que ninguém tenha acesso a ela.

Ao entrar no módulo de produtos o consultor visualizará os últimos itens cadastrados, mostrando sua descrição e preço, para que na possibilidade de consulta de preços o consultor tenha esta informação sempre a mão, caso haja dúvidas com relação ao cadastro exibido, haverá um link direto para consulta ao catalogo do fornecedor.

O cadastro de produto conta com um cadastro auxiliar de grupo de produtos, este módulo ajudará na gestão de vendas e servirá de filtros para relatórios que envolvam os itens de pedidos e vendas.

3.1.1.4. CLIENTE

No módulo de cliente, o usuário poderá cadastrar os novos clientes bem como realizar consultas de clientes já cadastrados, o cadastro de clientes é simples contendo apenas informações necessárias para o uso diário do consultor de venda direta, o cadastro de cliente conta com um cadastro auxiliar de grupo de cliente, este módulo ajudará na organização das rotas de vendas e servirá de filtros para relatórios que envolvam pedidos e vendas por cliente..

3.1.1.5. PEDIDO AO FORNECEDOR

O módulo de pedido ao fornecedor, irá receber os itens que não tinha quantidade suficiente para venda, será formada uma lista com todos itens agrupados pelo seu id, dando ao usuário uma visão do que ele tem a pedir ao seu fornecedor, para os usuários que trabalham com pontuações mínimas para pedidos, por este módulo ele terá a posição de seus pontos pedido a pedido, dando-lhe uma posição de melhor momento para realizar seu pedido ao fornecedor.

Este módulo também conta com a integração com portais de pedido das principais marcas de cosméticos, será gerado um arquivo e esse arquivo será importado para o pedido no portal do fornecedor, a versão inicial contará com a integração com o portal da rede Natura de cosméticos, e já está em estudos para versões posteriores, a integração com o portal da Boticário e Jequití.

Figura 7 - Módulo de integração de arquivos para pedidos do portal da Natura.



Fonte: [https://pedidos2.natura.net/captaweb/captaweb/index.html#!view=pedido\(2016\)](https://pedidos2.natura.net/captaweb/captaweb/index.html#!view=pedido(2016))

Figura 8 - Módulo de captação de pedidos do portal Natura

FORMULÁRIO DE PAGAMENTO - 1. CARTÃO DE CRÉDITO 2. AVISENDA A FAZER PEDIDOS 3. AJUDA ONLINE 4. REVISTA NATURA 5. SITE CONSULTORIA

SAIR Olá, Maria De Lourdes Cardoso De Araujo

Revista Vigente
Ciclo 16
de 04/11/16 a 24/11/16

Você está no grupo: VERDE
Pontos: 416 por 1000 pontos

Você está aqui

Promocão Grupo VERDE

FAÇA 500 PONTOS neste ciclo

GANHE VANTAGEM
Compre até 2 unidades do Presente Essencial Intenso Masculino
Você paga: R\$53,57
Você lucra: R\$51,43

SAIBA MAIS
(02980)

*Limitado a 2 unidades

1 Adicionar Produtos **2** Confirmar Pedido & Pagamento **3** Pedido Enviado

Paga seu pedido

Utilizar Cupons ☐

Produtos do Pedido (8)

Código: Quantidade: 2 Busca por nome:

PRODUTO	PTS CAMPANHA	QUANT.	PTS	VALOR COMPRA	VALOR VENDA	LUCRO
Tonáil		13	137	R\$350,10	R\$276,00	R\$217,90
Não minicartões 3 unidades Ces. 9085		1	1	R\$3,00	R\$3,00	R\$0,00
PRESENTE NATURA FACES 3X SATOM Ces. 63261		1	1	R\$20,99	R\$19,90	R\$0,97

Pontuação disponível: 335 (2)

Pontuação do pedido: 100

Seu prazo de entrega: 28/11/2016 Segunda-Feira

Recomendamos para você:



NATURA HOMEM CLASSICO DES COL 100ML

Preço: R\$85,00
Código: 53153
Valor da venda: R\$121,90
Lucro: R\$34,57

Fonte: <https://pedidos2.natura.net/captaweb/captaweb/index.html#!view=pedido> (2016)

3.1.1.6. FINANCEIRO

O módulo financeiro conta com o recebimento de contas dos clientes, nele haverá possibilidade de controlar todos os recebimentos com segurança, o cadastro de contas a receber se dará de forma automática vinda do módulo de pedidos, quando os produtos forem entregues ao cliente, concretizando assim a venda, neste momento o contas a receber será lançado, de acordo com a negociação feita com o cliente, as contas serão lançadas na quantidade de parcelas acertadas, a baixa da conta a receber se dará quando o cliente quitar sua dívida, de modo que o consultor irá no módulo selecionará a conta e efetuará a devida baixa.

O módulo também contará com o recurso de baixa parcial, para aqueles clientes que comprem sempre e negociam seus pagamentos com valores aleatórios, esse tipo de prática foi citado por todas as consultoras entrevistadas.

O contas a receber vai contar com tipo de pagamento de cartão de crédito, caso haja algum consultor que utilize este tipo de pagamento em suas vendas.

Haverá também a opção de realizar negociação de parcelas atrasadas, caso haja clientes em atraso, o sistema possibilitará a junção das contas fazendo uma conta que poderá ser dividida de acordo com a transação realizada junto ao cliente.

Também haverá o módulo de relatórios, onde o cliente poderá ver todas as suas contas a receber no período de emissão, de vencimento ou pagamento, possibilitando que o gerenciamento financeiro de seu negócio, fique automatizado.

4. CONCLUSÃO

Com o estudo realizado para a elaboração da proposta de desenvolvimento do software, ficou claro que a maneira que se desenvolve sistema de informação para o comércio, está parametrizada de uma forma muito geral, fazendo com que alguns segmentos do mercado não sejam atingidos.

Foi identificado que o segmento de venda direta é muito grande e pouco explorado pelo setor de TI.

Com a proposta de desenvolvimento do software, é perceptível que com o armazenamento organizado das informações podem ser evitadas perdas de dados e melhor controle financeiro. O modelo de organização facilita a prospecção de venda de novos produtos e serviços, incrementando as possibilidades de planejamento de vendas pelo usuário em relação ao controle de seus produtos, e ampliando as possibilidades de crescimento no ramo de venda direta.

REFERÊNCIA

ABEVD - Associação Brasileira de Empresas de Vendas Diretas. Disponível em <http://www.abevd.org.br/>. Acesso em: 03 out. 2016.

ALBERTÃO, Sebastião Edmar. **ERP Sistema de Gestão Empresarial: Metodologia para Avaliação, Seleção e Implantação**. São Paulo: IGLU Editora, 2005.

ALVES, Marcelo. **Acertando na adoção de T.I. a serviço do Marketing na VD**. Disponível em: <http://www.vendasdiretas.com.br/acertando-na-adocao-de-t-i-a-servico-do-marketing-na-vd/>. Acesso em: 13 nov. 2016.

COELHO, Alex. **Java com Orientação a Objetos**. Rio de Janeiro: Editora Ciência Moderna Ltda., 2012.

CORRÊA, Henrique L, GIANESI, Irineu G. N. e CAON, Mauro. **Planejamento, Programação e Controle da Produção: MRP II / ERP**. São Paulo: Editora Atlas, 1999.

COSTA, Rogério Luís de C. **SQL: guia prático**. Rio de Janeiro: Brasport, 2006.

MILANI, André. **MySQL - Guia do Programador**. São Paulo: Novatec Editora, 2007.

POLLONI, E. G. F. **Administrando sistemas de informação**. 1. ed. São Paulo: Futura, 2000.

WFDSA - Word Federation of Direct Selling Associations. Disponível em: <http://wfdsa.org/>. Acesso em: 03 out. 2016.