

SUSTENTABILIDADE, TECNOLOGIA E EXPERIÊNCIA NA ARQUITETURA COMERCIAL: Decor Plates, conectando pessoas e espaços através da arquitetura e design

Arquitetura comercial

Millena Candido dos Santos

Arquitetura e Urbanismo; Universidade Federal do Mato Grosso do Sul; millena.c@ufms.br.

Orientadora: Mariana Petruccelli Pires Watzel

Arquitetura e Urbanismo; Universidade Federal do Mato Grosso do Sul; p.mariana@ufms.br

RESUMO

Este trabalho propõe o desenvolvimento do projeto arquitetônico de uma loja física para a marca "Decor Plates", com foco na sustentabilidade, inovação tecnológica e otimização da experiência do usuário. O projeto será desenvolvido na Av. Weimar Gonçalves Torres, 2080, no bairro Beija Flor, em Naviraí, Mato Grosso do Sul, promovendo a integração de práticas sustentáveis, como o uso de materiais de baixo impacto ambiental, e soluções tecnológicas, como automação de iluminação e aproveitamento de energia solar. A proposta possui um layout estratégico com ambientes acessíveis e funcionais, incluindo áreas de atendimento, salas de consultoria de interiores e elementos de vegetação, visando promover um ambiente confortável e interativo. O objetivo é oferecer um espaço único que fortaleça o vínculo com os clientes e incentive a interação por meio de um design inovador e funcional, voltado à comercialização de produtos e à prestação de serviços.

Palavras-chave: arquitetura, sustentabilidade, design, inovação, experiência.

ABSTRACT

This work proposes the development of the architectural project for a physical store for the brand "Decor Plates", focusing on sustainability, technological innovation, and the optimization of the user experience. The project will be developed at Av. Weimar Gonçalves Torres, 2080, in the Beija Flor neighborhood, in Naviraí, Mato Grosso do Sul, promoting the integration of sustainable practices, such as the use of low environmental impact materials, and technological solutions, such as lighting automation and solar energy utilization. The proposal includes a strategic layout with accessible and functional spaces, including service areas, interior consulting rooms, and vegetation elements, aiming to promote a comfortable and interactive environment. The objective is to offer a unique space that strengthens the bond with customers and encourages interaction through an innovative and functional design, aimed at the commercialization of products and the provision of services.

Keywords: architecture, sustainability, design, innovation, experience.

1. Introdução

A arquitetura comercial, ao longo dos anos, vem sendo moldada por uma lógica predominantemente voltada ao consumo, priorizando as estratégias de venda em detrimento da experiência das pessoas nos espaços. Em meio a um cenário cada vez mais acelerado e competitivo, muitos ambientes comerciais têm se tornado impessoais, desprovidos de identidade, afastando-se da essência de acolher, envolver e se conectar com quem os frequenta. No entanto, observa-se uma crescente necessidade por espaços comerciais que vão além da funcionalidade, integrando aspectos sensoriais, afetivos e sustentáveis como parte fundamental do projeto.

Neste contexto, a proposta deste trabalho é investigar como a arquitetura comercial pode ser resinificada por meio da aplicação de sustentabilidade, tecnologia e experiência do usuário, tomando como objeto de estudo o projeto da loja física Decor Plates, uma marca que já se destaca no ambiente virtual pela personalização, pelo afeto e pela valorização do atendimento ao cliente. A intenção é transportar para o espaço físico os mesmos valores que a marca expressa no digital, criando um ambiente comercial que não apenas expõe produtos, mas que também proporciona experiências únicas e significativas para quem o visita. Como afirma Gurgel (2013, p. 18), “O espaço comercial deve ser planejado de forma a comunicar valores e despertar sensações, além de facilitar o processo de compra.” reforçando a ideia de que a arquitetura, quando sensível às necessidades humanas, pode ir além da estética e da função, tornando-se uma linguagem de conexão.

Assim, o presente artigo parte da premissa de que é possível - e necessário - equilibrar o olhar técnico com a sensibilidade no fazer arquitetônico. Mais do que um espaço de venda, a loja Decor Plates busca materializar uma experiência sensorial e afetiva, capaz de acolher e refletir a essência da marca. A proposta é demonstrar como a Arquitetura pode atuar como agente transformador nos espaços comerciais contemporâneos, promovendo não apenas o consumo consciente, mas também relações mais humanas, memoráveis e significativas entre as pessoas e os ambientes comerciais.

2. Justificativa

A escolha do tema “Sustentabilidade, Tecnologia e Experiência na Arquitetura Comercial” se justifica pela necessidade de expandir o olhar sobre o papel estratégico dos espaços comerciais no cenário atual. Em tempos em que as marcas buscam criar vínculos

emocionais com seus públicos, os ambientes físicos assumem a responsabilidade de comunicar valores, provocar sensações e fortalecer conexões. Como destacam Karsaklian e Barros (2020), “a experiência vivida pelo consumidor dentro do espaço influencia diretamente sua percepção sobre a marca e seu desejo de pertencimento”. Assim, o projeto comercial deixa de ser apenas uma questão funcional e passa a integrar uma narrativa mais ampla de identidade e significado.

Dentro desse contexto, a proposta de desenvolver o projeto da loja física da Decor Plates representa uma oportunidade concreta de traduzir em espaço os valores já consolidados pela marca no meio digital. Com foco na personalização, no afeto e na atenção ao cliente, a marca oferece uma base através do seu “porquê” para a criação de um ambiente que dialogue com o público por meio de sensações, materiais e experiências. Esse conceito, centrado na experiência, será concretizado no projeto como partido arquitetônico, por meio de elementos que estimulem os sentidos e criem conexões: o uso de texturas naturais, a paleta em tons neutros, a disposição fluida dos mobiliários e a valorização da iluminação acolhedora.

Projetar esse espaço é, portanto, mais do que criar um layout: é contar uma história. Ao afirmar que “o design é uma ponte entre a inovação e o significado”, Celaschi (2007, p. 112) reforça a importância de abordagens que conectem estética, função e emoção — que é exatamente o que se busca neste trabalho.

Além do valor simbólico e comunicativo, o projeto também traz relevância por sua abordagem interdisciplinar. Arquitetura, design, marketing, comportamento do consumidor e sustentabilidade se articulam como pilares do desenvolvimento, enriquecendo então a proposta e ampliando o campo de atuação do(a) profissional arquiteto(a). Essa união dos elementos permite compreender o espaço não apenas como estrutura física, mas como meio de expressão. Segundo Lopes e Bueno (2015), “a sustentabilidade deve ser integrada desde o conceito inicial do projeto, não apenas como diferencial, mas como compromisso com o futuro”, uma premissa que guia as escolhas deste trabalho, desde materiais até soluções tecnológicas aplicadas.

Portanto, trata-se de um projeto autoral, com forte envolvimento emocional e acesso direto à construção da identidade da marca através da arquitetura e design. A viabilidade da proposta é reforçada pela existência do espaço físico real a ser projetado, permitindo

um estudo aplicado e alinhado com as demandas práticas de um negócio em expansão. Mais do que um exercício acadêmico, este presente Trabalho de Conclusão de Curso é uma oportunidade de aplicar saberes adquiridos ao longo da formação em um cenário real, sensível e criativo, onde a arquitetura não apenas organiza, mas transforma, comunica e acolhe.

3. Objetivos

O atual trabalho tem como objetivo desenvolver uma proposta de arquitetura comercial para a loja Decor Plates, com ênfase na integração de princípios de sustentabilidade, tecnologias aplicadas ao ambiente construído e estratégias de design centradas na experiência do usuário. O projeto visa à qualificação do espaço físico por meio da otimização funcional, da valorização da identidade da marca e da criação de uma ambiência sensorial que favoreça a conexão entre o consumidor, o produto e o espaço. A proposta também busca explorar soluções arquitetônicas inovadoras que contribuam para a eficiência operacional, a redução de impactos ambientais e o fortalecimento da relação entre arquitetura, design e consumo contemporâneo.

4. Referencial Teórico

Ao longo dos anos, a arquitetura comercial tem sido cada vez mais reconhecida pela sua importância e avanços. Na Idade Média, o comércio era concentrado em feiras e mercados públicos, normalmente em praças ao ar livre, com foco maior na funcionalidade do que na estética. Já no Renascimento e, posteriormente, durante o século XVIII — período da Revolução Industrial — o comércio começou a se transformar. Surgiram as primeiras lojas e as galerias comerciais cobertas, como a famosa Galeria Vittorio Emanuele II, em Milão, inaugurada em 1877.

Sobre esse acontecimento, o filósofo Walter Benjamin analisou as galerias comerciais do século XIX como símbolos do capitalismo emergente, destacando sua importância simbólica e arquitetônica como representações de uma nova relação entre espaço urbano, consumo e estética (BENJAMIN, 2006). Elas tornaram-se bons exemplos de como o comércio e a arquitetura precisam caminhar juntos para criar experiências significativas.

No início do século XX, com o crescimento da cultura de consumo, surgiram os shopping centers, junto à ideia dos pontos de venda como parte das estratégias de marketing. O

espaço comercial deixou de ser apenas um suporte para vendas e passou a ser também um elemento de persuasão, no qual aspectos como fachada, layout de interiores e ambientação são projetados intencionalmente para atrair e envolver os clientes com a marca e o ambiente. Victor Gruen, considerado o “pai dos shopping centers”, defendia que os centros comerciais deveriam ser mais do que locais de compras, atuando como centros comunitários focados no bem-estar das pessoas (GRUEN, 1960).

Diante desse pensamento e com base em pesquisas atuais realizadas diretamente com clientes dos comércios locais do município de Naviraí e região, observa-se que o espaço comercial contemporâneo precisa ir além da função de venda. Deve ser pensado como uma extensão da experiência do consumidor, promovendo vínculos emocionais e fortalecendo a identidade da marca.

A arquitetura comercial acompanha as transformações sociais, econômicas e culturais de cada época, refletindo as necessidades e expectativas da sociedade em sua materialidade e configuração espacial. Mais do que atender a funções práticas, os espaços comerciais tornam-se verdadeiros instrumentos de comunicação e expressão cultural.

Diante das exigências atuais, observa-se uma crescente necessidade da aplicação de tecnologias inovadoras, práticas sustentáveis e estratégias projetuais voltadas à criação de experiências marcantes para os usuários através da arquitetura — aspectos que serão aprofundados nos próximos tópicos deste referencial.

4.1 Arquitetura comercial contemporânea

A arquitetura comercial contemporânea tem assumido um papel estratégico e multifuncional, indo além da função de abrigo físico para as atividades comerciais. Ela se torna uma poderosa ferramenta de comunicação, marketing e experiência do consumidor, sendo cada vez mais valorizada no desenvolvimento da identidade de marcas e no fortalecimento do relacionamento com o público.

Como citado anteriormente, a transformação da arquitetura comercial acompanha as mudanças culturais, tecnológicas e econômicas das últimas décadas, exigindo um olhar crítico e atualizado sobre a contemporaneidade. De acordo com Gurgel (2018), o ambiente comercial deve comunicar a identidade da empresa e ser planejado com base em critérios técnicos e emocionais. A autora reforça: “É preciso que a arquitetura do

espaço esteja alinhada à imagem que a marca deseja transmitir, ao mesmo tempo em que oferece conforto, funcionalidade e sensações positivas ao consumidor” (GURGEL, 2018, p. 31). Ou seja, o espaço físico precisa estar em sintonia com os valores da marca, promovendo uma experiência coerente e memorável.

Nesse sentido, a arquitetura comercial atual é cada vez mais pensada como um componente essencial da estratégia de branding. Camêlo (2019) defende que a arquitetura pode ser utilizada como uma ferramenta eficaz para construir a percepção da marca no imaginário do consumidor, contribuindo diretamente para o seu posicionamento no mercado. Segundo a autora: “A ambientação do ponto de venda é um dos recursos mais potentes para comunicar valores, despertar emoções e fidelizar clientes” (CAMÊLO, 2019, p. 6).

A digitalização das relações de consumo também contribuiu para o surgimento de lojas híbridas, que integram o ambiente físico e o digital, tornando possível a expansão da marca em múltiplos canais. Segundo Cazarin (2020): “A loja física deixa de ser apenas um local de transação e passa a ser um espaço de vivência e experiência, onde o consumidor interage com os produtos e com a marca de maneira multissensorial” (CAZARIN, 2020). Com isso, conceitos anteriormente aplicados majoritariamente em espaços urbanos ou culturais passaram a influenciar também a arquitetura comercial. Um exemplo é o placemaking, que, segundo Moreira (2021), “pode ser entendido como a produção de lugares”, com o objetivo de transformar espaços públicos e criar oportunidades para estreitar as conexões entre as pessoas e esses locais. O autor explica ainda: “Placemaking deve ser entendido, portanto, como um processo centrado nas pessoas e suas necessidades, aspirações, desejos e visões, o que o torna dependente da participação da comunidade” (MOREIRA, 2021).

Outro aspecto relevante é o uso do design biofílico, que busca reconectar o ser humano com a natureza por meio da inserção de elementos naturais nos espaços construídos, como luz natural, vegetação e materiais orgânicos. Para Kellert (2015), essa abordagem impacta positivamente o bem-estar dos usuários e reforça a imagem sustentável de empresas que adotam práticas ambientais responsáveis.

No plano funcional, a arquitetura comercial também prioriza a organização eficiente dos fluxos internos, a disposição lógica dos setores e a acessibilidade. Bitner (1992) destaca

que a configuração física do ambiente influencia diretamente o comportamento do consumidor e a percepção da qualidade dos serviços, tornando-se um fator estratégico para o sucesso comercial.

Para Verhoef et al. (2015), integração dos canais físicos e digitais, caracterizando a estratégia omnichannel, tem transformado as lojas físicas em espaços multifuncionais e dinâmicos. Ao deixarem de ser apenas pontos de transação, esses ambientes passaram a ser locais de interação, experimentação e fortalecimento do vínculo com o consumidor. Segundo Verhoef et al. (2015), o omnichannel management envolve a gestão integrada de múltiplos canais e pontos de contato com o cliente, otimizando tanto a experiência do consumidor quanto o desempenho do varejo como um todo.

Levy, Weitz e Grewal (2013) destacam que o omnichannel retailing consiste em uma oferta multicanal coordenada, que permite ao consumidor transitar entre os canais de forma contínua, mantendo a coerência da experiência em todos os pontos de contato. Essa evolução, conforme Piotrowicz e Cuthbertson (2014), representa um avanço em relação ao modelo multicanal tradicional, ao consolidar os canais em um único processo de compra integrado.

Nesse cenário, o retail design torna-se uma abordagem essencial, combinando arquitetura, design e marketing para planejar espaços comerciais que traduzam os valores da marca e promovam uma conexão emocional com o consumidor. Essa nova realidade demanda um olhar interdisciplinar e integrado, capaz de unir arquitetura, tecnologia e comunicação visual em soluções coerentes e eficazes, proporcionando uma experiência de compra unificada e personalizada ao consumidor.

Tais transformações demandam dos profissionais da arquitetura um olhar ampliado. Projetar ambientes comerciais contemporâneos requer domínio técnico, sensibilidade estética e compreensão das novas formas de consumo. Como destaca Gurgel (2022): “A arquitetura é responsável por traduzir em formas, cores, materiais e sensações os desejos e valores de uma sociedade, impactando diretamente na maneira como as pessoas vivem e se conectam com os espaços” (GURGEL, 2022, p. 112).

Com o avanço do design centrado no usuário, a arquitetura comercial passou a considerar de forma mais intensa os aspectos emocionais e comportamentais. Ambientes que

despertam sensações positivas contribuem para prolongar a permanência dos clientes e influenciar suas decisões de compra. Pine e Gilmore (1999) destacam que vivências memoráveis podem agregar valor aos produtos e serviços oferecidos, sendo a experiência um importante diferencial competitivo.

4.2 Neuroarquitetura aplicada à arquitetura comercial

A neuroarquitetura, campo interdisciplinar que une arquitetura, psicologia e neurociência, tem ganhado cada vez mais espaço no desenvolvimento de projetos comerciais. Seu objetivo é compreender como os ambientes construídos influenciam o cérebro humano e, consequentemente, o comportamento, as emoções e as decisões das pessoas. No contexto do varejo, essa abordagem se torna estratégica para criar espaços mais acolhedores, eficientes e emocionalmente significativos.

Segundo Gonçalves e Paiva (2018), a retenção de informação e a criatividade podem ter um desempenho 50% a 75% maior em um ambiente multissensorial, o que reforça a importância de considerar estímulos como luz, cor, aroma e som no projeto de interiores comerciais. Ao interagir com o espaço, o ser humano absorve estímulos através dos sentidos, e essas sensações são interpretadas de forma racional, influenciadas por contextos pessoais, coletivos e culturais (ESTÊVÃO, 2023). A neuroarquitetura estuda justamente o impacto desses fatores sensoriais na arquitetura, no design e no urbanismo, com o objetivo de promover sensações benéficas ao cérebro e despertar emoções positivas nos usuários (ESTÊVÃO, 2023).

Essa compreensão permite que o projeto arquitetônico vá além da funcionalidade e da estética, considerando também os estímulos que despertam conforto e conexão emocional. A neurociência aplicada à arquitetura comprova que os espaços podem impactar diretamente o comportamento das pessoas, mesmo que de forma inconsciente, promovendo uma forma inteligente de criar ambientes mais humanizados (MOREIRA, 2022).

Esse entendimento foi essencial na concepção da loja Decor Plates. O layout e a escolha das cores foram pensados para gerar conforto visual e sensação de acolhimento. A iluminação foi planejada para destacar os produtos e, ao mesmo tempo, criar um ambiente calmo e envolvente. Cada decisão foi tomada com base na experiência sensorial do

usuário, buscando transformar a visita à loja em uma vivência marcante e positiva, alinhada aos valores da marca, que se baseiam na afetividade, na personalização e no design como forma de conexão.

Outro aspecto essencial para a construção de espaços sustentáveis e emocionalmente significativos é a arquitetura biofílica. Essa vertente do projeto valoriza a integração entre o ambiente construído e os elementos naturais, reconhecendo que a presença da natureza no cotidiano contribui para o equilíbrio físico, psicológico e afetivo dos usuários. Segundo Gurgel (2018), a biofilia remete a uma tendência inata do ser humano em buscar conexões com a natureza, e sua aplicação na arquitetura favorece a sensação de acolhimento e pertencimento, especialmente em contextos urbanos. Incorporar essa perspectiva ao projeto permite ampliar o conceito de sustentabilidade, compreendendo o espaço não apenas como funcional e eficiente, mas também como um ambiente sensível, adaptável e conectado à vida.

4.3 O uso de tecnologias para criar experiências no espaço comercial

A incorporação de recursos tecnológicos em espaços comerciais tem transformado a maneira como os usuários interagem com ambientes de compras, criando experiências imersivas e personalizadas que vão além da simples transação de produtos. Segundo Esteve e Vedana (2023), compreender o comportamento do consumidor é essencial para criar espaços que despertem o desejo de compra. No campo da arquitetura de interiores, a inovação tornou-se uma aliada fundamental na criação de ambientes responsivos, que promovem tanto a funcionalidade quanto a experiência sensorial.

Quando a arquitetura é associada a sistemas inteligentes, cria-se um espaço dinâmico e interativo. O uso de sensores e dispositivos de automação, como o controle inteligente de iluminação e temperatura, exemplifica como é possível adaptar um ambiente às preferências dos clientes. Segundo Gaspar (2021), a automação residencial e comercial permite criar experiências mais personalizadas e eficientes, o que pode ser aplicado de forma estratégica para gerar maior conforto e praticidade ao público.

A dimerização, isto é, o controle da intensidade da iluminação artificial, tornou-se uma solução estratégica no contexto da arquitetura contemporânea, especialmente em ambientes comerciais que demandam versatilidade, conforto visual e eficiência

energética. A capacidade de ajustar os níveis de luz conforme a necessidade do espaço não apenas contribui para a criação de atmosferas adequadas às diferentes funções do ambiente, como também para a economia de energia (FERNANDES et al., 2018).

Segundo Bonora (2000), a dimerização é tecnicamente entendida como o processo de variação da potência da iluminação, aplicável tanto a lâmpadas incandescentes quanto fluorescentes, sendo essencial para promover equilíbrio entre luz artificial e natural. Complementando essa visão, Dias (2019) reforça que a integração da iluminação natural e artificial por meio da dimerização é uma das estratégias mais eficientes para garantir conforto e desempenho energético nos espaços arquitetônicos. A aplicação desse tipo de controle permite que a luz artificial complemente apenas o necessário, reduzindo o consumo e mantendo a qualidade visual do ambiente.

Além da eficiência, a dimerização tem um papel fundamental na experiência do usuário. Como destacam Bandeira e Scarazzato (2018), o controle da intensidade luminosa permite a criação de diferentes cenários no ambiente, adaptando-o a diversas atividades e promovendo bem-estar. Tal recurso, aliado ao design estratégico do espaço, torna-se um diferencial na concepção de projetos que buscam proporcionar sensações, experiências e funcionalidade.

No caso da loja, a implementação de sistemas automatizados de iluminação e displays interativos pode aprimorar a experiência de compra, tornando o espaço mais adaptável e intuitivo, conforme as necessidades dos consumidores.

As ferramentas imersivas, como a realidade aumentada (AR), oferecem a possibilidade de proporcionar experiências únicas, especialmente em ambientes voltados para design e decoração. De acordo com Pantano e Timmermans (2014), o uso da AR no varejo reduz a incerteza durante a escolha do produto, permitindo ao cliente visualizar o item em contexto. Essa abordagem torna o processo de compra mais seguro e envolvente, incentivando a decisão de forma mais intuitiva. Nesse sentido, a marca pode explorar a AR para permitir que os clientes visualizem como os quadros ficariam em seus próprios ambientes, tornando a jornada de compra mais interativa e personalizada.

A sustentabilidade e a eficiência energética também são pontos centrais no design de interiores tecnológico. A utilização de materiais ecológicos e sistemas de automação para

otimização energética são práticas que contribuem tanto para a redução de impactos ambientais quanto para a valorização da marca.

Como destaca Silva (2022), projetar com foco na sustentabilidade é fundamental para atender às novas demandas do consumidor consciente, sendo um diferencial competitivo no mercado atual. A Decor Plates pode adotar práticas sustentáveis, como o uso de materiais ecológicos em seus displays e a instalação de iluminação LED, alinhando-se às tendências de consumo consciente e reforçando o compromisso com o meio ambiente.

A inovação digital também tem sido essencial na criação de espaços mais conectados e versáteis. A utilização de soluções como displays interativos e simulações virtuais está cada vez mais presente no design de interiores, contribuindo para experiências mais ricas e envolventes. O ambiente comercial pode contar com ferramentas como essas para permitir que os visitantes testem diferentes configurações visuais, aumentando o grau de personalização e conexão emocional com os produtos (ISSIMA STORE, 2023).

Além disso, práticas sustentáveis, como o uso de materiais ecológicos e sistemas automatizados para otimização energética, ganham cada vez mais relevância no setor. Ao aplicar essas estratégias, o empreendimento não apenas reduz seu impacto ambiental, mas também se destaca no mercado, atraindo consumidores atentos às questões ecológicas (VEIGA, 2023). A aplicação dessas soluções pode potencializar a experiência do consumidor, destacando os produtos de forma criativa, eficiente e emocional. Elementos como automação da iluminação, o uso de interfaces interativas e a possibilidade de simular os quadros por meio da realidade aumentada tornam o espaço mais atrativo e funcional, alinhando o projeto físico à proposta da marca de oferecer uma vivência única e personalizada ao seu público.

4.4 A sustentabilidade aplicada na arquitetura e interiores

A sustentabilidade, como princípio norteador da arquitetura contemporânea, exige uma reavaliação profunda das formas de projetar e habitar. Mais do que uma tendência estética, ela enfatiza a responsabilidade socioambiental e busca o equilíbrio entre as necessidades humanas e a preservação dos recursos naturais. No contexto da arquitetura de interiores, especialmente em espaços comerciais, essa abordagem adquire uma dimensão estratégica, conectando ética, funcionalidade e identidade. Ela transcende o

campo visual e passa a incorporar valores como durabilidade, bem-estar, ética no consumo e impacto ambiental reduzido.

Segundo Grzegorzewski, Nemer e Silva (2023), "a aplicação dos conceitos de sustentabilidade na produção de arquitetura de interiores é fundamental para promover ambientes que respeitem os princípios ecológicos e sociais". Essa perspectiva reforça a ideia de que a sustentabilidade deve ser tratada como vetor de inovação e reflexão crítica, e não apenas como uma tendência superficial.

A arquitetura de interiores sustentável busca responder a uma demanda crescente por ambientes que promovam qualidade de vida, responsabilidade ambiental e conexão emocional. José Lutzenberger, um dos pioneiros da ecologia no Brasil, destaca: “um projeto verdadeiramente sustentável é aquele que respeita os ritmos da natureza e compreende que o ser humano não está separado do meio ambiente, mas é parte dele” (LUTZENBERGER, 1999, p. 42). Essa visão holística, quando aplicada aos interiores, exige atenção à procedência dos materiais, à ventilação natural, ao aproveitamento da luz solar e à criação de soluções que dialoguem com o entorno de forma sensível.

Além disso, a sustentabilidade está diretamente relacionada ao conceito de design consciente. Conforme define Silva (2016), esse conceito “valoriza o ciclo de vida dos materiais, o impacto social do consumo e a capacidade dos espaços de se adaptarem ao longo do tempo, promovendo não apenas economia de recursos, mas também permanência e significado” (SILVA, 2016). No caso de espaços comerciais, como lojas de design e decoração, essa abordagem representa também um diferencial competitivo, ao associar a identidade do projeto à ética e à responsabilidade ambiental.

No Brasil, esse campo de atuação tem avançado tanto pela adoção de certificações ambientais quanto pelo amadurecimento de uma consciência coletiva sobre a urgência das mudanças climáticas e os impactos da construção civil.

Como aponta Garcez (2014), “a sustentabilidade na arquitetura não é um conjunto de receitas técnicas, mas sim uma atitude projetual que integra natureza, cultura e inovação” (GARCEZ, 2014, p. 118). Assim, o compromisso com o meio ambiente se torna também um compromisso com a qualidade do espaço, com o uso inteligente dos recursos e com o bem-estar dos usuários.

Neste contexto, a arquitetura biofílica, como um desdobramento da sustentabilidade, surge como uma abordagem essencial para criar uma conexão emocional mais profunda com os usuários e o ambiente natural. Ao integrar elementos naturais no design de interiores, como plantas, iluminação natural e materiais orgânicos, a biofilia fortalece a sensação de pertencimento e bem-estar. A utilização desses princípios no projeto da Decor Plates potencializa a sustentabilidade do espaço, ao mesmo tempo em que cria um ambiente acolhedor e estimulante para os clientes, alinhando-se tanto às necessidades funcionais quanto aos valores éticos da marca.

4.5 A importância do espaço físico na transição de e-commerce para lojas física

No cenário contemporâneo do varejo, a transição de marcas originalmente digitais para espaços físicos tem se mostrado uma estratégia cada vez mais recorrente e significativa. Essa movimentação, que pode parecer paradoxal diante da ascensão do e-commerce, revela, na verdade, uma busca por conexões mais autênticas e sensoriais com o público. Marcas como a Westwing, Amaro, Mobly e Zara — que nasceram no ambiente digital — passaram a investir em lojas físicas como forma de ampliar a experiência do consumidor, reforçar sua identidade e promover maior engajamento emocional com os produtos e os valores da marca.

A presença física de uma loja permite à marca comunicar mais do que apenas seu portfólio: ela expressa intangíveis como propósito, estilo de vida, sensações e pertencimento. Segundo Gurgel (2005), o espaço comercial bem projetado “deve emocionar, provocar curiosidade e oferecer mais do que uma simples transação: ele deve ser vivido”. Essa visão reforça o papel do espaço como um instrumento de construção de significado e fidelização, sobretudo em áreas como o design e a decoração, onde o toque, a ambientação e a escala real dos objetos fazem diferença na tomada de decisão do cliente.

Mais do que um ponto de venda, a loja física se torna um ponto de experiência — elemento fundamental em tempos nos quais o consumidor busca vínculos mais afetivos com as marcas. Ao adotar princípios sustentáveis e estratégias voltadas à vivência do espaço, essa transição do digital para o físico ganha ainda mais valor, pois articula inovação, responsabilidade e sensibilidade. Dessa forma, compreende-se que a arquitetura comercial não apenas responde às demandas funcionais de um negócio, mas também se estabelece como uma ferramenta essencial para criar narrativas, fortalecer a

marca e gerar impacto positivo no modo como as pessoas se relacionam com os ambientes e com o consumo.

Esse entendimento fundamenta a importância de projetar lojas físicas que vão além da função comercial, buscando integrar propósito, estética, ética e experiência. No caso da Decor Plates, tal abordagem será determinante para propor um espaço que dialogue com sua trajetória digital, ao mesmo tempo em que inaugura uma nova fase de proximidade, imersão e conexão com o público. Os desdobramentos dessa proposta serão explorados nos tópicos seguintes.

5. Metodologia

A metodologia adotada neste trabalho foi estruturada de maneira qualitativa e exploratória, com foco na análise do comportamento do consumidor, experiências do mesmo, design de interiores e sustentabilidade. O objetivo principal foi investigar como os elementos de design, funcionalidade e a experiência sensorial influenciam o sucesso dos espaços comerciais, especialmente no contexto da loja Decor Plates.

Para o desenvolvimento deste trabalho, a pesquisa foi fundamentada em uma combinação de fontes secundárias e dados primários. As fontes secundárias incluem livros físicos e virtuais, artigos publicados, sites especializados e trabalhos de conclusão de curso (TCCs) de outros profissionais da área - citadas no referencial teórico e contidas nas referências bibliográficas. Os livros e artigos proporcionaram a base teórica necessária para compreender as tendências e as práticas atuais em arquitetura e design de interiores, com foco na sustentabilidade, comportamento do consumidor e as práticas mais eficazes para a criação de ambientes comerciais. Sites especializados também foram utilizados para obter informações atualizadas sobre novas tecnologias, materiais sustentáveis e metodologias inovadoras no design de interiores comerciais.

Além disso, por meio da rede social da marca Decor Plates na plataforma Instagram, foi adicionada uma “Caixa de perguntas”, com o intuito de identificar, de forma espontânea, quais aspectos impactam a experiência dos consumidores, como iluminação, layout e atendimento. A pergunta “Quais as sensações e percepções de vocês em relação aos ambientes comerciais que já frequentaram?” foi adicionada à Caixa de perguntas e disponibilizada aos seguidores no Instagram. As respostas recebidas apontaram

incômodos recorrentes, como iluminação inadequada, disposição desorganizada de móveis e produtos, e atendimento insatisfatório. Essas percepções contribuíram como referência para as decisões projetuais, com o intuito de desenvolver uma loja mais alinhada às expectativas do público.

A análise dos dados coletados foi qualitativa e interpretativa. A partir das respostas da pesquisa no Instagram e das fontes bibliográficas, foi possível identificar padrões de comportamento do consumidor e tendências no design de interiores. Esses dados auxiliaram na definição dos elementos que deveriam ser priorizados no projeto, como a escolha de materiais sustentáveis, o layout funcional e a criação de um ambiente que proporcionasse uma experiência sensorial positiva e envolvente.

A pesquisa também incluiu a consulta a TCCs e dissertações de outros profissionais, que contribuíram para o entendimento das metodologias adotadas em projetos de espaços comerciais semelhantes. A análise dessas produções acadêmicas forneceu insights sobre as práticas aplicadas em projetos reais, além de destacar soluções para desafios comuns enfrentados no desenvolvimento de lojas físicas.

Como inspiração prática, analisou-se o caso da Zara Home a qual busca transmitir sua identidade por meio de ambientes que refletem elegância, conforto e naturalidade (ZARA HOME, 2025). A marca citada, é originalmente consolidada no meio digital e que, ao migrar para espaços físicos, preservou a identidade sensorial e estética já estabelecida online. As lojas físicas da marca destacam-se pelo uso de paletas neutras, iluminação suave, disposição estratégica dos produtos e ambientação acolhedora, características que proporcionam uma experiência de compra confortável e coerente com os valores da marca. Esse exemplo reforça a importância da coerência entre os canais de venda e serve como referência relevante para a proposta da Decor Plates, especialmente no que diz respeito à transição do meio virtual para o físico de forma estratégica e alinhada ao perfil do público.

Assim, a metodologia adotada neste trabalho integra tanto a pesquisa teórica quanto a prática, criando uma base sólida para o desenvolvimento da proposta projetual da loja Decor Plates. A combinação de diferentes fontes de dados permitiu um entendimento aprofundado das necessidades do público e das melhores práticas no design de espaços comerciais sustentáveis e funcionais.

6. Desenvolvimento do projeto

O projeto consiste na implantação da loja física da marca Decor Plates, voltada ao segmento comercial, na cidade de Naviraí – MS. A edificação será localizada na Avenida Weimar Gonçalves Torres, nº 2080, no bairro Beija-Flor, região com vocação comercial em expansão, cercada por bairros residenciais e com fluxo contínuo de veículos e pedestres. Sua localização estratégica permite fácil acesso e boa visibilidade urbana, características que favorecem a integração do projeto ao tecido urbano local. A proposta considera também aspectos como acessibilidade universal, segurança e conexão com a calçada, contribuindo com a vitalidade urbana do entorno imediato.

O objetivo principal é propor uma solução arquitetônica que traduza os valores da marca e ofereça uma experiência sensorial e acolhedora ao usuário, utilizando o design como ferramenta de conexão entre pessoas e espaços. A proposta se apoia em três pilares fundamentais: sustentabilidade, tecnologia e design emocional, alinhados às demandas contemporâneas da arquitetura comercial e de interiores.

A sustentabilidade é incorporada por meio do uso de materiais de baixo impacto ambiental, priorizando fornecedores locais, como a empresa União Acabamentos. Essa escolha está diretamente relacionada à redução das emissões de CO₂, ao minimizar a necessidade de transporte de mercadorias e, assim, diminuir o impacto ambiental. Além disso, ao fortalecer a economia local, fomenta o crescimento de pequenas e médias empresas, promovendo práticas de produção mais responsáveis. Ao optar por fornecedores locais, também garante maior transparência nas cadeias produtivas, possibilitando a escolha de materiais e soluções que estejam em sintonia com os princípios da sustentabilidade.

O layout da loja é funcional e intuitivo, garantindo fluidez de circulação e uma ambientação que favoreça a permanência e o envolvimento do usuário com os produtos expostos. A exposição é feita por meio de vitrines, ambientações cenográficas e estruturas integradas ao espaço que ocultem a aparência convencional de prateleiras.

Os ambientes internos incluem área de recepção/caixa, sanitários (sendo um unissex acessível), salas de atendimento para consultoria e projetos, além de uma área de atendimento externo em um jardim projetado especialmente para esse fim, reforçando a proposta de conexão com a natureza e bem-estar. Haverá também estacionamento para

clientes.

Inspirada por referências contemporâneas da arquitetura comercial, como os projetos da Zara Home, a loja será concebida sob os princípios do design emocional (ZARA HOME, 2025). Elementos como aromas ambientes, iluminação cênica, materiais naturais e uma paleta cromática sensível à identidade da marca serão utilizados para criar um ambiente afetivo, onde o consumidor se sinta acolhido e inspirado. A narrativa da marca é reforçada por meio da disposição estratégica dos produtos, da setorização do espaço e da coerência entre o discurso visual e o atendimento presencial.

A tecnologia é incorporada não apenas para eficiência energética, mas também como ferramenta de experiência. A proposta inclui, por exemplo, o uso de óculos de realidade virtual (VR) para visualização de ambientes em projetos personalizados, ampliando a interatividade com o público e conectando o espaço físico à atuação digital da marca.

A decisão de implantar uma loja física surge da necessidade de expansão da marca e da intenção de oferecer um atendimento ainda mais próximo e personalizado ao público. No contexto da arquitetura comercial e do design de interiores, essa proposta se destaca por propor uma experiência comercial positiva e memorável, evidenciando o papel transformador da arquitetura e do design na construção de espaços que comunicam, envolvem e fidelizam.

Por fim, o ponto de venda físico também pode funcionar como modelo-piloto para futuras expansões da marca, servindo como referência para replicações em outras cidades e contribuindo com o fortalecimento da identidade da marca em diferentes contextos urbanos.



Figura 1: Fachada da loja Decor Plates
Fonte: Autoria da discente

7. Conclusões

O presente trabalho teve como objetivo investigar o impacto da arquitetura e design de interiores, com relação das soluções sustentáveis, tecnológicas e voltadas à experiência do usuário na arquitetura comercial, e com foco no desenvolvimento do projeto da loja Decor Plates. Através da análise de diversas referências teóricas e da aplicação de metodologias específicas para o design de interiores comerciais, foi possível demonstrar que a integração de elementos como a iluminação natural, automação, materiais ecológicos e interatividade contribui significativamente para a criação de ambientes

comerciais mais eficientes, agradáveis e alinhados às necessidades do consumidor contemporâneo.

A pesquisa evidenciou que a arquitetura comercial, quando projetada de forma estratégica, não apenas cumpre seu papel funcional de atender ao público, mas também se torna uma ferramenta poderosa para a construção de experiências sensoriais e emocionais. A utilização de tecnologias como sensores de presença e sistemas de iluminação inteligente, aliados ao uso de materiais de baixo impacto ambiental, proporcionam não só a sustentabilidade do ambiente, mas também criam um espaço que conecta o usuário à marca de maneira mais profunda e significativa.

No caso específico do projeto atual, a proposta de um ambiente interativo, com a implementação de soluções como o uso de vidro na fachada, o jardim de inverno e o layout cenográfico, busca reforçar a identidade da marca e otimizar a experiência do cliente. A presença de ambientes internos e externos para consultoria de interiores, aliados à utilização de tecnologias para a gestão de iluminação e climatização, garantem um espaço que prioriza o conforto e a funcionalidade, alinhado às tendências contemporâneas de arquitetura comercial.

Portanto, pode-se concluir que a arquitetura comercial é um campo em constante evolução, no qual a inovação tecnológica e o respeito às práticas sustentáveis se entrelaçam para criar ambientes que não apenas atendem às necessidades do mercado, mas também oferecem uma experiência de consumo diferenciada. O projeto da loja Decor Plates se insere neste contexto, propondo uma abordagem integrada que reflete a convergência entre sustentabilidade, tecnologia e experiência, oferecendo um modelo de loja que vai além da simples transação comercial, tornando-se um espaço de vivência e conexão com os clientes, agora e no futuro.

8. Agradecimentos

Gostaria de expressar minha profunda gratidão à minha mãe Dayane, ao meu pai Claudinei, ao meu irmão Breno e ao meu namorado Tiago, pelo amor, apoio e motivação constantes ao longo de toda essa jornada. Vocês foram minha base e minha força, me impulsionando a seguir em frente nos momentos de desafio. Cada um de vocês – à sua maneira – contribuiu imensamente para que eu chegasse até aqui.

Agradeço também à minha orientadora, Mariana, pela orientação e apoio contínuos, sempre me incentivando a evoluir como acadêmica e profissional.

Cada passo dado neste caminho foi possível graças ao amor e ao suporte de todos vocês.

REFERÊNCIAS

ALMEIDA, Tarcísio Lopes de; FERREIRA, Fabiano de Araújo. Automação e controle de iluminação em edifícios: uma análise sobre a implementação de tecnologias. *Revista de Engenharia e Tecnologia*, [S.l.], v. 15, n. 3, p. 54–65, set. 2018. Disponível em: <https://www.revista.eng.br/automacao-eficiencia-energia>. Acesso em: 07 maio 2025.

BANDEIRA, Fernanda Brito; SCARAZZATO, Paulo Sergio. Iluminação artificial aplicada à arquitetura: processo de projeto. *Gestão & Tecnologia de Projetos*, São Paulo, v. 13, n. 2, p. 67–80, 2018. Disponível em: <https://revistas.usp.br/gestaodeprojetos/article/view/132105>. Acesso em: 07 maio 2025.

BENJAMIN, Walter. *Passagens*. Trad. Irene Aron. São Paulo: Martins Fontes, 2006.

BITNER, Mary Jo. Servicescapes: The impact of physical surroundings on customers and employees. *Journal of Marketing*, v. 56, n. 2, p. 57–71, 1992.

BONORA, André Vitor. Controle de iluminação utilizando dimerização por lógica "fuzzy", compensando a iluminação natural. 2000. 174 f. Dissertação (Mestrado em Engenharia Elétrica) – Escola Politécnica, Universidade de São Paulo, São Paulo, 2000. Disponível em: <https://www.teses.usp.br/teses/disponiveis/3/3143/tde-28082024-113654/pt-br.php>. Acesso em: 07 maio 2025.

CAMÊLO, Luíza. *Arquitetura e branding: como o ambiente comunica a identidade da marca*. Belo Horizonte: UFMG, 2019.

CASA VOGUE. Zara Home inaugura nova unidade de 800 m² no Shopping Pátio Higienópolis. *Casa Vogue*, 24 out. 2024. Disponível em: <https://casavogue.globo.com/marcas-parceiras/noticia/2024/10/zara-home-inaugura-nova-unidade-de-800m-no-shopping-patio-higienopolis.ghtml>. Acesso em: 6 maio 2025.

CASSOU, Bárbara Greca. *Retail Design: espaços onde as marcas atraem e envolvem os consumidores*. São Paulo: GG Brasil, 2021.

CAZARIN, Henrique. Lojas físicas e o novo papel na era digital. *Revista Marketing Trends*, São Paulo, v. 18, n. 3, p. 22–29, 2020.

DIAS, Rogério de Carvalho França. Eficiência energética e redução do consumo de energia por meio da integração da luz natural e artificial. 2019. 119 f. Dissertação (Mestrado Profissional em Arquitetura e Urbanismo) – Universidade Presbiteriana Mackenzie, São Paulo, 2019. Disponível em: <https://dspace.mackenzie.br/handle/10899/26646>. Acesso em: 07 maio 2025.

ESTEVE, Paula Cristina; VEDANA, Daniela Bianchi. Comportamento do consumidor de design de interiores: estudo de fatores que influenciam a tomada de decisão de compra. *Arte 21*, São Paulo, v. 16, n. 1, p. 6–29, 2023. Disponível em: <https://revistas.belasartes.br/arte21/article/view/159>. Acesso em: 29 abr. 2025.

ESTÊVÃO, Camila. Neuroarquitetura: o que é e como aplicar. *Projetou*, 2023. Disponível em: <https://www.projetou.com.br/posts/neuroarquitetura-o-que-e-como-aplicar/#aplicar>. Acesso em: 29 abr. 2025.

FERNANDES, Luciana Oliveira; LOPES, Felipe da Silva Duarte; CÓSTOLA, Daniel; LABAKI, Lucila Chebel. Potencial do uso da iluminação natural com dimmers e persianas automatizadas: estudo de edifício de pequeno porte com uso comercial para diferentes orientações em clima tropical. *Ambiente Construído*, Porto Alegre, v. 18, n. 2, p. 217–235, abr./jun. 2018. Disponível em: <https://seer.ufrgs.br/ambienteconstruido/article/view/73228>. Acesso em: 08 maio 2025.

GARCEZ, Lúcia Helena. A sustentabilidade na arquitetura: do conceito à prática projetual. São Paulo: Editora Construir, 2014. Disponível em: https://www.researchgate.net/publication/353672710_Construindo_um_design_para_a_economia_verde. Acesso em: 2 maio 2025.

GASPAR, Marcelo. Automação residencial: o que é e quais as funcionalidades. *Interface Tecnológica*, Tatuí, v. 18, n. 1, p. 45–54, 2021. Disponível em: <https://revista.fatectq.edu.br/interfacetecnologica/article/view/1394>. Acesso em: 29 abr. 2025.

GONÇALVES, Robson; PAIVA, Andréa de. *Triuno: Neurobusiness e Qualidade de Vida*. 3. ed. 2018.

GRUEN, Victor. *Shopping Towns USA: The Planning of Shopping Centers*. New York: Reinhold Publishing Corporation, 1960.

GRZEGORZEWSKI, Flávia Costa; NEMER, Luciana; SILVA, Felipe Gustavo. Sustentabilidade: conceitos e aplicação na Arquitetura. *Scientific Journal ANAP*, v. 1, n. 4, 2023. Disponível em: <https://publicacoes.amigosdanatureza.org.br/index.php/anap/article/view/4070>. Acesso em: 1 maio 2025.

GURGEL, Miriam. *Projetando espaços: guia de arquitetura de interiores para áreas comerciais*. São Paulo: Editora SENAC, 2005.

GURGEL, Míriam. *Arquitetura biofílica: conectando o homem à natureza no espaço urbano*. Fortaleza: Editora Conecta, 2018. Disponível em: https://www.researchgate.net/publication/381149527_Do_desenho_sustentavel_ao_edificio_hospitalar_biofilico. Acesso em: 2 maio 2025.

GURGEL, Renata. *Arquitetura Comercial e Experiência do Usuário*. São Paulo: Editora Senac, 2018.

GURGEL, Renata. *A linguagem dos espaços: arquitetura, consumo e comportamento*. São Paulo: Estação das Letras e Cores, 2022.

ISSIMA STORE. *Influência da tecnologia no design de interiores*. Issima Store, 2023. Disponível em: <https://issimastore.com/influencia-da-tecnologia/>. Acesso em: 1 maio 2025.

JJ ELÉTRICA. *Zara Home Iguatemi SP – 2023*. Disponível em: <https://www.jjeletrica.com.br/portfoliioobras/2023-zara-home-iguatemi-sp>. Acesso em: 6 maio 2025.

KELLERT, Stephen R. *Biophilic Design: The Theory, Science, and Practice of Bringing Buildings to Life*. Hoboken: Wiley, 2015.

LUTZENBERGER, José. Manual de Ecologia: do Jardim ao Poder. Porto Alegre: Editora L&PM, v. 1, 2004. Disponível em: <https://repositorio.canalciencia.ibict.br/s/repo-cc/item/22922>. Acesso em: 1 maio 2025.

MOREIRA, Gustavo. O que é placemaking? ArchDaily Brasil, 2021. Disponível em: <https://www.archdaily.com.br/br/960416/o-que-e-placemaking#:~:text=O%20placemaking%2C%20que%20em%20uma,as%20pessoas%20e%20estes%20locais>. Acesso em: 29 abr. 2025.

MOREIRA, Tainá da Silva. Neuroarquitetura: estudo da aplicação em ambientes arquitetônicos. 2022. Disponível em: https://ric.cps.sp.gov.br/bitstream/123456789/27192/1/dcc_2022_2_tainadasilvamoreira_neuroarquitetura.pdf. Acesso em: 29 abr. 2025.

PANTANO, Eleonora; TIMMERMANS, Harry. What is Smart for Retailing?. Procedia Environmental Sciences, [S. l.], v. 22, p. 101–107, 2014. Disponível em: https://www.researchgate.net/publication/275220421_What_is_Smart_for_Retailing. Acesso em: 29 abr. 2025.

PINE II, B. Joseph; GILMORE, James H. The Experience Economy: Work is Theatre & Every Business a Stage. Boston: Harvard Business School Press, 1999.

SILVA, Helena Ayoub. Design consciente e a sustentabilidade no espaço comercial. Rio de Janeiro: Editora Design, 2016. Disponível em: https://www.researchgate.net/publication/328912650_Design_para_a_Sustentabilidade_Dimensao_Ambiental. Acesso em: 2 maio 2025.

SILVA, João Carlos Alves. Design para sustentabilidade: um guia para projetar soluções de baixo impacto ambiental. São Paulo: Blucher, 2022. Disponível em: <https://www.blucher.com.br/design-para-sustentabilidade>. Acesso em: 1 maio 2025.

SOUZA DA SILVA, Rodrigo; ROCHA, Ana Carolina B. Omnichannel e retail design: uma proposta metodológica. Revista Projetar: projeto e percepção do ambiente, Natal, v. 7, n. 2, p. 55–72, 2022. Disponível em: <https://periodicos.ufrn.br/revprojetar/article/view/27210>. Acesso em: 6 maio 2025.

UNITED STATES GREEN BUILDING COUNCIL – USGBC. Sempre dá certo fazer o certo. GBC Brasil. Disponível em: https://www.gbcbrasil.org.br/sempre_da_certo_fazer_o_certo/. Acesso em: 29 abr. 2025.

VEIGA, Marília. Tecnologias sustentáveis: o futuro do design de interiores. Marília Veiga, 2023. Disponível em: <https://mariliaveiga.com.br/conteudo/tecnologias-sustentaveis-o-futuro-do-design-de-interiores>. Acesso em: 1 maio 2025.

VERHOEF, Peter C.; KANNAN, P.K.; INMAN, J.J. From multi-channel retailing to omnichannel retailing: introduction to the special issue on multi-channel retailing. Journal of Retailing, v. 35.

ZARA HOME. Página oficial da Zara Home Brasil. Disponível em: <https://www.zarahome.com/br>. Acesso em: 6 maio 2025.



Serviço Público Federal
Ministério da Educação

Fundação Universidade Federal de Mato Grosso do Sul
Curso de Arquitetura e Urbanismo
Campus de Naviraí



Discente: Millena Candido dos Santos **RGA:** 2020.1704.044-1

Orientadora: Mariana Pires Petruccelli Watzel

CADERNO PROJETUAL

Trabalho de Conclusão do curso de Arquitetura e Urbanismo:

“Sustentabilidade, tecnologia e experiência na Arquitetura Comercial: Decor Plates, conectando pessoas e espaços através da Arquitetura e Design”

Naviraí, MS

17 de Novembro de 2025

ÍNDICE

1. Apresentação do Projeto	pág. 3
2. Conceito e Partido Arquitetônico	pág. 3
3. Plantas e Cortes	pág. 4
3.1 Planta de Situação	
3.2 Planta de Implantação	
3.3 Plantas Baixas Internas	
3.4 Cortes e Fachadas	
4. Perspectivas e 3D Internos	pág. 8
4.1 Caixa	
4.2 Cantinho Instagramável	
4.3 Copa	
4.4 Área de Atendimento Externa	
4.5 Jardim	
5. Detalhes Construtivos e Materiais	pág. 12
6. Experiência do Usuário	pág. 12
7. Jardim e Áreas Externas	pág. 13
8. Conclusão Visual	pág. 15
9. Detalhamento	pág. 17

1. APRESENTAÇÃO DO PROJETO

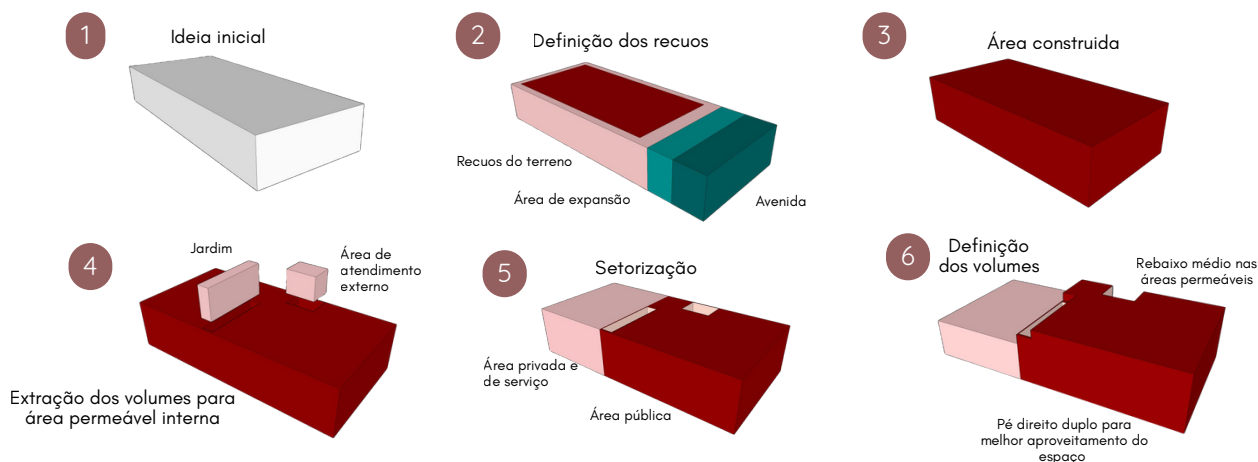
O projeto da loja Decor Plates propõe um espaço comercial inovador, que integra experiência do usuário, sustentabilidade e tecnologia. Cada detalhe do layout foi pensado para criar uma experiência de imersão, promovendo conexão entre os clientes e os produtos.



2. CONCEITO E PARTIDO ARQUITETÔNICO

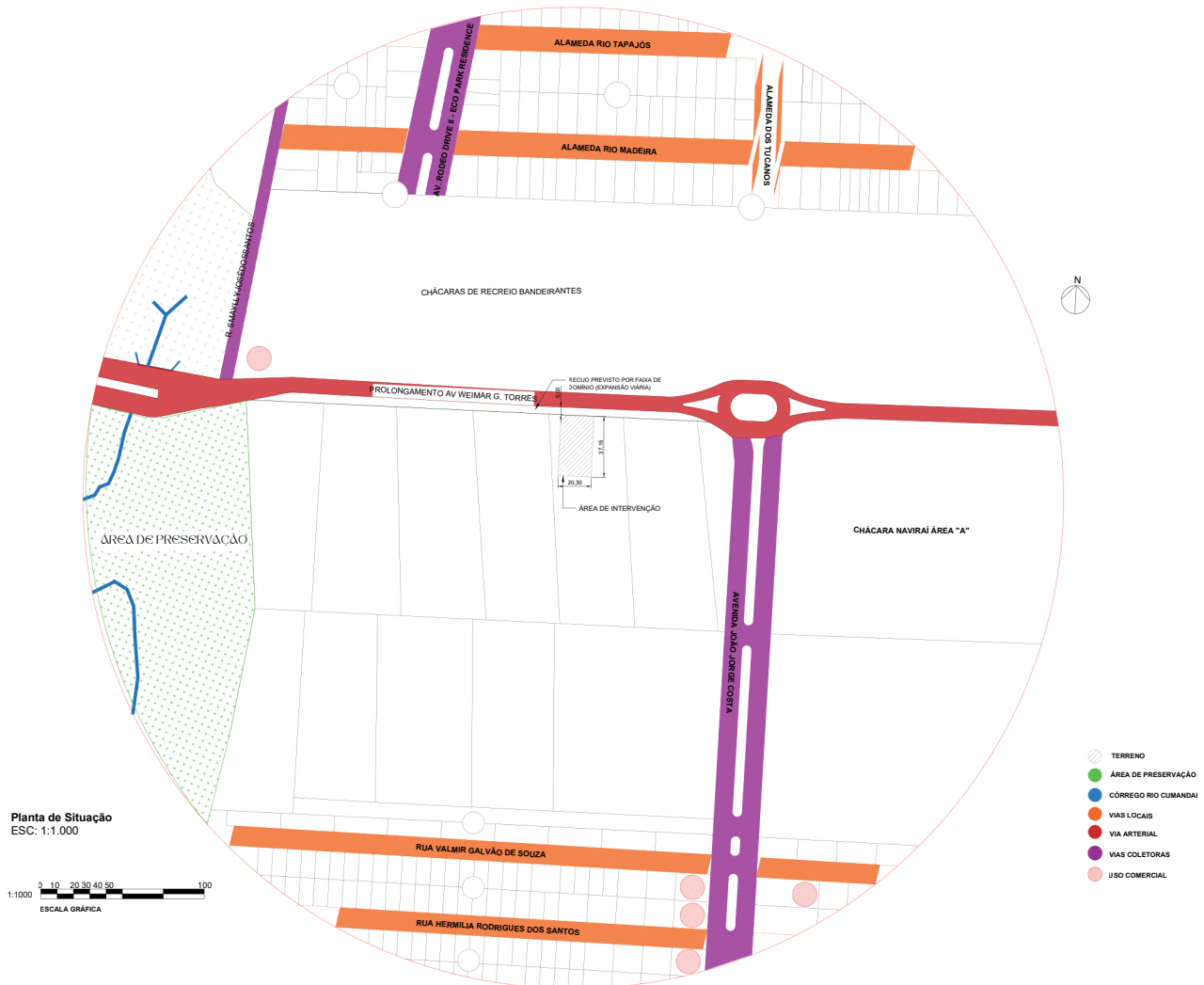
O projeto se baseia no conceito de conectar pessoas e produtos através de um layout estratégico que equilibra funcionalidade, conforto e experiências memoráveis. As zonas de interação e contemplação foram definidas para criar fluidez na circulação e destacar ambientes-chave, como o showroom, caixa, copa e cantinho instagramável. O partido arquitetônico prioriza integração visual entre interiores e exteriores, aproveitando iluminação natural e ventilação, ao mesmo tempo que reforça a identidade da marca Decor Plates.

Fluxograma



3. PLANTAS, CORTES E FACHADAS

3.1 PLANTA DE SITUAÇÃO

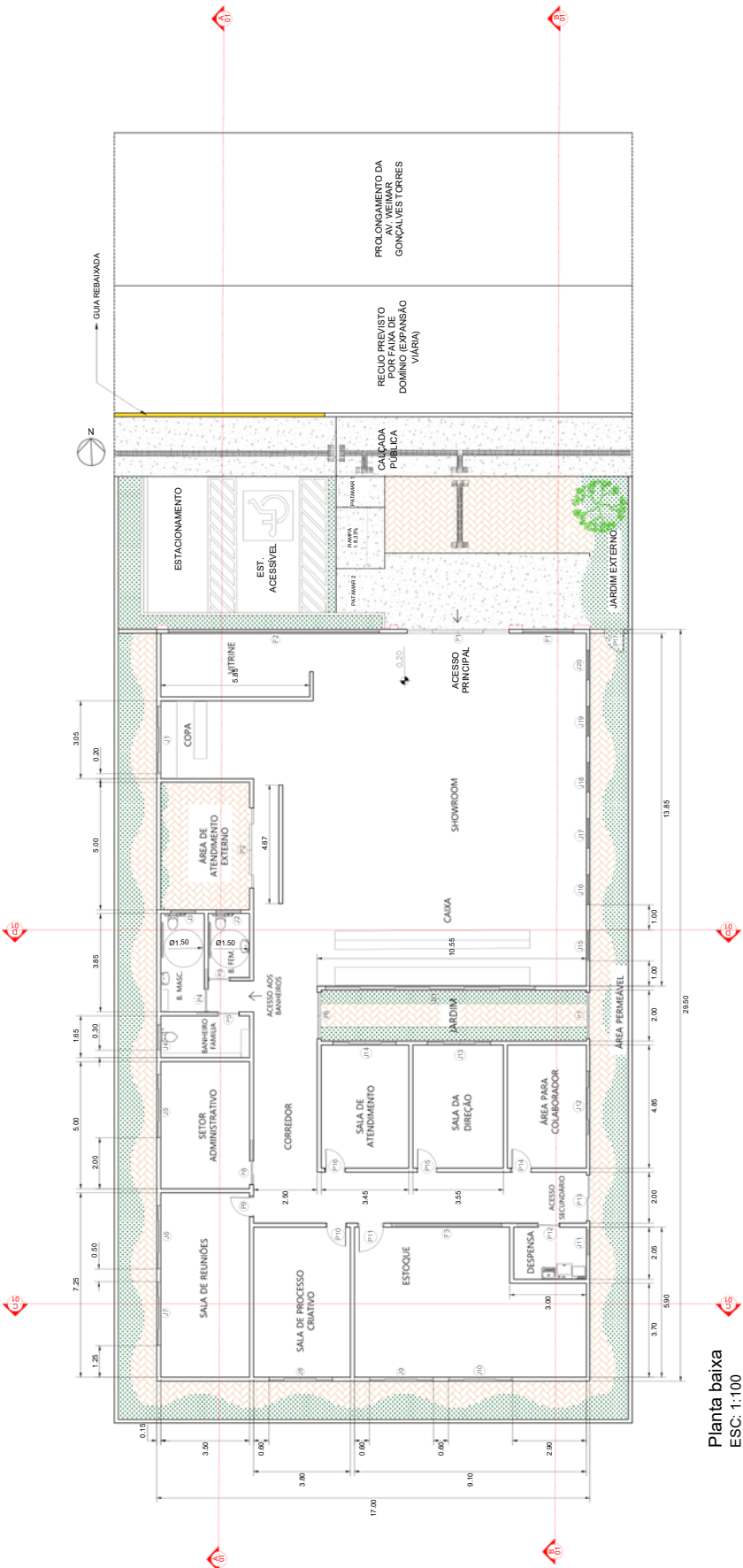


ÁRVORE NATIVA - IPÊ ROXO (02)

ITEM	EXIGIDO PELA LEGISLAÇÃO	PROJETO PROPOSTO
Uso do solo	Permitido para uso comercial compatível	Comercial
Área do terreno (m²)		754,14 m²
Área construída (m²)	Máx. conforme CA	480,95 m²
Área permeável (m²)	Mínimo 10% 75,41 m² (14,00%)	331,82 m² (44,00%)
		480,93 m² (63,00%)
Taxa de Ocupação	Máximo 75% 565,61 m²	0,81
Cof. de Aproveitamento	Máximo 4,0 1 Balcão 1,0	
Recuo frontal	Mínimo 3,50 m	6,00 m
Recuos laterais	Mínimo 1,50 m cada	150 m
Recuo de fundo	Mínimo 1,50 m	150 m
Altura máxima	Máx. 9,00 m ou 2 pavimentos	7,00 m, 1 pav.

Nº	Nome Popular	Nome Científico	Quantidade	Porte	Tipo	Observações / Local de Aplicação
01	Gramma Esmeralda	Zoysia japonica	—	Baixo	Fornço	Área externa/ jardim frontal/ lateral e interno
02	Ipê Roxo	Handicranthus impetiginosus		Alto	Arvore	Área de destaque/ calçada
03	Rolha-anã	Rhaphis exoniola	—	Baixo	Arbusto	Detalhe na fachada/ vasos

3.3 PLANTA BAIXA ARQUITETÔNICA



Planta baixa
ESC: 1:100

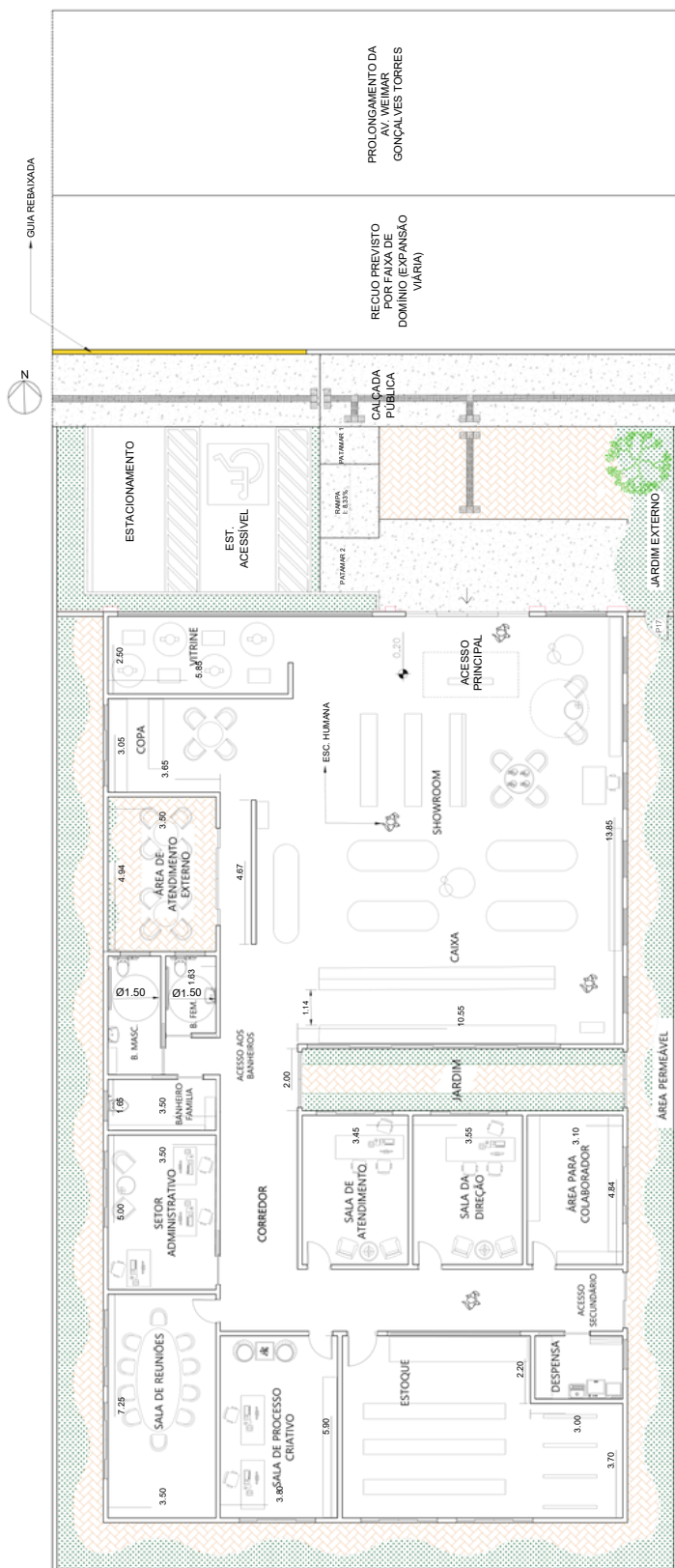
Tabela de Esquadrias

Código	Tipo	Local de Instalação	Dimensões (L x A em m)
P1	Porta de correr	Entrada principal	4,00 x 3,60
P2	Porta de correr	Área de atendimento externo	3,15 x 2,10
P3	Porta de correr embutir	Banheiro feminino	0,80 x 2,10
P4	Porta de correr embutir	Banheiro masculino	0,80 x 2,10
P5	Porta de correr embutir	Banheiro família	0,80 x 2,10
P6	Porta de correr	Jardim	1,80 x 2,90
P7	Porta de correr	Jardim	1,80 x 2,90
P8	Porta de correr	Sala administrativa	0,90 x 2,10
P9	Porta de abrir	Sala de reuniões	0,80 x 2,10
P10	Porta de abrir	Sala de processo criativo	0,80 x 2,10
P11	Porta de correr embutir	Estoque	1,00 x 2,10
P12	Porta de correr embutir	Deposita	0,80 x 2,10
P13	Porta de correr	Acesso secundário	1,80 x 2,10
P14	Porta de abrir	Sala de colaborações	0,80 x 2,10
P15	Porta de abrir	Sala de direção	0,80 x 2,10
P16	Porta de abrir	Sala de atendimento	0,80 x 2,10
F1	Vidro fixo	Showroom Exposição	2,00 x 3,20
F2	Vidro fixo	Showroom Exposição	3,30 x 3,60
P17	Porta de abrir	Acesso de serviço Lateral da fachada	0,80 x 2,10
F3	Vidro fixo	Estoque	4,30 x 1,50

Tabela de Esquadrias

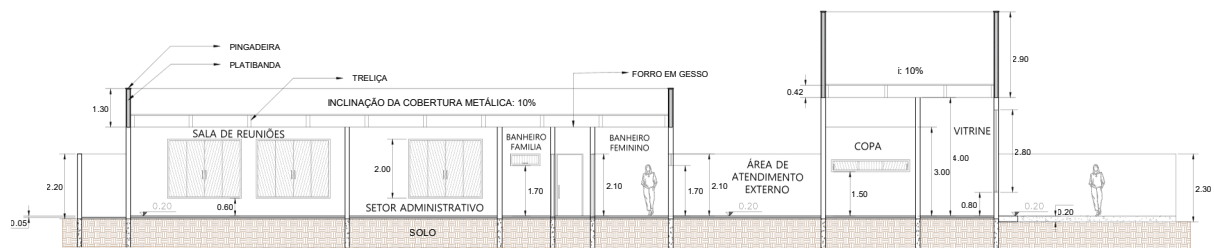
Código	Tipo	Local de Instalação	Dimensões (L x A em m)
J1	Janela de correr	Copa	2,85 x 0,40
J2	Janela basculante	Banheiro feminino	1,00 x 0,40
J3	Janela basculante	Banheiro masculino	1,00 x 0,40
J4	Janela basculante	Banheiro família	1,00 x 0,40
J5	Janela de correr	Sala administrativa	2,50 x 2,00
J6	Janela de correr	Sala de reuniões	2,50 x 2,00
J7	Janela de correr	Sala de reuniões	2,50 x 2,00
J8	Janela de correr	Sala de processo criativo	2,50 x 2,00
J9	Janela de correr	Estoque	2,50 x 2,00
J10	Janela de correr	Estoque	2,50 x 2,00
J11	Janela basculante	Deposita	1,00 x 0,40
J12	Janela de correr	Área para colaborador	2,50 x 2,00
J13	Janela de correr	Sala de direção	2,50 x 2,00
J14	Janela de correr	Sala de atendimento	2,50 x 2,00
J15	Janela basculante	Showroom Exposição	1,00 x 0,50
J16	Janela basculante	Showroom Exposição	1,00 x 0,50
J17	Janela basculante	Showroom Exposição	1,00 x 0,50
J18	Janela basculante	Showroom Exposição	1,00 x 0,50
J19	Janela basculante	Showroom Exposição	1,00 x 0,50
J20	Janela basculante	Showroom Exposição	1,00 x 0,50
J21	Janela de correr	Showroom Exposição	8,20 x 2,90

3.4 PLANTA BAIXA COM LAYOUT DE AMBIENTES (MÓVEIS)

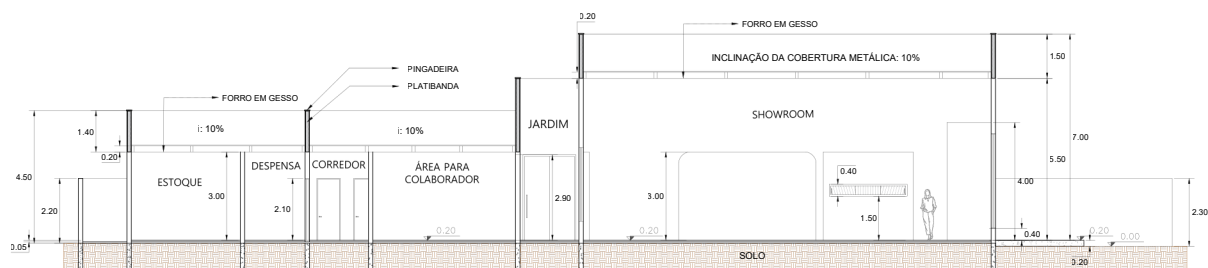


Planta baixa com layout
 ESC: 1:75

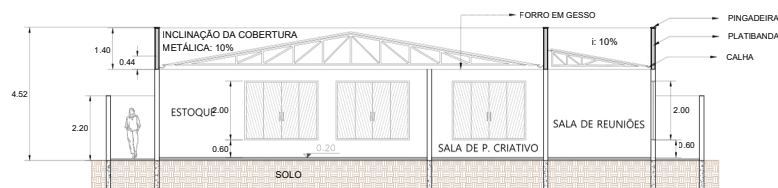
3.5 CORTES



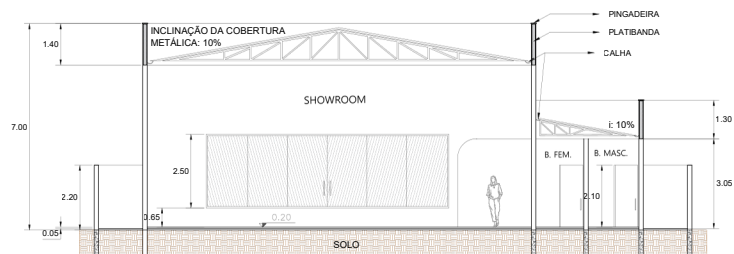
Corte A-A
ESC: 1:75



Corte B-B
ESC: 1:75



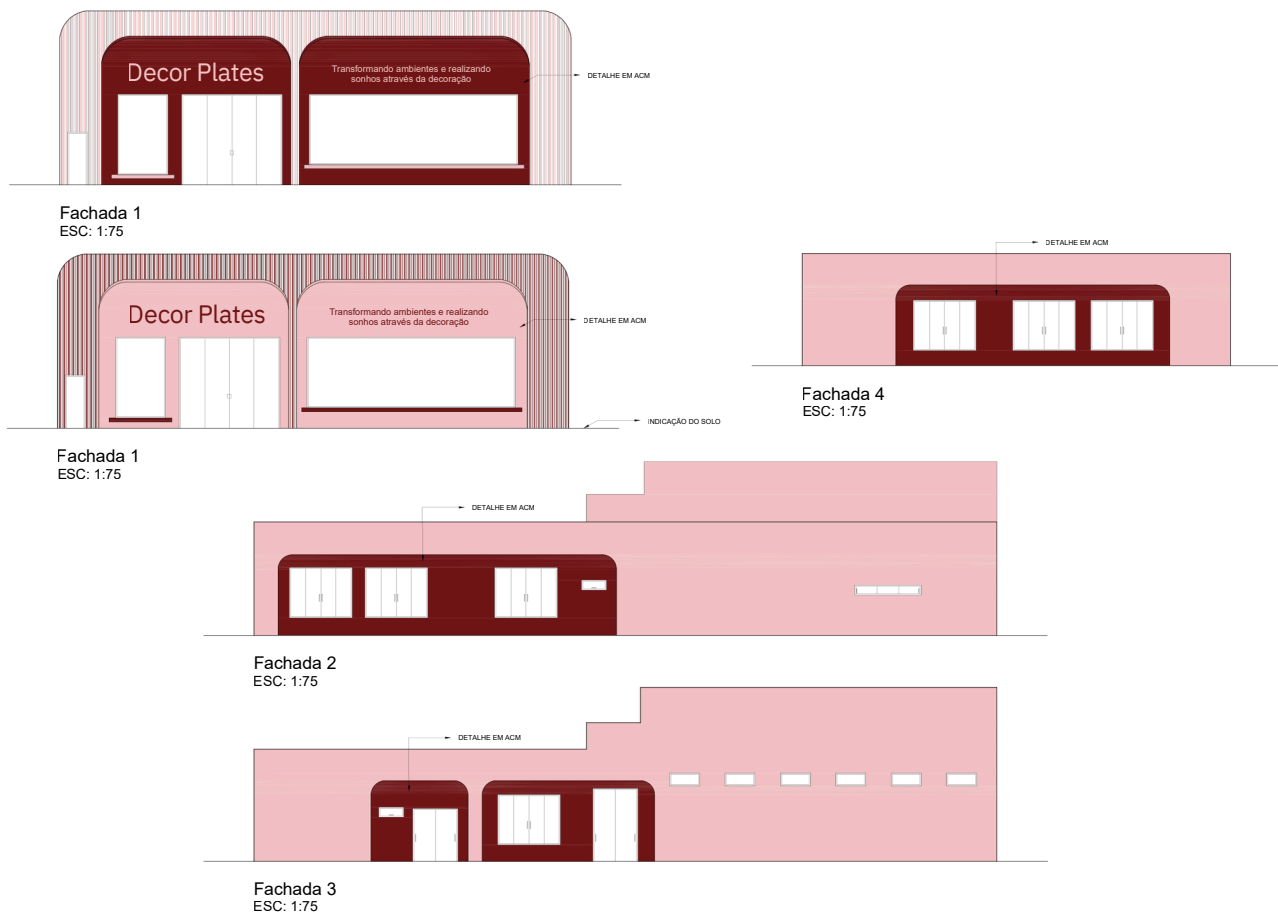
Corte C-C
ESC: 1:75



Corte D-D
ESC: 1:75

Seções principais evidenciam níveis, alturas, integração visual com jardins e iluminação natural.

3.6 FACHADAS 2D



Aspecto externo da loja, destacando materiais, transparência, ventilação e identidade visual da marca.

3.7 FACHADA FRONTAL 3D



4. PERSPECTIVAS E 3D INTERNOS

As renderizações destacam a experiência do usuário, circulação e interação com os produtos. Cada ambiente foi pensado para oferecer funcionalidade, conforto e estética, promovendo memórias visuais e conexão com a marca Decor Plates.

Showroom



Ambiente principal da loja, projetado para criar uma experiência de imersão, valorizando produtos, circulação fluida e interação do cliente com os itens expostos.

Caixa



Espaço funcional e visualmente destacado, integrando atendimento ao cliente e comunicação visual.

Copa



Área de conforto e pausa, projetada para atendimento acolhedor aos clientes.

Área de atendimento externa



Espaço privado e personalizado, para conectar os clientes à natureza e integrar o interior e exterior.

Jardim interno



Jardim externo



Elementos naturais que conectam visualmente os ambientes, promovendo bem-estar e reforçando sustentabilidade.

Vitrine



A vitrine traduz a identidade da loja por meio da paleta de cores escolhida e dos formatos curvos, criando harmonia nas composições de quadros e itens decorativos expostos.

Ambiente “instagramável”



Ambiente lúdico e interativo, para incentivar o engajamento, fotos e compartilhamento nas redes sociais.

5. DETALHES CONSTRUTIVOS E MATERIAIS

Os detalhes construtivos e acabamentos evidenciam a qualidade, estética e sustentabilidade do projeto. Cada material foi selecionado pensando em durabilidade, baixo impacto ambiental e integração visual com os ambientes, reforçando a identidade da loja Decor Plates.

5.1 TEXTURAS E ACABAMENTOS



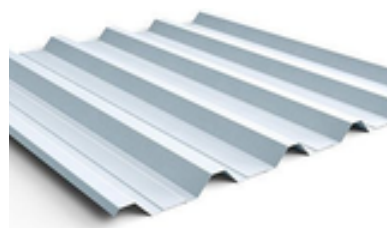
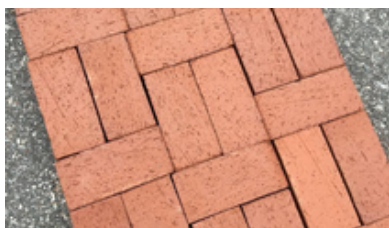
Acabamentos estratégicos combinam estética e funcionalidade, garantindo harmonia visual em todo o espaço.

5.2 MOBILIÁRIO E ILUMINAÇÃO



Móveis planejados para proporcionar organização, conforto e funcionalidade. Aliados aos sistemas de iluminação natural e artificial, com sensores e dimmers. Ambos valorizam os ambientes e promovem eficiência energética.

5.3 MATERIAIS SUSTENTÁVEIS



Escolha de materiais de baixo impacto, priorizando fornecedores locais e soluções ecoeficientes.

6. EXPERIÊNCIA DO USUÁRIO

6.1. FLUXO DE CIRCULAÇÃO

Todo o projeto, em especial o showroom, foi planejado para guiar o visitante de forma intuitiva, com disposição estratégica do mobiliário, acessibilidade garantida e integração visual entre os ambientes. Assim, além do atendimento exclusivo, a própria arquitetura e o design acolhem todo o público, permitindo percursos fluidos e memoráveis.

6.2 PONTOS DE INTERAÇÃO

O cantinho instagramável é um destaque, mas toda a loja foi concebida para gerar engajamento e conexão. Cada espaço, desde o showroom até as áreas externas, oferece oportunidades de interação e experiência, traduzindo o conceito da Decor Plates em vivências compartilháveis.

6.3 CONFORTO E BEM-ESTAR

A copa e a área de atendimento externa oferecem acolhimento e pausas de qualidade, reforçando a ideia de hospitalidade. Os jardins, internos e externos, complementam essa experiência, conectando natureza e arquitetura, melhorando o conforto térmico, a ventilação e a qualidade ambiental do espaço.



7. JARDIM E ÁREAS EXTERNAS

O jardim e as áreas externas foram projetados para criar conexão visual e sensorial com os ambientes internos, proporcionando bem-estar e reforçando a sustentabilidade da loja. Plantas e elementos naturais contribuem para a qualidade do ar, conforto térmico e estética, integrando natureza e arquitetura de forma harmoniosa.

Jardim Interno e Externo



O paisagismo conecta visualmente os ambientes, promove circulação fluida e cria pontos de contemplação e descanso.

Área de Atendimento Externa



Espaço privado e confortável, integrado à natureza, pensado para atendimento personalizado e experiências diferenciadas.

Integração com o Interior



Grandes aberturas e janelas amplas valorizam iluminação natural, ventilação e a relação entre interior e exterior.

8. CONCLUSÃO VISUAL EXTERNA



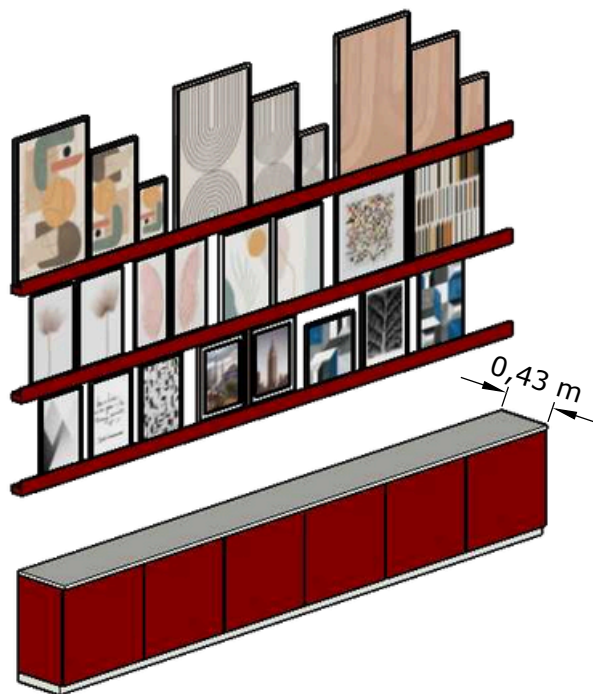
8. 1. CONCLUSÃO VISUAL INTERNA

Proposta final do projeto, mostrando integração dos ambientes, valorização da experiência do usuário e soluções sustentáveis e tecnológicas:

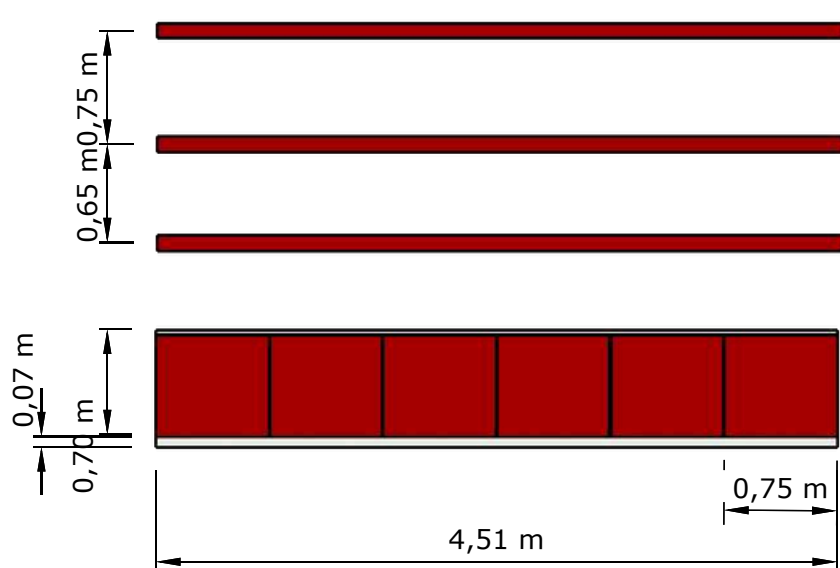


9. DETALHAMENTO DO MOBILIÁRIO

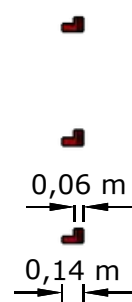
9. 1. SHOWROOM | MÓVEL 1



VISTA EM PERSPECTIVA
ESC: 1:20

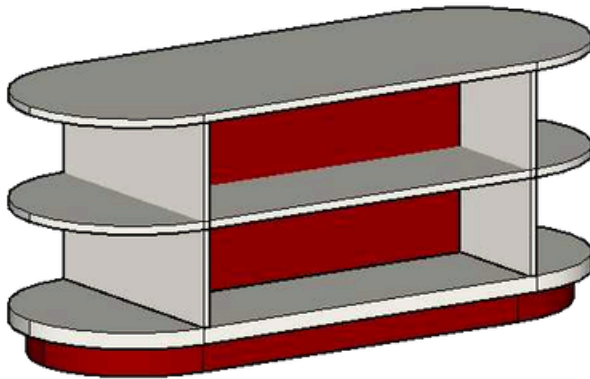


VISTA FRONTAL
ESC: 1:20

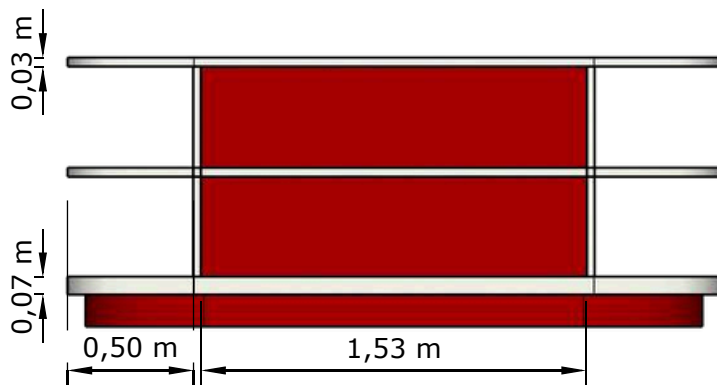


DETALHE LATERAL
ESC: 1:20

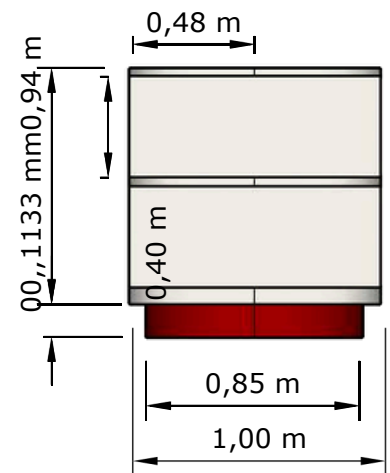
9. 1. SHOWROOM | MÓV EL 2



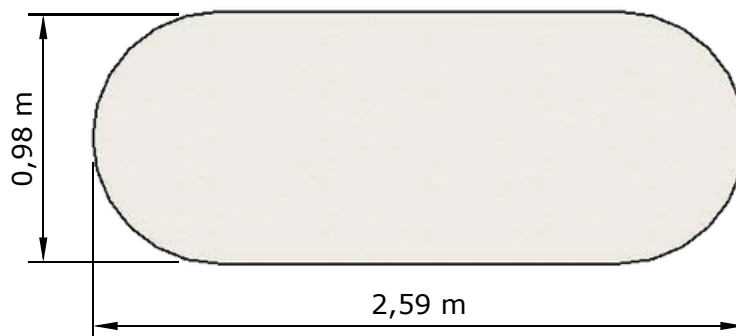
VISTA EM PERSPECTIVA
ESC: 1:30



VISTA FRONTAL
ESC: 1:30



VISTA LATERAL
ESC: 1:30

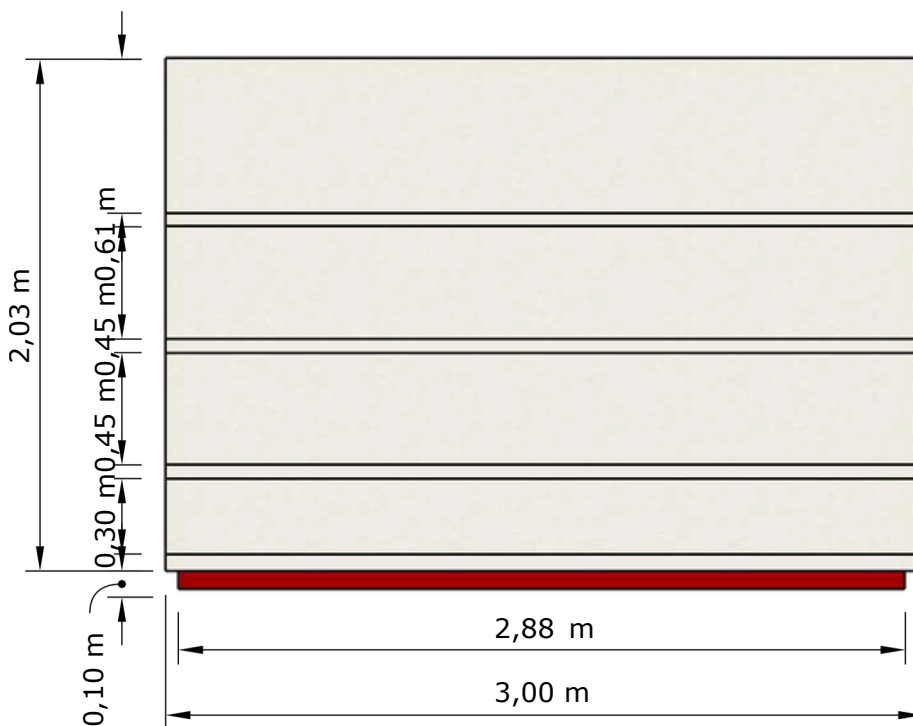


VISTA DE TOPO
ESC: 1:30

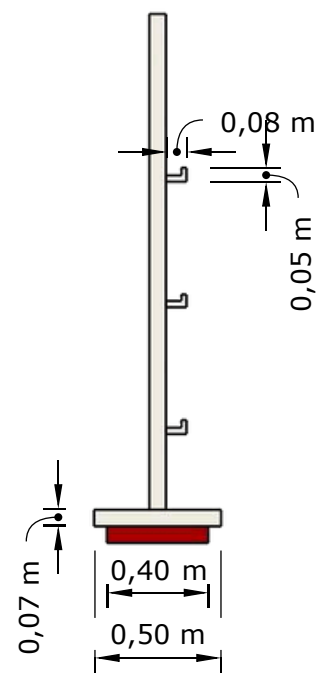
9. 1. SHOWROOM | MÓV EL 3



VISTA EM PERSPECTIVA
ESC: 1:30

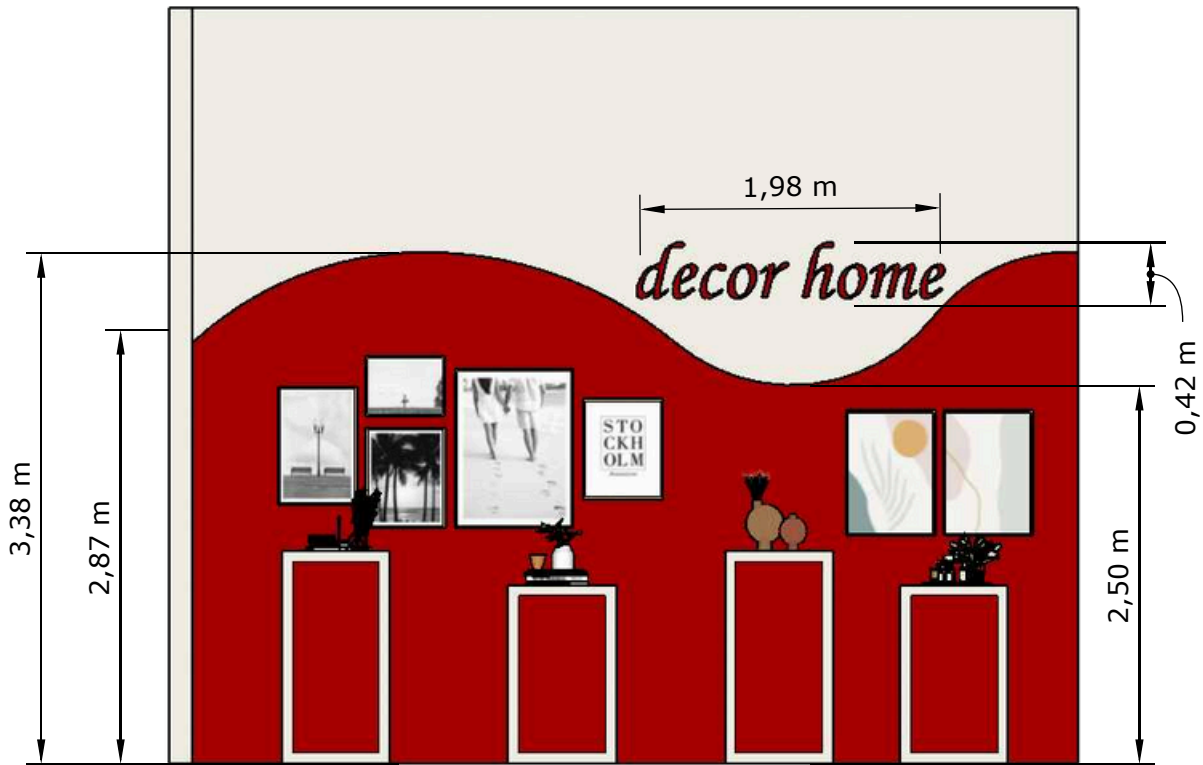


VISTA FRONTAL
ESC: 1:30

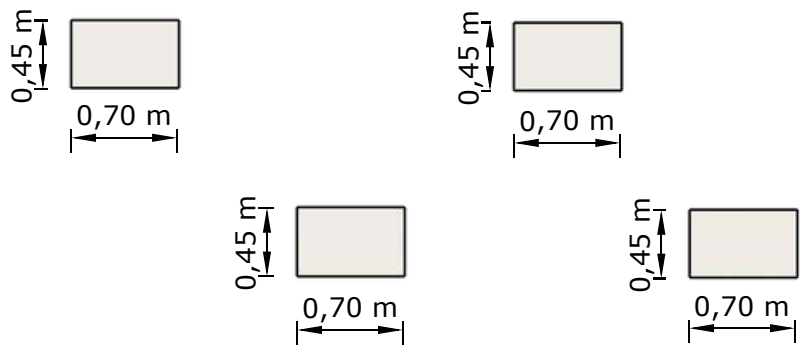


VISTA LATERAL
ESC: 1:30

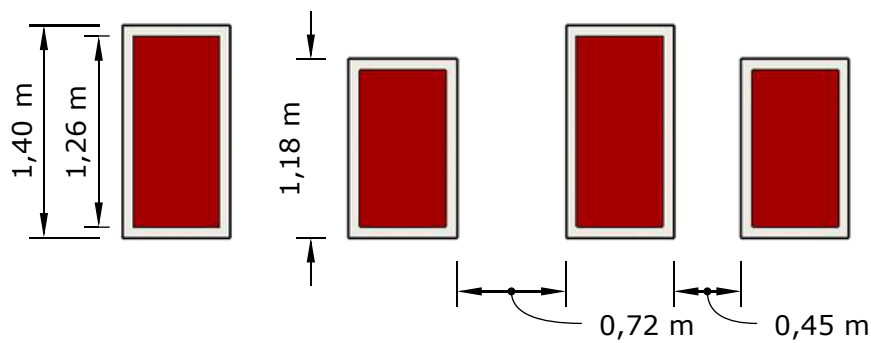
9. 2. VITRINE



VISTA FRONTAL GERAL
ESC: 1:50

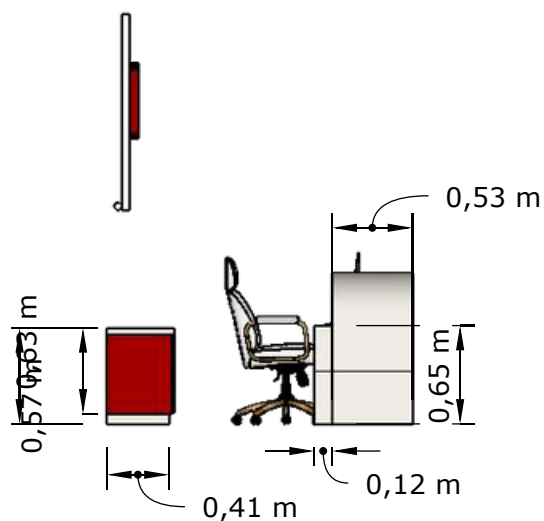
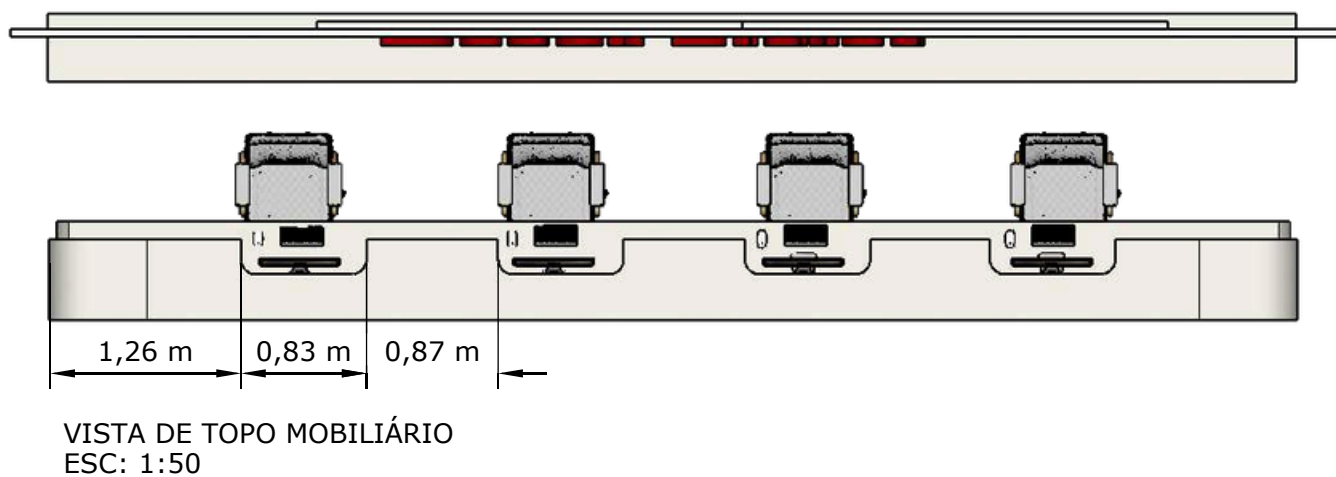
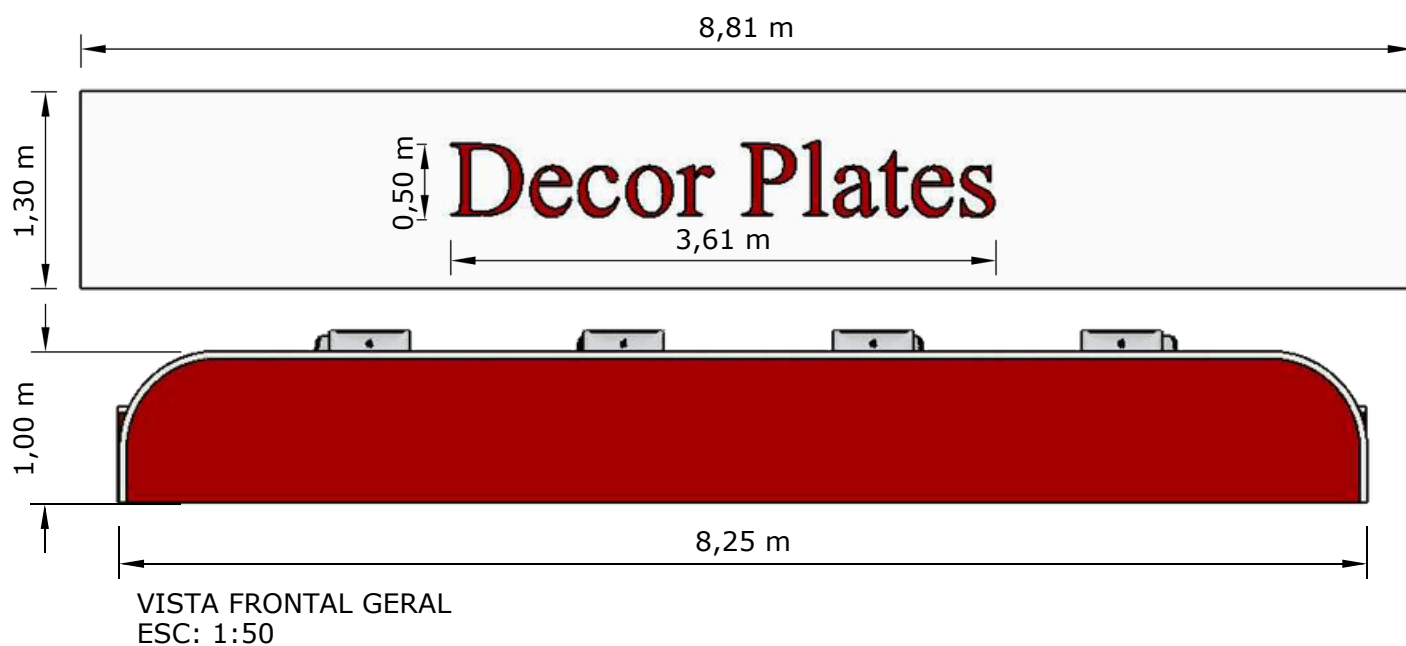


VISTA DE TOPO MOBILIÁRIO
ESC: 1:50

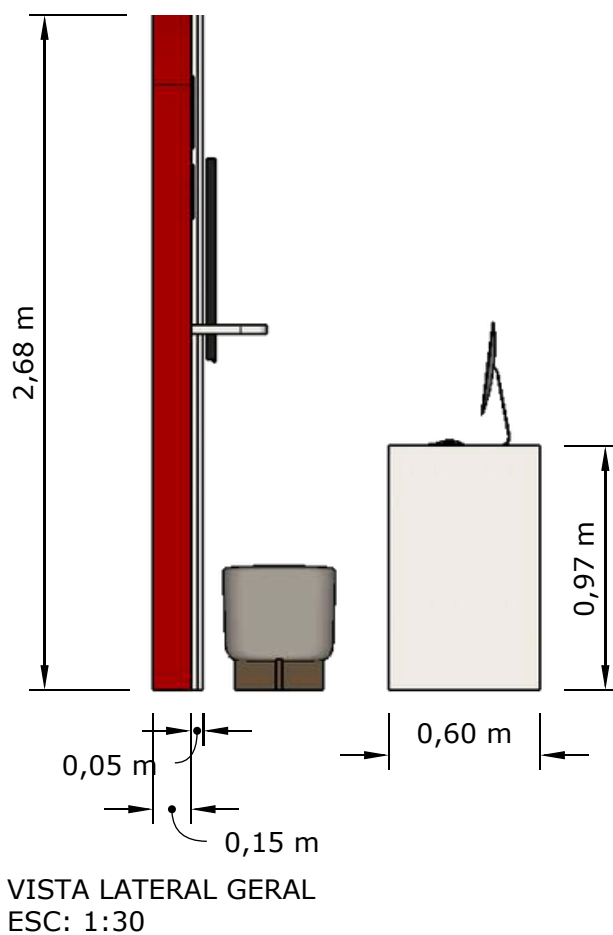
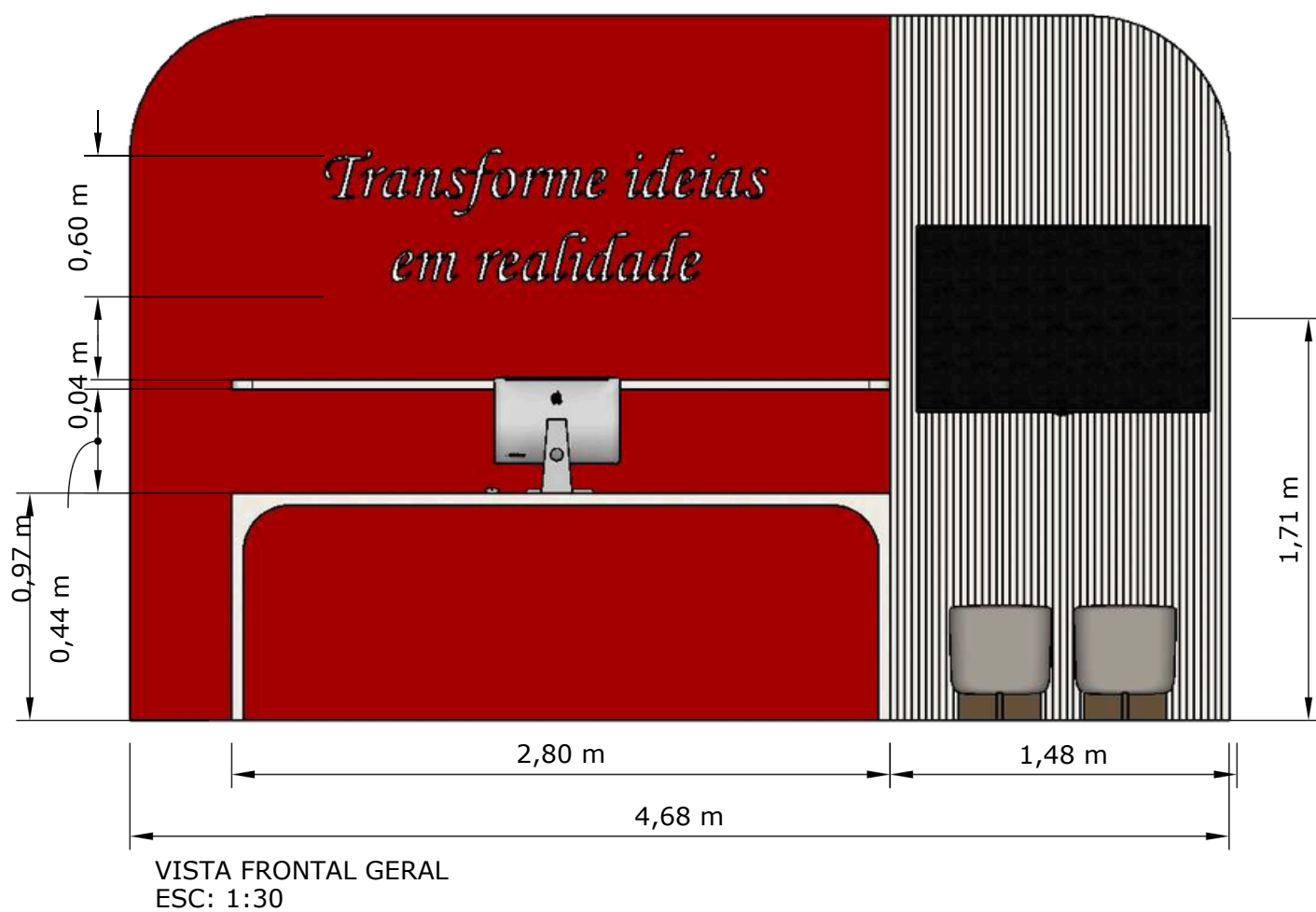


VISTA FRONTAL MOBILIÁRIO
ESC: 1:50

9. 3. CAIXA



9. 4. AMBIENTE TECNOLÓGICO





Serviço Público Federal
Ministério da Educação

Fundação Universidade Federal de Mato Grosso do Sul
Curso de Arquitetura e Urbanismo
Campus de Naviraí



Discente: Millena Candido dos Santos **RGA:** 2020.1704.044-1

Orientadora: Mariana Pires Petruccelli Watzel

MEMORIAL DESCRITIVO

Trabalho de Conclusão do curso de Arquitetura e Urbanismo:

“Sustentabilidade, tecnologia e experiência na Arquitetura Comercial: Decor Plates,
conectando pessoas e espaços através da Arquitetura e Design”

Naviraí, MS

17 de Novembro de 2025

INTRODUÇÃO

O projeto Decor Plates tem como objetivo desenvolver um espaço comercial inovador, que integra experiência do usuário, sustentabilidade e tecnologia, proporcionando vivências diferenciadas e envolventes.

O presente memorial descritivo apresenta as justificativas, conceitos e escolhas projetuais adotadas, complementando o caderno projetual, que documenta visualmente o desenvolvimento arquitetônico. Assim, permite compreender as decisões de projeto, os princípios norteadores e a relação entre os ambientes e a experiência do usuário, destacando como cada escolha contribui para o conceito geral da loja.

PARTIDO ARQUITETÔNICO E CONCEITO

O projeto Decor Plates se fundamenta na ideia de conectar pessoas e produtos por meio da arquitetura e do design, criando experiências memoráveis e funcionais em todos os ambientes.

O partido arquitetônico buscou a organização de zonas de interação e contemplação, permitindo uma circulação fluida e a integração entre ambientes internos e externos, como o showroom, o jardim e a área externa de atendimento. Cada espaço foi pensado para oferecer conforto, praticidade e estímulo à interação, reforçando o conceito de marca e a experiência do usuário.

O layout estratégico e a definição dos ambientes valorizam tanto a estética quanto a funcionalidade, com atenção especial à criação de pontos de interesse, como áreas cenográficas e o cantinho “instagramável”, que incentivam engajamento e compartilhamento.

SUSTENTABILIDADE

Foram priorizadas soluções sustentáveis, incorporando materiais ecológicos e de baixo impacto, como por exemplo os blocos de solo cimento e piso drenante intertravado, adquiridos localmente sempre que possível.

A iluminação natural foi otimizada através de janelas e portas amplas. Sensores de presença e dimmers foram implementados para garantir eficiência energética e conforto ambiental.

Essas escolhas refletem o compromisso com a sustentabilidade durante a construção e operação, alinhando design, inovação e cuidado com o meio ambiente, e contribuem diretamente para uma experiência mais agradável e consciente para os usuários.

TECNOLOGIA

A tecnologia no projeto Decor Plates foi integrada de forma estratégica, visando otimizar a experiência do usuário e a operação do espaço.

Foram implementados sensores de presença, automação de iluminação e sistemas de conforto, permitindo que os ambientes se adaptem às necessidades dos clientes e colaboradores. Além disso, recursos tecnológicos também foram planejados para facilitar a interação com os produtos através da realidade virtual. Tais tecnologias foram pensadas e aplicadas para contribuir e garantir um fluxo eficiente de circulação no showroom e nas áreas de atendimento.

Essas soluções reforçam a proposta de um espaço moderno, funcional e responsivo, combinando inovação tecnológica com estética e praticidade.

DESCRIÇÃO DOS AMBIENTES

- Showroom / Caixa: espaço central de interação com o cliente, onde ocorre a experiência de compra e a exposição dos produtos. Cada detalhe do layout foi planejado para criar uma experiência única de imersão, promovendo conexão com os itens, seguindo os princípios do design comercial de Mirian Gurgel. O ambiente integra organização, comunicação visual e interação direta com o cliente, reforçando o conceito da loja.
- Vitrine: conecta o interior ao exterior, atraindo clientes, reforçando a identidade visual da loja.
- Copa: ambiente acolhedor voltado ao conforto e atendimento dos clientes, proporcionando pausas e momentos de interação durante a experiência na loja.
- Área externa de atendimento: projetada para oferecer atendimento personalizado e privativo, integrando clientes à natureza ao ar livre e promovendo conforto e bem-estar.
- Área para colaboradores: espaço separado da copa, garantindo funcionalidade e conforto interno da equipe.
- Jardim externo e uso de plantas no interior dos ambientes: elementos naturais que conectam os ambientes internos e externos, promovendo sensação de bem-estar e reforçando o conceito de sustentabilidade do projeto.
- Banheiros acessíveis e banheiro família: projetados para oferecer conforto, inclusão e acessibilidade a todos os usuários.
- Salas de atendimento e processo criativo: refletem a experiência personalizada do cliente e a dinâmica interna da equipe.
- Sala de reuniões: espaço destinado a encontros estratégicos, planejamento e tomada de decisões, promovendo organização e comunicação interna.
- Sala da direção e setor administrativo: abrigam funções estratégicas da gestão e operação da loja.
- Estoque e despensa: ambientes voltados à organização de produtos e materiais, garantindo funcionalidade e logística eficiente do espaço.

EXPERIÊNCIA DO USUÁRIO E INTERATIVIDADE

O projeto Decor Plates foi concebido para proporcionar experiências significativas e memoráveis aos clientes, integrando conforto, funcionalidade e estímulos sensoriais que reforçam a identidade da marca. O layout do showroom foi desenvolvido de forma estratégica, seguindo os princípios do design comercial de Mirian Gurgel, permitindo que cada detalhe contribua para uma imersão completa e intuitiva na loja.

Os pontos de interação, como a copa, a área externa de atendimento e os ambientes cenográficos, foram projetados para proporcionar momentos de engajamento, privacidade e bem-estar, equilibrando circulação eficiente e estímulo visual. As salas de atendimento e processo criativo oferecem experiências personalizadas, garantindo que o cliente seja atendido de forma exclusiva, enquanto o showroom e a vitrine promovem conexão direta com os produtos e com a identidade visual da loja.

O uso de jardins e plantas tanto no interior quanto no exterior, aliado a janelas amplas que favorecem ventilação e iluminação natural, cria um ambiente agradável e sustentável, reforçando a relação do usuário com a natureza e promovendo conforto ambiental. Os banheiros acessíveis e o banheiro família evidenciam a preocupação com inclusão e acessibilidade, garantindo que todos os públicos tenham uma experiência completa e confortável.

A disposição dos ambientes, os fluxos de circulação e os pontos cenográficos foram planejados para gerar engajamento visual, conforto funcional e estímulos sensoriais, promovendo memórias positivas e incentivando compartilhamento da experiência nas redes sociais. Dessa forma, o projeto integra experiência do usuário, funcionalidade, estética e sustentabilidade, criando um espaço comercial moderno, acolhedor e memorável.

CONCLUSÃO

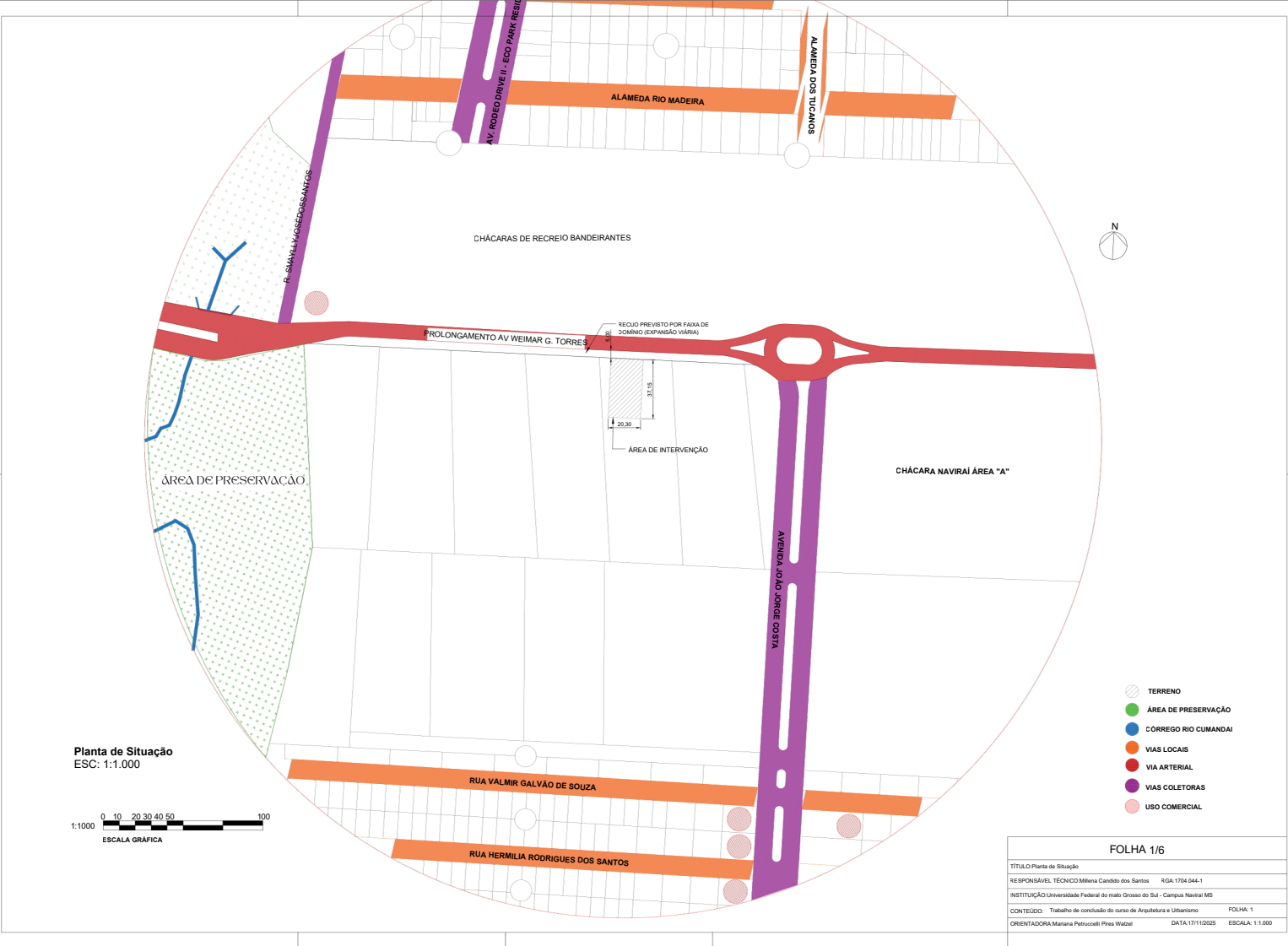
O projeto Decor Plates integra sustentabilidade, tecnologia e experiência do usuário em um espaço comercial inovador e funcional. Cada decisão, desde a definição dos ambientes até o layout e a escolha de materiais, visa conforto, engajamento e conexão entre clientes, produtos e o espaço.

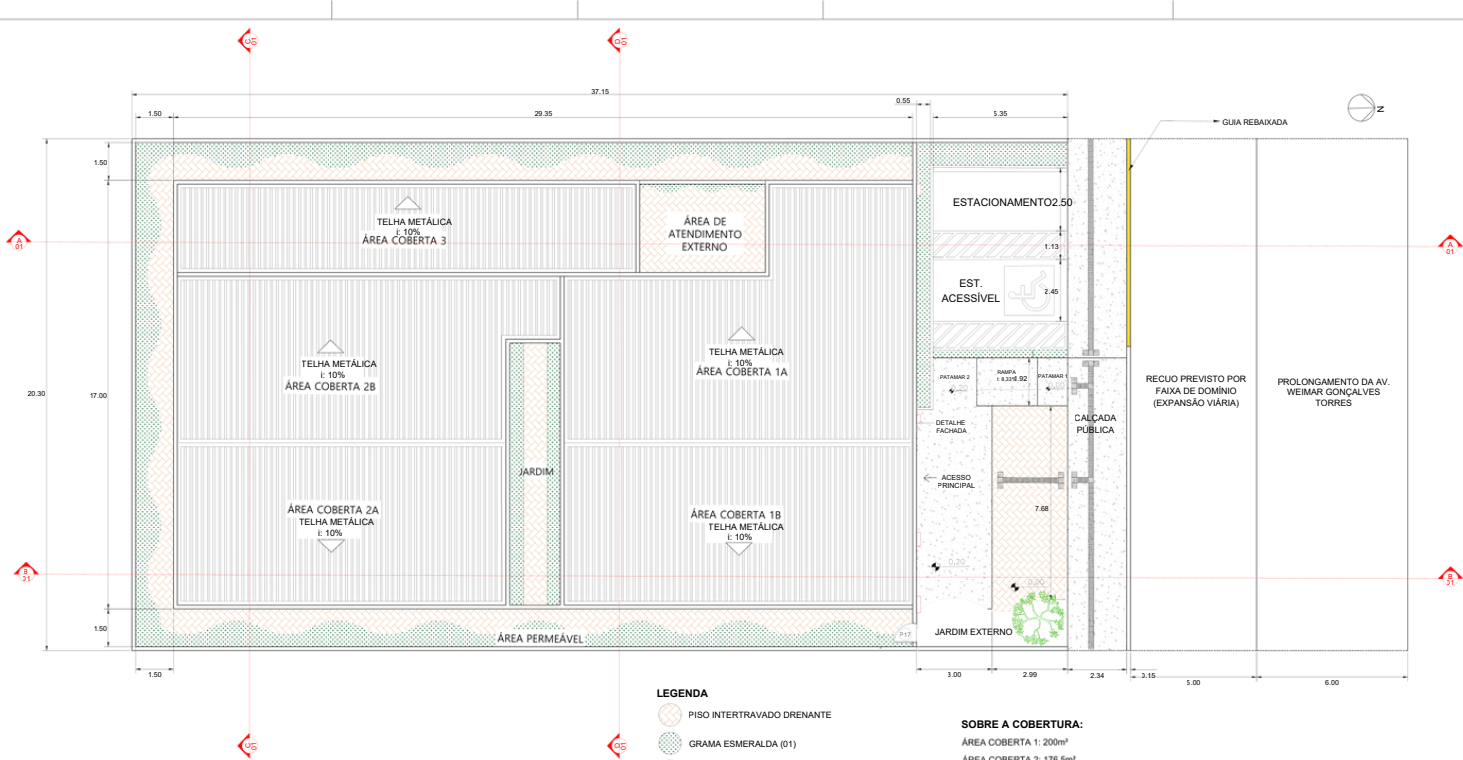
Elementos naturais, como jardins internos e externos, e a otimização da ventilação e iluminação natural, reforçam sustentabilidade e bem-estar. Tecnologias inteligentes garantem ambientes adaptáveis e eficientes, enquanto a preocupação com inclusão e acessibilidade evidencia atenção a todos os usuários.

O presente memorial descritivo, demonstra como a arquitetura comercial pode conectar pessoas e espaços, promovendo inovação, bem-estar e experiências memoráveis, consolidando a loja como um espaço diferenciado no contexto do design e do varejo.

REFERÊNCIAS

- BENJAMIN, Walter. Passagens. Trad. Irene Aron. São Paulo: Martins Fontes, 2006.
- BITNER, Mary Jo. Servicescapes: The impact of physical surroundings on customers and employees. *Journal of Marketing*, v. 56, n. 2, p. 57–71, 1992.
- CAMÊLO, Luíza. Arquitetura e branding: como o ambiente comunica a identidade da marca. Belo Horizonte: UFMG, 2019.
- CASSOU, Bárbara Greca. Retail Design: espaços onde as marcas atraem e envolvem os consumidores. São Paulo: GG Brasil, 2021.
- ESTÊVÃO, Camila. Neuroarquitetura: o que é e como aplicar. *Projetou*, 2023. Disponível em: <https://www.projetou.com.br/posts/neuroarquitetura-o-que-e-como-aplicar/#aplicar>. Acesso em: 29 abr. 2025.
- GURGEL, Miriam. *Projetando espaços: guia de arquitetura de interiores para áreas comerciais*. São Paulo: Editora SENAC, 2005.
- GURGEL, Renata. *Arquitetura Comercial e Experiência do Usuário*. São Paulo: Editora Senac, 2018.
- GURGEL, Renata. *A linguagem dos espaços: arquitetura, consumo e comportamento*. São Paulo: Estação das Letras e Cores, 2022.
- KELLERT, Stephen R. *Biophilic Design: The Theory, Science, and Practice of Bringing Buildings to Life*. Hoboken: Wiley, 2015.
- MOREIRA, Tainá da Silva. *Neuroarquitetura: estudo da aplicação em ambientes arquitetônicos*. 2022. Disponível em: https://ric.cps.sp.gov.br/bitstream/123456789/27192/1/dcc_2022_2_tainadasilvamoreira_neuroarquitetura.pdf. Acesso em: 29 abr. 2025.
- PINE II, B. Joseph; GILMORE, James H. *The Experience Economy: Work is Theatre & Every Business a Stage*. Boston: Harvard Business School Press, 1999.
- SILVA, João Carlos Alves. *Design para sustentabilidade: um guia para projetar soluções de baixo impacto*. São Paulo: Blucher, 2022. Disponível em: <https://www.blucher.com.br/design-para-sustentabilidade>. Acesso em: 01 maio 2025.
- UNITED STATES GREEN BUILDING COUNCIL – USGBC. *Sempre dá certo fazer o certo*. GBC Brasil. Disponível em: <https://www.gbcbrasil.org.br/sempre-da-certo-fazer-o-certo/>. Acesso em: 29 abr. 2025.





Planta de cobertura e Implantação
ESC: 1:75

ITEM	EXIGIDO PELA LEGISLAÇÃO	PROJETO PROPÕE
Uso do solo	Permitido para uso comercial compatível	Comercial
Área do terreno (m²)		754,14 m²
Área construída (m²)	Máx. conforme CA	460,65 m²
Área permeável (m²)	Mínimo 10%: 75,41 m²	331,82 m² (44,00%)
Taxa de Ocupação	Máximo 75%: 565,61 m²	460,63 m² (61,08%)
Cof. de Aproveitamento	Máximo 4,0 Básico 1,0	0,61
Recuo frontal	Mínimo 3,50 m	5,00 m
Recuos laterais	Mínimo 1,50 m cada	1,50 m
Recuo de fundo	Mínimo 1,50 m	1,50 m
Altura máxima	Máx. 9,00 m ou 2 pavimentos	7,00 m, 1 pav.

- LEGENDA**
- PISO INTERTRAVADO DRENANTE
 - GRAMA ESMERALDA (01)
 - CONCRETO
 - TELHA TIPO SANDUÍCHE (COM ISOLANTE TÉRMICO)
 - ÁRVORE NATIVA - IPÊ ROXO (02)

SOBRE A COBERTURA:
ÁREA COBERTA 1: 200m²
ÁREA COBERTA 2: 176,5m²
ÁREA COBERTA 3: 63,7m²

TABELA DE PAISAGISMO						
Nº	Nome Popular	Nome Científico	Quantidade	Porte	Tipo	Observações / Local de Aplicação
01	Grama Esmeralda	Zoysia japonica	—	Baixo	Forração	Área externa / jardim frontal / lateral e interno
02	Ipê Roxo	Handroanthus impetiginosus	—	Alto	Árvore	Área de destaque / calçada
03	Ráfia-anã	Rhapis excelsa	—	Baixo	Arbusto	Detalhe na fachada / vasos

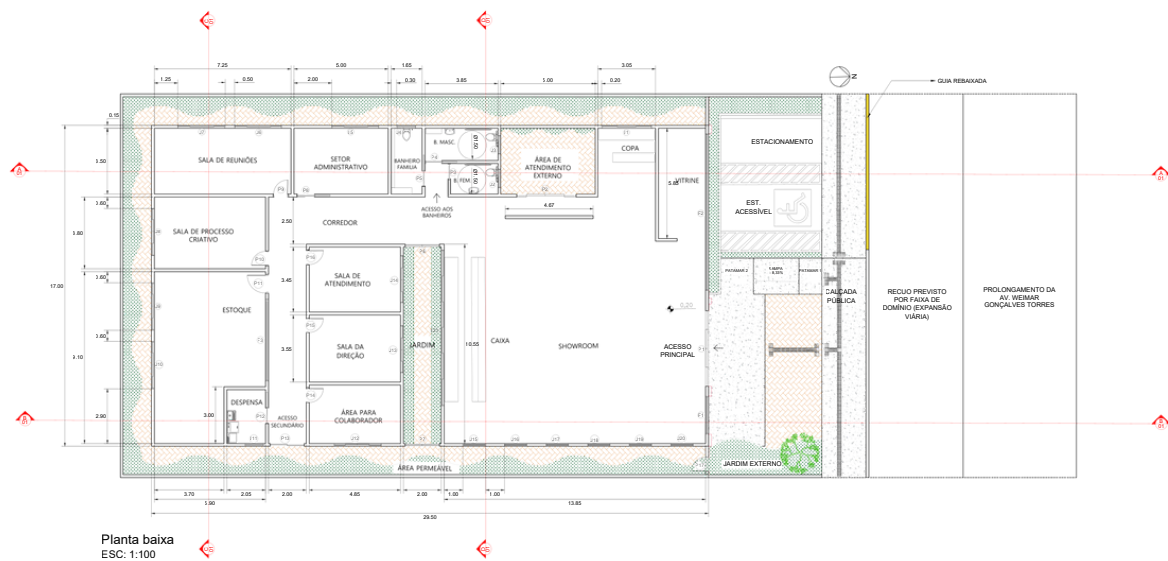
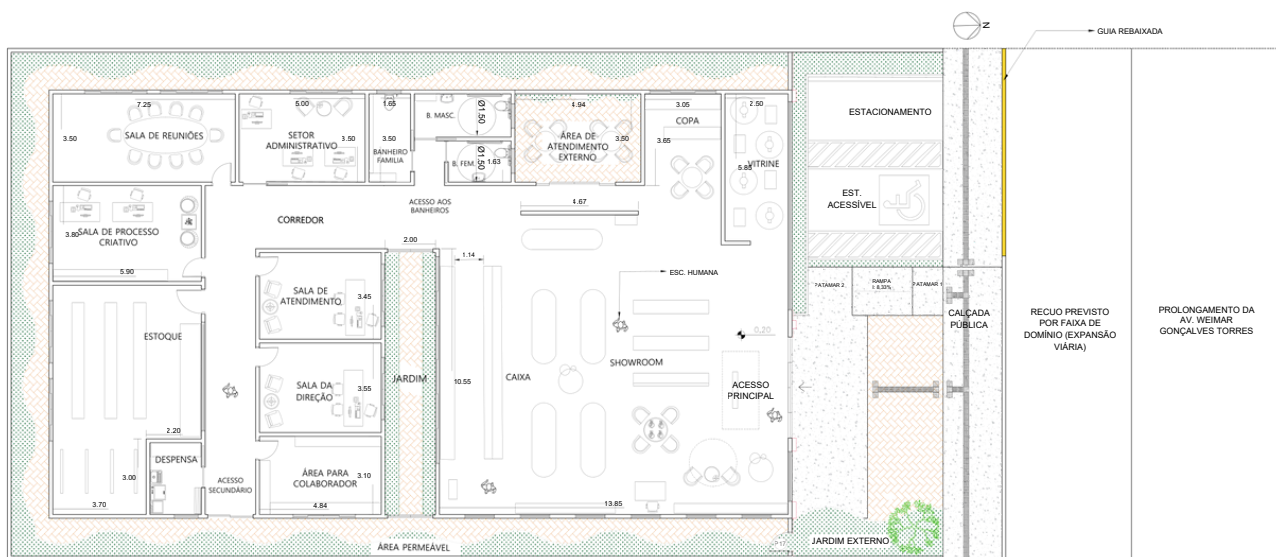


Tabela de Esquadrias			
Código	Tipo	Local de Instalação	Dimensões (L x A em m)
J1	Janela de correr	Copa	2,85 x 0,40
J2	Janela basculante	Banheiro feminino	1,00 x 0,40
J3	Janela basculante	Banheiro masculino	1,00 x 0,40
J4	Janela basculante	Banheiro família	1,00 x 0,40
J5	Janela de correr	Setor administrativo	2,50 x 2,00
J6	Janela de correr	Sala de reuniões	2,50 x 2,00
J7	Janela de correr	Sala de reuniões	2,50 x 2,00
J8	Janela de correr	Sala de processo criativo	2,50 x 2,00
J9	Janela de correr	Estoque	2,50 x 2,00
J10	Janela de correr	Estoque	2,50 x 2,00
J11	Janela basculante	Despensa	1,00 x 0,40
J12	Janela de correr	Área para colaborador	2,50 x 2,00
J13	Janela de correr	Sala da direção	2,50 x 2,00
J14	Janela de correr	Sala de atendimento	2,50 x 2,00
J15	Janela basculante	Showroom Exposição	1,00 x 0,50
J16	Janela basculante	Showroom Exposição	1,00 x 0,50
J17	Janela basculante	Showroom Exposição	1,00 x 0,50
J18	Janela basculante	Showroom Exposição	1,00 x 0,50
J19	Janela basculante	Showroom Exposição	1,00 x 0,50
J20	Janela basculante	Showroom Exposição	1,00 x 0,50
J21	Janela de correr	Showroom Exposição	9,30 x 2,50

Tabela de Esquadrias			
Código	Tipo	Local de Instalação	Dimensões (L x A em m)
P1	Porta de correr	Entrada principal	4,00 x 3,80
P2	Porta de correr	Área de atendimento externo	3,15 x 2,10
P3	Porta de correr embutir	Banheiro feminino	0,80 x 2,10
P4	Porta de correr embutir	Banheiro masculino	0,80 x 2,10
P5	Porta de correr embutir	Banheiro família	0,80 x 2,10
P6	Porta de correr	Jardim	3,80 x 2,90
P7	Porta de correr	Jardim	3,80 x 2,90
P8	Porta de correr	Setor administrativo	0,90 x 2,10
P9	Porta de abrir	Sala de reuniões	0,80 x 2,10
P10	Porta de abrir	Sala de processo criativo	0,80 x 2,10
P11	Porta de abrir	Estoque	0,80 x 2,10
P12	Porta de correr embutir	Despensa	0,80 x 2,10
P13	Porta de correr	Acesso secundário	3,80 x 2,10
P14	Porta de abrir	Sala de colaboradores	0,80 x 2,10
P15	Porta de abrir	Sala da direção	0,80 x 2,10
P16	Porta de abrir	Sala de atendimento	0,80 x 2,10
F1	Vidro fixo	Showroom Exposição	2,00 x 3,30
F2	Vidro fixo	Showroom Exposição	8,30 x 3,80
P17	Porta de abrir	Acesso de serviço Lateral da fachada	3,80 x 2,10
F3	Vidro fixo	Estoque	4,30 x 1,50

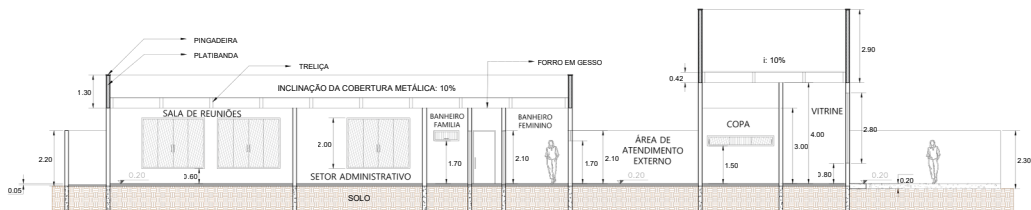
FOLHA 3/6			
TÍTULO: Planta Baixa			
RESPONSÁVEL TÉCNICO: Milena Candido dos Santos		RQA: 1704.044-1	
INSTITUIÇÃO: Universidade Federal do Mato Grosso do Sul - Campus Navial MS			
CONTEÚDO: Trabalho de conclusão do curso de Arquitetura e Urbanismo			FOLHA: 3
ORIENTADORA: Mariana Petrucci Pires Watzel		DATA: 17/11/2025	ESCALA: 1:100



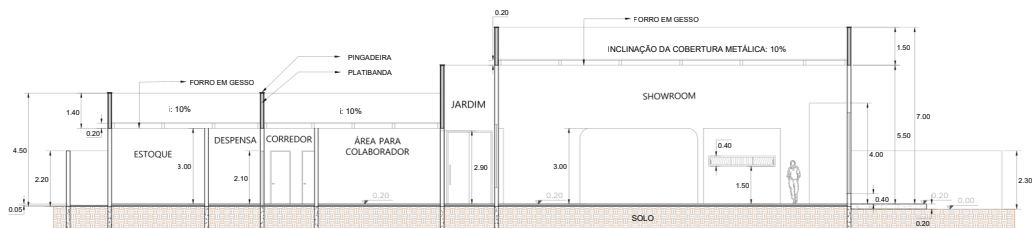
Planta baixa com layout
ESC: 1:75

FOLHA 4/6

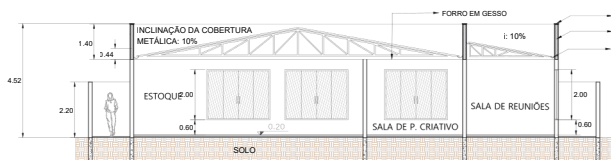
TÍTULO: Planta Baixa com Layout	
RESPONSÁVEL TÉCNICO: Mariana Cardelli dos Santos	RGA: 1704.044-1
INSTITUIÇÃO: Universidade Federal do Mato Grosso do Sul - Campus Naveira MS	
CONTEÚDO: Trabalho de conclusão do curso de Arquitetura e Urbanismo	FOLHA: 4
ORIENTADORA: Mariana Petrucci Pires Watzel	DATA: 17/11/2025
	ESCALA: 1:75



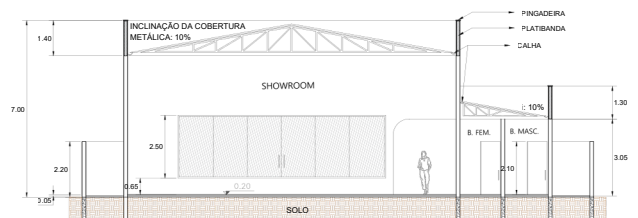
Corte A-A
ESC: 1:75



Corte B-B
ESC: 1:75



Corte C-C
ESC: 1:75



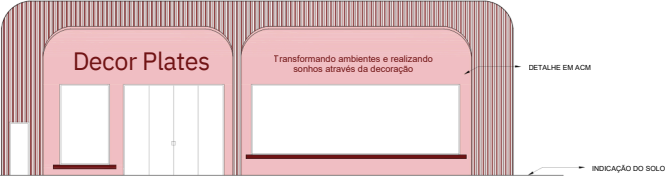
Corte D-D
ESC: 1:75

FOLHA 5/6

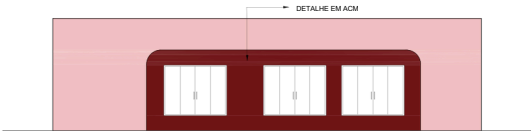
TÍTULO: Cortes	
RESPONSÁVEL TÉCNICO: Mariana Cerdas dos Santos	RGA-1704-044-1
INSTITUIÇÃO: Universidade Federal do Mato Grosso do Sul - Campus Naveira MS	
CONTEÚDO: Trabalho de conclusão do curso de Arquitetura e Urbanismo	FOLHA: 5
ORIENTADORA: Mariana Petrucci Pires Watzel	DATA: 17/11/2025
	ESCALA: 1:75



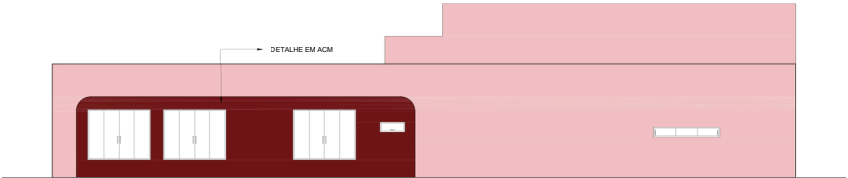
Fachada 1
ESC: 1:75



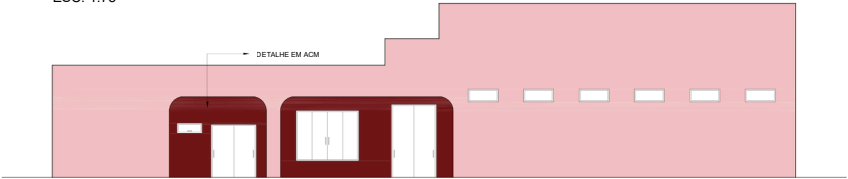
Fachada 1
ESC: 1:75



Fachada 4
ESC: 1:75



Fachada 2
ESC: 1:75



Fachada 3
ESC: 1:75

FOLHA 6/6			
TÍTULO:	Fachadas		
RESPONSÁVEL TÉCNICO:	Mirella Cardêso dos Santos	RGA: 1704.044-1	
INSTITUIÇÃO:	Universidade Federal do Mato Grosso do Sul - Campus Naval MS		
CONTEÚDO:	Trabalho de conclusão do curso de Arquitetura e Urbanismo		FOLHA: 6
ORIENTADORA:	Mariana Petrucci Pires Watzel	DATA: 17/11/2025	ESCALA: 1:75

Universidade Federal do Mato Grosso do Sul
Campus Naviraí

RENDERIZAÇÕES

Trabalho de conclusão do curso de Arquitetura e Urbanismo

“Sustentabilidade, tecnologia e experiência na arquitetura comercial

Decor Plates: conectando pessoas e espaços através da arquitetura e design”

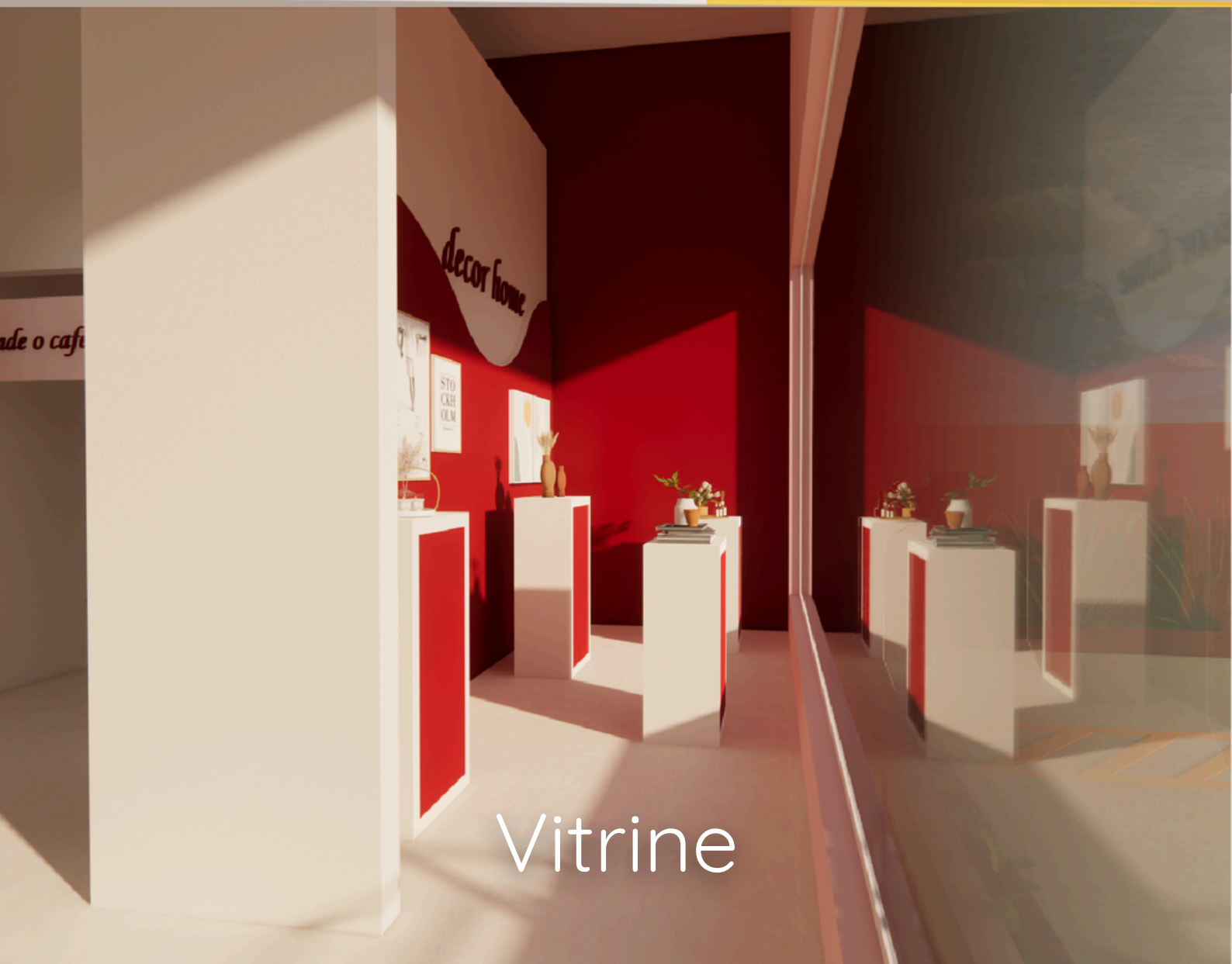
Orientanda: Millena Candido dos Santos **RGA:**2020.1704.044-1

Orientadora: Mariana Pires Petrucelli Watzel



Fachada







Showroom



Caixa

Caixa



Showroom





Showroom



Ambiente tecnológico



Ambiente
tecnológico



Acesso à área de
atendimento externo

Copa

Onde o café e os sonhos se encontram



Onde o café e os sonhos se encontram

Copa





Ambiente “instagramável”





Showroom





Showroom





Área de
atendimento
ex terno





Decor Plates

Decor Plates

Decor Plates

Obrigada!

“Fazei tudo por Amor. - Assim não há coisas pequenas: tudo é grande.”

São Josemaria

Onde o café e os sonhos se encontram



ATA DE DEFESA

TRABALHO DE CONCLUSÃO DE CURSO - ARQUITETURA E URBANISMO/ CPNV

Título: Sustentabilidade, tecnologia e experiência na arquitetura comercial: Decor Plates conectando pessoas e espaços através da arquitetura e design	
Data da defesa: 03/11/2025	
Local: auditório CPNV	Horário: 17:00
Orientador (a): Mariana Petruccelli Pires Watzel	
Acadêmico (a): Millena Cândido dos Santos	
RGA: 2020.170444-1	

BANCA EXAMINADORA

	Membro	Titulação	Instituição
Presidente (Orientador)	Mariana Petruccelli Pires Watzel	Doutorado	Universidade Federal de Mato Grosso do Sul (UFMS)
Avaliador UFMS	Camila Amaro de Souza	Doutorado	Universidade Federal de Mato Grosso do Sul (UFMS)
Avaliador Externo	Marcelo Salmon	Mestrado	Universidade de Marília (UNIMAR)

Após os procedimentos de apresentação oral, arguição e defesa, o(a) acadêmico(a) foi considerado(a):

(X) Aprovado(a) () Reprovado(a)

Terminada as considerações, a sessão foi dada por encerrada, sendo lavrada a presente ata, que segue assinada pela banca examinadora.

Naviraí (MS), 03 de Novembro de 2025.

NOTA
MÁXIMA
NO MEC

UFMS
É 10!!!



Documento assinado eletronicamente por **Mariana Petruccelli Pires Watzel, Professora do Magistério Superior**, em 07/11/2025, às 15:25, conforme horário oficial de Mato Grosso do Sul, com fundamento no § 3º do art. 4º do [Decreto nº 10.543, de 13 de novembro de 2020](#).

NOTA
MÁXIMA
NO MEC

UFMS
É 10!!!



Documento assinado eletronicamente por **CAMILA AMARO DE SOUZA, Professora do Magistério Superior**, em 07/11/2025, às 16:12, conforme horário oficial de Mato Grosso do Sul, com fundamento no § 3º do art. 4º do [Decreto nº 10.543, de 13 de novembro de 2020](#).

NOTA
MÁXIMA
NO MEC

UFMS
É 10!!!



Documento assinado eletronicamente por **Marcelo Salmon**,
Usuário Externo, em 07/11/2025, às 16:24, conforme horário
oficial de Mato Grosso do Sul, com fundamento no § 3º do
art. 4º do [Decreto nº 10.543, de 13 de novembro de 2020](#).



A autenticidade deste documento pode ser conferida no site
[https://sei.ufms.br/sei/controlador_externo.php?](https://sei.ufms.br/sei/controlador_externo.php?acao=documento_conferir&id_orgao_acesso_externo=0)
[acao=documento_conferir&id_orgao_acesso_externo=0](https://sei.ufms.br/sei/controlador_externo.php?acao=documento_conferir&id_orgao_acesso_externo=0), informando o código
verificador **6025456** e o código CRC **C5509848**.

CAMPUS DE NAVIRAÍ

Rodovia MS 141, Km 04, Saída para Vinhedo Cx Postal 103

Fone: (67) 3409-3401

CEP 79950-000 - Naviraí - MS

Referência: Processo nº 23453.000309/2025-33

SEI nº 6025456