Loja Interativa de Materiais de Construção

CONTEXTO GERAL

Atualmente, o varejo vem passando por transformações devido as novas tecnologias e a possibilidade de compra pelas lojas virtuais. As perspectivas para o varejo físico não são tão animadoras devido ao aumento de compras online, onde as pessoas preferem a comodidade de comprar a partir de um meio eletrônico sem haver a necessidade de locomoção.

Cada vez mais os clientes estão se integrando ao ambiente digital, buscando por eficiência, atendimento facilitado, qualidade nos serviços e comodidade. Tendo em vista a essa realidade, podemos concluir que estamos lidando com um cliente multicanal, que exige adaptações das marcas quanto aos seus hábitos e costumes (AVELLAR, 2019).

O futuro das lojas físicas se dará por uma nova reformulação do espaço e do edifício. Será a partir da arquitetura, com auxílio da tecnologia, que será possível desenvolver um edifício que convide o consumidor a entrar, usufruir dos ambientes dispostos a ele e apropriar-se do espaço, focado não somente naquele que vem com o intuito de compra, mas sim para todos aqueles que desejem conhecer, passear e que estejam abertos a ter novas experiências.

Documentos de referência

Na definição de Parente (2000), o varejo são todas as atividades que englobam o processo de compra e venda de produtos e serviços a fim de atender a necessidade do consumidor final.

O varejo deu seus primeiros passos, de acordo com o site Look, na era dos primórdios, onde se tinha a troca de produtos entre as pessoas que iam desde comida até roupas, conhecido como escambo.

Posteriormente, o site Look cita que, a Revolução Industrial, o varejo foi crescendo devido a necessidade de venda dos produtos que estavam sendo produzidos, surgindo assim um novo modelo de mercado conhecido como lojas de departamentos.

O início do varejo no Brasil, de acordo com Las Casas (2004), passou por dificuldades devido a falta de infraestrturua, com problemas logísticos em decorrência da distância territorial entre o lugar onde se era produzido e local onde seria distribuído, além dos meios de transportes disponíveis pouco eficazes.

A evolução até os dias atuais se deu pela melhoria da infraestrutura nacional como um todo, decorrente do aumento populacional. Outro fator que propiciou está evolução, foi o avanço da tecnologia com a globalização.

Parente (2000), em sua análise revela a importância que o varejo possui no panorama empresarial mundial, sendo que no Brasil já movimenta um volume de dinheiro muito alto, gerando empregos e movimentando a economia nacional.

O varejo está frequentemente sujeito a novos processos de inovação que modificam a sua organização tradicional.

Desde dos anos 2000, com a rápida expansão do e-commerce e a globalização, o uso de dispositivos eletrônicos está aumentando cada vez mais, e isso tem possibilitado a combinação entre o varejo físico e o virtual, levando à mudança de um modelo multichannel[2] para o omnichannel[3] .

Os clientes cada vez mais estão se integrando ao ambiente digital, em busca de atendimento facilitado, eficiência, qualidade nos serviços, comodidade e experiências com a marca. (Avellar, 2019).

Uma das tendências do varejo, de acordo com Varotto, será a tecnologia no ambiente de venda, afim de aumentar a interatividade do consumidor com o ambiente.

Segundo Carneiro (2019), outra tendência que alguns estabelecimentos já estão adotando, é a compra por meio online e a retirada do produto na loja física. Este processo chamado de omnichannel, permite a otimização de tempo do consumidor, descarta o pagamento de frete e tem em mãos o produto no mesmo dia.

Guimarães (2019), discorre que o varejo está no ponto de repensar o seu modo de agir. Se deseja cobrar mais, é necessário que ofereça mais do que produtos e serviços; ele precisa oferecer experiências, sendo um dos pontos que o consumidor vem esperando cada vez mais do varejo. É transformar as lojas em centros de entreterimento, com aulas e workshops para o consumidor, com o objetivo de mobilizar comunidades e gerar motivação para que os consumidores se dirijam até as lojas.

Referenciais projetuais

A Escola de Administração de Yale de Fortes + Partners, nos Estados Unidos, dispõe de instalações educacionais com espaços inspiradores, buscando interações entre os ambientes. .

O projeto se dá por uma laje sustentada por pilares esbeltos, fazendo com que haja sombra na fachada e na praça, dando uma aparência maior de verticalidade, que é levemente quebrada com as esquadrias pretas dispostas horizontalmente.

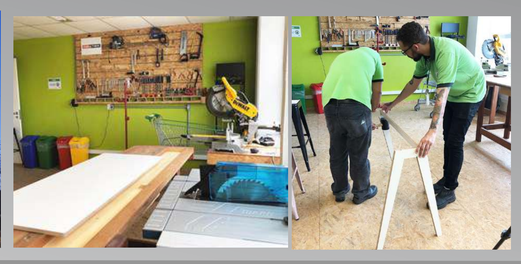
O térreo possui fachada recuada, gerando uma bela área coberta, no qual o segundo pavimento dispõe de fechamento envidraçado em todo o perímetro da laje até a cobertura com perfis finos, trazendo sutileza ao edifício. O terceiro pavimento é afastado para formar um entrepiso para gerar conexões visiuais entre pavimentos.

A união da cobertura fina, pilares esbeltos e fachada envidraçada recuada , faz com que traga uma leveza ao edifício e gere interações entre os níveis e com o lado externo da escola, se tornando um ambiente agradável e acolhedor .

A Leroy Merlin de São José- SC é mais uma loja da rede Francesa que possui o selo ACQUA-HQE (Haute Qualité Environnmentale), o qual trata-se de uma certificação internacional da construção sustentável que propõe um novo olhar para sustentabilidade nas construções civis, Leroy Merlin.

Desde do início da concepção deste projeto já se é pensado no quesito sustentabilidade, de acordo com a Leroy Merlin, o qual pretende-se implementar no projeto, como a questão de baixa geração de resíduos na obra, recuperação da água da chuva e a economia de água, onde são utilizados reservatórios de água, torneiras com dispositivos e vasos sanitários com caixas acopladas. Há também produção de energia por meio de placas fotovoltaicas, espaço para TReciclagem, etc. Junto a essas questões, há também o retorno financeiro que essas medidas proporcionam a longo prazo, sendo vantajoso o investimento.

Observam-se também através da análise deste projeto, as estratégias de propor salas de uso coletivo, como espaço para bricolagem, corte de vidro e peças de madeira, sala para cursos e uma impressora 3D. Tudo isso disponível aos clientes para que possam montar seus próprios objetos com auxílio de um profissional, o que aumenta ainda mais o contato cliente – empresa. É uma proposta que se torna um diferencial para a marca com fácil aplicação.



DIAGNÓSTICO

Loja Interativa de Materiais de Construção

A Loja interativa de materiais de construção, vem com a proposta de fugir do padrão atual de lojas, com seus edifícios em formatos de caixotes, onde não se abre para o externo e nem se busca a experiência do consumidor com a loja.

É buscando ir além, que o projeto vem pra unir arquitetura, visual merchandising, tecnologia e sustentabilidade em um só, na busca de propor experiências ao consumidor com a marca, alavancar as vendas e trazer a população para dentro da loja.

Contexto histórico

O distrito de Canasvieiras foi fundado em 1833 e teve como primeiro nome São Francisco de Paula de Canasvieiras. De acordo com Oliveira (2005), o distrito se estendia da Ponta Grossa até a Ponta das Canas, que foi subdividida posteriormente, recebendo os seguintes nomes: praia do Forte, de Jurerê, de Canasvieiras, da Cachoeira do Bom Jesus e Ponta das Canas.

Até a década de 1950, havia poucos acessos a Praia de Canasvieiras, Daniela, Jurerê e Forte. Além da falta de transporte adequado para locomoção, onde essas praias se restringiam às comunidades locais, sendo elas rurais-pesqueiras de origem açoriana

Aos poucos as encostas e a planície costeira que anteriormente eram aproveitadas para atividades agrícolas e pastoris, começam a dar lugar a empreendimentos imobiliários diversificados e em um ritmo mais acelerado.

Em suma, a ocupação agressiva do Distrito de Canasvieiras, ocorre como consequência direta do turismo, por meio da construção de hotéis, pousadas, casas para aluguel, restaurantes, etc.(OLIVEIRA, 2005)

O bairro atualmente abriga praticamente dois tipos de população: a fixa e a flutuante. Devido ao comércio local e aos equipamentos (UPA, delegacia de polícia, terminal de ônibus, etc.) presentes no bairro, acabam gerando uma população flutuante, que se intensifica mais no verão com a chegada dos turistas.

Uma das principais atividades econômicas do bairro é o turismo e o comércio local. Em relação a infraestrutura, Canasvieiras ainda sofre as consequências da falta de planejamento, devido principalmente ao rápido crescimento.

Localização

O projeto de uma Loja interativa de Materiais de Construção será desenvolvida na Rod. Tertuliano Brito Xavier, no bairro de Canasvieiras, Florianópolis-SC. A área onde está inserida é um local de grande fluxo de pessoas, estando localizada em uma rodovia que interliga Jurerê e Canasvieiras aos demais bairros.

A predominância no bairro é residencial, porém há uma grande variedade de comércio no local, atraindo turistas no verão e fazendo a economia girar.

O terreno possui uma área de 4258,11m², sendo de extrema de quadra com acessos pela Rod Tertuliano Brito Xavier (frente), Rua Dr Antônio Prudente de Morães e pela Av. Prof. Milton Leite da Costa.

Fotografia do terreno e entorno
Fonte: Google Earth, moficada pela autora

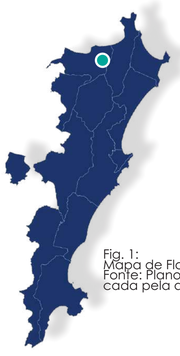


Fig. 1:
Mapa de Florianópolis
Fonte: Plano Diretor, mofi cada pela autora.

Fig. 2:
Mapa Canasvieirias ampliado
Fonte: Snazzy maps, modificada pela autora.

Sistema viário

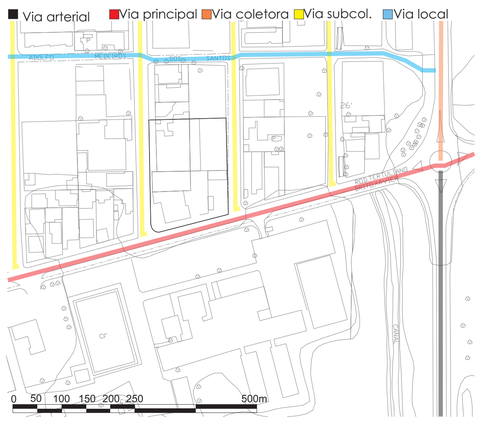
Em 1956, de acordo com a Secretaria Municipal de Turismo, Cultura e Esporte, houve um impulso dado principalmente pela Prefeitura de Florianópolis para o crescimento do bairro, no qual toda a área foi projetada em lotes e ruas com um traçado xadrez.

O terreno está localizado em um lote com duas esquinas, entre a Av. Prof. Milton Leite da Costa, a Rua Dr. Antônio Prudentede Morães e a Rod. Tertuliano Brito Xavier, uma das principais vias que interligam Canasvieiras, Jurerê, Cachoeira do Bom Jesus a Rod. José Carlos Daux. Há um intenso fluxo diário ininterrupto de pedestres e veículos na região. No verão este movimento se torna ainda mais intenso, ocasionando muitas filas.

Em relação ao transporte público, linhas dos diversos bairros do Norte da Ilha passam por esta via, possuindo acesso com pontos de ônibus próximos.

No quesito acessibilidade; na via principal, as calçadas em conjunto com a ciclovia, são mais regulares. Já em relação as ruas laterais, são irregulares e não possuem piso tátil.

Contudo, o terreno encontra-se em um ponto estratégico, onde se tem um grande fluxo de pessoas na região com acesso ao transporte público, calçadas e ciclovia. Observa-se que a pavimentação das vias de acesso.

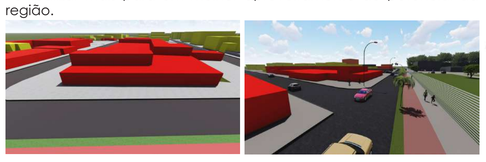


Gabarito

O gabarito no entorno do terreno, em geral, repeita a legislação vigente, tendo entre 2 e 3, e edifícios residenciais de até 5 pavimentos.

O lote fica situado em uma área, onde as edificações possuem gabaritos de 2 pavimentos em geral, o que permite uma maior contemplação da paisagem existente, sem haver grandes barreiras.

Ao se afastar do terreno, prédios de até 5 pavimentos começam a surgir, principalmente por estarem mais próximos ao centrinho de Canasvieiras, onde possui uma variedade de comércio e há também uma maior concentração de turistas no verão. Por lá existe uma especulação imobiliária maior na área, assim tendendo, assim, a verticalizar mais para um melhor aproveitamento do potencial da região.



Uso do solo

Canasvieiras trata-se de um bairro principalmente residencial, constituído por residências uni e multifamiliares com um comercial local e uma grande rede hoteleira. O bairro teve um rápido crescimento no século XX, se tornando um dos principais pólos balneários do Sul do Brasil, de acordo com a Secretaria Municipal de Turismo, Cultura e Esporte de Florianópolis.

O comércio do bairro destaca-se pela sua grande diversidade, se dando por pequenos shoppings e centro de compras com lojas distribuidas ,principalmente, ao longo da Rod Tertuliano Brito Xavier, R. Madre Maria Vilac e a Av. das Nações. O comércio local conta com pequenos mercados e supermercados, restaurantes, farmácias, bancos, lojas de departamento, etc.

Os usos institucionais na área se dão por um posto policial, Academia e delegacia da Polícia Civil, Unidade de Pronto Atendimento (UPA), Polícia Rodoviária Federal.

Legenda:
Comercial Misto Residencial Institucional

Lojas de Mat. de Const. Norte da Ilha

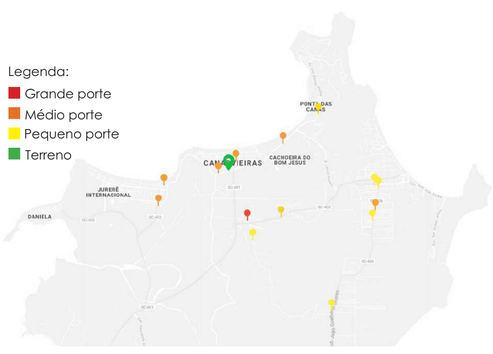
A partir de um levamento efetuado na região dos bairros de Jurerê, Canasvieiras, Cachoeira do Bom Jesus, Ponta das Canas, Lagoinha, Praia Brava, Vargem Grande e uma parcela do Bairro Ingleses, foi possível localizar lojas existentes, atualmente, no segmento de materiais de construção.

As lojas foram subdividas por foco em pequeno, médio e grande porte, afim de identificar o potencial que a região tem para abrigar uma nova proposta de varejo

Nota-se que na região a única loja existente de grande porte no momento é a Casas D'Água, que possui como foco principal a venda de material pesado, afim de abranger o norte da ilha inteiro.

As demais lojas são de pequeno e médio porte que possuem como foco principal, atender as necessidades do bairro local.

Em um raio menor, encontram-se apenas 2 lojas neste ramo, sendo elas de médio porte e que oferecem uma maior variedade de produtos, atendendo de um a dois bairros.



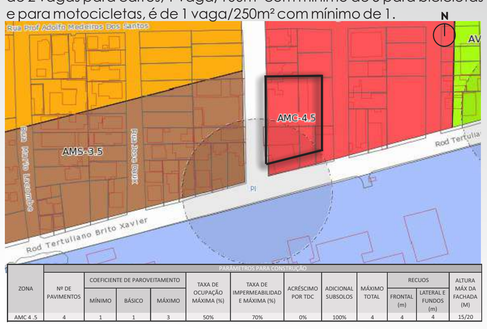
Legislação

De acordo com o Plano Diretor de Florianópolis (2014), o terreno encontra-se em uma AMC - 4.5 (Área Mista Central).

Segundo o Plano Diretor de Florianópolis (2019):
IV -Área Mista Central (AMC) - de alta densidade, complexidade e miscigenação, destinada a usos residenciais, comerciais e de serviços.

O terreno possui 4258,11m², sendo que a taxa de ocupação é de 50%, podendo contruir até pavimentos 4, com recuos de 4 metros frontal, fundos e laterais, havendo um índice de aproveitamento de 3 e potencial construtivo de 12.800m².

O número de vagas estabelecidos pelo plano para o comércio varejista em geral, é de 1 vaga/40m² de área construída com o mínimo de 2 vagas para carros, 1 vaga/100m² com mínimo de 5 para bicicletas e para motocicletas, é de 1 vaga/250m² com mínimo de 1.



PARÂMETROS PARA CONSTRUÇÃO

ZONA	Nº DE PAVIMENTOS	COEFICIENTE DE PARDEVEITAMENTO			TAXA DE OCUPAÇÃO MÁXIMA (%)	TAXA DE IMPERMEABILIDAD E MÁXIMA (%)	ACRÉSCIMO POR TDC	ADICIONAL SUBSOLOS	MÁXIMO TOTAL	RECUOS			ALTURA MÁX DA FACHADA (M)
		MÍNIMO	BÁSICO	MÁXIMO						FRONTAL (m)	LATERAL E FUNDOS (m)		
AMC 4.5	4	1	1	3	50%	70%	0%	100%	4	4	4		15/20

Aspectos bioclimáticos

A área analisada caracteriza-se como subtropical úmido, com chuvas distribuídas ao longo do ano, sendo que o vento predominante é o norte. A temperatura média anual é entre 20° a 22°C, e a temperatura mensal é de 24°C em janeiro e 16°C em julho, de acordo com a Eletrosul. Assim sendo, possui verões quentes e invernos mais frios.

O terreno encontra-se em uma área já consolidada, não havendo a presença de vegetação no seu entorno. Esta poderia ser uma barreira para o vento sul, já que é um vento recorrente na Ilha e com mais força. Na Figura X, a direção que ele ocorre em relação ao terreno é na fachada à Rod. Tertuliano de Brito Xavier..

Em relação a incidência solar, a fachada que possui a melhor insolação (Norte) está virada para os fundos do terreno, porém as edificações que encontram-se aos fundos, possuem gabaritos baixos, o que permite aproveita-lá. A fachada principal encontra-se para o Sul, não havendo a necessidade de criar estratégias para amenizar a incidência solar e consequentemente diminuir a temperatura interna do edifício.

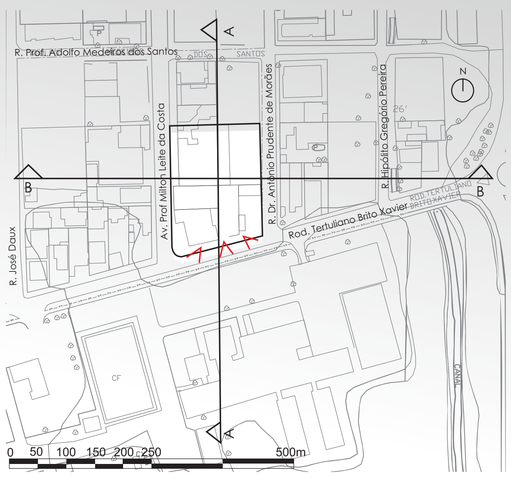
Pontos visuais

A região encontra-se em uma área levemente acidentada, por estar localizada em uma zona mais plana, rodeada por morros.

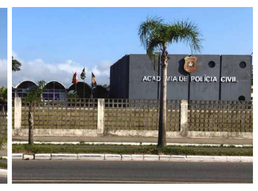
O terreno encontra-se em apenas uma cota, sendo totalmente plano, descartando a possibilidade de recortes. Os terrenos vizinhos possuem um desnível de diferença em relação ao lote.
O terreno onde será proposta a Loja Interativa de Materiais de Construção, está inserido em uma área mais consolidada, mas ainda assim possui pontos visuais que podem ser explorados no projeto.

O lote possui visão frontal para a Academia de Polícia Civil, no qual se concentra uma vegetação mais densa nos fundos, podendo ser contemplada devido aos gabaritos baixos das edificações.

Outro ponto é a vista que se tem para os morros que cercam a área, onde ainda se tem visão para a paisagem, sem haver grandes barreiras fisícas.



Corte A



Corte B

REFERÊNCIAS

PARENTE, Juracy. Varejo no Brasil. Gestão e Estratégia. 1ª ed. São Paulo: Atlas, 2010.
NOVAES, Antônio Galvão. Logística e gerenciamento da cadeia de distribuição: estratégia, operação e avaliação. Rio de Janeiro: Campus, 2001.
KOTLER, Philip. Administração de Marketing: Análise, Planejamento, Implementação e Controle. 5ª ed. São Paulo: Atlas, 1996.
BLESSA, Regina. Merchandising no Ponto- de- Venda. 4ª ed. São Paulo: Atlas, 2015
MORGAN, Tony. V2ª ed. Barcelona: Gustavo Gili, SL, Barcelona, 2011, 2016.
LAS CASAS, Alexandre. Marketing de serviço. 3º ed. São Paulo: Atlas, 2004

Evolução volumétrica

Proposta

A Loja interativa de materiais de construção, vem com a proposta de fugir do padrão atual de lojas, com seus edifícios em formatos de caixotes, onde não se abre para o externo e nem se busca a experiência do consumidor com a loja.

É buscando ir além, que o projeto vem pra unir arquitetura, visual merchandising, tecnologia e sustentabilidade em um só, na busca de propor experiências ao consumidor com a marca, alavancar as vendas e trazer a população para dentro da loja.

A proposta visa utilizar o concreto, que possui relação direta com o setor, onde toda a estrutura ficará aparente, desde a laje nervurada até o piso, com as instalações aparentes, trazendo este lado mais bruto, afim de propor um edifício contemporâneo.

As lajes serão recuadas, garantindo integração entre os pavimentos e permitindo ainda mais a iluminação natural, gerando uma fachada livre. O vidro vem como um grande aliado, na criação de fachadas vitrines, permitindo a exposição de produtos e a visualição do edifício como um todo, podendo ver toda a movimentação da loja, vista de fora e e de todo seu exterior, vista de dentro.

A arquitetura visa aproximar ainda mais o consumidor a loja, sedendo marquises para os pedestres, espaços para uso pessoal, áreas de lazer e descanso.

Diretrizes

Conceber ambientes interativos que promovam as vendas e a satisfação do consumidor.

Criar ambientes para gerar interação entre cliente e loja, elaborando oficinas e salas de cursos para clientes e população, destinando maquinários para uso pessoal. Disponibilizar painéis interativos e espaços para testes de produtos.

Trazer a tecnologia como aliada nas vendas e na experiência do consumidor na loja .

Propor telas touchs informativas e interativas, telões com novidades, caixas de auto-serviço, utilização de sistema RFID e estações de recarga de bateria para carros elétricos.

01 02 03 04 05

Projetar uma arquitetura convidativa que foge dos padrões atuais encontrados.

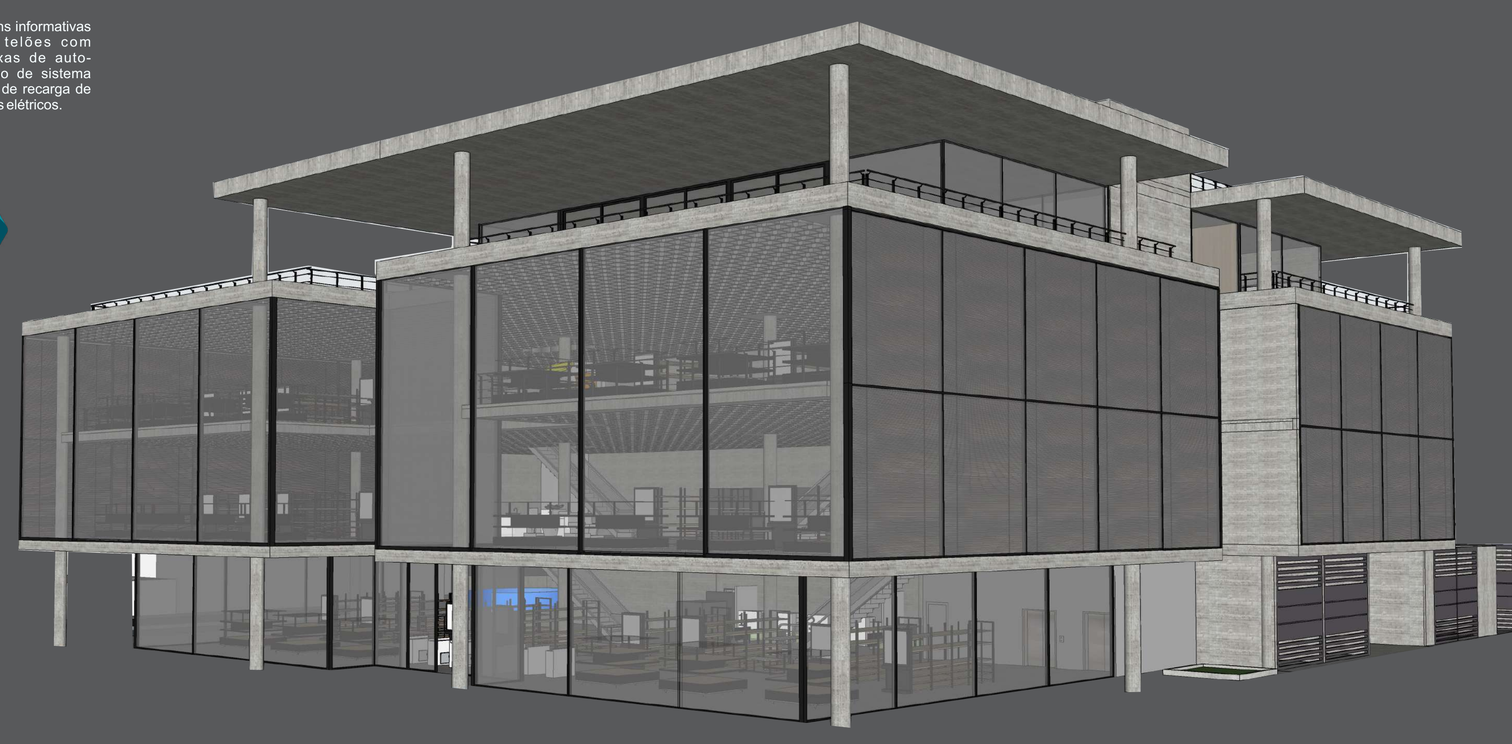
Propor fachadas vitrines, marquises para gerar ritmo na fachada e servir de abrigo para os pedestres. Paisagismo para integrar espaço público x privado, com a intenção de gerar um espaço para descanço e apreciação para a população e clientes.

Trabalhar o ponto de venda, criando identidade própria a partir da ambientação da loja.

Projetar expositores de até 2 metros, ilhas e trabalhar com a iluminação e instalações aparentes estilo industrial

Gerar uma loja que preze pela sustentabilidade.

Utilização de vidros para diminuir o uso de iluminação artificial, com o auxílio de brises para melhor conforto térmico. Instalação de placas fotovoltaicas, captação de água da chuva e sistemas hidrossánitários econômicos.



UNISUL
UNIVERSIDADE DO SUL DE SANTA CATARINA
ARQUITETURA E URBANISMO UNISUL

TRABALHO DE CONCLUSÃO DE CURSO II
ARQUITETURA E URBANISMO

Loja Interativa de Materiais de Construção

ALUNO: Isadora de Oliveira Pires
ORIENTADOR: Rudivan Cattini

2020-1

IMPLANTAÇÃO

A localização do terreno é estratégica, por estar em um lote com duas esquinas, possuindo fácil acesso para loja e principalmente, para carga e descarga, se dando pela lateral. Além do fator de acesso, ela se encontra na principal via que interliga Canasvieiras e Jurerê.

Os acessos para loja se da pela frente, por duas entradas principais para clientes, e para os funcionários, se tem acesso pelo estoque. O estacionamento fica localizado no subsolo, sendo que foram dispostas algumas vagas no térreo, para aqueles que desejam fazer compras rápidas, havendo também um bicicletário.

A partir do paisagismo, cria-se caminhos alternativos e um principal que marca o acesso para o edifício, com árvores e arbustos.

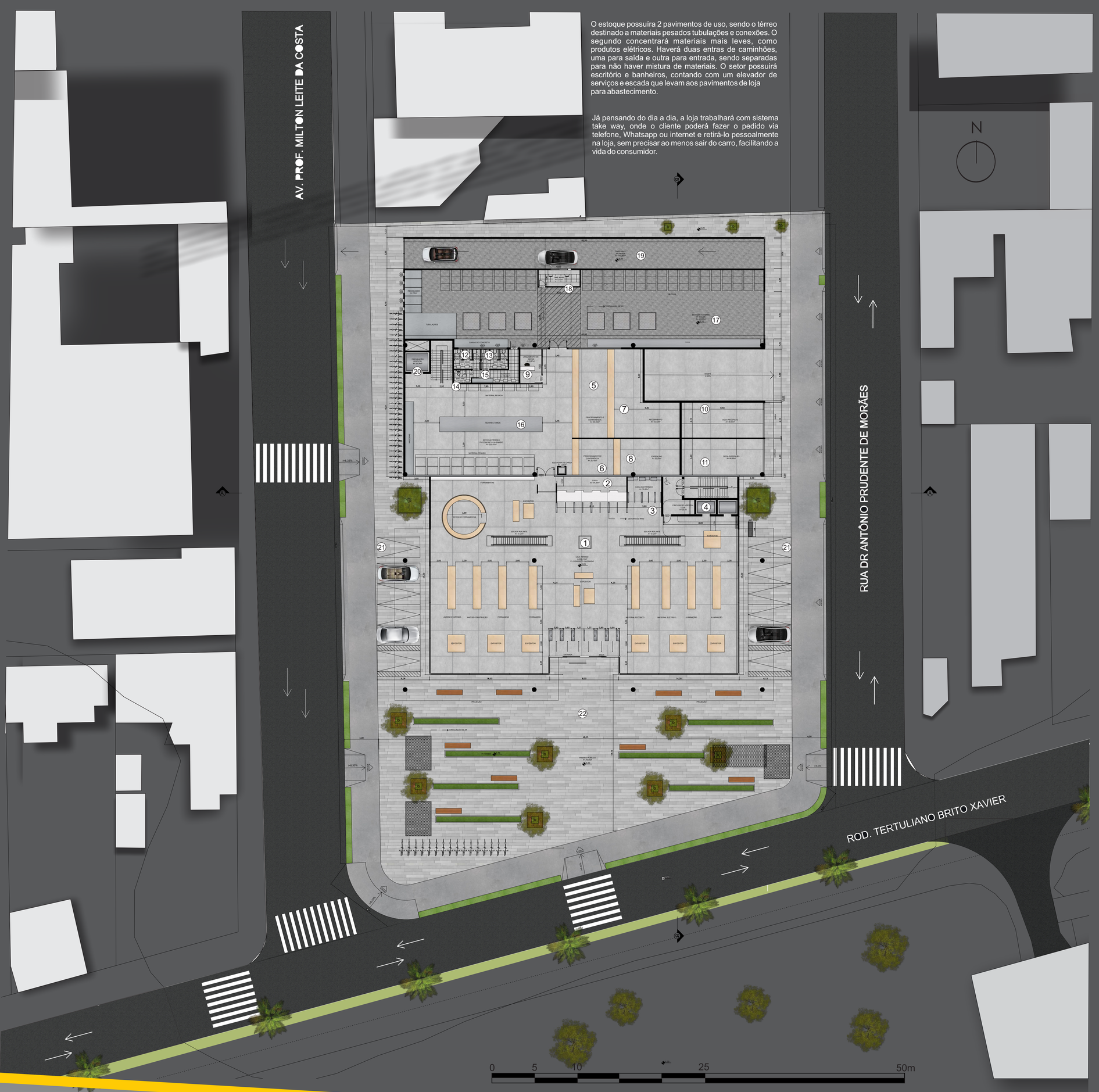
A Loja Interativa de Materiais de Construção busca abranger toda a região do Norte da Ilha.

O estoque possuíra 2 pavimentos de uso, sendo o térreo destinado a materiais pesados tubulações e conexões. O segundo concentrará materiais mais leves, como produtos elétricos. Haverá duas entras de caminhões, uma para saída e outra para entrada, sendo separadas para não haver mistura de materiais. O setor possuirá escritório e banheiros, contando com um elevador de serviços e escada que levam aos pavimentos de loja para abastecimento.

Já pensando do dia a dia, a loja trabalhará com sistema take way, onde o cliente poderá fazer o pedido via telefone, Whatsapp ou internet e retirá-lo pessoalmente na loja, sem precisar ao menos sair do carro, facilitando a vida do consumidor.

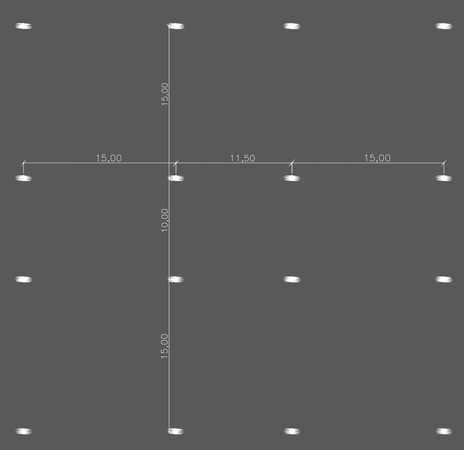
1. Loja térreo: 696,10m²
2. Caixa: 34,30m²
3. Caixa eletrônico: 16,40m²
4. Circulação vertical loja:33,50m²
5. Processamento e conferência: 49,45m²
6. Processamento e conferência I: 20,16m²
7. Recebimento: 52,72m²
8. Expedição: 32,25m²
9. Sala lançamento de notas: 9,87m²
10. Doca recepção: 39,00m²
11. Doca expedição: 46,60m²
12. Banheiro masculino: 7,13m²
13. Banheiro feminino: 7,13m²
14. Banheiro PNE: 3m²
15. Vestiário: 18,80m²
16. Estoque térreo: 220,47m²
17. Estoque externo:349,55m²
18. Take away cabine: 9,12m²
19. Take away pista: 143,25m²
20. Circulação vertical estoque:24,34m²
21. Estacionamento
22. Praça

△ Acessos



Área total do terreno= 4282,95m²
Área construída= 1800,00m²
Taxa de ocupação= 41,95%

MALHA ESTRUTURAL



Materiais

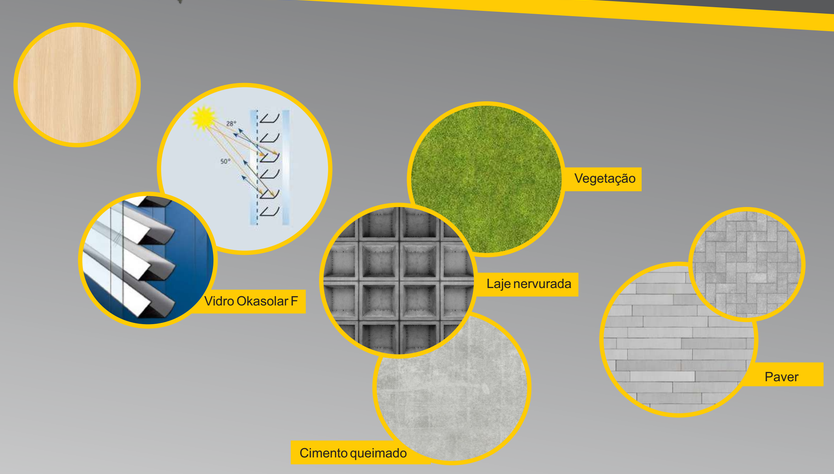
O edifício baseia-se na utilização de concreto na sua construção, afim de remeter ao setor em que a loja está inserida, trazendo o lado mais bruto, sendo equilibrado com o uso de madeira nos móveis e área verde.

O sistema construtivo adotado, trata-se de laje nervurada aparente, por proporcionar grandes vãos e possibilitando a criação de diferentes ambientes e possíveis mudanças de layout.

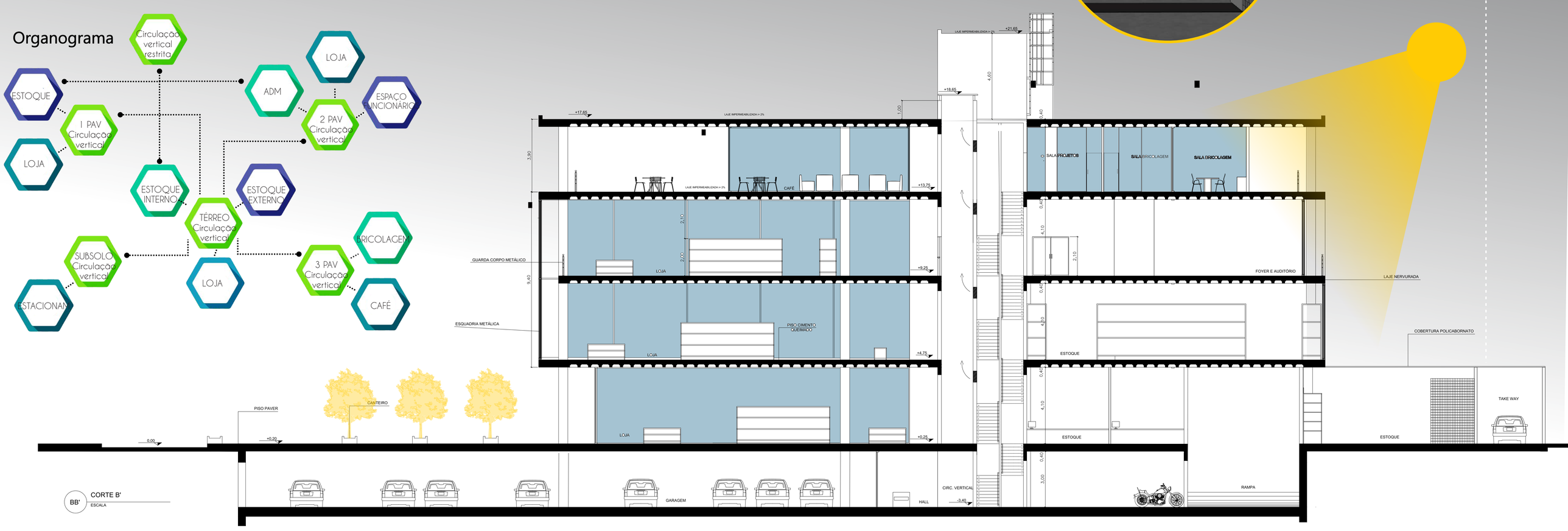
O fechamento se dá por vidro Okasolar F e esquadrias pretas. Este sistema explora a luz do dia e ao mesmo tempo a proteção solar, com a utilização de vidro duplo e entre eles há ripas metálicas, que reflete grande parte da radiação solar para o exterior e ao mesmo tempo é retrorrefletivo e direciona a luz do dia para dentro do ambiente. Os custos de iluminação artificial e cargas de resfriamento podem ser significativamente reduzidos e o balanço energético de um edificio pode ser otimizado.

As repartições dos ambientes internos se dá por woodrframe, devido a sua versatilidade e leveza. que foge um pouco do frio do concreto e trás um pouco mais de aconchego da madeira para os ambientes.

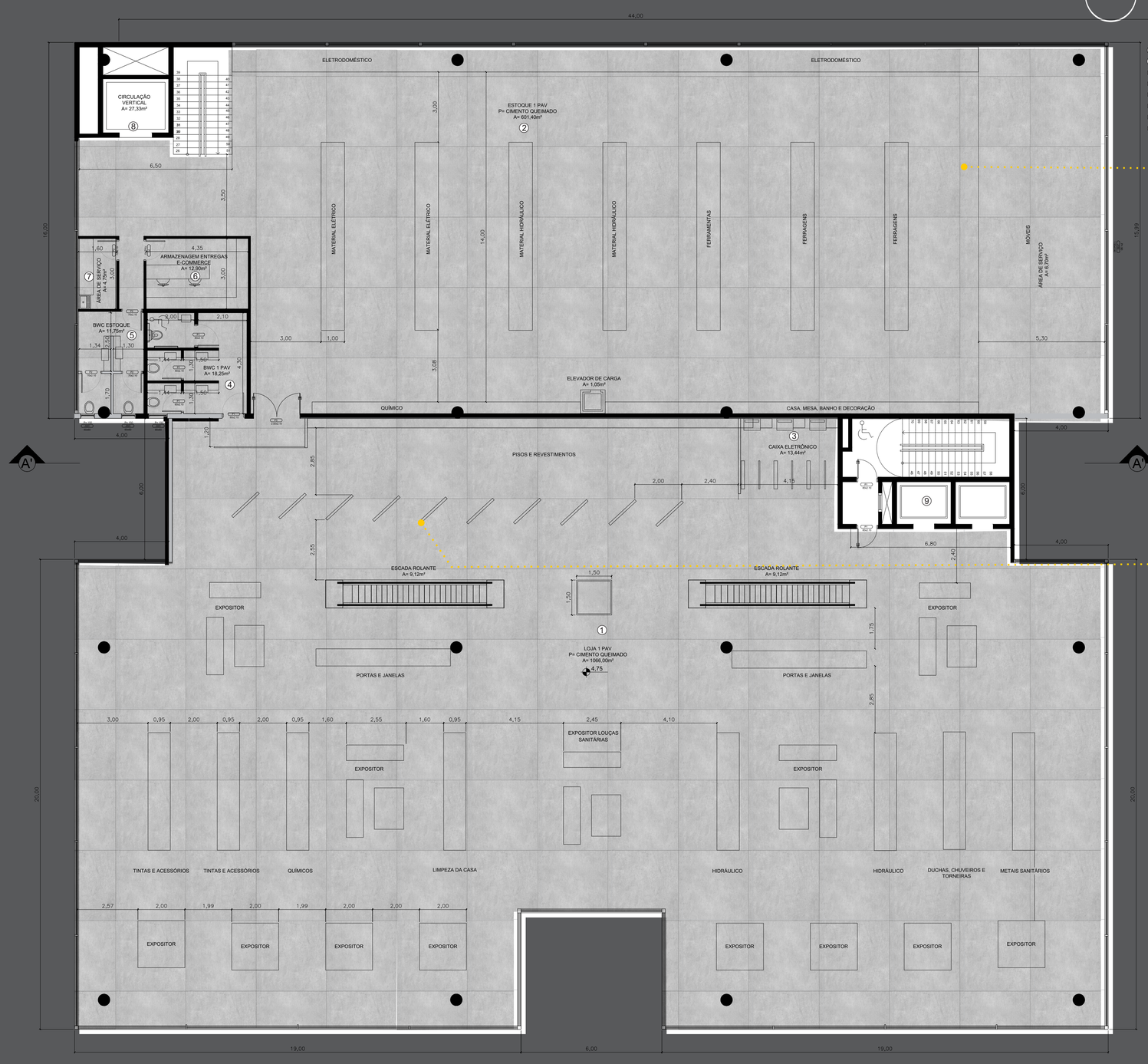
O piso interno é de cimento queimado, proporcionando fácil limpeza e remetendo diretamente a materiais de construção. A paginação externa conta com a utilização de paver, permitindo a permeabilidade do solo.



Organograma

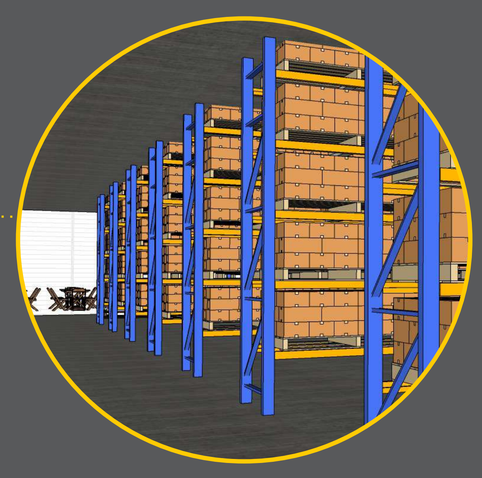


1 PAVIMENTO

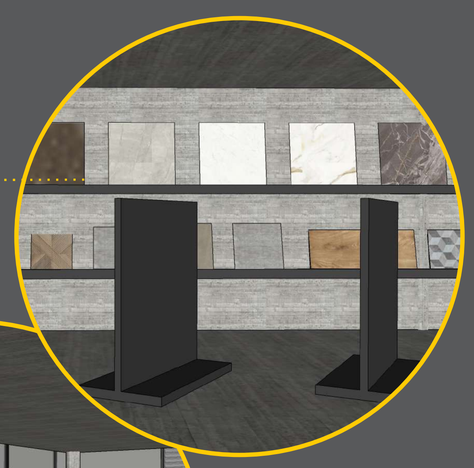


2 PLANTA 1 PAV
ESCALA
0 1 2 3 4 5 10m

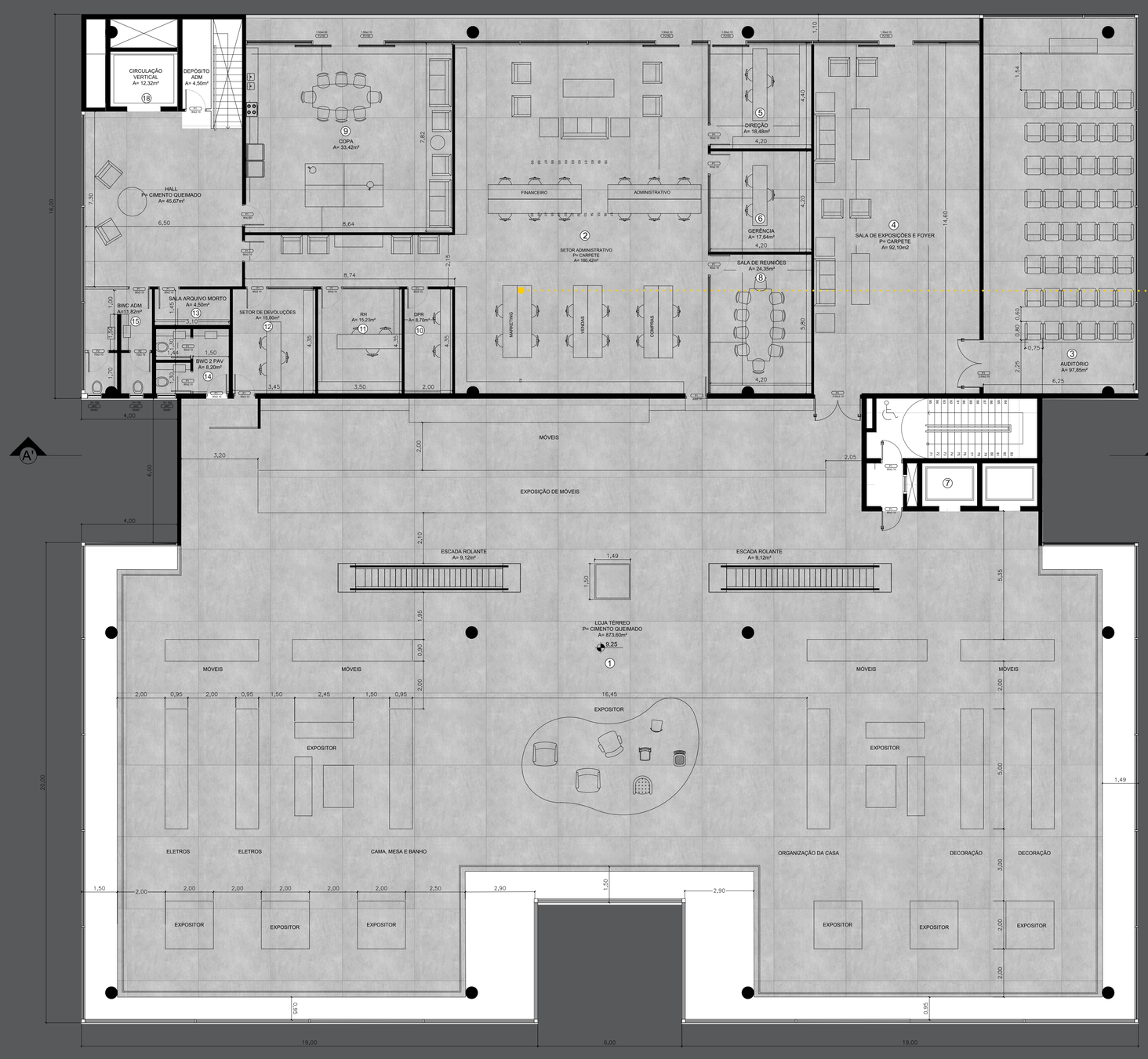
1. Loja 1 PAV: 1066,00m²
2. Estoque 1 PAV: 601,40m²
3. Caixa eletrônico: 13,45m²
4. Banheiro 1 PAV:18,25m²
5. Banheiro estoque 1 PAV: 11,75m²
6. Armazenagem entregas e-commerce: 12,90m²
7. Área de serviço: 4,75m²
8. Circulação vertical estoque: 27,33m²
   Circulação vertical loja: 36,80m²
   Elevador de carga: 1,05m²



O primeiro pavimento é destinado para o setor de revestimentos, hidráulico e produtos químicos, tratando-se de produtos que possuem uma Segunda procura maior, contando com expositores próprios para piso e outros em formato de ilha. Há caixas eletrônicos dispostos para os clientes, para garantir maior agilidade ao cliente. Banheiros ficam localizados do lado esquerdo da loja ao lado do acesso para o estoque, possuindo um painel eletrônico interativo a frente, para que possíveis dúvidas e novidades, o cliente possa retirar acessando-o. O estoque fica na parte de trás do edifício, concentrando os produtos mais leves, com banheiro para os funcionários, área de serviço e armazenagem de entregas realizadas via internet, no qual o pedido é separado, armazenado na sala e depois encaminhado para o correio.



2 PAVIMENTO



3 PLANTA 2 PAV
ESCALA
0 1 2 3 4 5 10m

1. Loja 2 PAV: 873,60m²
2. Setor administrativo: 180,42m²
3. Auditório: 97,85m²
4. Sala de exposições e foyer: 92,10m²
5. Direção: 18,48m²
6. Gerência: 17,64m²
7. Circulação vertical loja: 36,80m²
8. Sala de reuniões: 24,35m²
9. Copa: 33,42m²
10. DPR: 8,70m²
11. RH: 15,23m²
12. Setor de devoluções: 15,00m²
13. Sala arquivo morto: 4,50m²
14. Banheiro 2 PAV: 8,20m²
15. Banheiro administrativo: 11,82m²
16. Hall: 45,67m²
17. Depósito ADM:4,50m²
18. Circulação vertical estoque: 12,32m²

O segundo pavimento, o ambiente de loja fica destinado a produtos para casa, variando desde móveis até utensílios domésticos, possuindo áreas mais livres para a exposição dos móveis. Ao fundo localiza-se o setor administrativo, adotando um sistema similar de coworking, com mesas coletivas e uma pequena área de descanso e conversa, contando com salas envidraçadas, no qual não se perde totalmente a interação entre os ambiente. Há um espaço de exposições em conjunto com um foyer, para possíveis palestras, apresentações de produtos ou cursos. A copa dispões de sofas e uma mesa de jogos, para que os funcionários possam descansar e ter um pouco de descontração nos intervalos, dispondo de uma cozinha e mesa. O pavimento também conta com banheiros para funcionários e clientes.

Móveis

Os móveis da loja podem chegar até 2,50m de altura, feitos em madeira e aço. As gôndolas possuem um painel touch em cada com 2,50m de altura. As ilhas e expositores possuem de 1,00 a 1,50m de altura, destinados a produtos de destaques. As prateleiras fixas na parede, seguem o mesmo padrão de aço e madeira e painéis dos mesmos materiais. A escolha destes é para quebrar o ''frio'' do concreto, sem perder o estilo industrial destacado pela sustentação em aço preto.

UNISUL
UNIVERSIDADE DO SUL DE SANTA CATARINA
ARQUITETURA E URBANISMO UNISUL

TRABALHO DE CONCLUSÃO DE CURSO II

Loja Interativa de Materiais de Construção

ARQUITETURA E URBANISMO

ALUNO: Isadora de Oliveira Pires

ORIENTADOR: Rudivan Cattini

2020-1

3/6 PRANCHA

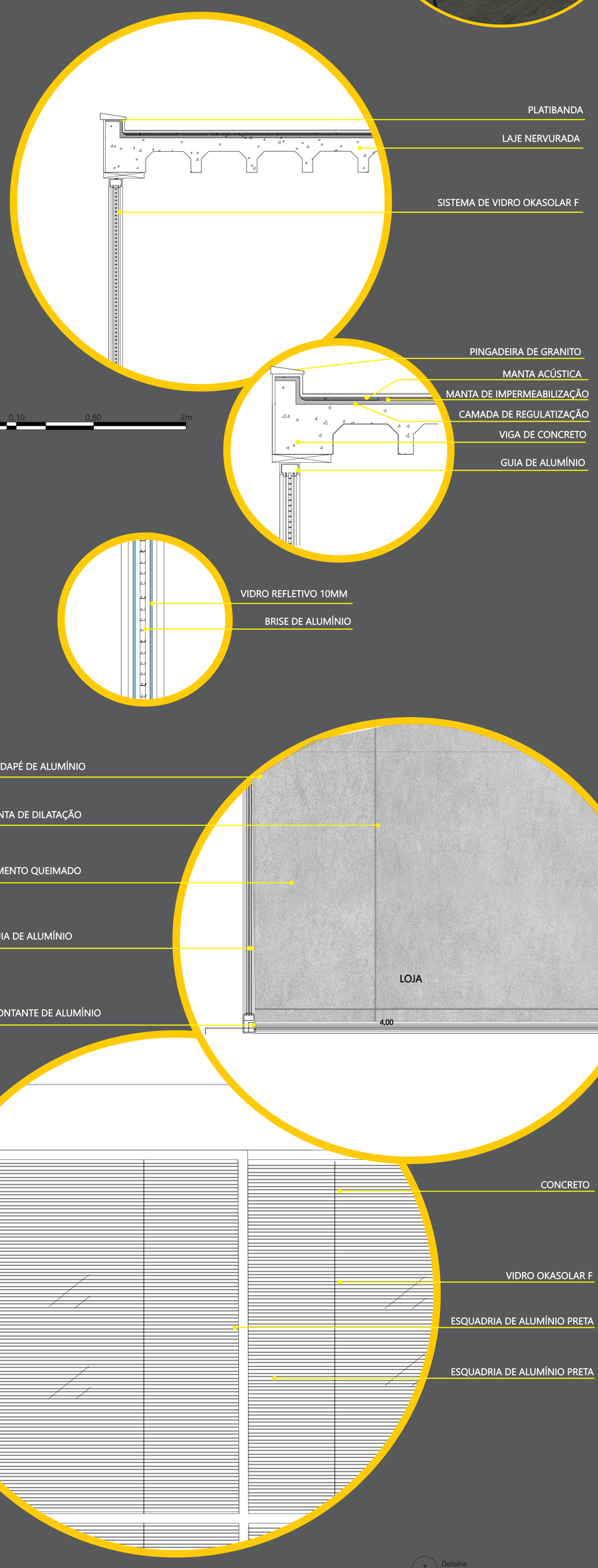
3 PAVIMENTO

1. Terraço:
2. Espaço bricolagem: 141,92m²
3. Sala projeto: 15,60m²
4. Sala bricolagem e impressora 3D: 27,15m²
5. Sala bricolagem: 28,80m²
6. Sala de cortes: 16m²
7. Depósito: 4,60m²
8. Banheiro 3 PAV: 21,36m²
9. Café: 213,85m²
10. Barrilete: 6,25m²
11. Circulação vertical: 22,90m²

O terceiro pavimento dispõe de um café para aqueles que estejam na loja ou para a população que deseje fazer um lanche, com visão para academia de polícia, que possui um vista agradável. O espaço de bricolagem é destinado para que tanto a população quanto os clientes possam fazer reparos ou que necessitem utilizar algum tipo de maquinário.

4 PLANTA 4 PAV
ESCALA

0 1 2 3 4 5 10m

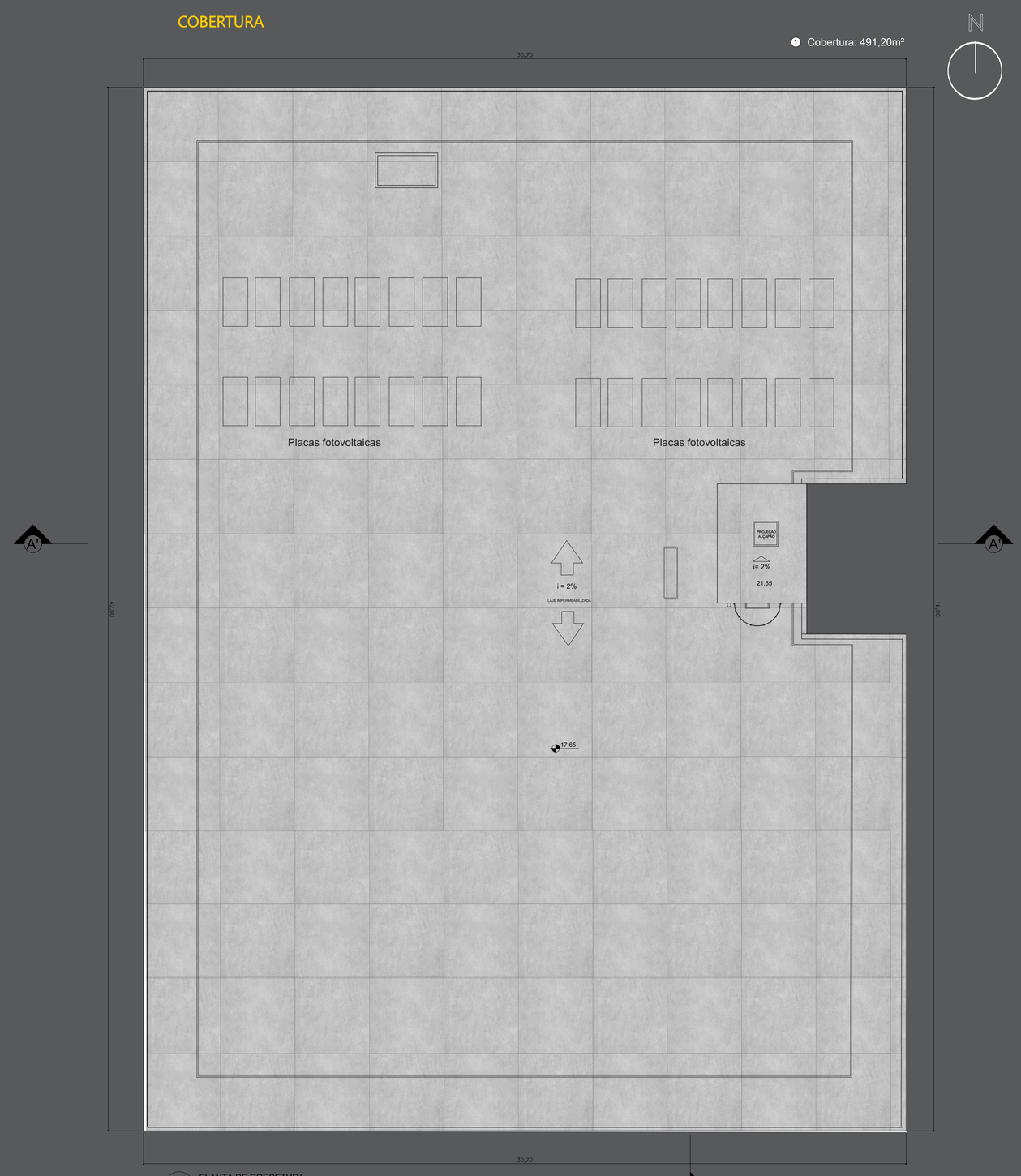


7 Detalhe
ESCALA

0 0,10 0,50 2m

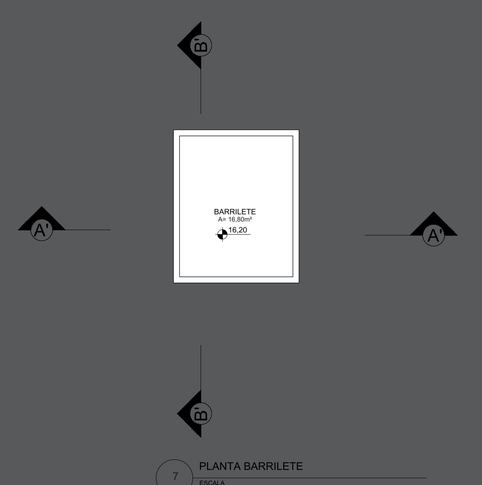
COBERTURA

1. Cobertura: 491,20m²



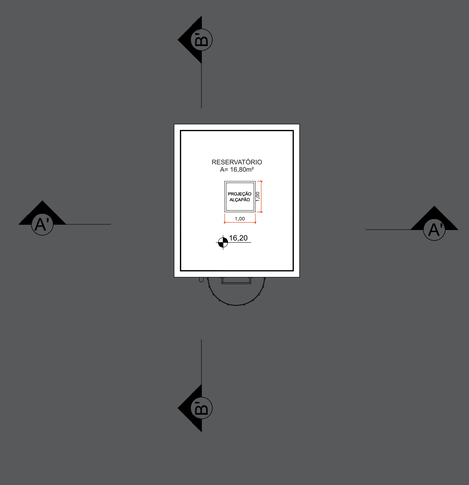
6 PLANTA DE CORBETURA
ESCALA

0 1 2 3 4 5 10m



7 PLANTA BARRILETE
ESCALA

0 1 2 3 4 5 10m



8 PLANTA RESERVATÓRIO
ESCALA

0 1 2 3 4 5 10m

UNISUL
UNIVERSIDADE DO SUL DE SANTA CATARINA
ARQUITETURA E URBANISMO
UNISUL

TRABALHO DE CONCLUSÃO DE CURSO II

Loja Interativa de Materiais de Construção

ARQUITETURA E URBANISMO

ALUNO: Isadora de Oliveira Pires

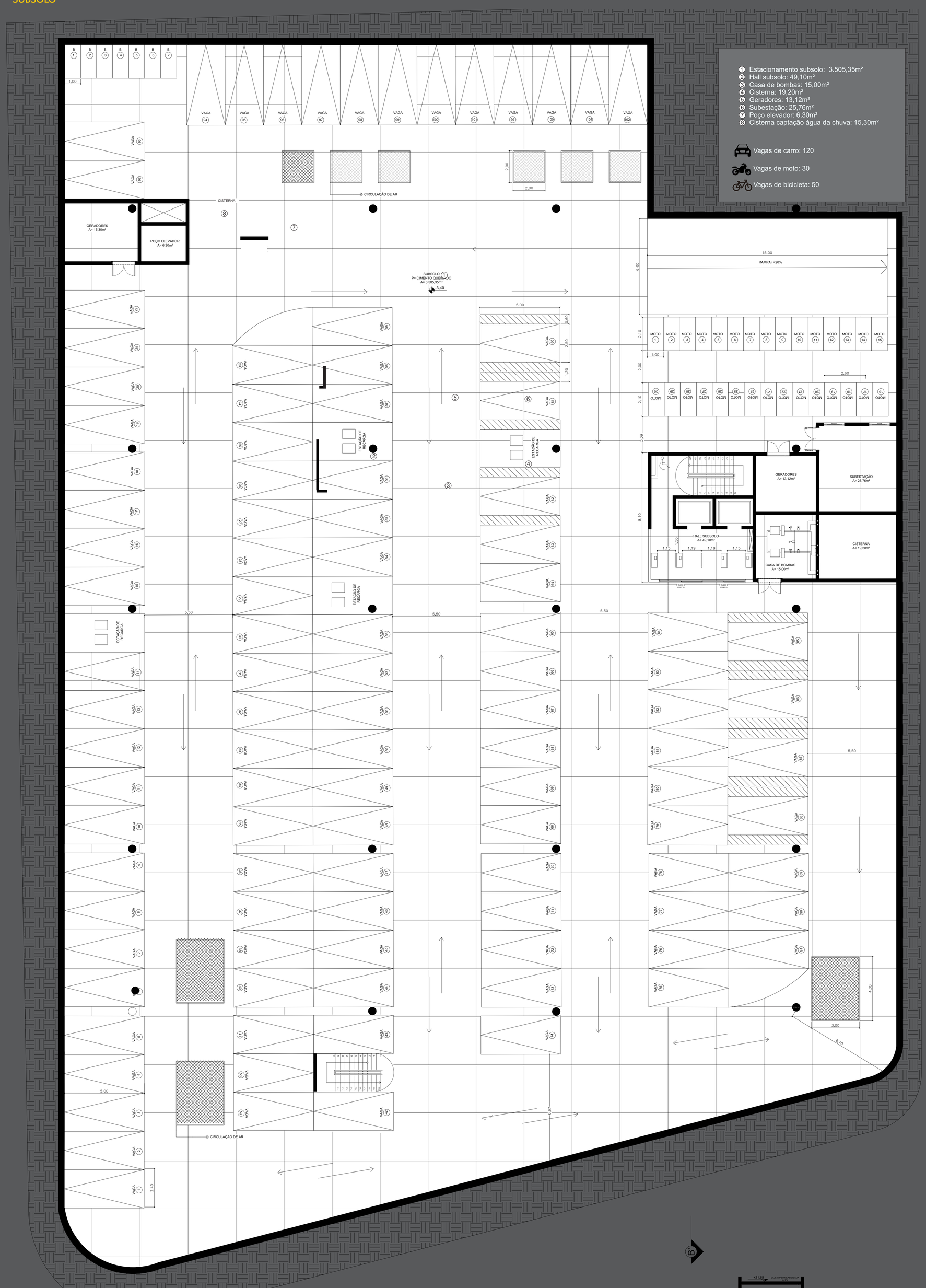
ORIENTADOR: Rudivan Cattini

2020-1

4/6

PRANCHA

SUBSOLO



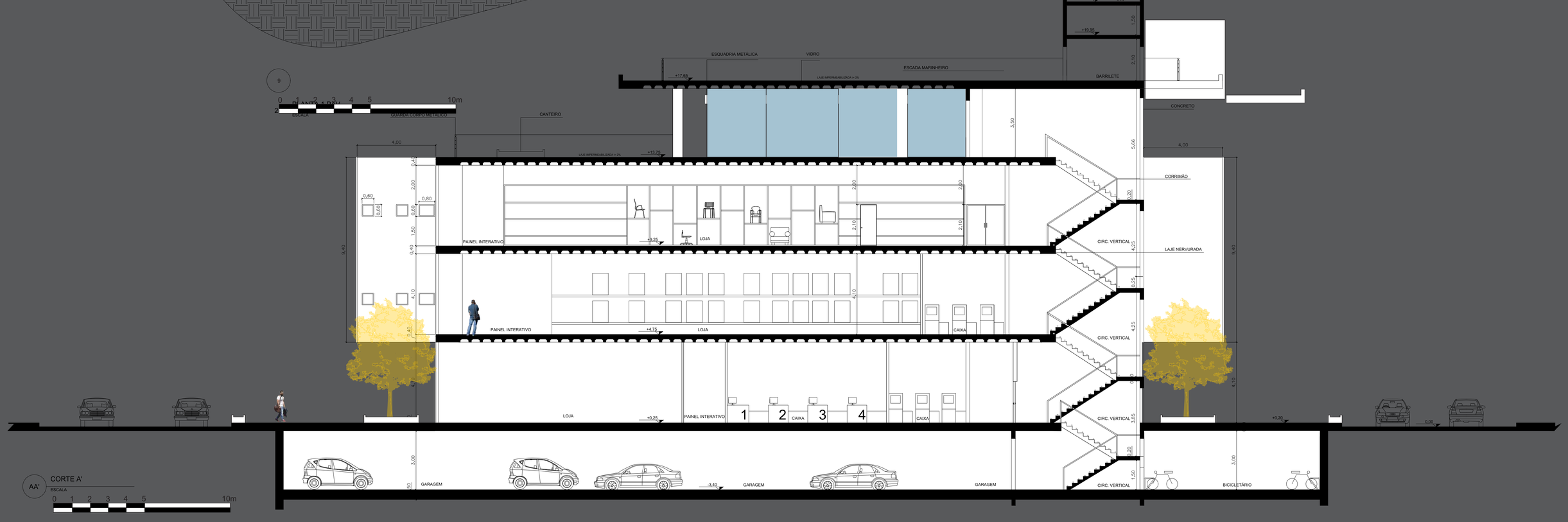
1. Estacionamento subsolo: 3.505,35m²
2. Hall subsolo: 49,10m²
3. Casa de bombas: 15,00m²
4. Cisterna: 19,20m²
5. Geradores: 13,12m²
6. Subestação: 25,76m²
7. Poço elevador: 6,30m²
8. Cisterna captação água da chuva: 15,30m²

Vagas de carro: 120

Vagas de moto: 30

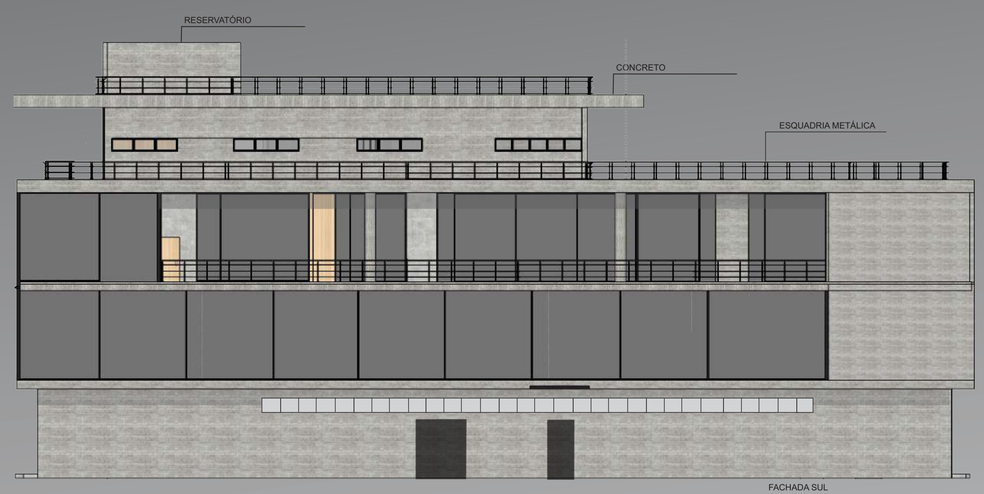
Vagas de bicicleta: 50

O subsolo conta com vagas para carro, motos e bicicletas, com estações de recarga para veículos elétricos. O hall dispõe de controle RFID, para que se possa ter controle daqueles que pagaram em diferentes pavimentos e já se direcionem para o subsolo. Há um segundo acesso para o térreo, no qual serve também para circulação de ar e quando necessário, a grade é aberta por sistema de pistões.

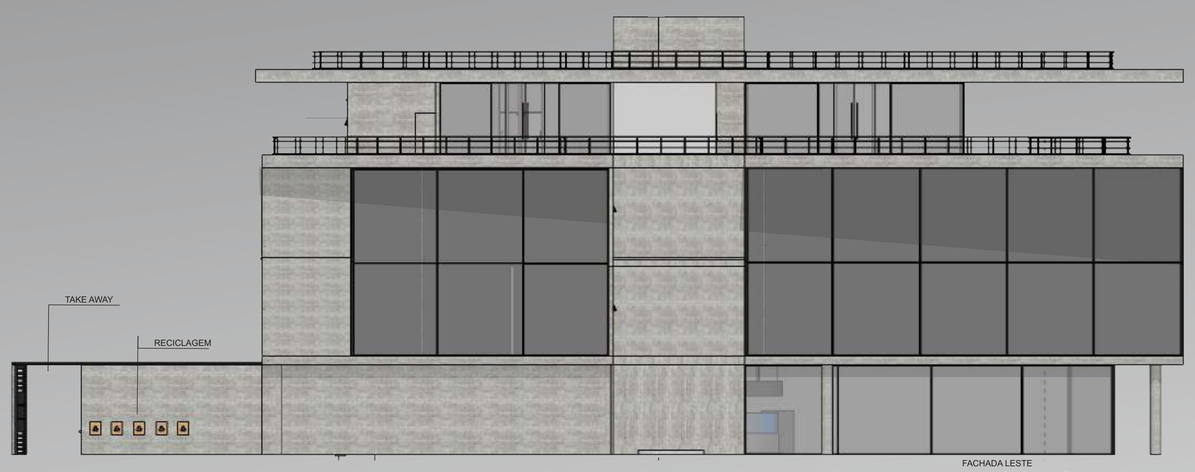


FACHADAS

FACHADA SUL
0 1 2 3 4 5 10m



FACHADA SUL
0 1 2 3 4 5 10m



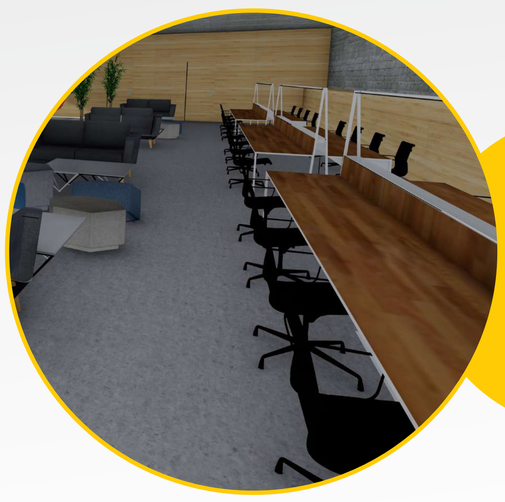
FACHADA LESTE
0 1 2 3 4 5 10m

FACHADA OESTE
0 1 2 3 4 5 10m

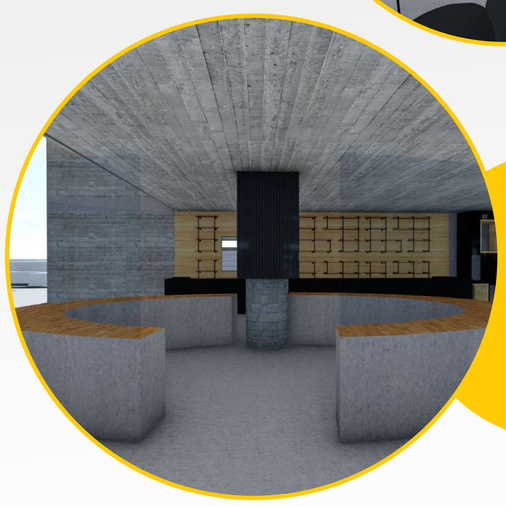
Os telões interativos vem com a proposta de trazer novas experiências ao consumidor. Cada gondôla possuirá um telão, no qual se tem todo acesso as informações dos produtos localizado nas prateleiras, sendo possível tirar eventuais dúvidas sobre o mesmo. Cada pavimento de loja possui um telão geral, onde tem acesso aos produtos e serviços que é oferecido, além da possibilidade de por uma imagem do seu ambiente e inserir fotos dos produtos existentes da loja na tela, afim de maior visualização.

O espaço destinado ao cliente para uso pessoal, conta com salas de bricolagem, impressora 3D, máquinas de corte, mesas e ferramentas disponibilizadas pela loja. O objetivo é fazer com que o cliente possa suprir suas necessidades de forma rápida e eficiente com o auxílio de um profissional, sendo uma referência para aqueles que desejam fazer pequenos reparos e recortes, aumentando assim o contato loja/cliente, proporcionando novas experiências.

O pequeno auditório será destinado a exposição de produtos novos e cursos disponibilizados pela empresa e workshops para funcionários e clientes.



O administrativo vem com a ideia de coworking, com mesas coletivas e sofás espalhados ao longo do espaço, afim de trazer conforto e servindo de estimulo a criação. As salas de reuniões são um pouco mais privativas, havendo a utilização de repartições e vidro sem perder a integração com os ambientes
A área destinada aos funcionários, vem com a ideia similar do setor administrativo, trazendo conforto e diversão em um mesmo ambiente.



Haverá um local destinado a testes de maquinários para aqueles que desejam maior informações sobre uma parafusadeira, por exemplo, que deseje testar também. Serão dispostas chapas de madeira para possíveis furos e cortes com os equipamentos, além de um telão informativo.

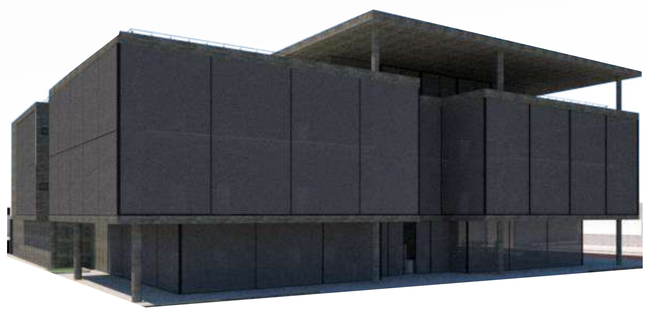


TABELA ESQUADRIAS

PORTAS

CÓDIGO	LARGURA	ALTURA	QUANTIDADE	TIPO	MATERIAL
P1	0,80	2,10	31	ABRIR	MADEIRA
P2	0,70	2,10	13	ABRIR	MADEIRA
P3	2,00	2,10	5	ABRIR	MADEIRA
P4	1,50	2,10	3	ABRIR	METÁLICA
P5	4,00	4,00	2	BASCULANTE	METÁLICA
P6	5,50	4,00	1	BASCULANTE	METÁLICA
P7	3,00	4,00	2	2 FOLHAS	METÁLICA
PJ200	2,00	2,10	2	ABRIR	METÁLICA
PJ 150	1,50	2,10	5	CORRER	VIDRO

JANELAS

CÓDIGO	LARGURA	ALTURA	PEITORIL	QUANTTIDADE	TIPO	MATERIAL
J1	80	80	3,10	30	MAXIM AR	ALUMÍNIO
J2	2,00	2,10	1,10	1	CORRER	ALUMÍNIO
J3	1,00	0,60	1,50	9	MAXIM AR	ALUMÍNIO
JWC	80	60	1,50	7	MAXIM AR	ALUMÍNIO
JWC	60	60	1,50	4	MAXIM AR	ALUMÍNIO

UNISUL
UNIVERSIDADE DO SUL DE SANTA CATARINA
ARQUITETURA E URBANISMO
UNISUL

TRABALHO DE CONCLUSÃO DE CURSO II

Loja Interativa de Materiais de Construção

ARQUITETURA E URBANISMO

2020-1

ALUNO: Isadora de Oliveira Pires

ORIENTADOR: Rudivan Cattini

6/6

PRANCHA