



PROPORÇÕES ENTRE LOJAS

Interiores Comerciais

Arquitetura, Design e Construção

Professor: Danilo Saccomori e
Virgínia Valim
Colaboração: Daniela Teixeira

- Sumário -

| | |
|------------------------------------|--------|
| • Sumário | Pg. 02 |
| • Introdução | Pg. 03 |
| • Conceito | Pg. 09 |
| • Setorização e Acessos | Pg. 15 |
| • Setorização e Vitrine | Pg. 22 |
| • Fluxo | Pg. 26 |
| • Disposição e forma de Mobiliário | Pg. 30 |
| • Identidade Visual | Pg. 38 |
| • Materiais e Texturas | Pg. 43 |
| • Bibliografia | Pg. 48 |

Introdução

Diferença entre lojas de grande porte (ou lojas de rua) e lojas de pequeno porte (ou lojas de shopping).

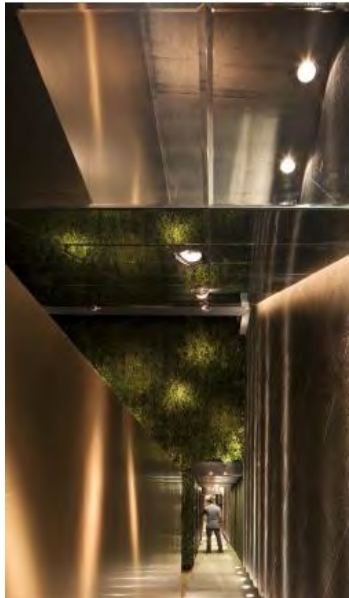
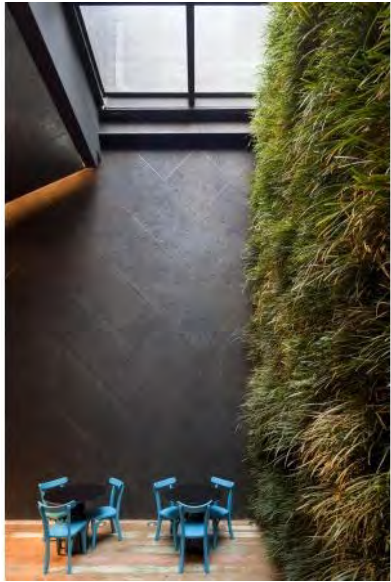
- A comparação entre os dois tipos de espaço proporcionará uma visão mais abrangente e possibilitará um maior entendimento quanto a importantes etapas do projeto.

- Alguns pontos especificamente analisados serão:
 - Conceito
 - Setorização
 - Fluxo
 - Forma de Mobiliário
 - Disposição de Mobiliário
 - Identidade Visual
 - Vitrine
 - Materiais e Texturas

- Vale atentar para o fato de que as lojas – de rua e de shopping - devem seguir o mesmo padrão, não esquecendo do conceito norteador. No entanto não precisam necessariamente possuir os mesmos elementos.
- Devemos aqui considerar ESCALA e PROPORÇÃO, para que haja uma circulação eficiente que atenda não somente a clientes, como também funcionários.
- É importante ter em mente que em uma loja de grande porte outras áreas devem ser criadas para que a loja funcione de forma eficiente, diferentemente das de shopping, onde o mesmo já dispõe destas áreas por regulamentação.

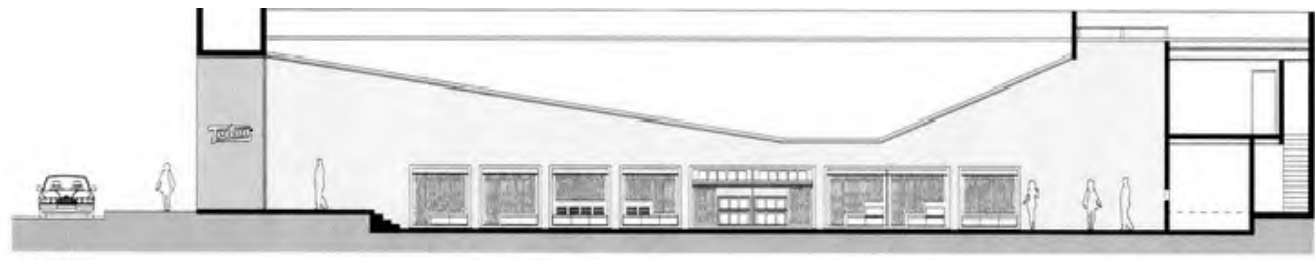
Triton – Oscar Freire, SP. Basicas Arquitetos Associados

Loja de grande porte

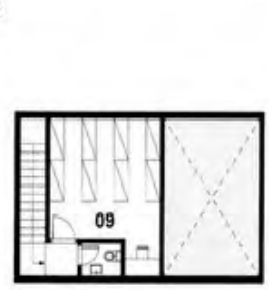


Triton – Oscar Freire, SP. Basiche's Arquitetos Associados

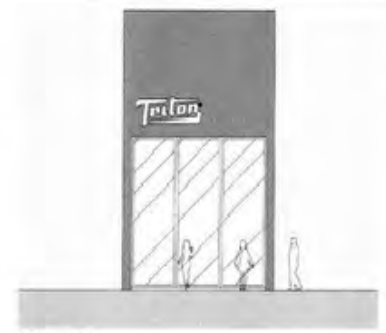
Loja de grande porte



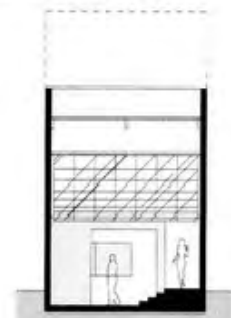
Corte 02



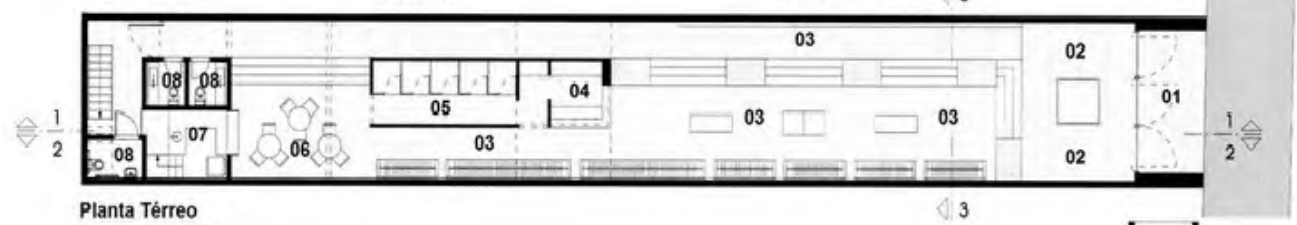
Planta Superior



Elevação



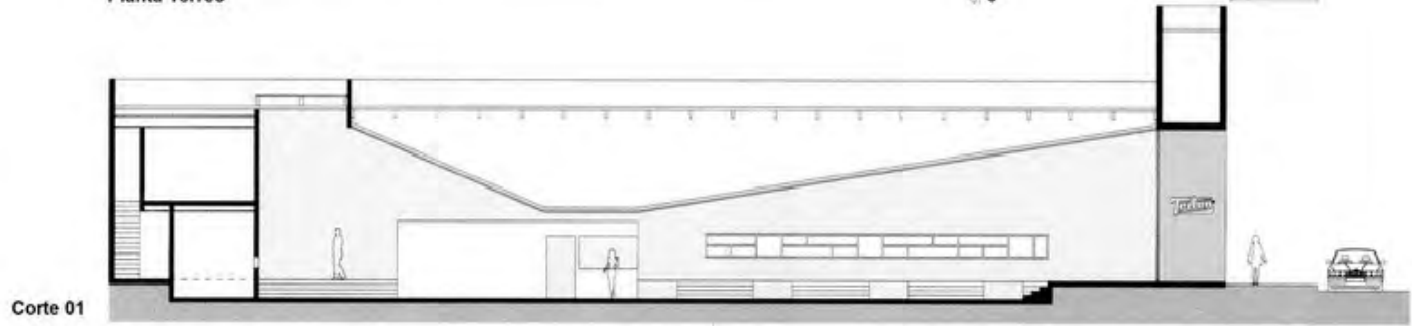
Corte 03



Planta Térreo

OSCAR FREIRE

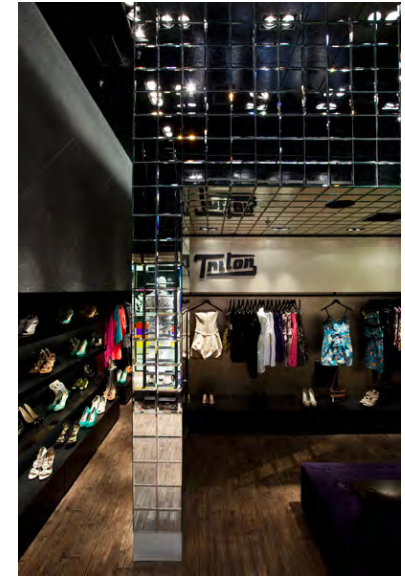
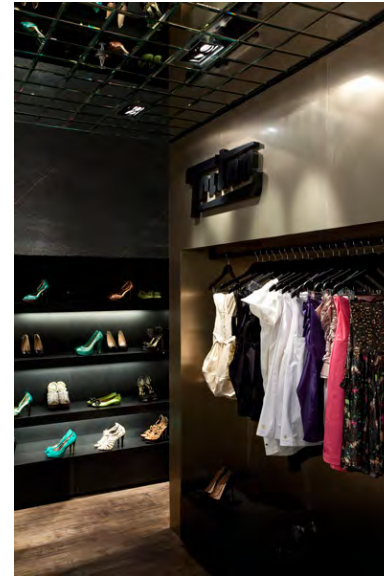
- Legenda**
- 01_Hall Acesso
 - 02_Vitrine
 - 03_Loja
 - 04_Caixa
 - 05_Provadores
 - 06_Café
 - 07_Copa Café
 - 08_Sanitários
 - 09_Estoque



Corte 01

Triton – Shopping Iguatemi, SP. Basiche's Arquitetos Associados

Loja de pequeno porte



CONCEITO

Em uma loja de shopping e/ou pequeno porte o conceito definido é exemplificado no seu interior e vitrine. Em uma loja de rua, podemos visualizar este conceito, inclusive, em seu volume e fachadas.



Arquivo pessoal

Loja Stone Fitness - Loja de Rua

Arquitetos:

Guilherme Bussamra e Henrique Mingozi

* exercício de projeto elaborado em sala de aula na disciplina de interiores comerciais



<http://www.archdaily.com.br/>

The Lego House – Loja de Rua

Arquiteto: Bjarke Ingels Grupo

Ano: Em construção

Área: 7.600m²

Localização: Billung, Dinamarca

- Analisando conceitos - Stone Fitness



Arquivo pessoal

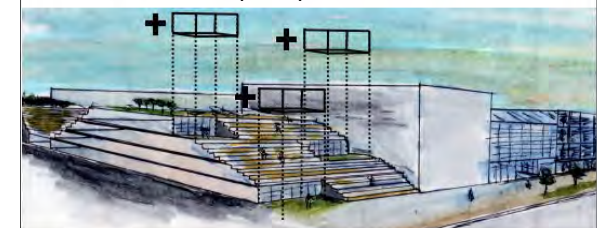
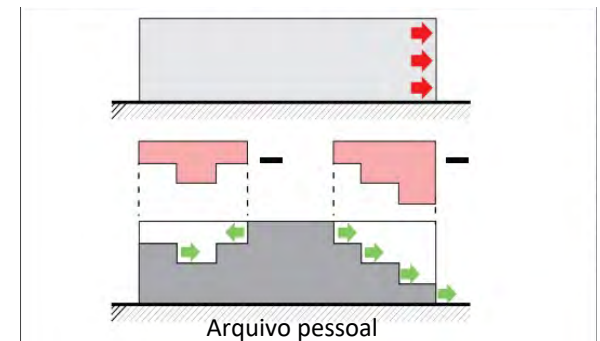


Arquivo pessoal

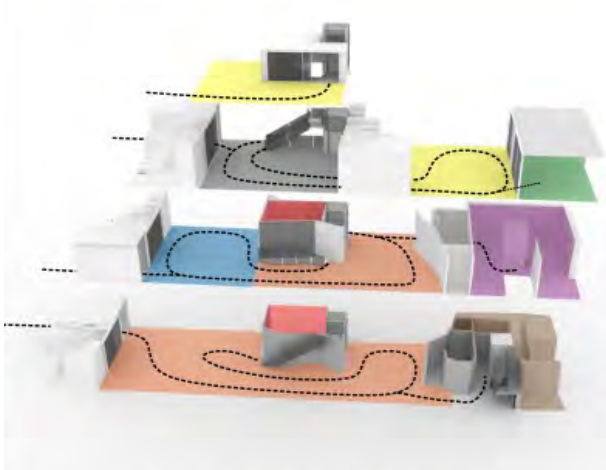
- | | | | |
|-------------------------------------------------------------------------------------|------------------|-------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------|
|  | Nutrição |  | Ateliê e/ou Personalização |
|  | Área VIP |  | Estoque |
|  | Espaço Happening |  | Vendas |
|  | Museu |  | Administração |

O conceito norteador deste projeto é a junção das práticas esportivas em montanhas, fazendo analogia ao movimento de subida em escadas. Associado a isso, vemos também a ideia de superação e evolução do indivíduo com o movimento de subida, uma espécie de ascensão ao topo.

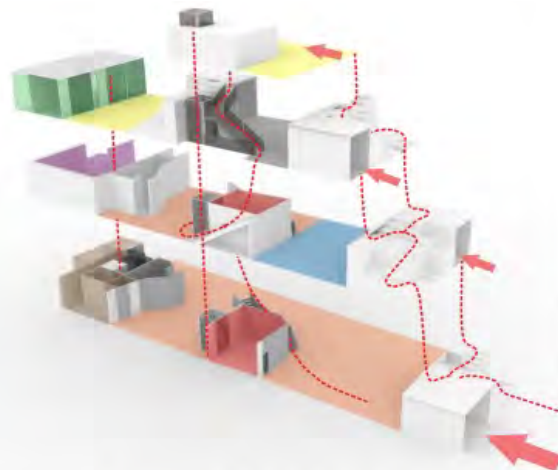
Por fim, essa ideia uniu-se a interação social gerada pela prática esportiva, que refletiu no projeto da loja.



- Analisando conceitos - Stone Fitness



Circulação horizontal



Circulação vertical



Perspectiva aerea



Entrada Principal



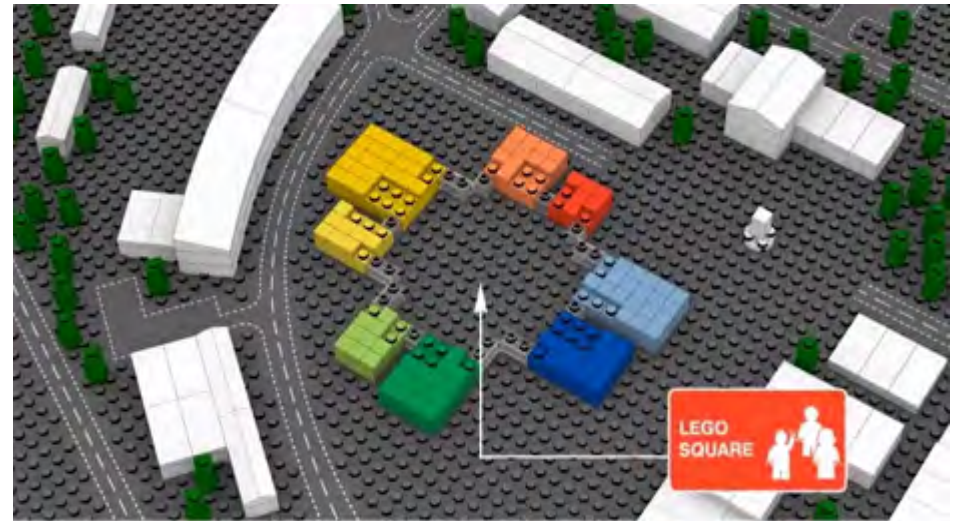
Loja - Pav. Terreo



Espaco Nutricao- 2º Pav.

- Analisando conceitos - The Lego House

Esta loja museu é um exemplo claro de conceituação da marca e como ela pode ser bem desenvolvida de forma projetual. O edifício foi projetado para ser um grande conjunto de peças de LEGO. Seus setores, fluxos, volume e toda a sua conceituação foram desenvolvidos como grandes encaixes.



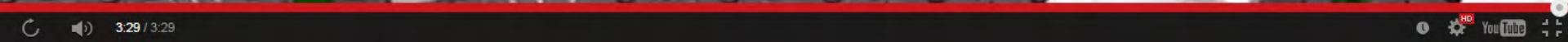
Fonte: <http://weburbanist.com/>



Fonte: <http://weburbanist.com/>

- Analisando conceitos - The Lego House

The LEGO House by BIG (Bjarke Ingels Group) – HD –



<http://weburbanist.com/>

Vídeo disponível em : <http://weburbanist.com/2013/06/27/lego-house-experience-center-made-of-interlocking-blocks/>

SETORIZAÇÃO E ACESSOS

- Analisando setorização e acessos -

Semelhante às lojas de shopping, as lojas de rua separam sua mercadoria pelo público alvo a atingir, sempre com o objetivo de não misturar os fluxos.

A setorização nas lojas de rua são demarcadas e elaboradas, pois precisam de uma infraestrutura para seu funcionamento, diferente das lojas de shopping. O acesso das lojas de rua pode ser definido como partido e assim torná-la mais interessante e convidativa.

Em lojas de shopping, os acessos são limitados, pois são definidos pela planta total que o shopping.



GAROA – Loja de Rua

Arquitetos: Una Arquitetos

Ano: 2010

Estrutura: Concreto e Tijolo

Localização: São Paulo, Brasil



FLOR – Loja de Shopping

Arquiteto: Luciano Junqueira

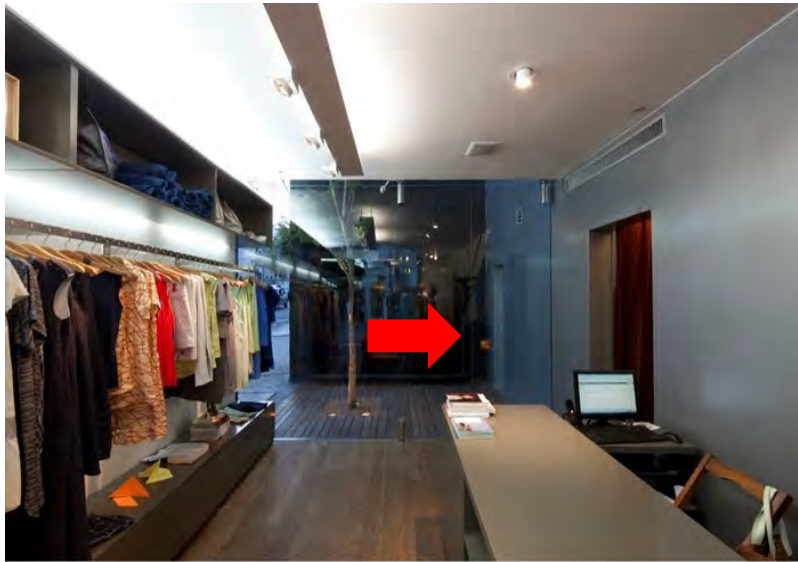
Ano: 2003

Área: 103 m²

Localização: São Paulo, Brasil

- Analisando setorização e acessos -

Loja GAROA



Loja de rua: dois acessos foram projetados, um principal e um alternativo.

Loja FLOR

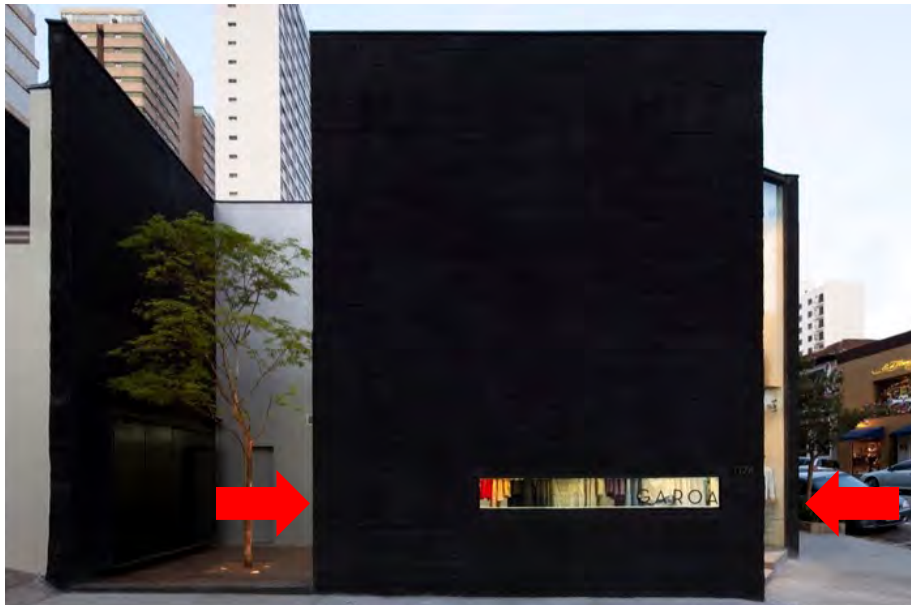


Loja de shopping: geralmente não é possível executar o projeto com mais de um acesso, permitindo fluxos internos diferentes.

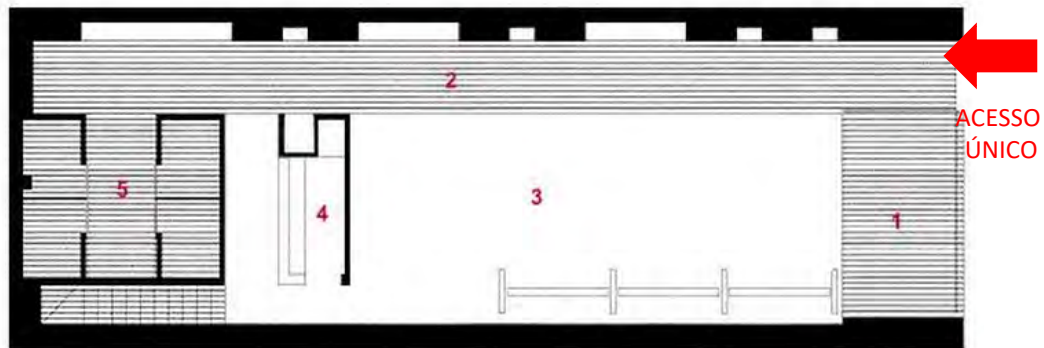


- Analisando setorização e acessos -

Loja GAROA



Loja FLOR



Térreo

1. Vitrine 2. Galeria 3. Salão 4. Caixa 5. Provadores


0 0,5 1,5 3,5

Loja GAROA

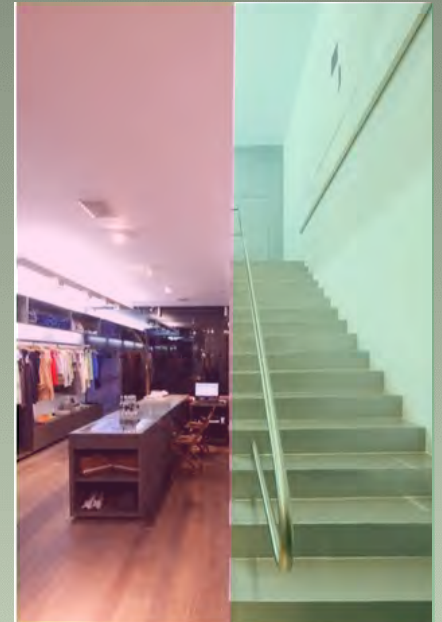


DS danilo | saccomori
arquitetura

Atendendo a dois públicos diferentes, a loja Garoa, executou a sua setorização de forma simples e funcional.

 Setor masculino


 Setor feminino



Loja FLOR



Atendendo o público feminino suas vendas são setorizadas em roupas casuais e moda praia.

 Moda Praia

 Casual





Loja GAROA



Setor masculino



Setor feminino

Fonte: <http://www.archdaily.com.br/>

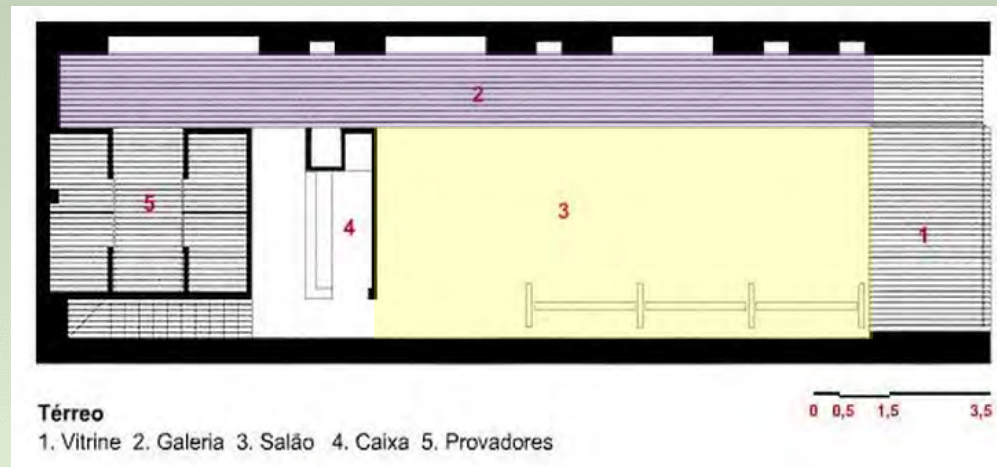
Loja FLOR



Moda Praia



Casual

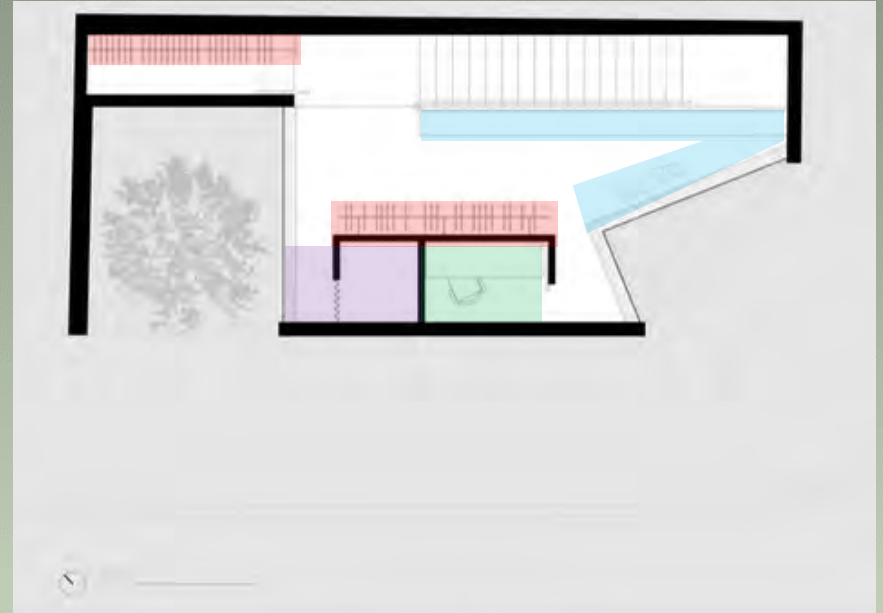
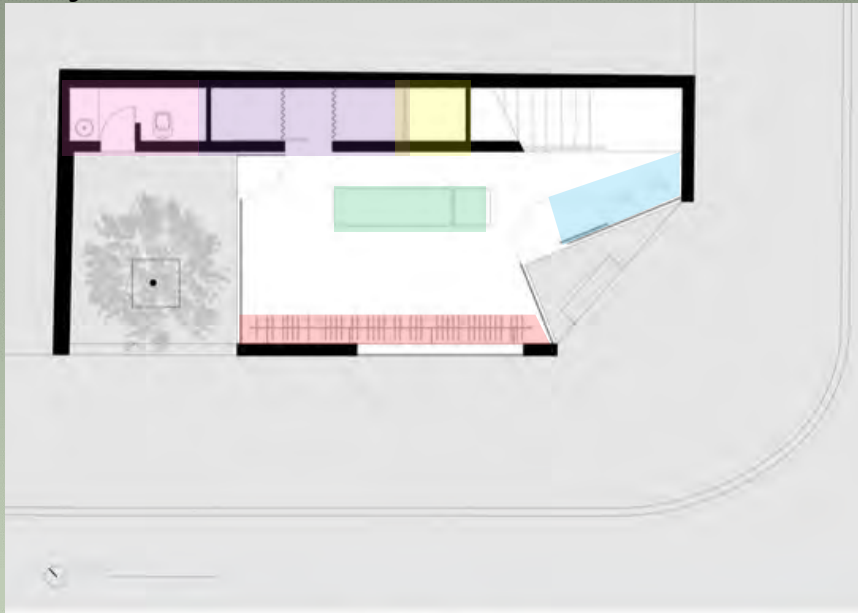


Térreo

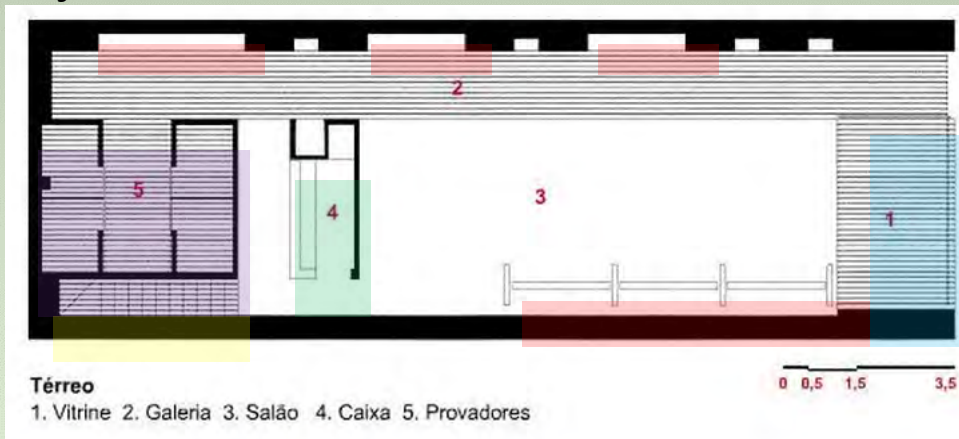
1. Vitrine 2. Galeria 3. Salão 4. Caixa 5. Provadores

Fonte: <http://arcoweb.com.br/>







Loja GAROA



Loja FLOR



Alguns setores são fundamentais em lojas de rua, outros são de comum funcionalidade

- | | |
|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------|
|  Caixa |  Vitrine |
|  Provador |  Expositor |
|  Restrito a Funcionários |  Banheiro |

SETORIZAÇÃO E VITRINE

- Analisando setorização e vitrine -

A função do lote para lojas de rua e lojas e shopping é tratada de forma independente. As lojas de rua precisam se adequar a uma funcionalidade básica que em lojas de shopping não são necessárias, porque o edifício shopping abastece as lojas em suas áreas de serviço.

Para uma loja de rua a vitrine é tratada como área de exposição do produto e destaque da loja. Em um centro comercial onde o mesmo produto é vendido em diversas lojas, sua vitrine/fachada se torna o cartão de convite para o cliente.



FAS - Loja de Rua

Arquitetos: Rizoma Arquitetura

Ano: 2014

Área: 400,00 m²

Localização: Alameda Gabriel Monteiro da Silva, São Paulo, Brasil



Munich - Loja de Shopping

Arquitetos: Dear Design

Ano: 2012

Área: 85 m²

Localização: Costanera Center, Santiago - Chile



Moda Bagno – Loja de Rua

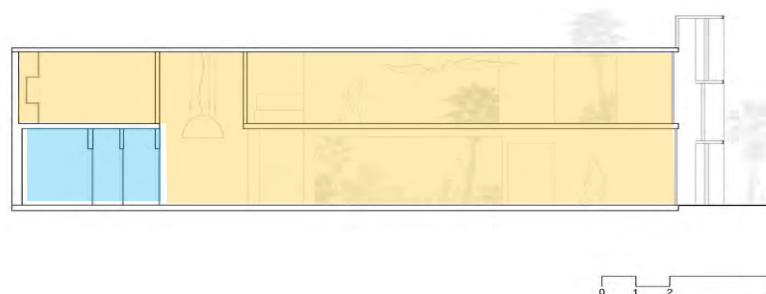
Arquitetos: K-Studio

Ano: 2011

Área: 1000 m²

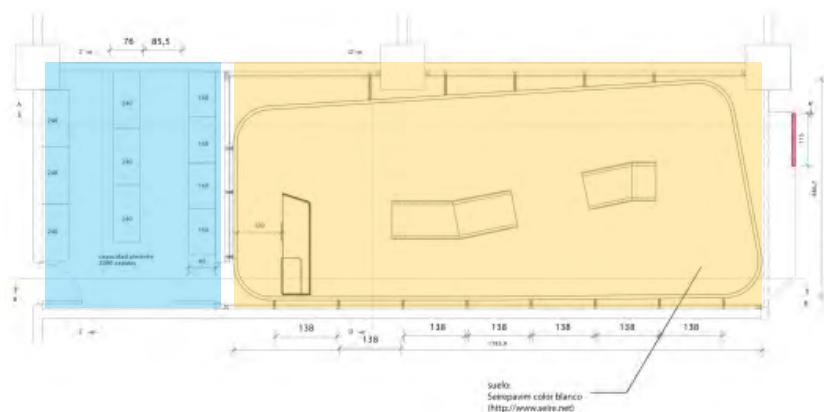
Localização: Alimou, Atenas - Grecia

Loja FAS



- Área restrita a funcionários
- Área de venda

Loja Munich



- Analisando setorização e vitrine -

Loja FAS



Loja Moda Bagno



FLUXOS

A diferença de proporção dos fluxos de uma grande loja para uma pequena está ligada diretamente a sua setorização e função. Lojas pequenas tendem a ter um fluxo com menos obstáculos e sem interrupções. Grandes lojas, e principalmente as grandes lojas de rua, possuem todo um setor restrito a funcionários de diversas áreas e que precisam estar segregados em suas diferentes funções além de ter um fluxo distinto ao dos clientes.



CAMPER - Loja de Shopping

Arquitetos: A- cero

Ano: 2011

Área: 48,00 m²

Localização: C/ Mesones 51 bajo,
Granada, Espanha



Casamatrix – Loja de Rua

Arquitetos: Paulo Mendes da
Rocha

Ano: 2004

Área: 600 m²

Localização: São Paulo - SP



King55 – Custom Shop Loja de Rua

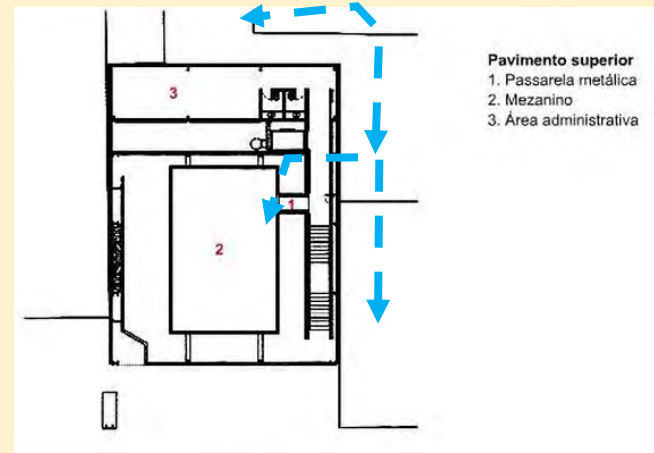
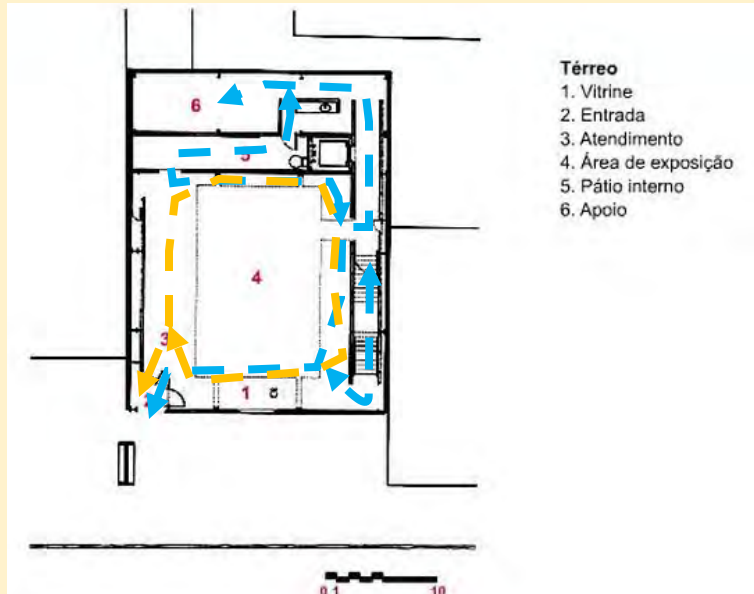
Arquitetos: Tito Ficarelli

Ano: 2005

Área: 160 m²

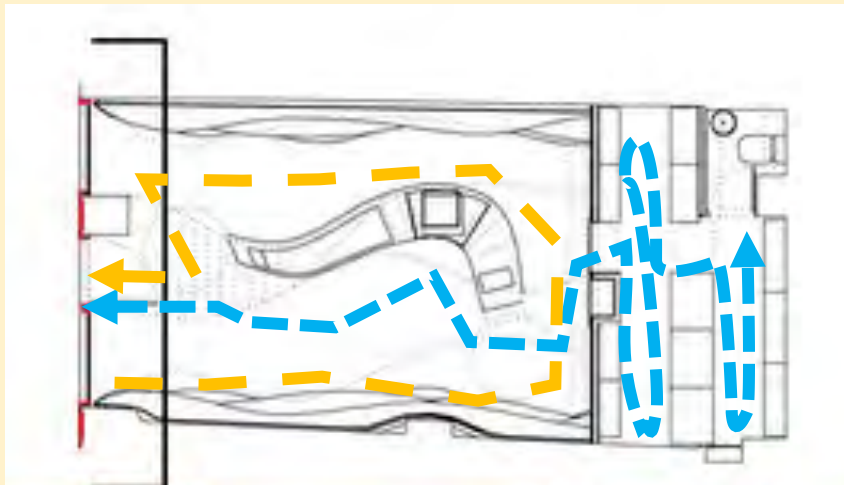
Localização: São Paulo - SP

Loja Casamatrix

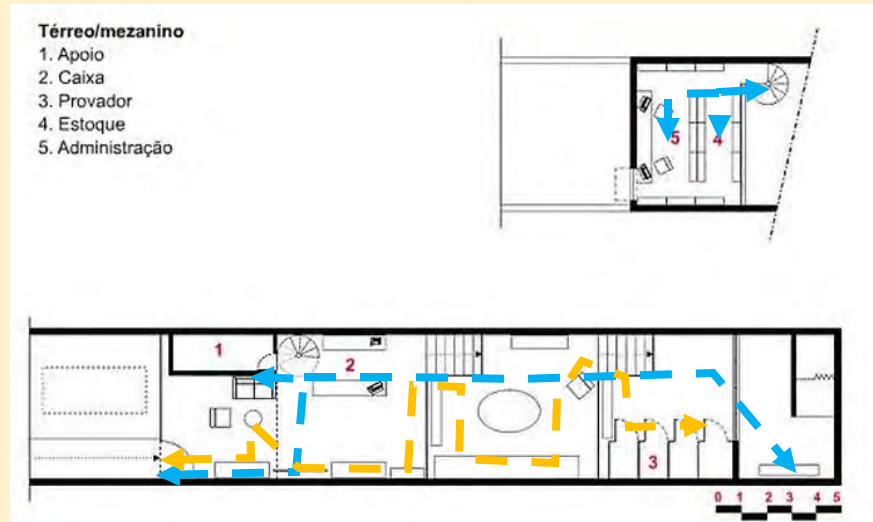


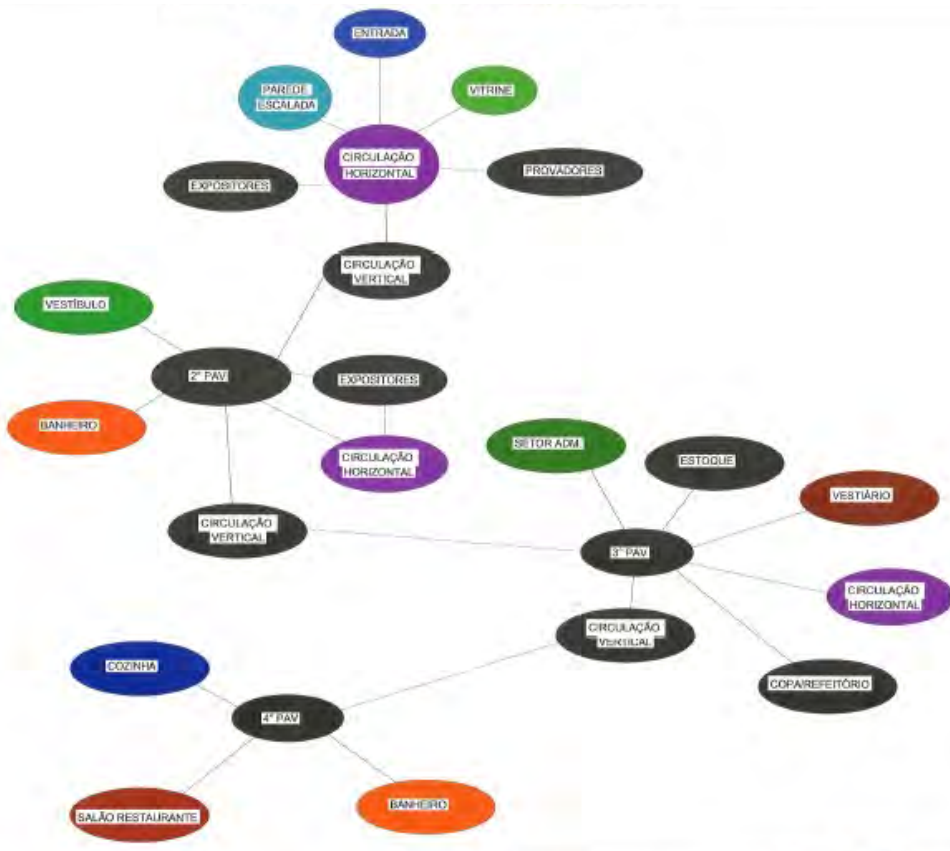
— Funcionários — Clientes

Loja Camper



Loja King55





Nome desconhecido – Loja de Rua

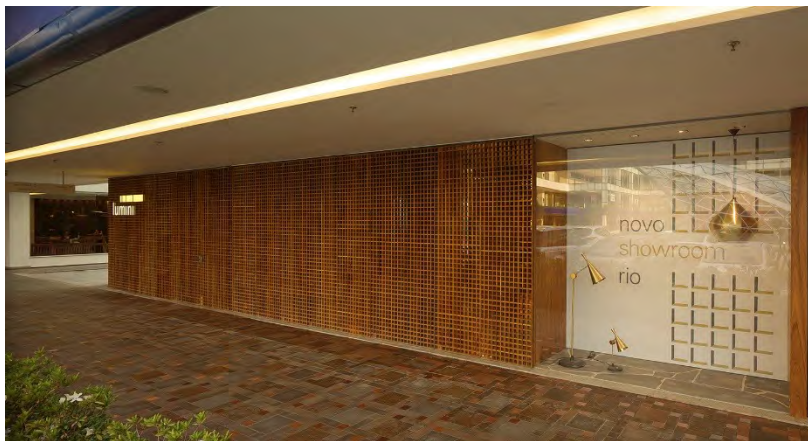
Arquitetos: Danielle Carneiro e Dennis Barbosa

Ano: Projeto fictício elaborado em sala de aula na disciplina de interiores comerciais.

DISPOSIÇÃO E FORMA DOS MOBILIÁRIOS

- Disposição dos mobiliários -

Alguns recursos de ajuste de proporção são necessários quando tratamos um lote de porte maior, sua extensão modifica a forma de tratamento de seu mobiliário e como o mesmo é exposto. A escolha do tamanho dos móveis e a posição que eles são inseridos em planta modifica o olhar do observador, o fluxo e a forma como o cliente e o funcionário se relacionam no espaço. Corredores extensos com a mesma repetição de expositor podem proporcionar ao cliente desinteresse em relação a loja e ao produto.



Fonte: <http://www.archdaily.com.br/>

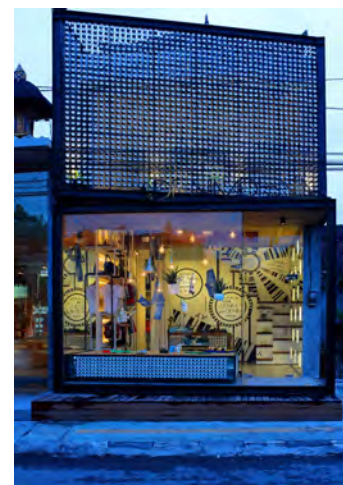
Lumini – Loja de grande porte

Arquitetos: Studio mk27

Ano: 2013

Área: 320 m²

Localização: Casa Shopping, Rj - Brasil



Fonte: <http://www.archdaily.com.br/>

Denim Denim – Loja de pequeno porte

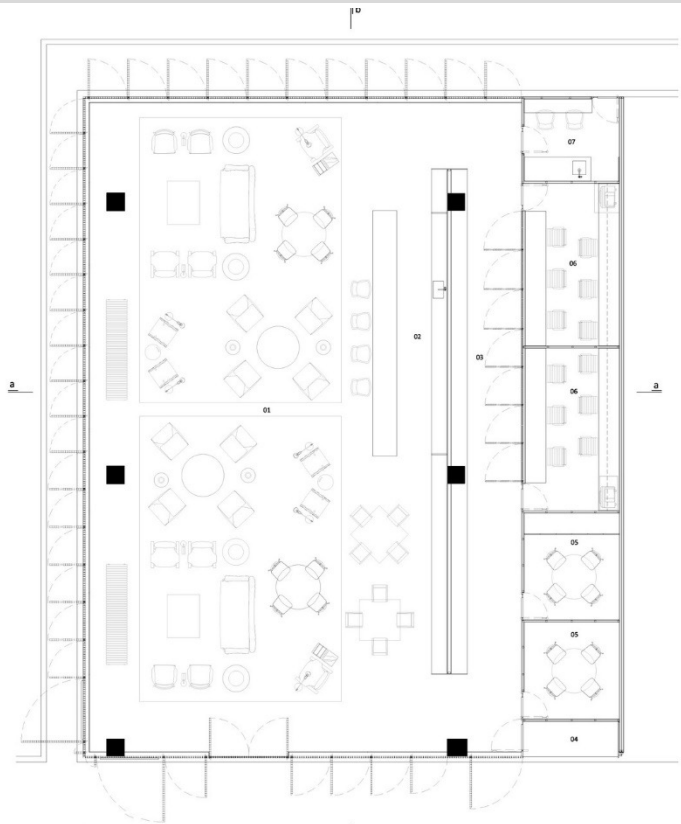
Arquitetos: Word of Mounth Architecture

Ano: 2012

Área: 60 m²

Localização: Seminyak , Bali - Indonésia

- Lumini, Casa Shopping, RJ -



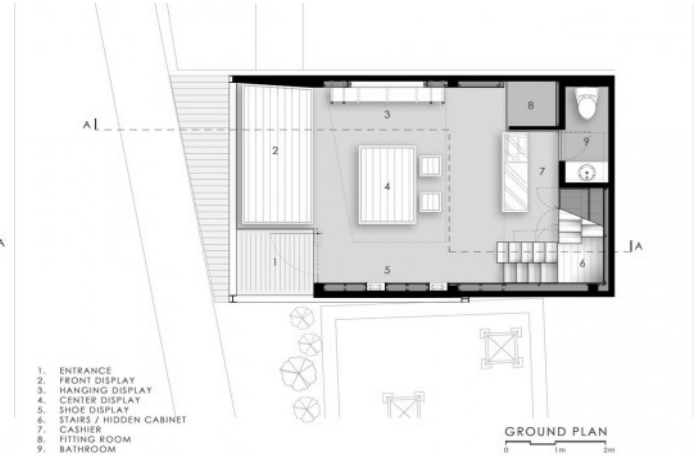
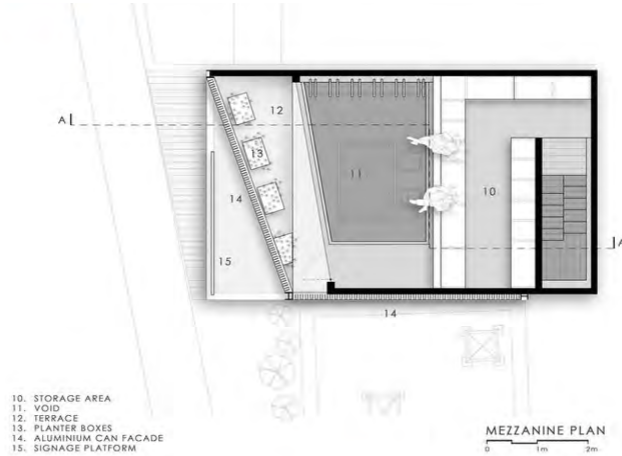
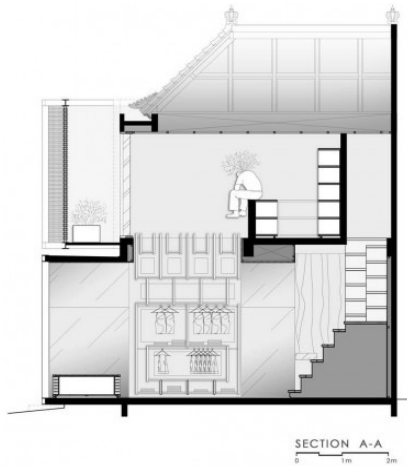
planta loja_shop floorplan
1:50
0 1 3m

- 1 loja_shop
- 2 loja_shop
- 3 cozinha_geral
- 4 cozinha_geral_exhibition_coffee
- 5 sala_de_reunioes
- 6 sala_de_reunioes
- 7 sala_de_reunioes



corte aa_aa section
1:50
0 1 3m

- Denim Denim, Bali, Indonésia -



- Forma dos mobiliários -

A forma do mobiliário se relaciona com comunicação que a loja deseja ter com seu cliente. As formas dos expositores, vitrines, fluxos e acessos são escolhidas em consonância ao conceito de venda do produto.



Fonte: <http://invel.com.br/loja-conceito/>

Conceito Invel – Loja de Rua

Arquitetos: Desconhecidos

Ano: 2011

Área: -

Localização: Jardim Saúde – São Paulo, SP



Fonte: <http://arcoweb.com.br/>

Fun Factory – Loja de Rua

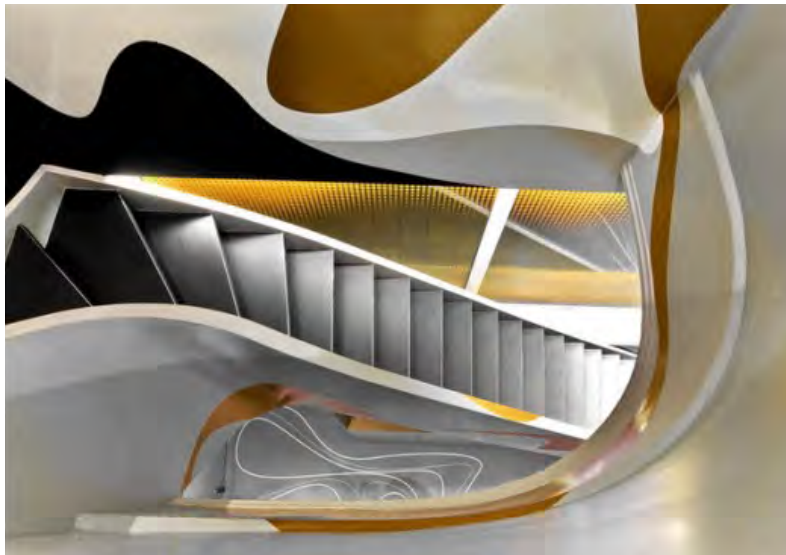
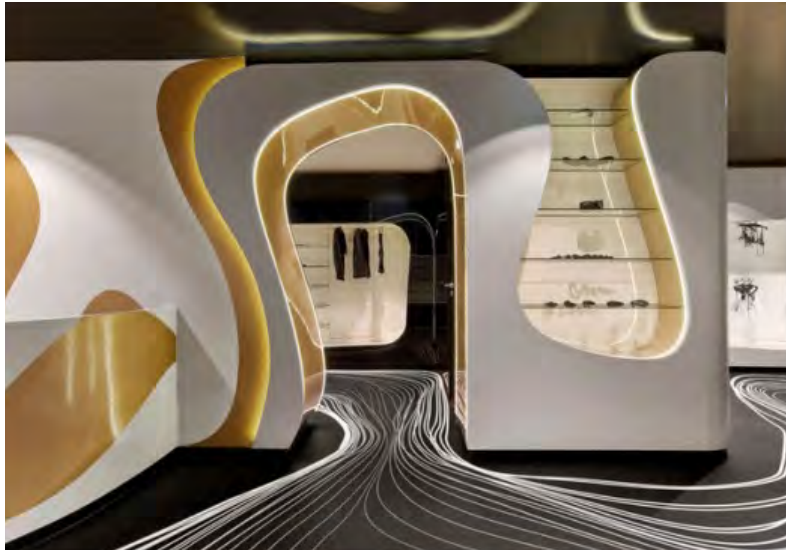
Arquitetos: Karim Rashid

Ano: 2015

Área: 180 m²

Localização: Munique, Alemanha

- Fun Factory -



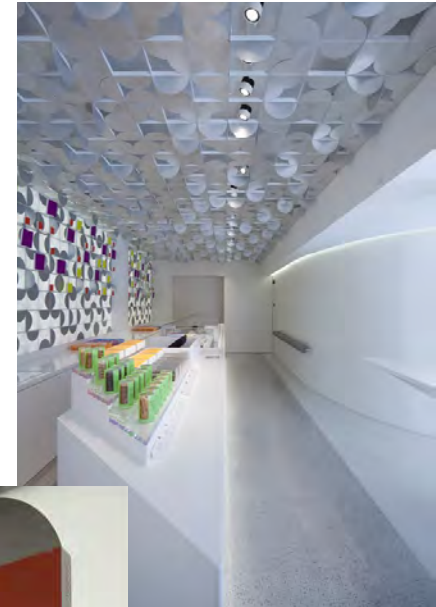
- Fun Factory -

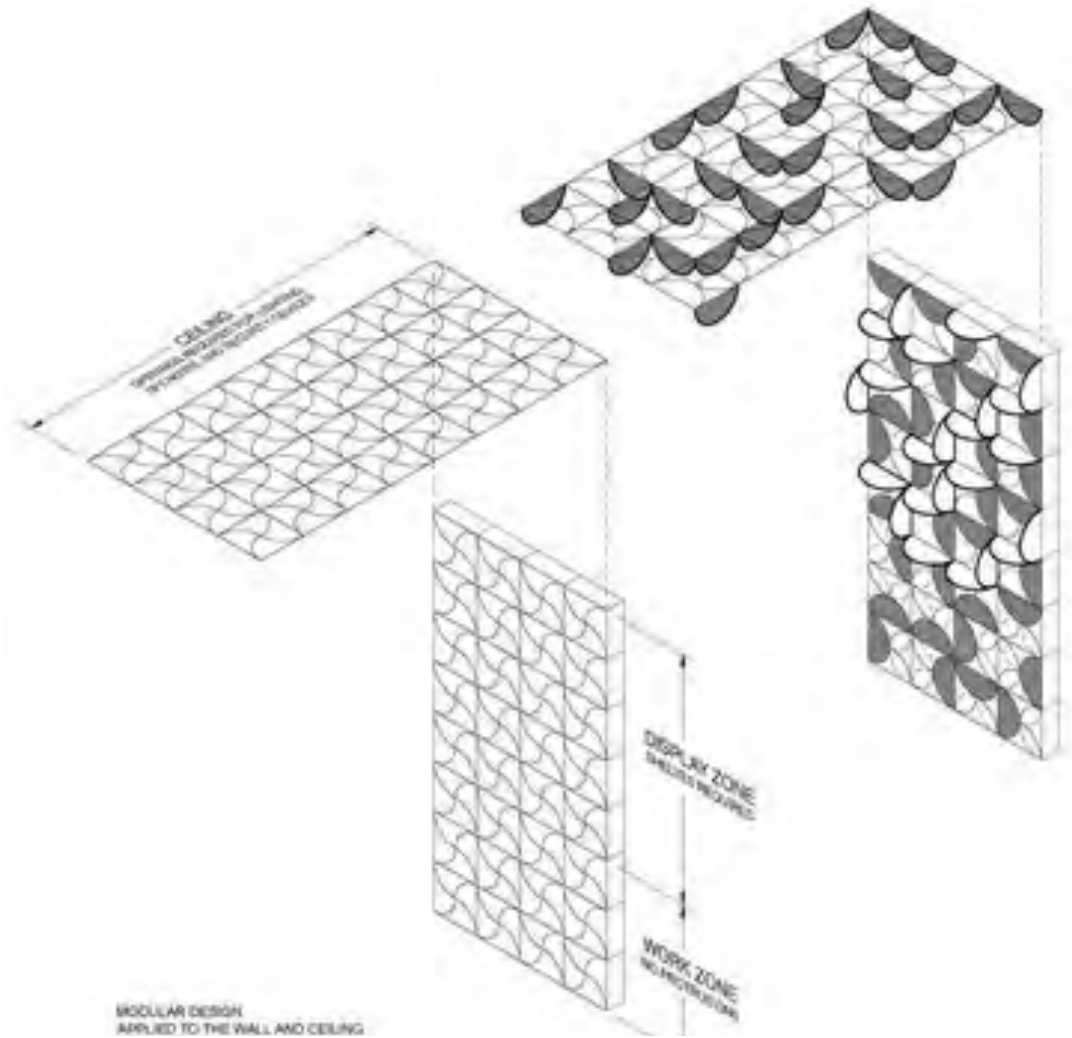


- Conceito Invel -

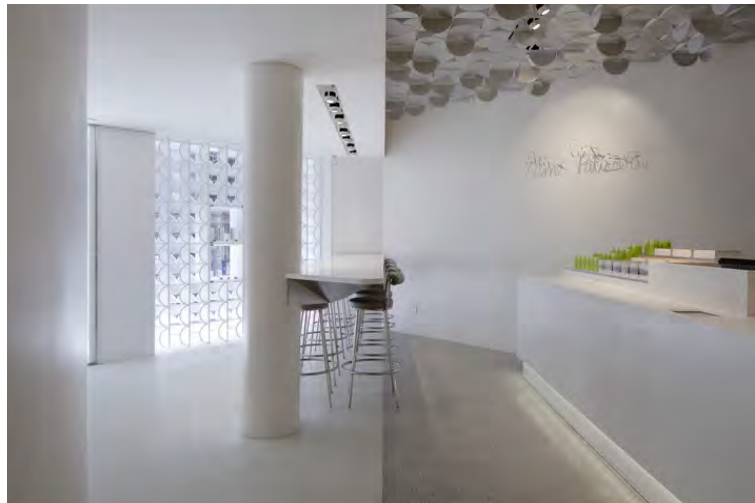
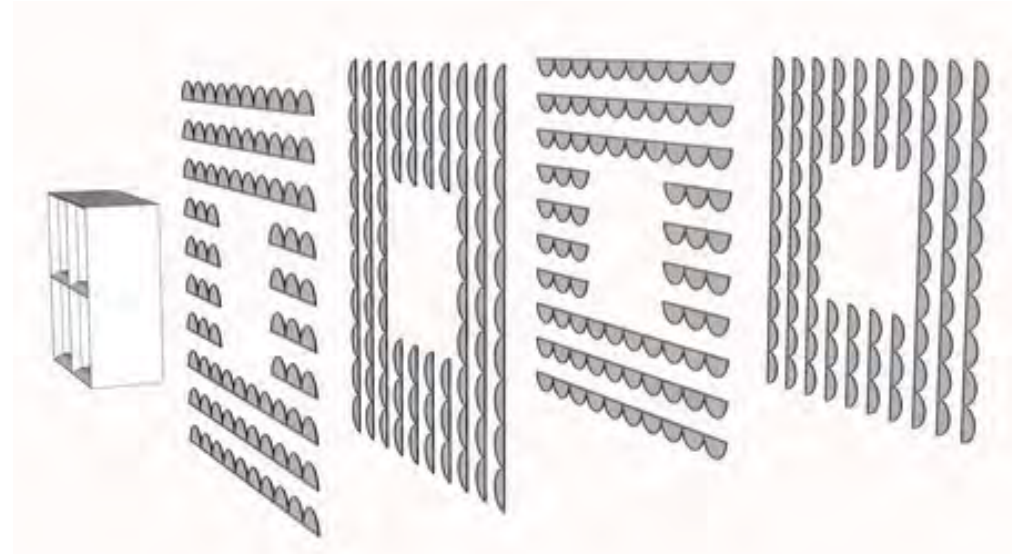


Identidade visual





- Aimé Pâtisserie -



Materiais e texturas

- Materiais e texturas -

Os materiais e texturas influenciam o projeto por meio de estímulos, ligando diretamente ao que os indivíduos sentem no ambiente proposto. As superfícies devem ser pensadas para que o conforto do cliente e do funcionário venha sempre em primeiro lugar.

Vale atentar também para a iluminação, pois, em conjunto com as texturas escolhidas, pode valorizar ou não o projeto.



Volume B – Loja de Rua

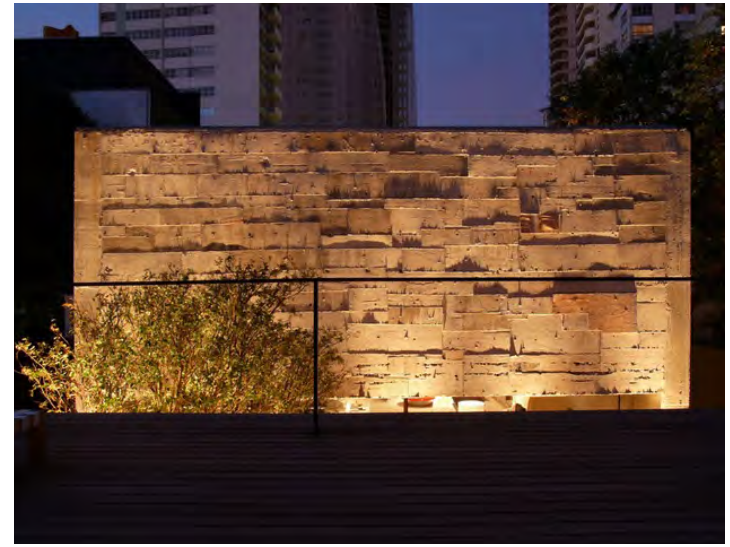
Arquitetos: Márcio Kogan

Ano: 2006

Área: 504 m²

Localização: São Paulo, Brasil









Bibliografia:

- <http://www.archdaily.com.br/br/01-3683/loja-garoa-una-arquitetos>
- <http://www.archdaily.com.br/br/762637/fas-iluminacao-rizoma-arquitetura>
- <http://www.archdaily.com.br/br/01-58783/loja-camper-em-granada-a-cero>
- <http://www.archdaily.com.br/br/625266/aime-patisserie-lukstudio>
- <http://www.archdaily.com.br/br/01-53209/denimdenim-word-of-mouth-architecture>
- <http://arcoweb.com.br/projetodesign/interiores/luciano-junqueira-loja-sao-13-09-2004>
- http://lumearquitetura.com/pdf/ed07/ed_07_Case_Loja.pdf
- <http://weburbanist.com/2013/06/27/lego-house-experience-center-made-of-interlocking-blocks/>
- <http://www.archdaily.com.br/br/01-77111/loja-munich-santiago-dear-design>
- www.king55.com.br
- <http://arcoweb.com.br/projetodesign/interiores/paulo-mendes-da-rocha-loja-sao-19-05-2005>
- <http://arcoweb.com.br/projetodesign/interiores/tito-ficarelli-loja-sao-28-08-2006>
- <http://invel.com.br/loja-conceito/>
- <http://www.archdaily.com.br/br/01-51448/loja-volume-b-studio-mk27-marcio-kogan>
- <http://www.archdaily.com.br/br/01-53914/premio-pritzker-2014-loja-camper-soho-shigeru-banarchitects-mais-dean-maltz-architect>

OBRIGADO

- Interiores Comerciais -
Arquitetura, Design e Construção