***Light On***

**Desenho preto e branco

Descrição gerada automaticamente com confiança média**

**Sistema de monitoramento de tráfego interno de pessoas.**

***Introdução***

Os primeiros grandes centros comerciais surgiram por volta do século X a.C. e tem seu início com o Grande Bazaar. Localizado no atual Irã, o Grande Bazaar é uma estrutura comercial de dez quilômetros de estrutura coberta. Outro importante centro de compras foi o Oxford Covered Market (Mercado Coberto de Oxford), aberto oficialmente na Inglaterra em 1 de novembro de 1774, e existe até os dias atuais.

-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

***• Objetivos;***

Fornecer ao complexo comercial, um instrumento de gestão e monitoramento de tráfego interno dentro de 6 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 âncora, disponibilizar campanhas especificas para marcas que queiram locar corredores dentre outros...

***• Justificativa do projeto;***

Desde sempre, a humanidade muda tudo que pode, quantas vezes for necessário, com o intuito garantir melhores resultados, um bom exemplo desta afirmação são os complexos comerciais, shopping centers, feiras fechadas ou qualquer outro modelo de negócio do ramo que sofre com essas mudanças com o passar do tempo, devemos adequá-los ao novo mundo no qual vivemos, além de aproveitar o “boom” pós pandemia para maximizar os lucros e potencializar o negócio.

Além disso, hoje os complexos comerciais funcionam sob o conceito de loja ancora e loja satélite, onde as lojas ancora são o grande atrativo do local e as lojas satélites fazem o complemento, a desvantagem deste modelo de negócio para o complexo comercial, está no seu baixo poder de barganha na hora de negociar com as lojas ancora o valor da locação de seus blocos de espaço, onde grandes empresas como C&A, Cinemark, grandes varejos de eletrônicos e alimentícios, exigem um menor preço a ser cobrado pelo aluguel dos blocos espaço do complexo comercial, causando também desvantagem para as lojas satélites que arcam com custos altos de locação dos espaços ao redor da loja ancora e contribuições por metas.

O caso das lojas satélites ainda possui um maior agravante, sua rotatividade, por conta do alto custo imposto no aluguel, esta rotatividade das lojas satélite, causa estranhamento por uma fração de clientes do complexo comercial que estão habituados a certo serviço ou produto oferecidos pelas lojas satélites que não se encontram mais disponíveis. Mesmo que esta proporção de clientes não seja alta o suficiente para causar muito prejuízo, isto ainda se torna uma situação de perda indireta para o complexo comercial, já que muitas vezes um estande fica parado por um determinado período.

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 em um espaço climatizado e diferenciado, que possibilita também o entretenimento e o lazer no espaço de compras, com segurança e estacionamento.

Porém este modelo de negócio vem perdendo o seu espaço no mercado a cada alteração das relações interpessoais, evolução cultural ou até mesmo a ganância capitalista, estes são fatores geram pequenas mudanças e até revoluções mundiais no método de consumo das pessoas, 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.

Estamos atualmente passando por um momento de transformação, o shopping não existe apenas para seguir seu propósito original de ser um local com muitas opções de compra, hoje também é um ambiente que fornece uma experiência para os seus clientes, porém com o advento da tecnologia, dos sites de compras, menores preços oferecidos pelos mesmos produtos das lojas do shopping em plataformas digitais e com a evolução do e-commerce 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.

***• Escopo;***

Nosso projeto, terá uma página de cadastro para que o usuário possa se registrar em nossa aplicação web, juntamente com uma tela de login, que será complementada por um campo para recuperação de senha caso o usuário perca ou esqueça. Após acessar sua conta, o usuário será encaminhado a um dashboard personalizado, contendo informações seu estabelecimento, este dashboard irá exibir gráficos (gráficos de fluxo de pessoas e densidade de pessoas) para que o nosso cliente possa gerar relatórios para tomada de decisões importantes acerca do valor cobrado em seu aluguel dentro dos espaços reservados para as lojas, o sistema irá enviar notificações semanais ao nosso cliente, mostrando suas principais alterações em relação à semana anterior.

Nossa aplicação irá contar com um backup em nuvem, para que os dados não possam ser eventualmente perdidos, também contaremos com um campo de suporte para que o nosso cliente possa entrar em contato conosco em caso de algum erro ou dificuldade em relação ao nosso projeto e por último teremos uma ferramenta de feedback, para que o nosso usuário possa nos informar como está sendo a sua experiencia com o site, para que possamos sempre estar melhorando e desenvolvendo a nossa aplicação.

A análise de dados das pessoas que circulam pelo estabelecimento, será feita por meio de placas de Arduino, com foco no sensor de proximidade, onde, este sensor irá capitar o movimento das pessoas que adentram e saem do Shopping, sobem e descem seus andarem e entram em suas lojas. Essa informação será enviada para o nosso banco de dados, para que possamos contabilizar e exibir a quantidade de tráfego de pessoas que trafegam no estabelecimento semanalmente.

***• Marcos do projeto;***

LINHA DO TEMPO

***• Premissas e restrições;***

***Premissas:***

* Precisamos de uma planta atualizada do shopping;
* Necessitamos de acesso ao shopping para testes de serviço;
* Teremos que acessar o shopping fora do horário de funcionamento para testes e implantações;
* Nossa equipe precisa contar com alguém do complexo comercial para fornecer informações de estrutura;

**Restrições:**

* 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).
* Tempo – Duração do projeto 6 meses.
* Prazo de entrega: 6 meses.
* Orçamento do cliente: R$15.000,00.

***• Equipes envolvidas;***

**Equipe de instalação -** Teremos uma equipe especializada para a instalação e configuração das nossos Totens no estabelecimento do nosso cliente, essa equipe irá analisar a área para calcular a quantidade de placas que serão utilizadas no projeto. Está equipe será responsável pela manutenção dos Totens.

* **Valor da equipe de instalação:** R$ 1.200,00 (diária).

**Equipe de desenvolvimento:** Contaremos com uma equipe para desenvolver nossa aplicação web personalizada para cada tipo de shopping e cliente, está equipe contará com uma série profissionais como (Analista de negócios, Arquiteto TI, Gerente de projetos, Tester, Analista de implantação e Analistas de redes).

* **Valor da equipe de desenvolvimento:** R$900,00 (diária).

**Equipe de suporte e atendimento:** Está equipe será responsável por entrar em contato com nosso cliente após o término do desenvolvimento do projeto, com foco em corrigir erros e acompanhar a experiência de nosso cliente durante o uso da nossa aplicação. Outra função desta equipe será marcar agendamentos para a manutenção de equipamentos defeituosos.

* **Valor da equipe de suporte e atendimento:** R$ 50,00 (diária).

***• Orçamento;***

Usando como exemplo um valor base de R$ 300,00 reais para instalação de um totem (base que protege o Arduino), o valor da placa de Arduino incluída no valor do totem e fiação para conectar o dispositivo, no valor de R$ 10,00 reais o metro. Podemos fornecer ao nosso cliente um valor de R$ 310,00 para a implementação de cada totem. Além deste valor, teremos o custo de R$ 1.200,00 referente a diária de nossa equipe de instalação, que irá realizar todo o processo de instalar e configurar nossos totens, além disso, o cliente irá arcar com o valor de nossa equipe de desenvolvimento durante a criação do projeto no valor de R$ 900,00 a diária e após o término do desenvolvimento da do projeto, terá de pagar apenas o valor de nossa equipe de suporte e atendimento no valor de R$ 50,00.

***• Sustentação.***

Manutenção a cada 3 meses ou quando solicitado;

Atualizações constantes em nossa aplicação web;

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;

SAC para o site e solucionar possíveis problemas;

***• Bibliografia.***

«https://brasilescola.uol.com.br/historia/historia-shopping-center.htm#:~:text=Em%201828%2C%20os%20primeiros%20shoppings,quem%20faz%20o%20shopping%20maior.

«Partes do texto foram baseadas na tradução do artigo «Gran Bazar (Estambul)» na Wikipédia em castelhano (acessado nesta versão).

«Grand Bazaar». archnet.org (em inglês). ArchNet. Consultado em 7 de agosto de 2010. Arquivado do original em 6 de agosto de 2010

«The Covered Bazaar - A Miniature Town». www.turkishculture.org (em inglês). Turkish Cultural Foundation. Consultado em 7 de agosto de 2010. Cópia arquivada em 7 de agosto de 2010

«Covered Bazar: (Kapalı Çarşı)». www.letsgoistanbul.com (em inglês). Let's Go Istanbul. 2003. Consultado em 7 de agosto de 2010. Cópia arquivada em 7 de agosto de 2010