***Light On***

**Sistema de monitoramento de tráfego interno.**

***Introdução***

O Distrito de Fatih, da cidade de Istambul, Turquia. Aberto em 1461, é muito conhecido principalmente pela joalheria, cerâmica, especiarias e tapetes.

A maior parte das lojas está agrupada por tipos de mercadorias, havendo áreas especiais para produtos de pele, joalharia de ouro etc. O núcleo central do Grande Bazar são dois bedestens (edifícios destinados a comercializar e armazenar mercadorias, especialmente aquelas de maior valor, que requerem mais segurança).

O Shopping Center (ou centro de compras) é uma edificação de grandes proporções, um empreendimento onde funcionam diversas lojas de diferentes donos e marcas, configuradas segundo o tenant mix (planejamento de distribuição das lojas) e utilizando-se de marcas de renome (lojas âncora) para atrair maior clientela para as demais lojas (as lojas satélites), sob administração única, oferecendo produtos e serviços ao consumidor num espaço climatizado e diferenciado, que possibilita também o entretenimento e o lazer no espaço de compras, com segurança e estacionamento.

Porém nem tudo é para sempre, cada alteração das relações interpessoais, evolução cultural ou até mesmo a ganância capitalista, são fatores que geram revoluções no mundo e em aspectos menores, como complexos comerciais, como alerta o professor Fábio Ulhôa Coelho, “ao locar uma loja em centros de compras, o empreendedor não pode perder de vista o complexo comercial como um todo, devendo atentar à necessária combinação da diversidade de ofertas (tenant mix), fator inerente ao sucesso do seu empreendimento”, mas a balança não se equilibra pacificamente, as empresas mais conhecidas conseguem melhores condições de locação e podemos listar alguns fatores que atrapalham empreendedores a continuar no shopping. Entre eles, aluguéis exorbitantes, taxas de condomínio pesadas, cobranças extras em meses de datas mais lucrativas, como Natal e Dia das Mães, além de participação em campanhas publicitárias.

Ao decorrer dos anos, o desenvolvimento das grandes corporações formou o que hoje chamamos de shopping center, mas estamos atualmente passando por uma transformação, o shopping não existe apenas para seguir seu propósito original de ser um local com muitas opções de compra, hoje também é um centro que fornece uma experiência, porém com o advento da tecnologia vemos o que pode ser o apocalipse do shopping center.

Então porque não intervir nisso e possibilitar uma nova visão do negócio, um meio de aproveitar o cenário atual e ver cada cliente como único, somos a Light On e vamos juntos modificar a experiencia de ir em um complexo comercial / shopping.

***• Objetivos;***

Fornecer ao complexo comercial, um instrumento de gestão de tráfego interno dentro de 7 meses, que garanta informações precisas para melhorar o marketing interno em pelo menos 15%, além de fornecer através dos dados outras possibilidades aos administradores do complexo comercial, como exemplo; melhorar os custos para lojas satélites e menos dependência das lojas ancora, disponibilizar campanhas especificas para marcas que queiram locar corredores dentre outros...

***• Justificativa do projeto;***

Desde sempre, a humanidade muda tudo que pode, quantas vezes puder de forma a garantir melhores resultados, com os complexos comerciais, shoppings, feiras fechadas ou qualquer outro modelo de negócio do ramo sofrendo com o passar do tempo, devemos adequá-los ao novo mundo que vivemos, além de aproveitar o “boom” pós pandemia para maximizar os ganhos e potencializar o negócio.

Além disso, hoje os complexos comerciais funcionam sob o conceito de loja ancora e satélite, onde as lojas ancoras são o chamariz e as satélites são complemento, a desvantagem para o complexo comercial esta no poder de barganha, onde grandes empresas como C&A, Cinemark, grandes varejos de eletrônicos e alimentícios, possuem uma excelente margem de negociação arrancando uma melhor condição de locação de espaço, causando desvantagem para as lojas satélites que arcam com os custos altos de locação de espaço e contribuições por metas.

O caso das lojas satélites ainda possui maior agravante, sua rotatividade, por conta dos custos, isso causa estranhamento por uma fração de clientes que habituados a certo serviço ou produto não se encontram mais disponíveis da forma que era antes. Mesmo que não seja uma proporção que acarrete muito prejuízo, ainda se torna uma situação de prejuízo indireto, já que muitas vezes um estande fica parado por um determinado período, além de gerar preferência por outro complexo comercial.

***• Escopo;***

Iremos fornecer uma nova visão para as administradoras de complexos comerciais, logo iremos fornecer um sistema que as ajude a colocar o complexo em evidência, tirando assim, o peso que as lojas ancoras possuem, valorizando o lugar e aumentando o lucro.

Isso se dá através de uma plataforma que fornece os dados obtidos através de sensores de proximidade, estruturados em totens que serão posicionados em lugares estratégicos, como escadas (rolantes ou estáticas), entradas / saídas e outros locais que sejam derivados do mesmo.

Com esses dados em mãos, sabemos o fluxo em tempo real além de conseguir mensurar sazonalidade, densidade e o fluxo de clientes. Lembrando sempre que não fornecemos uma consultoria e sim uma ferramenta de gestão, seu uso e aplicação dependem única e exclusivamente da entidade contratante.

Precisamos de um servidor já existente ou um novo para alocar os dados obtidos;

Precisamos da quantidade de acessos que cada andar possui, para delimitar quantos equipamentos de detecção serão necessários;

Precisamos que a entrada do complexo comercial seja estruturada em “entrada” e “saída”, mesmo que lado a lado, para formalizar os inputs e outputs.

***• Marcos do projeto;***

Primeiro Sprint;

Reunião de introdução a demanda;

Segundo Sprint;

Conclusão / terceiro Sprint.

***• Premissas e restrições;***

Precisamos de uma planta atualizada do shopping;

Precisamos de acesso ao shopping para testes de serviço;

Precisamos de acesso fora do horário de funcionamento para testes e implantações;

Precisamos de um servidor e um local para preparar a aplicação;

Nossa equipe irá trabalhar 7 horas por dia, com folgas de sábado e domingo;

Horário de trabalho da nossa equipe: 10:00 às 16:00 (segunda-feira a sexta-feira).

Nossa equipe precisa contar com alguém do complexo comercial para fornecer informações de estrutura;

Tempo – Duração do projeto 6 meses.

Recursos (Pessoais): Lider de projetos, Desenvolvedores, Analista de negócios, Arquiteto TI, Tester.

Recursos (Matérias): 5 desktops para o desenvolvimento do projeto, rede de internet de no mínimo 200 mb, um servidor ou nuvem.

Prazo de entrega: 6 meses.

Orçamento do cliente: R$15.000,00.

***• Equipe envolvida;***

Líder de projetos: Gabriel Martins.

Analista de negócio: Arthur Peraçolli.

Arquiteto TI: Guilherme

Tester: João Henrique, Yuri Carralero.

Desenvolvedores: Caíque Carvalho.

DBA: Guilherme Benassi, Arthur Peraçolli.

Analista de Rede: Gabriel Martins.

***• Orçamento;***

Para a execução do projeto, precisamos saber a quantidade de locais a serem demarcados com sensores, usando um valor base de 300 reais por totem (base que protege o Arduino), já incluso o próprio Arduino, fiação para conectar os dispositivos, 10 reais o metro. Com esses dados podemos fornecer um valor exato para a implementação, fora esse valor, deve ser acrescido 300.000,00 pela criação do sistema.

***• Sustentação.***

Manutenção a cada 5 meses ou quando solicitado;

Atualizações na aplicação ou no hardware;

Estrutura reforçada e verificar a integridade periodicamente;

equipe disponibilizada para atendimento remoto de segunda a sábado das 9:00 às 20:00 horas;

Treinamento para limpeza do produto para melhor eficiência dele;

SAC para o site e solucionar possíveis problemas;