

**UFU**UNIVERSIDADE FEDERAL DE UBERLÂNDIA  
FACULDADE DE ARQUITETURA E URBANISMO E DESIGN  
GRADUAÇÃO EM DESIGN

**ESTÚDIO DE BELEZA E RELAXAMENTO COM  
ESPAÇOS EXCLUSIVOS PARA O DIA DA NOIVA:  
ênfase em experiência positiva**

Eluane Isabela Batista Santos

Orientadora: Prof.<sup>a</sup> Dr.<sup>a</sup> Juliana  
Cardoso Braga

**VOLUME I • UBERLÂNDIA • 2020**

ELUANE ISABELA BATISTA SANTOS

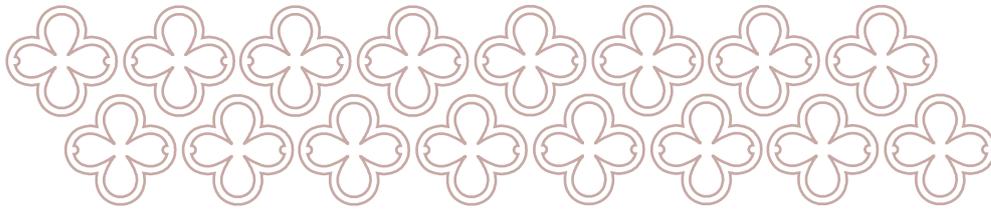
# **ESTÚDIO DE BELEZA E RELAXAMENTO COM ESPAÇOS EXCLUSIVOS PARA O DIA DA NOIVA:**

## **ênfase em experiência positiva**

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado à  
Faculdade de Arquitetura e Urbanismo e Design –  
FAUeD, Universidade Federal de Uberlândia – UFU,  
como requisito parcial para obtenção do título de  
Bacharel em Design.

Orientadora: Prof.<sup>a</sup> Dr.<sup>a</sup> Juliana Cardoso Braga

**VOLUME I • UBERLÂNDIA • 2020**



## RESUMO

O presente trabalho tem como objetivo propor, através do design de interiores, um estúdio de beleza e relaxamento, com espaço exclusivo para a noiva, que terá como foco a experiência positiva. Para a compreensão dos preceitos que circundam o “dia da noiva”, foi realizado um panorama sobre a maneira de se relacionar na contemporaneidade, que, por vezes, possui ligações mais fluídas e dinâmicas, que podem gerar sintomas psicossomáticos. Sendo assim, há a necessidade de buscar possibilidades para propor um espaço que procure amenizar os pontos negativos, e que mantenha a tradição do dia da noiva. Além disso, o mercado de beleza no Brasil, de acordo com pesquisa da Revista Exame (2019), prevê crescimento de 14% até 2020, sendo um importante dado para os possíveis investimentos nesse setor.

Para a realização desse trabalho, foram utilizados como metodologia os autores Munari (1982) e os princípios de metaprojeto de Dijon (2010), criando um híbrido entre às duas metodologias, sendo possível alcançar resultados importantes para a continuidade do projeto.

O processo de desenvolvimento do trabalho ocorreu de modo cíclico e não linear.

De modo a desenvolver o projeto, foi utilizado como conceito o véu um importante símbolo e acessório para a noiva, tendo como característica sua transparência e fluidez. Além disso, possui similaridade com os conceitos do design contemporâneo, como sua fluidez, qualidade de vida, do processo, meios e produtos.

Sendo assim, este projeto tem como objetivo minimizar as consequências da contemporaneidade descritas ao longo da pesquisa bibliográfica, e enfatizar a experiência positiva para o dia da noiva, lhe proporcionando, além das experiências de beleza oferecidas em um salão, um espaço que foque no bem-estar das pessoas.

**Palavras-chaves:** design de interiores, design contemporâneo, salão de beleza, noivas, bem-estar.

LISTA DE

# FIGURAS

---

Fig. 01: Diagrama Relações do Design Contemporâneo.

Fig. 02: Fachada do salão Jacques Janine Jardim América, em São Paulo (SP)

Fig. 03 e 4: Casamentos Uberlândia e no Brasil

Fig. 05: Logos Salões de Beleza Concorrentes

Fig. 06: Imagem 3D – Fachada Aigai Spa

Fig. 07: Axonométrica Aigai Spa

Fig. 08: Elementos de composição aigai

Fig. 09: Recepção Aigai Spa

Fig. 10: Pátios de tratamento

Fig. 11: Banho Hammam e Horizontal Shower

Fig. 12: Perspectiva em secção

Fig. 13: Fachada Atual versus Fachada Antiga

Fig. 14: Detalhe Fachada

Fig. 15: Pavimento Térreo Recepção

Fig. 16: Lobby Área de maquiagem

Fig. 17: Showroom primeiro e segundo pavimento.

Fig. 18: Showroom terceiro pavimento

Fig. 19: Infográfico de sustentabilidade do Inspire Beauty Spa

Fig. 20: Fachada

Fig. 21: Recepção

Fig. 22: Salão Geral

Fig. 23: Circulação

Fig. 24: Sala Ylang-Ylang

Fig. 25: Sala Lavanda

Fig. 26: Sala de Relaxamento

Fig. 27: Fotografia proprietária empresa Simone Faria

Fig. 28: Variações do logotipo Simone Faria

Fig. 29: Logotipo

Fig. 30: Paleta de Cores

Fig. 31: Persona I

Fig. 32: Persona II

Fig. 33: Mapeamento Local Escolhido

Fig. 34 à 46: Clínica Levare

Fig. 47: Planta baixa original

Fig. 48: Nuvem de palavras

Fig. 49: Moodboard

Fig. 50: Planta Baixa com Layout (ITCC)

Fig. 51 e 52: Recepção

Fig. 53: Sala de Espera

Fig. 54 e 55: Salão Geral

Fig. 56: Parede de Rosas Brancas

Fig. 57 e 58: Sala da Noiva I

Fig. 59: Entrada Varanda (Pergolado)

Fig. 60: Sala de Relaxamento

Fig. 61 e 62: Área de massagem

Fig. 63: Planta Baixa Tratada

Fig. 64: Planta de setorização

Fig. 65: Planta de circulação

Fig. 66: Planta de demolição e construção

Fig. 67: Fachada Estúdio de Beleza - Simone Faria

Fig. 68 à 71: Recepção Estúdio de Beleza - Simone Faria

Fig. 72 à 76: Salão Geral Estúdio de Beleza - Simone Faria

Fig. 77 e 78: Area de Espera Estúdio de Beleza - Simone Faria

Fig. 79 à 84: Sala de Depilação e Massagem Estúdio de Beleza - Simone Faria

Fig. 85 à 88: Sala Noiva I Estúdio de Beleza - Simone Faria

Fig. 89 à 91: Copa Estúdio de Beleza - Simone Faria

Fig. 92 à 99: Sala Noiva II Estúdio de Beleza - Simone Faria

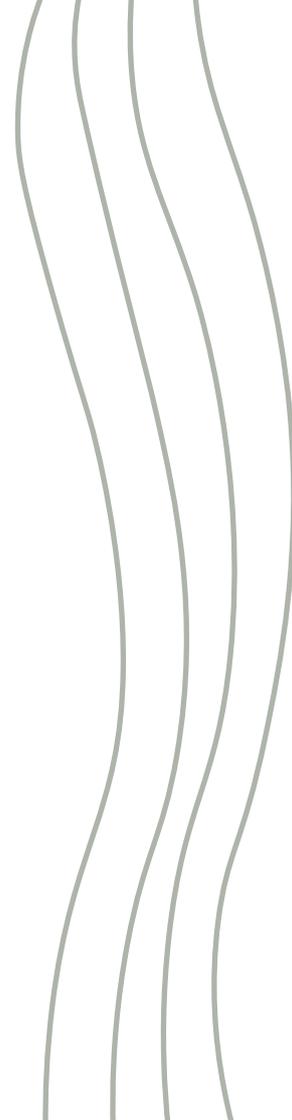
Fig. 100 à 103: Banheiro II Estúdio de Beleza - Simone Faria

Fig. 104 à 107: Sala de Relaxamento Estúdio de Beleza - Simone Faria

Fig. 108 e 109: Área de Massagem Estúdio de Beleza - Simone Faria

Fig. 110 à 118: Área Externa Estúdio de Beleza - Simone Faria

Fig. 119: Jardim Estúdio de Beleza - Simone Faria





# SUMÁRIO

---

1.	INTRODUÇÃO.....	6	3.	ANÁLISE DE SIMILARES.....	22
1.2	JUSTIFICATIVA.....	8	3.1.	AIGAI SPA.....	23
1.3	OBJETIVOS.....	9	3.2.	RIN WEDDING STUDIO.....	28
1.3.1	Objetivos gerais.....	9	3.3.	INSPIRE BEAUTY SPA.....	34
1.3.2	Objetivos específicos.....	9	4.	PLANEJAMENTO DO PROJETO.....	42
1.4	METODOLOGIA.....	10	4.1.	MARCA.....	43
2.	FUNDAMENTAÇÃO TÉORICA.....	13	4.1.1.	HISTÓRIA DA MARCA.....	43
2.1.	DESIGN CONTEMPORÂNEO.....	14	4.1.2.	IDENTIDADE DA MARCA.....	43
2.1.1.	AMOR LÍQUIDO.....	15	4.2.	PÚBLICO ALVO.....	44
2.1.2.	NOVAS NECESSIDADES NA CIDADE CON- TEMPORÂNEA.....	16	4.3.	SERVIÇOS DA MARCA.....	47
2.2.	CONTEXTO DO DIA DA NOIVA.....	18	4.4.	ESCOLHA DO LOCAL.....	49
2.2.1	ORIGEM DO DIA DA NOIVA.....	18	4.5.	PROGRAMA DE NECESSIDADES.....	58
2.2.2	RELAÇÃO CONTEMPORÂNEO E DIA DA NOIVA.....	19	5.	PROJETO.....	63
2.3.	ANÁLISE SETORIAL: SALÃO DE BELEZA “DIA DA NOIVA”.....	20	5.1.	CONCEITO.....	64
2.3.1.	MERCADO DE BELEZA.....	20	5.2.	ESTUDOS PRELIMINARES.....	66
2.3.2.	SERVIÇOS.....	21	5.3.	PROJETO FINAL.....	67
			6.	REFERÊNCIAS.....	120
			7.	APÊNDICES.....	123

# INTRODUÇÃO

O design contemporâneo possui uma alta complexidade de difícil compreensão. De acordo com Barthes (1988) “o contemporâneo é intempestivo, pois, nos surpreende com dinâmicas inusitadas”, por conseguinte o design contemporâneo engloba todas as questões e relações pautadas na busca pelo equilíbrio entre o ambiente, a qualidade de vida e a sustentabilidade dos meios, processos e dos produtos (Moura, 2011). Entretanto, com as constantes modificações no modo de vida, na cultura, na política, nas condições socioeconômicas e tecnológicas as relações se tornam cada vez mais híbridas, mutáveis e frágeis, devido ao modo dinâmico, fluído e veloz em que as transformações ocorrem (Bauman, 2004).

A cidade contemporânea junto a sua complexidade, fluidez e constante mudança, tem impactado no estilo de vida das pessoas, causando uma independência concomitantemente positiva e negativa. Assim sendo, a convivência, socialização e valorização das relações é ainda mais importante. Segundo Lipovetsky (2004), a consequência do contemporâneo, é uma maré de sintomas psicossomáticos, de distúrbios compulsivos, de depressões, de ansiedades, de tentativas de suicídios e do crescente sentimento de insuficiência e auto depreciação.

Alguns acontecimentos e fases de vida, de períodos curtos ou longos, podem ser particularmente estressantes resultando em sintomas psicossomáticos negativos, à exemplo dos preparativos para o casamento. Nesse contexto, os salões de beleza têm investido cada vez mais em serviços e espaços adequados para atender especificamente as noivas, madrinhas e convidados, oferecendo um conjunto de serviços de beleza (maquiagem, cabelo, manicure, etc.) e espaços de relaxamento privativos (massagens, banhos especiais, alimentação equilibrada, etc.). Diante das premissas do design contemporâneo, os serviços para o dia da noiva estão sendo aprimorados cada vez mais, visando atender às necessidades desse público.

De modo a minimizar as consequências contemporâneo e enfatizar a experiência positiva para o dia da noiva, o presente trabalho visa desenvolver um projeto de design de interiores para um estúdio de beleza e relaxamento.





Como estrutura teórica o trabalho está organizado em cinco capítulos, que apresentam referências de elementos necessários para o desenvolvimento do projeto, sendo dividido da seguinte forma:

## **CAPÍTULO 1**

Design contemporâneo

O atual capítulo aborda as considerações iniciais deste trabalho, delimitando o tema, com seus objetivos gerais e específicos. Traz informações relevantes em âmbito acadêmico e social, e as metodologias que foram utilizadas.

## **CAPÍTULO 2**

Fundamentação teórica

O capítulo dois aborda a revisão da literatura, como o conceito de design contemporâneo, amor líquido e as novas necessidades na cidade contemporânea de se entender como os aspectos da contemporaneidade interferem e impactam o modo de vida da noiva, o comportamento da sociedade, em geral, e as áreas projetuais. Pretende-se elucidar questões relacionadas às relações afetivas, psicológicas e emocionais do usuário. Além disto, apresenta a análise setorial que envolveu levantamentos de dados para compreender o mercado de beleza na cidade de Uberlândia, os serviços oferecidos para o dia da noiva e pelos concorrentes, e outros dados.

## **CAPÍTULO 3**

Análise Similares

São apresentadas as análises de projetos similares, buscando

compreender os pontos positivos e negativos de estabelecimentos que possuem alguma similaridade com os serviços oferecidos para o dia da noiva, de modo a entender a funcionalidade do espaço, as necessidades objetivas e subjetivas do usuário e a utilização coerente e harmônica dos materiais.

## **CAPÍTULO 4**

Planejamento do Projeto

Constando os itens necessários para o desenvolvimento projetual, considerando o local do projeto, programas de necessidades respeitando as normas da NBR 9050 e da Anvisa, o público-alvo com estudo de personas, além de apresentar a marca escolhida contando um pouco da sua história, identidade e os serviços que serão ofertados.

## **CAPÍTULO 5**

Projeto

O quinto capítulo tem como objetivo apresentar os resultados obtidos no projeto, mostrando o desenvolvimento e evolução do projeto desde a fase inicial do ITCC junto ao conceito utilizado para seu desenvolvimento considerando o design contemporâneo. Assim sendo são apresentados os resultados do projeto de estúdio de beleza e relaxamento com espaços exclusivos para dia da noiva.

## 1.2 JUSTIFICATIVA

A cidade contemporânea tem trago consigo um montante de sintomas psicossomáticos por vezes positivos e às vezes negativo. Alguns ritos de passagem, como o casamento, por exemplo, podem ser particularmente mais estressantes e levar à sintomas psicossomáticos negativos.

As empresas atuantes no mercado de salão de beleza têm buscado proporcionar ambientes que atendam serviços para casamentos, que aliviem as tensões deste dia, ocasionando relaxamento e bem-estar.

Diante disso surgiu a motivação de criar um espaço que busque o equilíbrio entre o ambiente, a qualidade de vida do ser humano e a sustentabilidade dos meios, processos e dos produtos, nas premissas do design contemporâneo. Sendo assim, este projeto tem como objetivo minimizar as consequências da contemporaneidade e enfatizar a experiência positiva para o dia da noiva.

# 1.3 OBJETIVOS

## 1.3.1. Objetivos gerais

Desenvolver um projeto de interiores para um estúdio de beleza e relaxamento com espaços exclusivos para o dia da noiva que proporcione uma experiência positiva por meio do design.

## 1.3.2. Objetivos específicos

- Pesquisar e compreender sobre o Design Contemporâneo e Amor Líquido;
- Identificar e analisar os serviços oferecidos atualmente para o dia da noiva em Uberlândia;
- Demonstrar a relevância do design dentro do contexto contemporâneo, a fim de proporcionar uma experiência positiva;
- Considerar o projeto arquitetônico existente e adequá-lo para o projeto de interiores do Estúdio para o dia da noiva e salão de beleza.



## **1.4 METODOLOGIA**

Para Fonseca (2002), metodologia é o estudo da organização, dos caminhos a serem percorridos, para se realizar uma pesquisa ou um estudo, ou para se fazer ciência. Diante disso, segundo Dijon (2010), hoje, com o cenário cada vez mais complexo, fluído e dinâmico, é necessário estimular e alimentar constantemente o mercado por meio da inovação e diferenciação pelo design e pela inovação. Isso se deve à drástica mudança de cenário, que, de estático, passou a ser imprevisível e repleto de códigos, isto é: tornou-se dinâmico, complexo e de difícil compreensão.

Os principais procedimentos metodológicos utilizados neste trabalho foram pautados nos princípios de metaprojeto de Dijon (2010). O processo de desenvolvimento do trabalho ocorreu de modo cíclico e não linear.

### **Tópicos do metaprojeto de Dijon:**

- a) fatores mercadológicos;
- b) sistema produto/design;
- d) influências socioculturais;
- e) tipológicos formais e ergonômicos;
- f) tecnologia produtiva e materiais empregados.

### **Processo metodológico de Munari:**

1) Pesquisa bibliográfica sobre os panoramas do design contemporâneo, e como este influencia na vivência da sociedade

atual, compreendendo o livro de Bauman Amor Líquido;

Segundo Fonseca (2002 p.54), a pesquisa bibliográfica é feita a partir do levantamento de referências teóricas já analisadas, e publicadas por meios escritos e eletrônicos, como livros, artigos científicos, páginas de *websites*.

2) Pesquisa sobre um breve histórico do dia da noiva, e como é sua realização na cidade de Uberlândia e análise setorial a fim de compreender o mercado de beleza e em especial sobre o dia da noiva;

3) Pesquisa de campo qualitativa foi realizada por meio de entrevista semiestruturada com a proprietária da marca Simone Faria para entender as necessidades específicas do projeto. Além disso foi realizada observação direta com apoio mecânico.

As entrevistas e observações completam as leituras. Elas permitem ao pesquisador tomar consciência dos aspectos da questão que sua própria experiência e suas leituras não puderam evidenciar. (QUIVY&CAMPENHOUT, 1995,p.44)

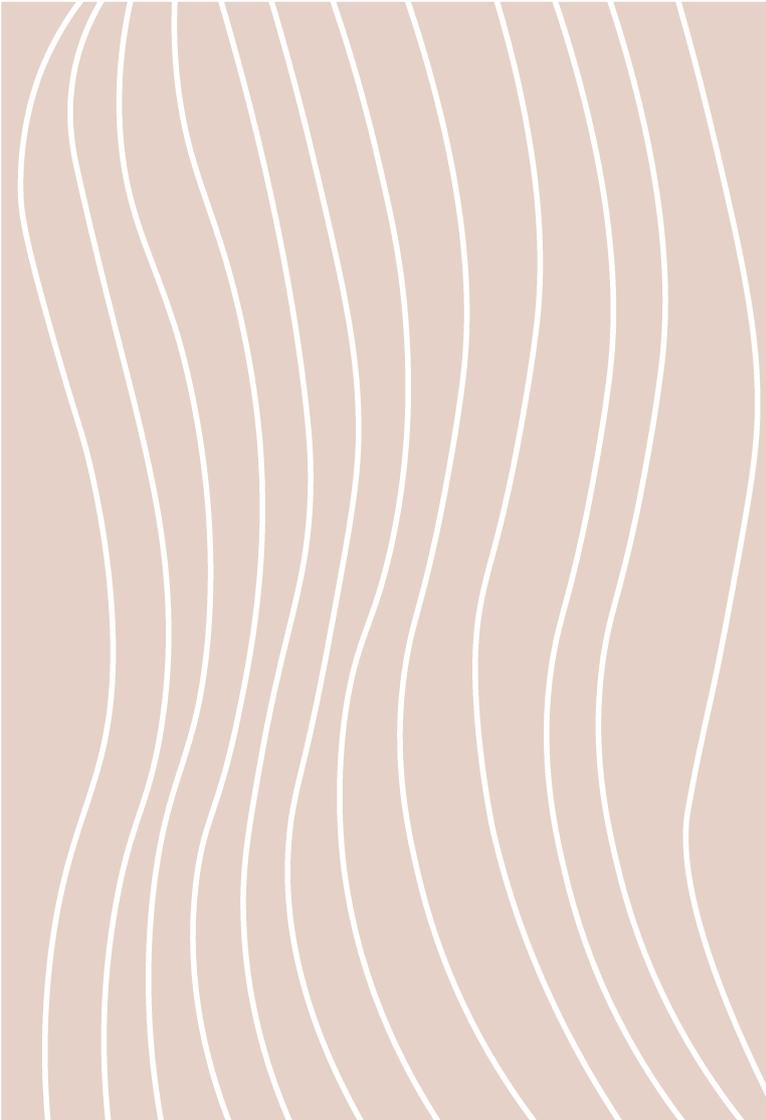
4) Análise de similares para a coleta de dados, a fim de definir as principais diretrizes que um estabelecimento de beleza e relaxamento segue para seu funcionamento, buscando compreender os pontos negativos e positivos de cada estabelecimento escolhido para análise;

5) Desenvolvimento de propostas, através de experimentações projetuais através de plantas, modelagem em 3D buscando expor as primeiras ideias e definições iniciais de cores e materiais que

proponham experiência positiva ao usuário no ambiente pensando em sustentabilidade dos meios, processos e produtos;

6) Propor definições e conceitos que compreendam um projeto que responda às problemáticas levantadas.

Para a entrega da introdução ao trabalho de conclusão de curso o (ITCC), o trabalho foi desenvolvido até metade da etapa 5. A continuidade do projeto foi realizada conforme as recomendações da banca de (ITCC) e após uma reavaliação e evolução das ideias iniciais afim de concretizar o projeto para a conclusão das últimas etapas do trabalho de conclusão de curso (TCC).



## **2. FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA**

## 2.1. DESIGN CONTEMPORÂNEO

Em 1971, o designer americano Victor Papanek publicou *Design for the Real World* [Design para o mundo real], começaram então, a contestar os paradigmas decretados pelo design moderno, estabelecidos nas primeiras escolas e instituições. O design moderno acreditava que uma vez que a humanidade era inserida em seus projetos de concepções lineares e racionais, seria guiada com segurança rumo a felicidade. Essa noção norteou a evolução industrial e tecnológica bem como parte da ética e da estética de grande parte do pensamento do século XX. A metodologia utilizada na era moderna se declara como:

Conectados de forma previsível e linear, quase sequencial, tendo sempre como referência os fatores objetivos inerentes ao projeto, destacam-se as seguintes singularidades: a delimitação precisa do mercado e do consumidor, o briefing, o custo e o preço do produto, os possíveis materiais a serem utilizados, as referências da ergonomia antropométrica, a viabilidade fabril e uma estética com tendência para o equilíbrio e a neutralidade. (MORAES, 2009, p.65)

Por muito tempo essa noção de projeto atendeu as básicas necessidades dos consumidores, e até os dias de hoje ainda é utilizada como método de ensino em algumas escolas e instituições, sendo criticado no livro *Design para Mundo Complexo*. Não pode-se dizer que é uma metodologia inadequada, pelo contrário, o modernismo foi determinante para a configuração da forma estética dos artefatos de produção industrial.

Acredita-se que na atualidade o design contemporâneo

não é mais visto como a “forma segue a função”, como era pensando na era moderna. De acordo com Barthes (1988), “o contemporâneo é intempestivo, pois nos surpreende com dinâmicas inusitadas”. Diante deste pensamento pode-se dizer que o contemporâneo possui mudanças complexas na forma de viver, sendo mais fluído, deixando de ser, definitivamente, o âmbito tecnicista e linear.

De acordo com MOURA(2011, pag. 32):

No design contemporâneo podemos perceber a presença das questões da diversidade, multiplicidade, confronto e visões de mundo diferenciadas, interações entre imaginários e culturas, novas construções materiais e simbólicas, multidimensionalidades, fragmentações, metamorfoses, hibridismo e consciência ambiental como elementos característicos dos discursos desenvolvidos e construídos no cotidiano.

Considerando o Design Contemporâneo, de difícil compreensão devido a sua alta complexidade no sistema, ele possui uma forte comunicação global graças a internet, devido isso o processo fica cada vez mais mutável, atingindo necessidades diversas e demandas distinta, é possível observar a interdisciplinaridade cada vez mais constante.

Segundo Moura (2011), foi elaborado um diagrama para que possa compreender o design contemporâneo de uma forma mais dinâmica.

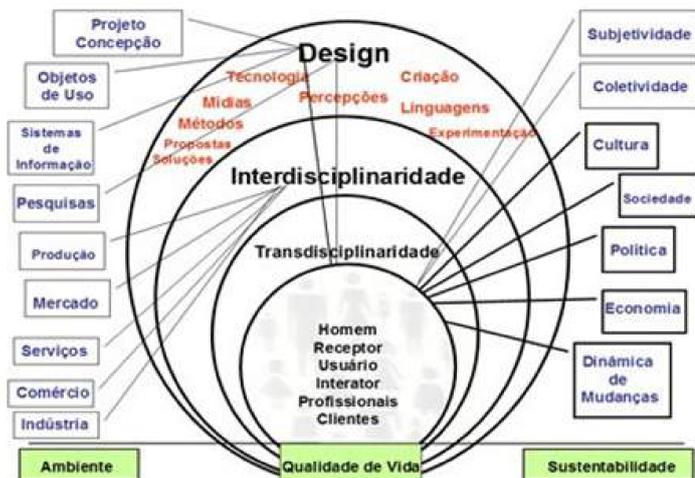


Fig. 01: Diagrama Relações do Design Contemporâneo.  
Fonte: MOURA (2011)

Como visto o Design é um campo amplo que engloba toda a cadeia. “Todas essas questões e relações são pautadas na busca do equilíbrio entre o ambiente, a qualidade de vida do ser humano e a sustentabilidade dos meios, processos e dos produtos” (MOURA, 2011).

Segundo Celaschini (2000, p. 150), citado por Dijon (2010), “o designer tornou-se um operador chave no mundo da produção e do consumo, cujo saber empregado é tipicamente multidisciplinar pelo seu modo de raciocinar sobre o próprio produto”. A complexidade

atual existente, exige do Designer uma atenção maior para questões como: as relações afetivas, psicológicas e emocionais do usuário. Um aspecto importante para o comprador, usuário e consumidor, traz intrínsecas para conectar-se com a multiplicidade dos valores e dos significados da cultura a que pertence, em suma, com seu meio social (DIJON, 2010).

Considerando a complexidade existente atual, observa-se que processo está cada vez mais flexível e mutável, refletindo diretamente nas relações humanas. Fica evidente a importância da compreensão do Designer dentro da multiplicidade em que vivemos, de forma a entender melhor como os aspectos do contemporâneo interferem e impactam o modo de vida e no comportamento da sociedade e nas áreas projetuais.

## 2.1.1. AMOR LÍQUIDO

O amor líquido é o reflexo das relações, que está cada vez mais híbrida, mutável e frágil, em um mundo dinâmico, fluido e veloz. Seja ele real ou virtual. Este capítulo pretende-se utilizar a obra “Amor Líquido” – sobre a fragilidade dos laços humanos, de Zigmunt Bauman como objeto de estudo. Em seu livro, Zigmunt Bauman observa que a modernidade líquida em que vivemos traz consigo uma misteriosa fragilidade dos laços humanos — um amor líquido.

Para Bauman (2004) as relações estão cada vez mais “flexíveis”, fazendo com alcance nível de insegurança sempre maiores. Quando damos preferência aos relacionamentos virtuais,

as quais não possui nenhum comprometimento, não sabemos mais manter laços a longo prazo.

A história nos evidencia a modificação do modo de vida, da cultura, políticas, socioeconômicas, tecnológicas, em praticamente todas as áreas do conhecimento. Isto é resultado de uma série de mudanças que caracteriza o mundo atual e o tempo no qual vivemos. Contudo, muitas relações são narcisistas e posicionam as pessoas como produto. O modelo clássico de amor romântico ainda persiste, exemplo disso pode ser expresso pelo grande número de casamentos tradicionais que ainda são realizados em todo o mundo.

Outra visão é a de Goethe, citado por Quadro Branco (2017), que é declaradamente contra o amor romântico. Para ele o romantismo tenta congelar o tempo em um momento em que tudo é leve e bonito na relação, e cria uma expectativa de que vai ser sempre assim quando, na verdade, uma relação real vai ter discussões e inseguranças. Entretanto, para Bauman (2004, pag. 15) “amar significa abrir-se ao destino, a mais sublime de todas as condições humanas, em que o medo se funde ao regozijo num amálgama irreversível.”

Que necessariamente irá limitar a liberdade. A era da modernidade líquida em que vivemos — um mundo repleto de sinais confusos, propenso a mudar com rapidez e de forma imprevisível — é fatal para nossa capacidade de amar, seja esse amor direcionado ao próximo, nosso parceiro ou a nós mesmos. (BAUMAN, 2004, p. 56)

Discurso sobre o que é o amor, é discutido a muitos anos, e sempre repletos de complexidade, não existe uma fórmula

perfeita para ser bem-sucedido no amor. Por muitas vezes pode-se ter experiências muito boas e um tipo de amor até mesmo por relações virtuais, provém do que se procura. Para Lipovetsky (2004) as relações humanas continuam igualmente prudentes, afetivas e relacionais: o caos da contemporaneidade não aboliu nem a sensibilidade em relação ao outro, nem as paixões do qualitativo, nem as aspirações de uma vida equilibrada e sentimental.

A repleta complexidade e flexibilidade das relações atuais nos fazem questionar em como seria a reação da cidade diante dessas novas necessidades. O amor líquido não aboliu o amor, as relações humanas têm sua importância dentro da sociedade. A compreensão do Designer diante de toda essa mudança é de suma importância.

## 2.1.2. NOVAS NECESSIDADES NA CIDADE CONTEMPORÂNEA

A cidade contemporânea é composta por um contexto múltiplo e está em constante modificação. Dessa forma, as pessoas recebem informações a todo o momento e os avanços tecnológicos têm modificado o estilo de vida atual na cidade

Segundo Moura (2014, p. 24), citado por Osorio e Landim (2016), “a cidade contemporânea a partir das próprias reflexões de um mundo em crise e instabilidade”. A cidade contemporânea modifica as práticas e os processos de diversos âmbitos. Grandes centros urbanos, impactam os aspectos ambientais, econômicos, culturais e muitas vezes apagando vestígios do passado e ignorando a história e tradição local (OSORIO e LANDIM, 2016).

Devido a grande multiplicidade dos espaços, como dizia Lavoisier “nada se cria, tudo se transforma”. Possivelmente importantes vestígios da história acabam sendo apagados, assim como a forma de relacionamento das pessoas também se transformou ao passar dos anos. Os impactos da cidade contemporânea são amplos para vários âmbitos.

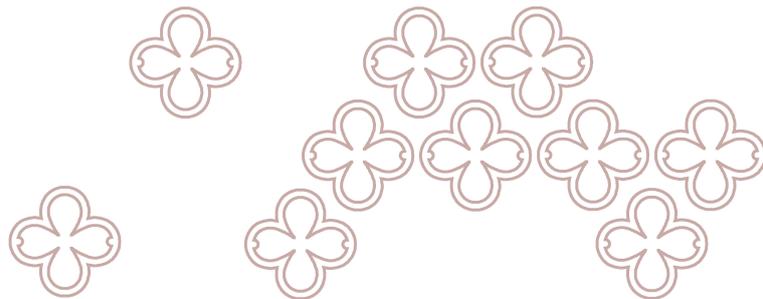
Para Carvalho (2014), a experiência cultural de cada pessoa diante dos impactos da globalização e das inovações tecnológicas de comunicação e informações são muito intensas na atualidade. Nesse sentido, as pessoas se apropriam da cidade de novas formas e a cidade também se adapta às novas necessidades. No mundo globalizado, as diferenças entre as sociedades diminuem, enquanto a diferenciação entre os indivíduos e os estilos de existência aumentam. Fala-se de comportamentos multiculturais e mestiçados (LIPOVETSKY, 2004).

Por conseguinte, as pessoas têm se mostrado cada vez mais abertas, cambiantes, fluídas e socialmente independentes. A fluidez também pode significar a desestabilização do “eu” e não a afirmação triunfante de uma pessoa que é senhora de si mesma. Testemunho disso é o montante de sintomas psicossomáticos, de distúrbios compulsivos, de depressões, de ansiedades, de tentativas de suicídio e do crescente sentimento de insuficiência e auto depreciação (LIPOVETSKY, 2004).

Quanto menos as normas coletivas nos regem nos detalhes, mais o indivíduo se mostra tendencialmente fraco e desestabilizado. Quanto mais o indivíduo é socialmente cambiante, mais surgem manifestações de esgotamentos e “panes” subjetivas. Quanto mais ele quer viver intensamente

e livremente, mais se acumulam os sinais e peso de viver. (LIPOVETSKY, 2004, p. 67).

Portanto, a cidade contemporânea com toda a sua complexidade agregada, fluidez e constante mudança, tem impactado no estilo de vida das pessoas, causando uma independência por vezes positiva ou negativa, assim sendo relevante a socialização das pessoas e a valorização do relacionamento. O design pode contribuir para o melhorar o estilo de vida das pessoas, respeitando seus valores culturais e pessoais.



## 2.2. CONTEXTO DO DIA DA NOIVA

### 2.2.1. ORIGEM DO DIA DA NOIVA

O dia da noiva surge pelo costume indiano onde as futuras esposas passam por uma preparação que ocorre mais de um mês antes da cerimônia. Nesse ritual, a mulher aprende coisas sobre o futuro matrimônio, cuida e pinta o seu corpo, festeja e relaxa para o grande momento.

Em 1958, o dia da noiva surgiu no Brasil, por meio de um casal parisiense que se mudou para o Brasil, Janine Goossens (esteticista) e seu marido Jacque (cabeleireiro). Em uma viagem que Jacque e Janine fizeram à Índia, o casal percebeu que as noivas eram extremamente cuidadas, muito tempo antes do casamento. O dia do casamento costuma ser um dia tumultuado e turbulento devido às diversas decisões e preparações para a cerimônia e para o evento. Por este motivo surgiu a ideia de criação do dia da noiva para que se mantenha a noiva afastada de todas as turbulências e para que esse dia especial possa ser prazeroso.

Hoje Jacque e Janine possuem uma rede de salões de beleza, chamada Jaques Janine, que possui mais de 60 unidades pelo Brasil, localizadas em 6 estados e 1 unidade nos EUA. A matriz localiza-se na Rua Colômbia, 229 – Jardim América, São Paulo / SP.



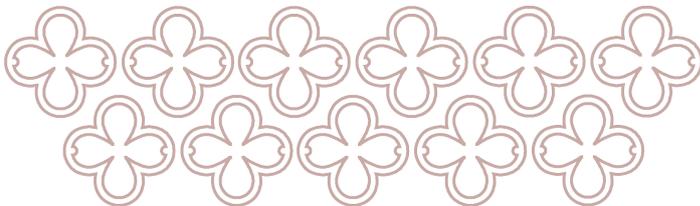
Fig. 02: Fachada do salão Jacques Janine Jardim América, em São Paulo (SP)  
Fonte: Revista cabelos

### 2.2.2. RELAÇÃO CONTEMPORÂNEO E DIA DA NOIVA

Para Lipovetsky (2004) o contemporâneo com toda sua complexidade, fluidez e constante mudança, gera impacto na vida das pessoas, podendo causar diversos sintomas psicossomáticos, de distúrbios compulsivos, de depressões, de ansiedades, de tentativas de suicídio e do crescente sentimento de insuficiência e auto depreciação. A contemporaneidade atinge em todos os âmbitos do modo de vida, tal qual o dia da noiva.

Sendo assim, o dia da noiva está altamente relacionado a novas necessidades da cidade contemporânea, visto que antes do surgimento do dia da noiva, sem que houvesse toda a preparação, a noiva era exposta a muito estresse que impedia o relaxamento.

Portanto, o surgimento do dia da noiva é reflexo das necessidades de minimizar os impactos do contemporâneo, afim de proporcionar uma experiência positiva para a noiva, distanciando dos distúrbios relacionados ao dia-a-dia, marcando um dia tão especial que será lembrado para o resto da vida.



## 2.3. ANÁLISE SETORIAL: SALÃO DE BELEZA “DIA DA NOIVA”

A análise setorial é um processo de caracterização do setor econômico em que uma determinada empresa atua. É um estudo destinado à compreensão do contexto que envolve um setor, pois fornece informações que permitem identificar oportunidades, fraquezas e tendências relacionadas à empresa. (PELEGRINO, 2013 apud ANGRISANO, 2003).

Segundo Phillips (2007), a análise setorial é importante para o design, pois ajuda a compreender o que aconteceu e o que está acontecendo agora no setor analisado, sendo um importante insumo na elaboração dos conceitos de design. A partir disto a análise realizada envolveu levantamentos de dados sobre o mercado de beleza, os serviços oferecidos para o dia da noiva e pelos concorrentes, e outros dados.

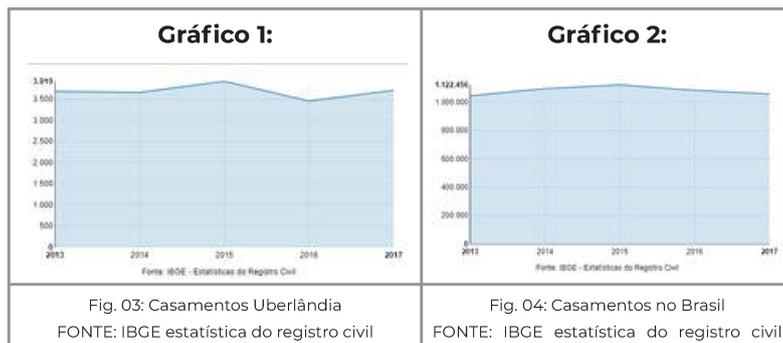
### 2.3.1. MERCADO DE BELEZA

Segundo Exame (2019), independente da crise na economia brasileira, o mercado da beleza possui uma previsão de crescimento até 2020 acima de 14%, mantendo-se firme no cenário econômico.

De acordo com o Jornal Edição do Brasil

(2019) metade dos salões do Brasil são formais o que corresponde a 500 mil estabelecimentos existindo uma estimativa de que esse número aumente em 4,5% até 2021. Segundo a Beauty Fair em pesquisa realizada pela Euromonitor, 83% do total dos salões de beleza são para o público feminino. No Sudeste para cada 100 mil mulheres existem cerca de 625 estabelecimentos, sendo que a região possui, aproximadamente, 276 mil salões.

O setor brasileiro de casamento não para,[...] são realizados mais de 1,2 milhão de matrimônios no País a cada ano, movimentando mais de R\$ 16,8 bilhões anualmente, [...], esses dados indicam que apesar da crise econômica do País, os brasileiros não estão deixando de se casar. (IBGE, ABRAFESTA, apud TERRA, 2016, não paginado).



O mercado de casamentos em Uberlândia é crescente de acordo com os dados do IBGE, apesar da crise política e econômica no Brasil. Comerciantes que trabalham no ramo de estúdios que atendem noivas em Uberlândia afirmam que possuem uma alta procura para esse tipo de serviço.

Os gráficos acima, mostram dados obtidos pelo IBGE. Nota-se que

não há uma mudança drástica no cenário de casamentos no Brasil e em Uberlândia. A partir desta análise foi possível identificar que o nicho de serviços oferecidos para casamentos na cidade de Uberlândia possui um grande potencial para investimentos. prestadores de serviços informais.

### 2.3.2. SERVIÇOS

Foi realizada uma pesquisa com 4 empresas potenciais no segmento de beleza e relaxamento para o dia da noiva (D'arc Cabeleireiros, Evaldo Faria Hill , Studio A3 Coiffeur e Jacques & Janine). A partir disto foi possível identificar similaridades nos serviços ofertados para as noivas, sendo eles:

- Cabelo (corte, penteado, coloração, tratamento, hidratação, etc.);
- Maquiagem;
- Cuidados com as unhas;
- Sobrancelhas;
- Depilação;
- Massagens;
- Banhos especiais;
- Refeição;
- Assessoria para se vestir.



Algumas das empresas possuem estratégias para se diferenciar, oferecendo espaços para realização de ensaios fotográficos, roupão personalizado (noiva, mãe, irmã e madrinhas) e brinde com champanhe. Também foi possível notar a inclusão de testes de maquiagem e penteado, pacotes com atendimento para as madrinhas e convidados e até mesmo acompanhamento da noiva até o carro.



Fig. 05: Logos Salões de Beleza Concorrentes  
Fonte: Google Imagens (2020)



## **3. ANÁLISE DE SIMILARES**

Este capítulo tem como objetivo apresentar a análise de projetos similares. Para a realização dos estudos, foram utilizadas referências bibliográficas dos locais escolhidos, análise de imagens e análise de desenhos técnicos. Sendo assim, em cada análise buscaram-se os pontos positivos e negativos de estabelecimentos que possuem alguma similaridade com os serviços oferecidos para o dia da noiva de modo a compreender a funcionalidade do espaço, as necessidades objetivas e subjetivas do usuário e a utilização coerente e harmônica dos materiais.

O interesse em avaliar diferentes contextos orientou a escolha de casos o que contribuiu com o processo criativo, focando em melhorar os pontos negativos encontrados nesse processo e os positivos servindo de referência para o desenvolvimento do trabalho.

### 3.1. AIGAI SPA

#### FICHA TÉCNICA

**Nome:** Aigai Spa

**Localização:** R. dos Macunis, 397 Vila Madalena, São Paulo SP, Brasil

**Dimensão:** 1200.0 m<sup>2</sup> Ano do projeto: 2014 Arquitetos: figueroa.

**arq Autor:** Mario Figueroa



Fig. 06: Imagem 3D – Fachada Aigai Spa  
Fonte: Arcoweb (2019)

O edifício está localizado na esquina, e sua fachada é revestida com grande painel cerâmico, que se une ao extenso jardim vertical. Para quem observa de fora, existe a sensação de o edifício ser maior do que realmente é. Essa sensação ocorre por causa da fachada verde. Tanto o painel quanto o jardim vertical aparecem emoldurados pelo concreto aparente ripado das lajes de piso e teto, material também utilizado no muro de fundos e nas paredes interiores.

A área total do edifício se divide em três pavimentos, sendo o primeiro pavimento semi enterrado, utilizado para a parte administrativa e garagem. Segundo pavimento, dividido em áreas de tratamentos, atendimento e repouso. Já o terceiro e último pavimento possui caráter mais privativo com entrada independente, com salas de tratamento.

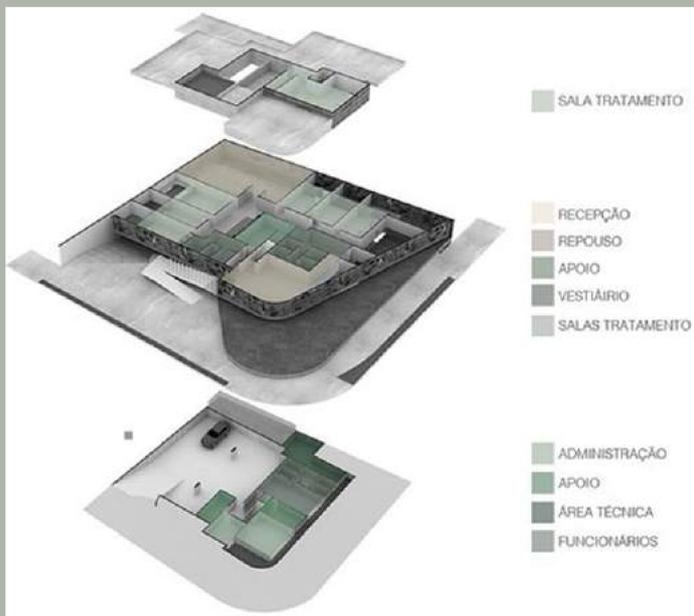


Fig. 07: Axonométrica Aigai Spa  
 Fonte: Archdaily (2019)

Concreto, vegetação e água são resumidamente três elementos principais do edifício. O projeto possui preocupação com a sustentabilidade devido a sua abundância em água onde é possível encontrar vários espelhos d'água e piscinas; Sendo assim, o edifício possibilita o reuso da água com exceção das de tratamentos feitos com produtos químicos, como shampoo.

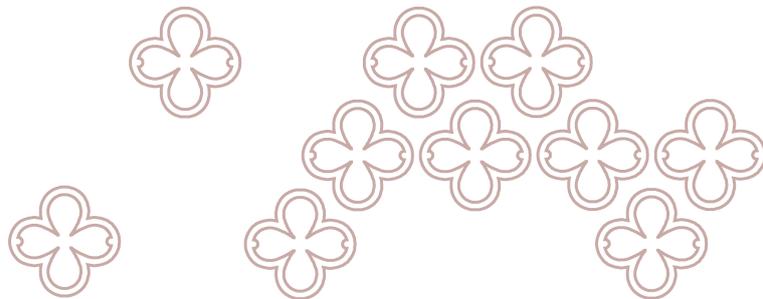


Fig. 08: Axonométrica Aigai Spa  
 Fonte: Archdaily (2019)



Fig. 09: Recepção Aigai Spa  
Fonte: Arcoweb (2019)

De acordo com ARCOWEB (2019) a iluminação natural da recepção é realizada através das aberturas pivotantes que tem referências da obra de Tadao Ando e da escola paulista de arquitetura. Entretanto a iluminação natural não é o suficiente para iluminar o espaço, sendo assim foi criado através da iluminação artificial, uma iluminação mais aconchegante. Através dos pendentes, foi criado uma iluminação mais pontual, e a luminária de pé e sanca no gesso, provocando uma iluminação cenográfica ao espaço. As escolhas dos materiais do ambiente, remetem ao natural, como: pedras, granitos e madeira. Também foi notado que a escolha do arquiteto foi manter um ambiente clean, sem muitas informações, devido a escolha de mobiliários pontuais no projeto.



O edifício possui 12 pátios diferentes um do outro, entretanto é possível notar uma similaridade entre eles, onde todos possui água ou vegetação ou ambos. A iluminação zenital é uma presença marcante no projeto, permitindo a entrada de iluminação natural no ambiente, em alguns pátios dispõe de teto em pérgola, que tem desenho de muxarabi, com tons neutros e claros propiciando uma sensação de conforto e relaxamento. Segundo Figueroa, esses espaços, além de proporcionarem iluminação natural, funcionam como referência temporal, indicando ao cliente a posição do sol, as condições de luminosidade e climáticas.

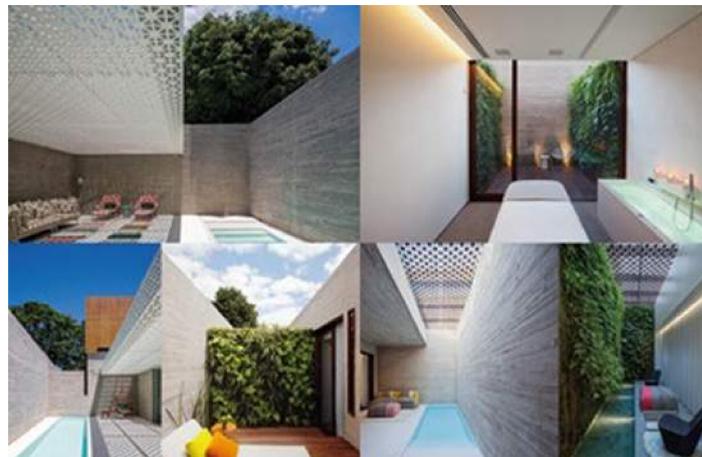
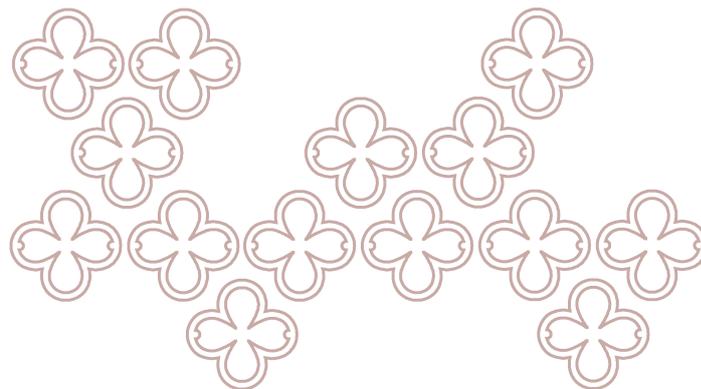


Fig. 10: Pátios de tratamento  
Fonte: Arcoweb (2019)



O edifício possui equipamentos de altíssima tecnologia para terapias por águas. Sendo esses: Horizontal Shower, Vertical Shower e o Hammam é um espaço para banhos e massagens especiais. Em todas, a pressão e a temperatura da água são variadas, estimulando a circulação sanguínea.

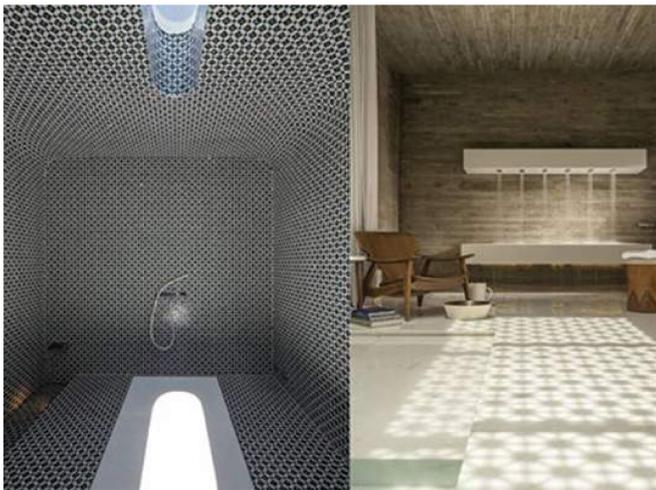
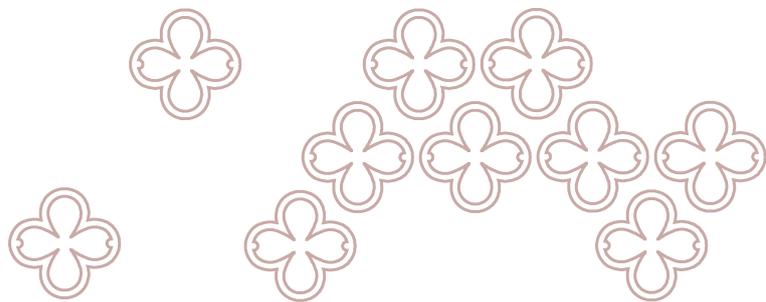


Fig. 11: Banho Hammam e Horizontal Shower  
Fonte: Arcoweb (2019)



**ANÁLISE CRÍTICA DO ESPAÇO:** A escolha do Aigai Spa como estudo de similares levou em consideração que muitas noivas escolhem espaços que funcionam como Spa para distanciamento do tumulto do dia-a-dia, buscando relaxamento e tranquilidade. Aigai Spa oferece pacotes de serviços para noivas com de até 6 convidadas, sendo possível realizar despedida de solteira e outros eventos, além da preparação para o dia da noiva no Spa. Esse aspecto é importante para uma dinâmica maior no uso de espaços para noiva, e isto será um importante ponto a ser considerado no projeto.

A relação da água, vegetação e o uso de materiais naturais como as pedras, chamam atenção no projeto, pois acredita-se quanto mais próximo do natural, maior a sensação de conforto e bem-estar. Além disso, o local possui a preocupação com a sustentabilidade, levando em conta o reaproveitamento das águas, com exceção apenas das que possuem rejeitos, como shampoo.

## 3.2. RIN WEDDING STUDIO

### FICHA TÉCNICA

**Nome:** Rin Wedding Studio

**Localização:** Rua Ho Van Hue, Cidade Ho Chi Minh, Vietnã.

**Dimensão:** 78 m<sup>2</sup>

**Ano do projeto:** 2018

**Arquitetos Líder:** Nguyen Thanh Tan

**Outros participantes:** Nguyen Thi Thien Thanh, Vu Hong Nhung

O Rin Wedding Studio é um projeto de reforma em um edifício de 6 metros de largura por 13 metros de comprimento. O local possui 4 pavimentos, que atende área de recepção, área de maquiagem para noivas e showroom para exposição dos vestidos de casamento a serem alugados

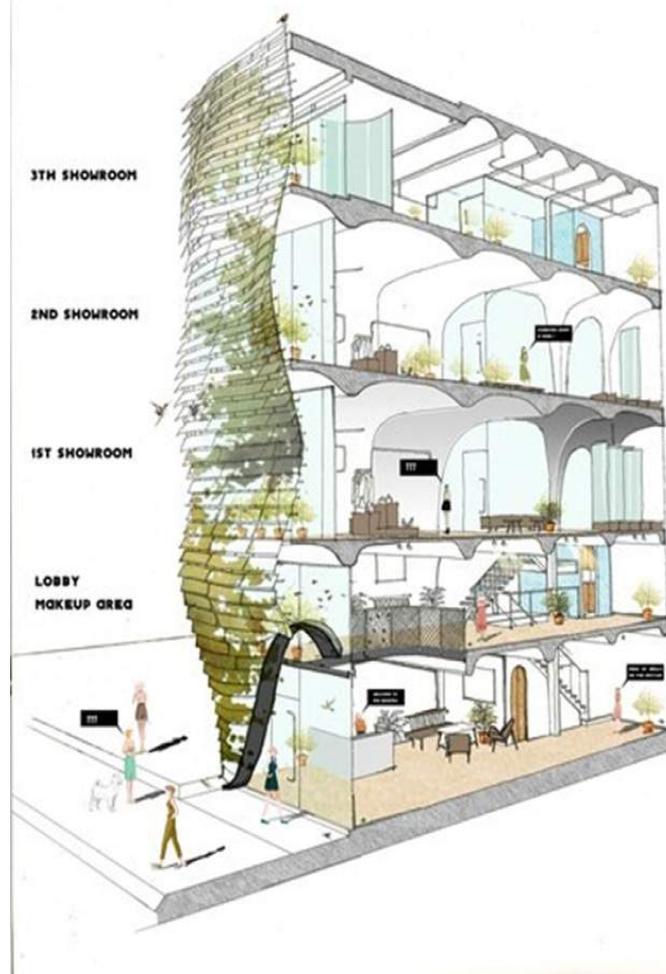


Fig. 12: Perspectiva em secção  
Fonte: Archdaily (2019)

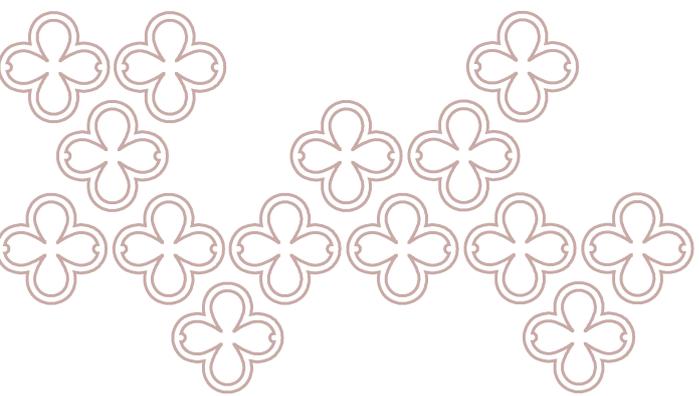


Fig. 13: Fachada Atual versus Fachada Antiga  
Fonte: Architracker (2019)

A fachada foi inspirada nas curvas da mulher, sendo a que sua entrada, com os brises de policarbonato, se assemelha com um vestido de noiva, uma estratégia para chamar atenção de quem passa na rua, por sua diferenciação do entorno.

A fachada do projeto está direcionada para o oeste, o que significa que há exposição direta da luz solar no período da tarde, como consequência, gera aumento de temperatura no interior do edifício. Os arquitetos desenvolveram uma solução projetual com a criação de um “colchão de ar” na frente do edifício. Essa estratégia de redução da insolação foi conquistada por meio de brises de policarbonato transparente, assim é possível que o fluxo de ar seja liberado para dentro e para fora do ambiente, gerando conforto térmico, além de reduzir o custo de ar-condicionado no edifício.

Ademais, cada folha pode ser inclinada, permitindo que a fachada se modifique e produza sensação de movimento ao visualizar o edifício à distância.

Em todo o projeto, o piso é de madeira e suas paredes e teto possuem pintura na cor branca. O pé-direito de cada andar é bastante baixo e os espaços são estreitos. Por isso, alguns espaços possuem pé-direito duplo e outros mantêm as vigas aparentes (fig. 14) ou apresentam um design de forro com formas arredondadas (fig.17).

O pavimento térreo se configura pela recepção, espaço para vitrine e área de atendimento personalizado. O balcão da recepção possui design com linhas retas e na cor branco. A vitrine dispõe de espaço para um único vestido de noiva, com iluminação de destaque feita com pendentes. A área



Fig. 14: Detalhe Fachada  
Fonte: Archdaily (2019)

de atendimento personalizado é configurada com a disposição de um banco de madeira, mesa de centro e duas cadeiras que também são de madeira, com algumas almofadas. A iluminação de todo o ambiente é realizada com trilhos e spots com iluminação direcionável.



Fig. 15: Pavimento Térreo Recepção  
Fonte: Archdaily (2019)

A área de maquiagem possui 6 cabines de maquiagem emolduradas com espelho e armário individual com cadeira. A área permitiu criar espaço de espera/estar para as clientes. A iluminação também foi realizada com trilhos e spots.



Fig. 16: Lobby Área de maquiagem  
Fonte: Archdaily (2019)

O espaço de showroom, do primeiro e segundo pavimento, possui características similares, sendo a disposição das araras de forma linear no espaço, setorizando cabideiro de vestido de noiva e de terno para o noivo. Também se nota no ambiente a presença de espaço para descanso, com bancos e mesa de centro. A iluminação é feita com trilho e spots direcionáveis na cor preta e branca, não tendo uma padronização. O espaço contém dois ar condicionados de teto e sistema de som embutido no teto.

Com o objetivo de exibir vários vestidos de noiva, o ambiente possui uma solução de araras circulares, facilitando aos clientes a escolha dos melhores vestidos sem atrapalhar a movimentação. A iluminação foi criada com pontos de fibra e pequenas luzes que criam efeito estrelado, proporcionando à noiva se sentir sob um céu estrelado ao experimentar os vestidos de noiva.

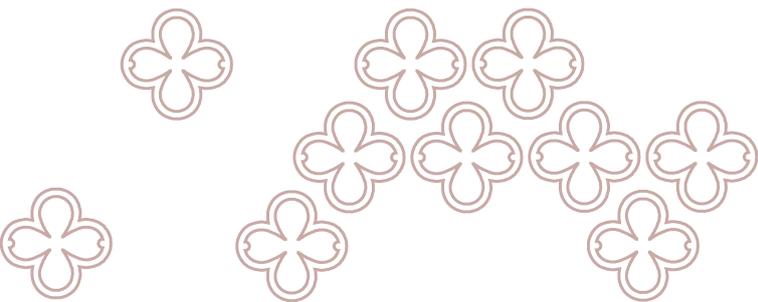


Fig. 17: Showroom primeiro e segundo pavimento.  
Fonte: Archdaily



Fig. 18: Showroom terceiro pavimento  
Fonte: Archdaily

**ANÁLISE CRÍTICA DO ESPAÇO:** O principal ponto de interesse no projeto foi sua fachada, visto que o apelo visual está muito bem definido pelo seu conceito da curva da mulher e vestido de noiva, sendo um ponto positivo que pretende-se levar para o projeto do estúdio. Entretanto, a solução projetual utilizada não foi o suficiente para resolução do problema de insolação devido a localização do projeto, pois foi notado a instalação de muitos ar condicionados no ambiente.

Além disso, a iluminação adotada no projeto para a área de maquiagem não é adequada para esse tipo de serviço, pois o espaço permanece escuro, dificultando notar se a maquiagem tenha sido executada com qualidade ou não.

O projeto não possui acessibilidade, sendo o acesso para os andares superiores realizados exclusivamente pela escada. A noiva que entra no espaço com a intenção de escolher vestido para o seu casamento, só consegue realizar seu desejo depois de subir vários lances de escada, pois os showrooms dos vestidos estão nos pavimentos superiores mais altos.

### 3.3. INSPIRE BEAUTY SPA

#### FICHA TÉCNICA

**Nome:** Inspire Beauty Spa

**Localização:** Av. Robert Koch, 715 Operária, Londrina PR, Brasil.

**Ano do projeto:** 2019

**Arquitetura e Interiores:** Aline Sgarioni

**Engenharia Civil:** Marielen Lopes

Um salão de beleza onde o bem-estar do cliente é o protagonista. Para Izabelli, “desde quando o Inspire foi pensado, a ideia foi trazer um ambiente diferente dos salões tradicionais. O nosso conceito é o conceito de bem-estar e é por isso que unimos os serviços de salão de beleza e de spa”.

Segundo Izabelli (2019) citada pelo blog Londrinando (2019). Com oito anos de experiência como maquiadora, eu percebi que era uma tendência das noivas sair dos salões para se arrumar em hotéis, spas, ou até mesmo em casa. O que elas querem nesse momento é passar o dia relaxando e fugir do tumulto dos salões de beleza

Esse conceito traz a ideia de tranquilidade e relaxamento, explica a proprietária do spa que trouxe essa demanda das noivas também para os serviços normais de salão do dia-a-dia.



Fig. 19: Infográfico de sustentabilidade do Inspire Beauty Spa  
Fonte: inspire beauty spa

Na visão do Inspire, o bem-estar precisa extrapolar o indivíduo e ir para o ambiente em que vivemos. “Para enxergar o bem-estar de uma forma mais ampla, que não seja só do cliente e dos colaboradores, pegamos muito forte na questão da sustentabilidade ambiental”, esclarece Izabelli (2019). Algumas das ações do salão nesse sentido são: uso de painel de energia fotovoltaica, produção de ecobags para os clientes levarem produtos vendidos para casa, substituição dos copos plásticos por copos de papel, e o papel de mecha usado nos procedimentos não contém alumínio.

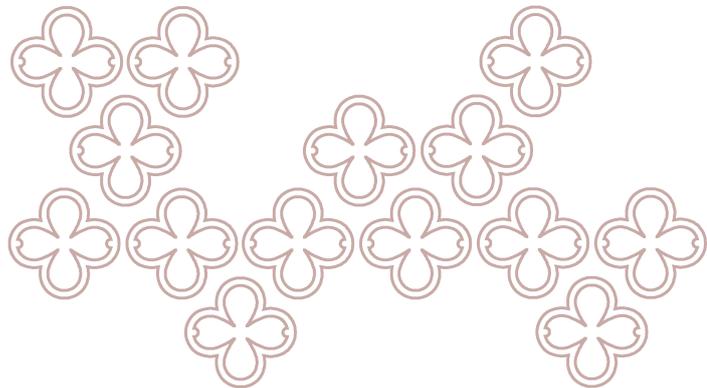
### Estrutura:

O projeto do edifício está configurado em dois pavimentos, sendo o inferior com a recepção e o salão geral, e o superior as salas da noiva definidas pelos nomes “Lavanda” e “Ylang-Ylang”, e a sala de massagem.

Localizado na esquina, o projeto possui uma curvatura em sua estrutura, acompanhando a configuração da avenida. O edifício foi recuado da calçada, criando espaço para estacionamento e áreas de paisagismo. O logo da marca foi aplicado na fachada com um ressalto da estrutura, sendo iluminada a noite.



Fig. 20: Fachada  
Fonte: Blog Londrinando e Google Maps



### Recepção:

A recepção utilizou cores claras nos materiais, além de explorar a utilização da vegetação, que favorece o projeto causando sensação de conforto e bem-estar. A iluminação do projeto por sua maior parte é natural, entretanto possui iluminação artificial criando cenas para os ambientes.



Fig.21: Recepção  
Fonte: Blog Londrinando'

## Salão Geral:

O projeto prevê um espaço de salão para atender o público geral, oferecendo serviços de salão normal, desde cortes feminino, masculino e infantil; mechas; penteados; terapias capilares; serviços de manicure e pedicure; serviços de maquiagem social e para o dia-a-dia, entre outros.

Algumas características importantes do ambiente a ser notado, são suas cores predominantes: preto, rosa claro, e branco, além de alguns detalhes em dourado e vegetação com samambaias. Um detalhe importante do projeto, foi a utilização de piso em porcelanato pois facilita a limpeza e manutenção do espaço, seguindo padrões estabelecidos pela ANVISA, e todo ambiente possui uma boa iluminação tanto natural quanto artificial por plafons e dicroicas pontuais. O conforto térmico do ambiente é realizado por ar condicionados instalados no teto.

O espaço possui instalações de caixas de som no teto, garantindo a sonorização do ambiente, gerando ao cliente uma sensação de tranquilidade e bem-estar.



Fig. 22: Salão Geral  
Fonte: Blog Londrinando

## Circulação:

Na circulação do espaço no pavimento superior foi criado uma ambientação com móveis confortáveis, seguindo as cores dourado, rosa, branco e verde na vegetação. Entretanto, não foi possível perceber a existência de acessibilidade no projeto, tendo em vista que o acesso ao pavimento superior é feito pela escada.



Fig. 23: Circulação

Fonte: Blog Londrinando e Instagram @alinesgarioni.arquiteta

## Sala da noiva (Ylang-Ylang):

A sala da noiva Ylang-Ylang é a principal sala, pois possui o espaço com maior dimensão possibilitando atender o maior número de clientes, sendo oferecidos nessas sala tanto serviço para o dia da noiva, quanto serviços como Spa Day entre amigas, podendo comemorar aniversários, despedidas de solteira, entre outros.

A sala possui isolamento acústico e instalação sonora embutida no teto, causando maior conforto. Dividida em dois espaços: sendo o primeiro o espaço de preparação, contendo a bancada com cadeiras para preparação do cabelo e maquiagem, um cadeira suspensa que foi projetada especialmente para projeto, além da banheira integrada com o ambiente; o segundo espaço, possui a função de estar, contendo um sofá, mesa com cadeiras para realização da alimentação da noiva, além de um tablado para que a noiva possa vestir o vestido.

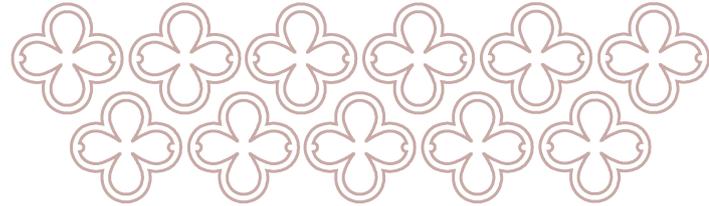


Fig. 24: Sala Ylang-Ylang  
Fonte: Blog Londrinando

A iluminação do ambiente é principalmente natural, devido a grande abertura em toda a extensão da sala, essa é uma característica muito valorizada pelos fotógrafos, pois garante uma boa fotografia. Entretanto a sala também possui iluminação artificial, composta por plafons embutidos no teto para efeito de iluminação geral e dicroicas para iluminação de efeito direcionado.

O espaço possui banheiro privativo, com pia, vaso e ducha.

### Sala da noiva (Lavanda):

Esta sala possui a dimensão menor que a sala anterior, sendo a única diferença entre as duas, é que na sala Lavanda não possui hidromassagem. A decoração do ambiente tem como característica a utilização de cores como tons rosê, branco, dourado, preto e verde, além de utilizar madeira.

O ambiente é dividido em dois espaços: sendo o primeiro de preparação e estar; e a segunda está localizada mesa com cadeiras para a noiva realizar suas refeições, e um tablado com espelho à frente para que possa vestir o vestido. A sala também possui um banheiro privativo, com pia, vaso e chuveiro.



Fig. 25: Sala Lavanda

Fonte: Blog Londrinando e Instagram @alinesgarioni.arquiteta

### Sala de Massagem e Spa:

O espaço possui toda uma ambientação para provocar os sentidos do cliente causando bem-estar e relaxamento, no projeto foi utilizado iluminação especial, aplicando conceito de cromoterapia. Nesse espaço são oferecidos vários serviços tanto de tratamento corporal como de tratamento facial, além de escalda pés.

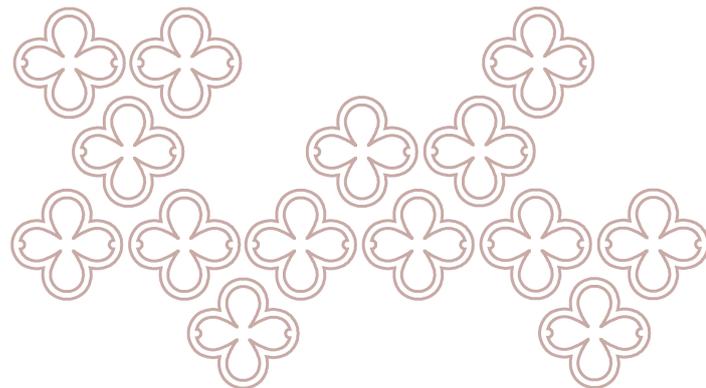


Fig. 26: Sala de Relaxamento  
Fonte: Blog Londrinando

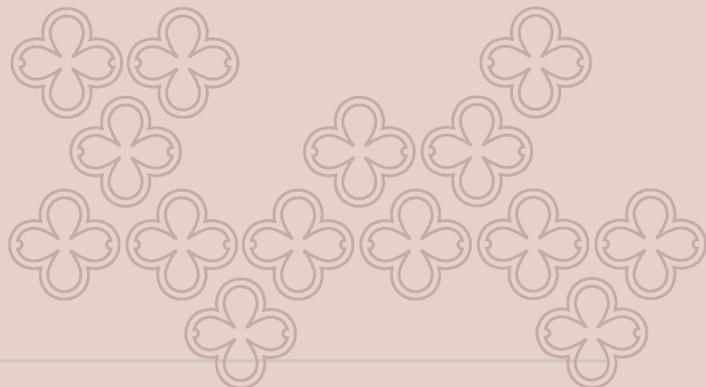
**ANÁLISE CRÍTICA DO ESPAÇO:** O projeto possui uma comunicação visual bem definida na utilização dos seus materiais em todos os ambientes do espaço, dando unidade ao projeto. Seu conceito de “bem-estar” foi mostrado evidente devido à preocupação sensorial do projeto, utilizando vegetação em todo os ambientes, iluminação aconchegante, harmonia na utilização das cores, isolamento acústico utilizado nas salas das noivas, sonorização ambiente, e é relatado a utilização de estratégia do olfato, utilizando aromas em todos os ambientes. A Inspire Beauty Spa propõe princípios que estão presentes no design contemporâneo, com foco no equilíbrio entre o ambiente, a qualidade de vida dos seus clientes, e a sustentabilidade dos meios, processos e dos produtos.

Na fachada do projeto foram encontrados pontos negativos, como a aplicação do logo, pois a visualização ficou prejudicada durante o dia, devido a cor do logo não possuir contraste com o fundo.

Entretanto, mesmo a noite, a visualização não tiveram sucesso, consequência do alto nível de detalhes do logo, a iluminação quando acesa provoca uma confusão visual, não sendo perceptível o desenho.



## 4. PLANEJAMENTO DO PROJETO



O projeto desenvolvido de um estúdio de beleza e relaxamento com espaço exclusivo para o dia da noiva, com uso da marca existente Simone Faria e o espaço existente da Clínica Levare, é de uso exclusivo para fins acadêmicos, não será executado.

#### 4.1 MARCA

A marca tem como função principal a identificação do produto e serviços. É através da marca que a empresa será lembrada por todos. A marca Simone Faria foi escolhida para o desenvolvimento do presente trabalho. A marca atua em Uberlândia MG a mais de 10 anos no segmento de beleza e possui espaços exclusivos para o atendimento de noivas.

##### 4.1.1 HISTÓRIA DA MARCA

Simone Faria é a proprietária e criadora da marca, sua história começou a muitos anos trabalhando em salão de beleza. Sua mãe e irmão foram a inspiração, pois já trabalhavam na área. Simone ganhou espaço no mercado de beleza e começou a investir no setor de preparação de noivas criando seu próprio espaço, Simone Faria, localizado na Rua Antônio Marquês Póvoa Júnior, 14 Vigilato Pereira, Uberlândia. Ela acabou fechando o seu próprio salão e atualmente Simone atende suas noivas no salão do irmão, Evaldo Faria, um importante salão na cidade de Uberlândia.



Fig. 27: Fotografia proprietária empresa Simone Faria  
Fonte: Facebook.

#### 4.1.2. IDENTIDADE DA MARCA



Fig. 28: Variações do logotipo Simone Faria  
Fonte: Facebook

De acordo com Simone, o logotipo da marca explorou os traços finos da sua tipografia, tem como característica o minimalismo a fim de transmitir a ideia de sofisticação, elegância, bom gosto e clássico. O logotipo possui 3 variações, diversificando conforme a aplicação.



Fig. 29: Logotipo  
Fonte: Facebook

Na imagem acima mostra a aplicação do logotipo Simone Faria em seu novo site, é possível identificar cores da sua identidade, sendo essas mostradas na paleta de cores abaixo:

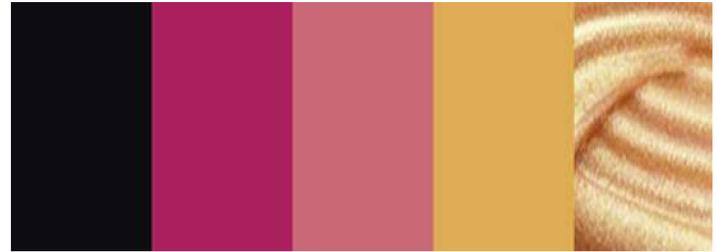


Fig. 30: Cores predominantes identificada no site  
Fonte: Facebook

#### 4.2. PÚBLICO ALVO

Kotler e Keller (2006, p.256) confirmam a relevância da definição do público-alvo sublinhando que tal decisão exerce uma influência fundamental em todas as atividades de comunicação. O público-alvo foi definido a partir de uma entrevista com a proprietária da marca Simone Faria. Simone já possui um público bem definido, sendo este:

- Gênero: Feminino;
- Faixa etária: 25 a 30 anos;
- Escolaridade: Superior Completo;
- Faixa de renda: entre R\$4 mil a R\$ 15 mil;
- Classe Social: A e B.

Com base no público-alvo, foram criadas duas personas, a fim de identificar com mais detalhes suas características.



## Priscila Albuquerque

27 anos - Uberlândia/MG

### Ocupação:

Digital Influencer

### Interesses:

Moda, Skin Care, Maquiagem, Rede Social, Animais de estimação

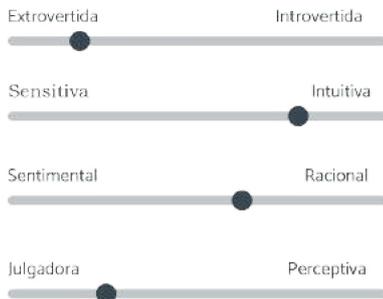
### Redes sociais:



### Marcas:

Zara, Chanel, Gucci, Louis Vuitton.

### Personalidade:



### Desejos & Frustrações

Gostaria de ter o casamento do ano, glamuroso e ao mesmo tempo minimalista e claro que quero ter a liberdade de compartilhar todo a preparação com os meus seguidores. Tenho medo de ser criticada nas redes sociais, e meu casamento não dar tanto ibope como gostaria.

### Sobre:

Priscila Albuquerque é formada em Arquitetura e Urbanismo pela FAU-Markenzie, hoje trabalha como digital influencer, criadora de um movimento que ajuda mulheres a ser sofisticada sem ser cara. Ela é muito meticulosa, e está sempre atenta as tendências e detalhes. Está noiva a muito tempo, pois planeja seu casamento para ser o evento do ano.

**“Vender o sonho de estar concretizando o sonho”**

Fig. 31: Persona I  
Fonte: da autora (2019)



## Mariana Souza

30 anos - Uberlândia/MG

### Ocupação:

Comerciante de Bolos Gourmet

### Interesses:

Viagem, Festas, Series e Filmes, Literatura.

### Redes sociais:



### Marcas:

Farm, Renner, Riachuelo, M.A.C

### Personalidade:

Extrovertida    Introvertida

Sensitiva    Intuitiva

Sentimental    Racional

Julgadora    Perceptiva

### Desejos & Frustrações

O casamento é um passo muito importante na minha vida, por isso quero que seja muito especial, desejo me sentir uma princesa. Tenho medo de acontecer algo de muito errado, e gostaria de me sentir pertencente ao lugar que contratar, com atendimento de qualidade.

### Sobre:

Mariana Souza formada em Administração na Universidade Federal de Uberlândia (UFU), sempre quis casar a vida inteira, e depois de namorar durante 4 anos, decidiu em pedir seu namorado em casamento, e realizar o sonho dela e de seus pais. Sempre foi muito dona de si, e idealizadora dos seus sonhos.

**“Mulher já é guerreira só por ser mulher”**

Fig. 32: Persona II  
Fonte: da autora (2019)

### 4.3 SERVIÇOS DA MARCA

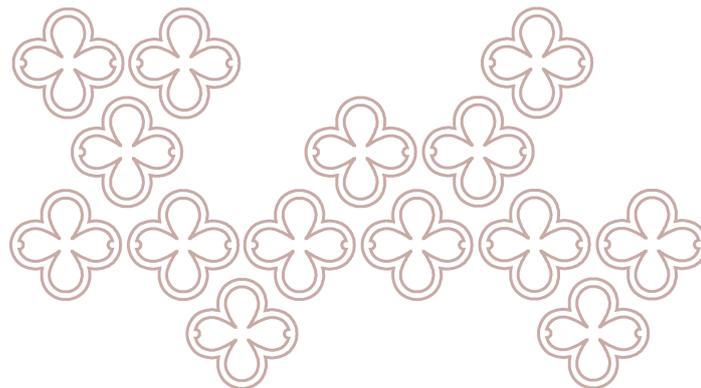
A princípio os serviços ofertados para o estúdio seria exclusivo para o dia da noiva, entretanto refletindo sobre o uso do espaço e demanda dos serviços prestados, foi necessária uma mudança para que tenha uma eficiência maior no estabelecimento. Visto que o maior número de casamentos acontece no final de semana, é inviável manter um estabelecimento com uso apenas no final de semana. Para isto, foi necessário a ampliação dos serviços prestados, sendo ofertados todos os dias da semana, possibilitando uma maior lucratividade e eficiência do estabelecimento.

A partir disto foi possível mapear os serviços que serão ofertados. Nos dias da semana, o Estúdio Simone Faria, atenderia aos serviços comuns oferecidos a público feminino geral e não apenas as noivas como:

- Cabelo (corte, coloração, tratamento, hidratação, etc.);
- Maquiagem;
- Cuidados com as unhas;
- Sobrancelhas;
- Depilação;
- Massagem;

Também serão oferecidos serviços direcionado para o público de noivas que poderá ser realizado nos dias da semana antecedente ao casamento, como:

- Chás (despedida de solteira, lingerie, spa com as amigas, etc.);
- Testes de cabelo e maquiagem;
- Depilação;
- Sobrancelha;
- Cabelo (corte, coloração, tratamento, hidratação, etc.);
- Cuidados com as unhas.



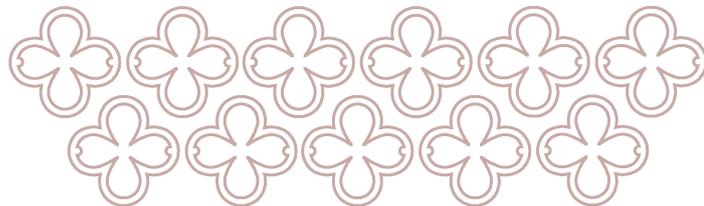
Os serviços oferecidos específicos para o dia da noiva, irá variar devido a sala escolhida:

#### *Sala premium*

- Cabelo;
- Maquiagem;
- Spa day (massagem, sauna, banho rosas e/ou sais, banho horizontal shower);
- Auxilio para vestir;
- Alimentação;
- Incluso 1 acompanhante.

#### *Sala basic*

- Cabelo;
- Maquiagem;
- Banho (rosas e/ou sais);
- Auxilio para vestir;
- Alimentação;
- Incluso 1 acompanhante.



No dia da noiva também serão disponibilizados roupão personalizado (noiva, mãe, madrinha) e brinde de champanhe. Além de oferecer auxilio para serviços extras como fotografia e chofer. O objetivo principal dos serviços oferecidos é gerar experiência positiva para o usuário do espaço.

#### 4.4 ESCOLHA DO LOCAL

O espaço selecionado para o desenvolvimento do projeto de interiores está localizado na Av. Uirapuru, 202 Cidade Jardim, Uberlândia MG. Esse espaço foi escolhido devido à proximidade com o Shopping da Noiva, que é um importante ponto para serviços destinados a noivas localizado na mesma avenida. Deste modo, será um facilitador o contato com público-alvo do projeto. Alguns concorrentes também estão instalados nas proximidades como: Espaço Fernanda Naves e Evaldo Faria Hill Cabeleireiro.

O projeto arquitetônico foi realizado pelo arquiteto Carlos Eduardo Rodrigues Duarte com o objetivo de atender as necessidades da Clínica Levaré: Saúde e Bem Estar. A clínica possui vários serviços como fonoaudiólogo, nutricionista, dentista e aulas de ioga. Seguem algumas imagens do espaço:

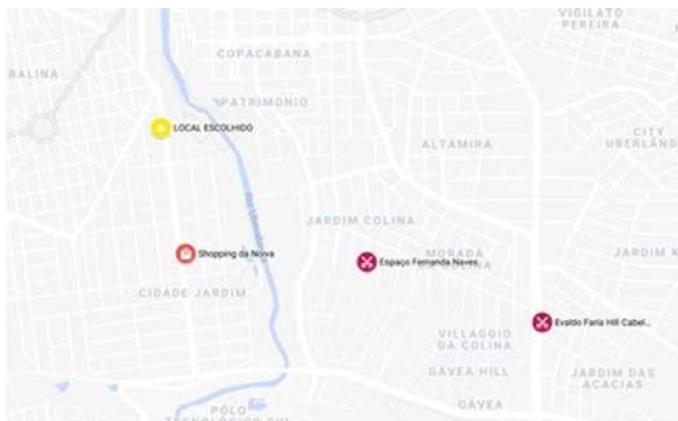


Fig. 33: Mapeamento Local Escolhido Fonte: Google Maps



Fig. 34: Clínica Levaré Fachada Frontal Fonte: <http://www.levaresaude.com.br/>



Fig. 35: Clínica Levar Rampa de Acessibilidade Fonte: <http://www.levarsaude.com.br/>



Fig. 37: Clínica Levar Recepção 2  
Fonte: <http://www.levarsaude.com.br/>



Fig. 39: Clínica Levar Consultório de Odontológico 1  
Fonte: <http://www.levarsaude.com.br/>



Fig. 36: Clínica Levar Recepção 1  
Fonte: <http://www.levarsaude.com.br/>



Fig. 38: Clínica Levar Secretária Fonte:  
<http://www.levarsaude.com.br/>



Fig. 40: Clínica Levar Consultório de Odontológico 2  
Fonte: <http://www.levarsaude.com.br/>



Fig. 41: Clínica Levere Consultório de Odontológico 1  
Fonte: <http://www.levaresaude.com.br/>



Fig. 43: Clínica Levere Consultório de Odontológico 1  
Fonte: <http://www.levaresaude.com.br/>



Fig. 45: Clínica Levere Entrada Sala de Yoga  
Fonte: <http://www.levaresaude.com.br/>



Fig. 42: Clínica Levere Consultório de Fonodiologia  
Fonte: <http://www.levaresaude.com.br/>



Fig. 44: Clínica Levere Espaço de Convivência  
Fonte: <http://www.levaresaude.com.br/>



Fig. 46: Clínica Levere Sala de Yoga  
Fonte: <http://www.levaresaude.com.br/>

OBS.: Projeto arquitetônico de autoria do arquiteto Carlos Eduardo Rodrigues Duarte CAU:A775924. Projeto com direitos reservados, protegido pela Lei de Direitos Autorais (Lei 9610/98) e pelo Código Penal

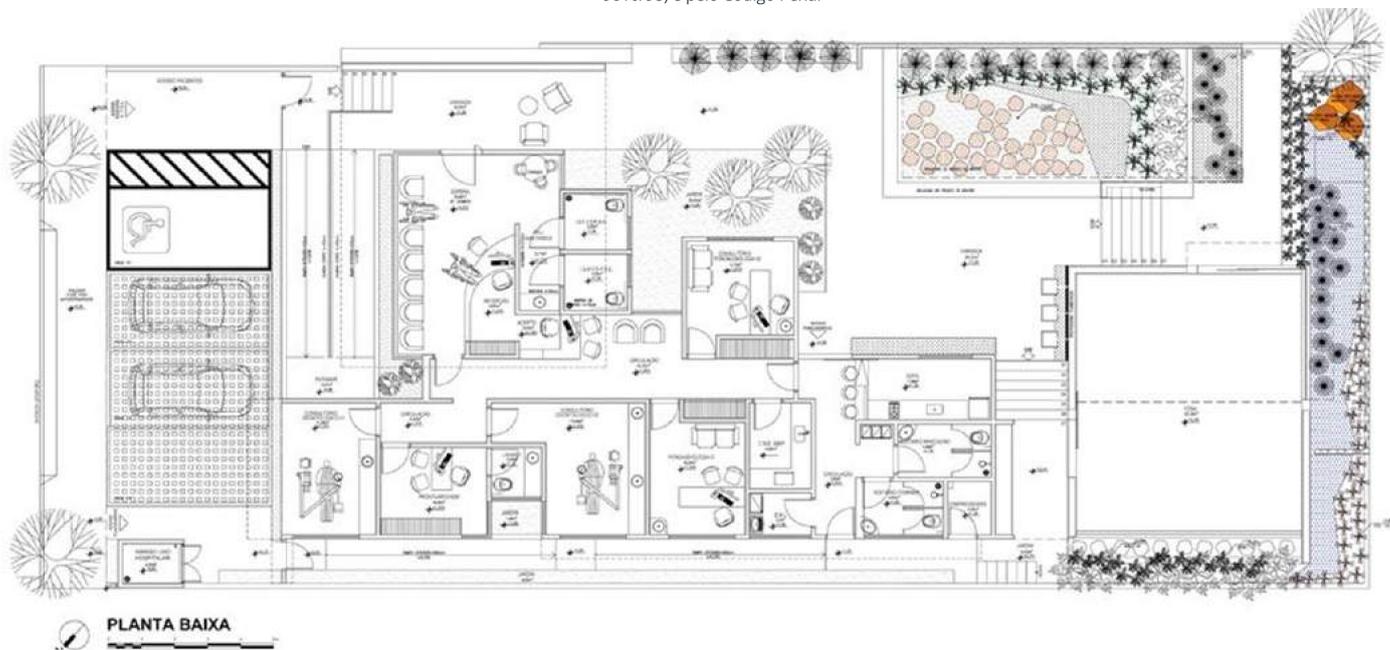


Fig. 47: Planta baixa original

Fonte: Fornecida pelo arquiteto Carlos Eduardo Rodrigues Duarte.

Projeto com direitos reservados, protegido pela Lei de Direitos Autorais (Lei 9610/98) e pelo Código Penal.

#### 4.5 PROGRAMA DE NECESSIDADES

Para o planejamento do projeto é necessário a criação de um programa de necessidades. Este programa busca auxiliar na criação do projeto a partir de questões necessárias estabelecidas por Normas e Leis, tais como ANVISA e ABNT<sup>1</sup>, que regulamentam o funcionamento correto do espaço. Além disso, o programa de necessidades busca estabelecer questões complementares de acordo com o objetivo geral e específico do projeto.

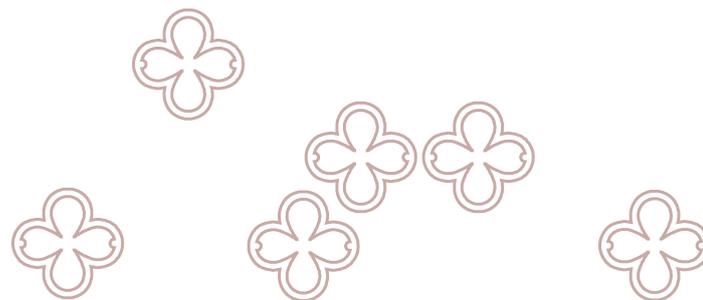
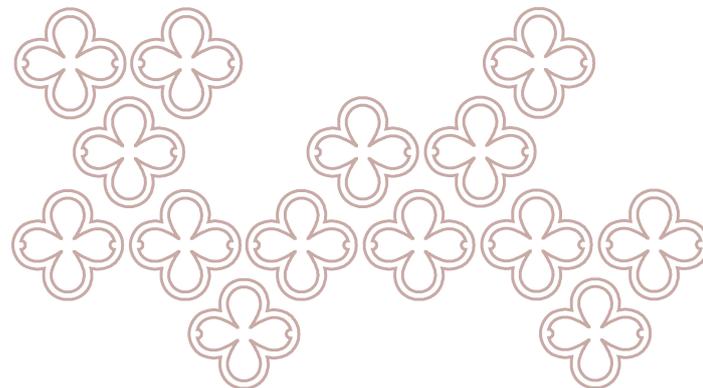
Desse modo, para o contexto de Estúdio de Noiva, não existem normas específicas para este tipo de comércio. Porém, existem normas que são aplicáveis, que buscam estabelecer questões relacionadas a prestação de serviços para comércios de salão de beleza. Neste contexto destaca-se as normas da ANVISA<sup>2</sup>, que possuem um manual de orientação para instalação e funcionamento de institutos de beleza, além de norma como a RDC n° 222/2018, que estabelece questões ligadas às boas práticas para serviço de alimentação. A SEBRAE<sup>3</sup> também possui uma cartilha que auxilia nas posturas profissionais e normas técnicas de serviços para salões de beleza.

---

<sup>1</sup> ABNT. Disponível em: <http://abnt.org.br/paginampe/biblioteca/files/upload/anexos/pdf/211055df2da423ea7708506ab7a3be0c.pdf>. Acesso em: 15 de novembro de 2019.

<sup>2</sup> ANVISA. Disponível em: <http://www.cvs.saude.sp.gov.br/zip/Manual%20est%C3%A9tica%20revisado-11set13.pdf>. Acesso em: 15 de novembro de 2019.

<sup>3</sup> SEBRAE. Disponível em: [https://bibliotecas.sebrae.com.br/chronus/ARQUIVOS\\_CHRONUS/bds/bds.nsf/6E4121F67B0DF6978325783400495136/\\$File/NT0004535A.pdf](https://bibliotecas.sebrae.com.br/chronus/ARQUIVOS_CHRONUS/bds/bds.nsf/6E4121F67B0DF6978325783400495136/$File/NT0004535A.pdf). Acesso em: 15 de novembro de 2019.



ELEMENTOS	CARACTERÍSTICAS	OBJETIVOS DO PROJETO
Recepção e Arquivo (administração)/ Espera	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Balcão para 1 ou mais atendente</li> <li>• Armário para armazenamento de arquivos</li> <li>• Cadeiras ou poltronas confortáveis</li> <li>• Entretenimento com revisteiro ou TV</li> <li>• Ponto de água</li> </ul>	Desenvolver um ambiente que tenha interações entre imaginário e cultura, expressando o conceito véu assim que o cliente chega, além de promover a socialização das pessoas e a valorização do relacionamento.
Área de cabeleireiro	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Bancada com lavatório com água corrente e materiais de higienização</li> <li>• Local de armazenagem de Equipamentos (Secadores, Chapinha, BabyLiss, etc)</li> <li>• Cadeira específica para cabeleireiros</li> </ul>	Diante as premissas do design contemporâneo, pretende-se desenvolver um ambiente fluidos com dinâmicas inusitadas.
Área de lavagem de cabelo	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Área Física compatível com o número de lavatórios de forma a permitir que os mesmos respeitem a seguinte metragem linear:</li> <li>• Distância mínima entre eixos de lavatórios = 0,60 m</li> <li>• Distância mínima do eixo do primeiro lavatório para parede = 0,40 m</li> </ul>	Pensando na consciência ambiental, escolher equipamentos para que tenha o menor consumo de energia e água, causando o menor impacto possível.
Área de maquiagem	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Bancada de apoio para maquiagens e equipamentos.</li> <li>• Local de armazenagem</li> <li>• Cadeira específica para maquiadores</li> </ul>	Diante as premissas do design contemporâneo, pretende-se desenvolver um ambiente fluidos com dinâmicas inusitadas.

Setor de manicure e pedicure	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Área física compatível com cadeiras, de forma a permitir que respeitem a seguinte metragem linear:</li> <li>• Distância mínima entre eixo de cadeiras = 0,80 m</li> <li>• Distância mínima do eixo da primeira cadeira para parede = 0,40 m</li> <li>• Distância mínima da parede às costas da manicure = 1,50 m</li> <li>• Se houver equipamentos elétricos (bacias, lixas, entre outros) possuir tomadas duplas (127/220 volts).</li> <li>• Autoclaves para esterilização de todos os utensílios utilizados.</li> </ul>	Diante as premissas do design contemporâneo, pretende-se desenvolver um ambiente fluidos com dinâmicas inusitadas.
Sala de depilação	<ul style="list-style-type: none"> <li>• A dimensão mínima para as cabines é 4,50 m<sup>2</sup></li> <li>• Bancada (para lavagem dos utensílios) com lavatório e água corrente para manuseio dos materiais do profissional e material de higienização.</li> </ul>	Criar um ambiente acolhedor que dê privacidade para cliente, e propor descarte e manutenção de forma adequada.
Área de guarda estoque de produtos e equipamentos	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Deve ser compatível com a quantidade e necessidade do estabelecimento.</li> <li>• Para a guarda de toalhas deve ser previsto local (armário fechado) e prateleiras revestidas com material impermeável.</li> </ul>	Utilizar espaço que tenha fácil acesso com sua funcionalidade adequada, evitando o desperdício de tempo para ir em um local distante.

Sanitários	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Devem possuir lavatórios e estar supridas de produtos destinados à higiene pessoal, como papel higiênico, sabonete líquido inodoro antisséptico ou produto antisséptico, bem como toalhas de papel descartáveis.</li> <li>• Os coletores dos resíduos devem ser dotados de tampa e acionados sem contato manual</li> </ul>	Propor a escolha de equipamentos que tenha um menor impacto ambiental, como por exemplo o uso de vasos sanitários ecológicos e econômicos e torneiras com redutores na vazão de água.
Área de rouparia	<ul style="list-style-type: none"> <li>• A área física mínima deve ser de 2,2 m<sup>2</sup>.</li> <li>• Deve ser exclusiva e possuir armário fechado para guarda de toalhas (lavadas e embaladas em saco plástico fechado) não descartáveis e de demais peças de tecidos utilizados no estabelecimento.</li> </ul>	O espaço pretende-se auxiliar no estoque de toda rouparia do estúdio de beleza e relaxamento, deixando um ambiente de trabalho mais organizado para os funcionários.
Área de armazenamento de resíduos sólidos	<ul style="list-style-type: none"> <li>• As paredes devem ser revestidas de azulejos até a junção com o teto e possuir ponto de água. O piso deve ser de material resistente, liso, lavável e de fácil higienização. Esta área deve possuir porta, dispositivo que impeça a entrada de (insetos, roedores e animais) e janelas teladas para ventilar a área.</li> </ul>	Propor espaço que atenda as necessidades do projeto, a fim de minimizar e auxiliar em toda a manutenção do espaço, propondo a redução mínima de descartes, sendo um descarte consciente e sustentável.
Sala da Noiva	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Bancada com cadeira para preparação do cabelo e maquiagem</li> <li>• Recamier para Descanso</li> <li>• Arara para vestido</li> <li>• Mesa para realizar a alimentação •Espelhos</li> <li>• Lavatório cabelo (opcional)</li> <li>• Banheiro com: Lavatório, Vaso sanitário, Chuveiro, Banheira (opcional)</li> </ul>	A fim de minimizar os impactos do contemporâneo, pretende-se criar espaço com isolamento acústico e permitindo a noiva tenha privacidade no espaço.

Área de massagem	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Maca de Massagem</li> <li>• Armazenagem para utensílios de massagem.</li> </ul>	<p>Criar um espaço com conforto térmico adequado, proporcionando qualidade de vida adequada para o cliente.</p>
Spa day	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Sauna Úmida ou Seca.</li> <li>• Banhos</li> <li>• Área de relaxamento e descanso</li> <li>• Piscina</li> <li>• Massagens</li> </ul>	<p>Com foco em qualidade de vida, o espaço pretende-se explorar conceitos de bem-estar e relaxamento, e também preocupando com a sustentabilidade do mesmo.</p>
Área Festa	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Espaço de interação</li> <li>• Mesas e cadeiras</li> <li>• Espaço para fotos</li> </ul>	<p>Diante as premissas do design contemporâneo, pretende-se propor espaços de socialização entre as pessoas e valorização dos relacionamentos.</p>
Copa	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Bancada com cuba H=90cm</li> <li>• Cooktop de 2 bocas</li> <li>• Armários</li> <li>• Geladeira para armazenamento de frios</li> <li>• Microondas.</li> </ul>	<p>Local de apoio e armazenamento da alimentação para cliente e funcionários. A alimentação será tercerizada, não sendo necessário um grande espaço pra produção, apenas para armazenamento.</p>

Tabela 1: Programa de Necessidades  
Fonte: A autora (2019)



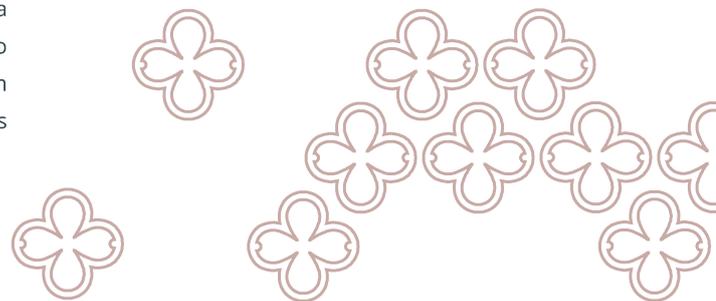
## **5. PROJETO**

## 5.1 CONCEITO

Para definir o conceito, é importante considerar o pertencimento a uma sociedade que está em constante mudança, que possui ambiente fluído e dinâmico, para isto, foi utilizada a técnica do brainstorming, que consiste em uma tempestade de palavras relacionadas ao projeto, a fim de propor ideias conceituais. Veja abaixo o resultado obtido:



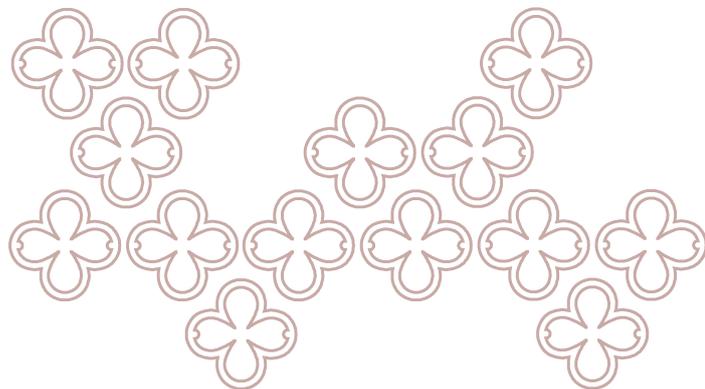
Fig. 48: Nuvem de palavras  
Fonte: A autora (2019)



A partir da realização do brainstorming, foi possível identificar algumas palavras que possuíam maior peso para o projeto, como: noiva, véu, renda, translúcido e clássico. Portanto, estas palavras poderiam ser simplificadas com a palavra véu, sendo um item clássico que simboliza a pureza e leveza das noivas. O véu usualmente é produzido em tecidos translúcidos, com rendas, flores, bordados e outros. O Guia do Casamento (2019) diz que o véu é um símbolo de castidade, para proteger do sol e dos insetos, para sedução. Na Grécia Antiga o véu era utilizado pelas noivas para protegê-las do mal olhado ou do assédio de outros pretendentes.



Fig. 49: Moodboard  
Fonte: A autora (2019)



Diante disto, pretende-se utilizar do véu como conceito, considerando algumas de suas características, como, por exemplo: linhas fluídas e dinâmicas, transparência, presença de rendas, unidas as premissas do design contemporâneo. Desta maneira serão mantidos o equilíbrio entre ambiente do projeto e qualidade de vida dos clientes que frequentaram o estabelecimento, proporcionando uma experiência positiva para o usuário do espaço projetado.

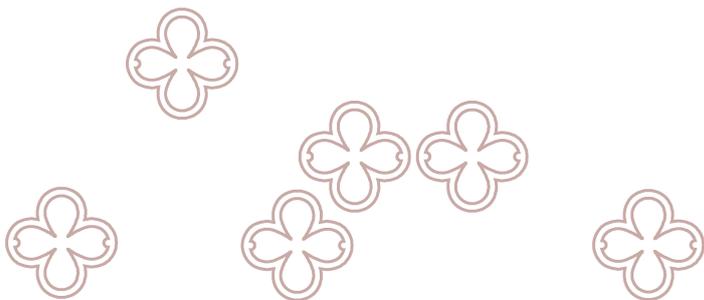




Fig. 51: Recepção



Fig. 52: Recepção



Fig. 53: Sala de Espera



Fig. 54: Salão Geral



Fig. 55: Salão Geral



Fig. 56: Parede de Rosas



Fig. 57: Sala Noiva 1

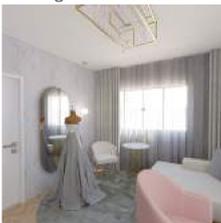


Fig. 58: Sala Noiva 1



Fig. 59: Entrada Pergolado



Fig. 60: Sala de Relaxamento



Fig. 61: Area Massagem



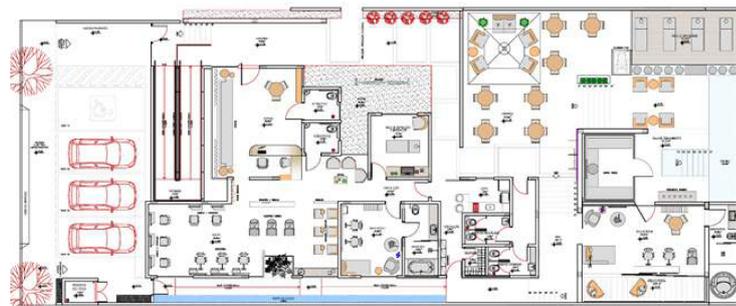
Fig. 62: Area Massagem

Fonte: a autora (2019) Direito autorais reservados.

## 5.2 ESTUDOS PRELIMINARES

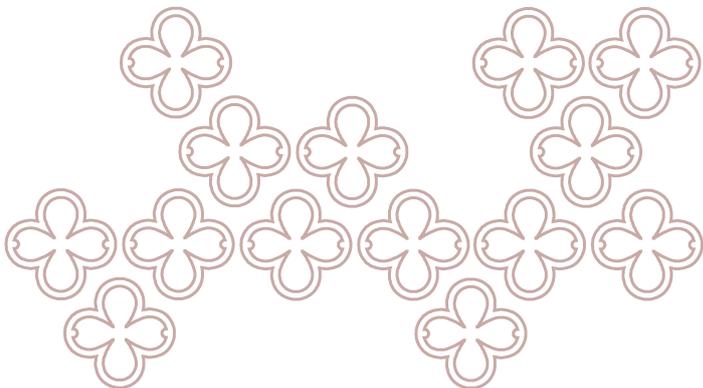
### PLANTA BAIXA LAYOUT

Para a realização dos estudos preliminares a primeira etapa foi entender o programa de necessidades e a partir de então avaliar o espaço escolhido a fim de sintetizar e atender todas as necessidades exigentes para o funcionamento do Estúdio para dia da noiva. Os membros da banca de ITCC fase introdutoria, consideraram o layout desenvolvido adequado para atender ao contexto do dia da noiva, conceito e ao programa de necessidades, não havendo nenhum apontamento específico sobre.



LAYOUT

Fig. 50: Planta Baixa com Layout (ITCC)  
Fonte: a autora (2019) Direito autorais reservados.



### 5.3 PROJETO FINAL

Após a banca de ITCC, realizada em novembro de 2019, o projeto foi revisado e finalizado, seguindo o mesmo conceito. O projeto obteve uma evolução no layout para adequar as normas da NBR9050 / Anvisa, acrescentando banheiro para funcionários, dividido por sexo. A organização dos ambientes como recepção, sala de noiva I, depilação e massagem, área externa, sala de noiva II, sofreu algumas modificações a fim de melhorar a circulação e funcionamento dos espaços, proporcionando conforto e praticidade dos espaços consequentes uma experiência positiva daquele que usufruir.

Para acessar o projeto completo incluindo (planta de setorização, planta de circulação, planta especificada, planta cotada, cortes, planta de demolição e construção, planta de pontos elétricos, planta de pontos de iluminação, planta de gesso, planta de paginação de piso, detalhamento banheiro e balcão), segue o volume II deste trabalho.

## PLANTA BAIXA - LAYOUT

Para a realização da planta baixa a primeira etapa foi entender o programa de necessidades e a partir de então avaliar o espaço escolhido a fim de sintetizar e atender todas as necessidades exigentes para o funcionamento do Estúdio de Beleza.



Fig. 63: Planta Baixa Tratada  
Fonte: a autora (2019)  
Direito autorais reservados.

## SETORIZAÇÃO

A setorização é uma importante ferramenta projetual que auxilia na definição dos espaços do ambiente. Com a setorização pretende-se organizar os espaços do projeto, preocupando com sua funcionalidade e ligação entre cada espaço, a fim de atender o programa de necessidades, funcionalidade e conforto do projeto.



LEGENDA SETORIZAÇÃO			
COR	DESCRIÇÃO	COR	DESCRIÇÃO
<span style="display:inline-block; width:15px; height:15px; background-color: #f08080; border:1px solid black;"></span>	AREA ATENDIMENTO AO CLIENTE	<span style="display:inline-block; width:15px; height:15px; background-color: #90ee90; border:1px solid black;"></span>	AREA DE EVENTOS
<span style="display:inline-block; width:15px; height:15px; background-color: #e06699; border:1px solid black;"></span>	AREA ATENDIMENTO PERSONALIZADO	<span style="display:inline-block; width:15px; height:15px; background-color: #add8e6; border:1px solid black;"></span>	AREA SANITÁRIOS
<span style="display:inline-block; width:15px; height:15px; background-color: #808080; border:1px solid black;"></span>	AREA PARA FUNCIONARIOS	<span style="display:inline-block; width:15px; height:15px; background-color: #f5deb3; border:1px solid black;"></span>	AREA DE CIRCULAÇÃO

Fig. 64: Planta de setorização

Fonte: a autora (2020)

Direito autorais reservados, autor do projeto arquitetônico : Carlos Eduardo Rodrigues Duarte



## ALTERAÇÃO DO PROJETO ARQUITETÔNICO

A planta de demolição e construção, foi realizada levando a premissa de ter o menor número de modificações ao projeto original e respeitando as limitações de todos os pilares existentes, com auxílio da arquiteta Maria Isabel Migliorini Fonseca, CAU A76627.

O resultado da planta de demolição e construção diz respeito a todo o programa de necessidades do projeto, sendo feita demolições com a premissa de ampliar os espaços e construções pontuais, além de uma pequena alteração para atender as normas da ABNT, a fim de garantir a acessibilidade no projeto, modificando a escada e adicionando uma plataforma elevatória para cadeirantes.

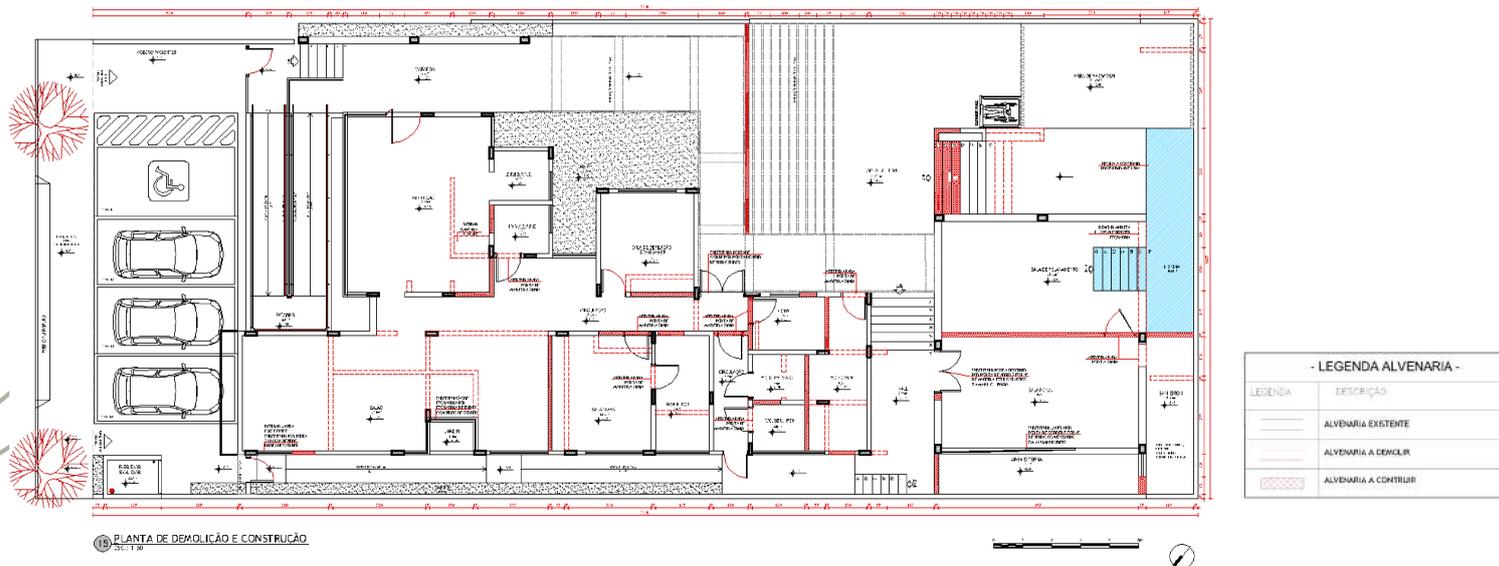


Fig. 66: Planta de demolição e construção  
Fonte: a autora (2020)

Direito autorais reservados, autor do projeto arquitetônico : Carlos Eduardo Rodrigues Duarte

## PERSPECTIVAS

As perspectivas que serão apresentadas a seguir são representações 3D para gerar uma aproximação entre projeto e realidade. O projeto foi modelado utilizando o “software” Sketchup 2019 e para deixar a imagem mais próxima do real realizou-se a renderização com o “software” Lumion 2020.

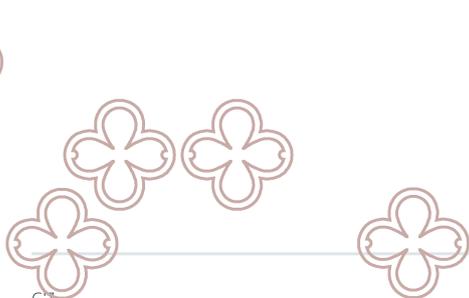
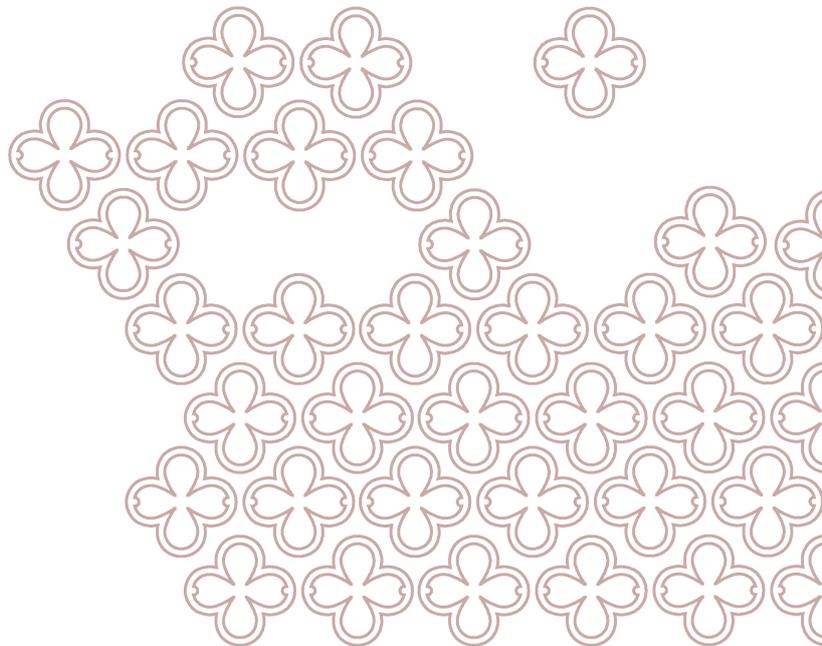




Fig. 67: Fachada Estúdio de Beleza - Simone Faria  
Fonte: a autora (2020)

## PERSPECTIVA **FACHADA**

O projeto respeitou a arquitetura da fachada, modificando apenas cores e revestimentos. O painel de alumínio branco é o ponto destaque da fachada, com seus recortes a “laser” remetendo a trama ampliada do tecido em movimento do véu da noiva.



Luminária Leaf Fall -  
Haberdashery

PERSPECTIVA

## RECEPÇÃO

Ao entrar na recepção o olhar será direcionado para o balcão de atendimento feito com material Corian e desenho curvo, minimalista. Em cima do balcão possui uma luminária Leaf Fall da Haberdashery, são folhas delicadamente suspensas de placas mínimas de teto e iluminadas com downlights para ativar um efeito de iluminação artístico complexo através de reflexos e sombras.

Fig. 68: Recepção Estúdio de Beleza - Simone Faria  
Fonte: a autora (2020)

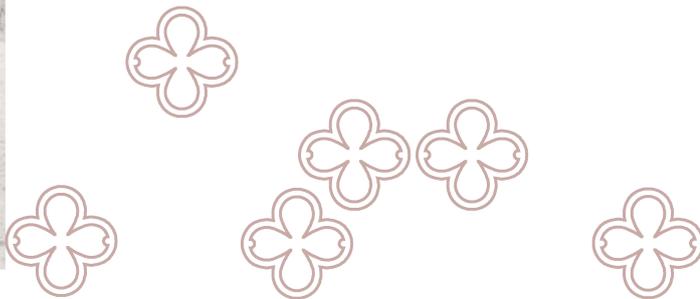




Fig. 69: Recepção Estúdio de Beleza - Simone Faria  
Fonte: a autora (2020)

Com pé direito amplo e grandes esquadrias, o projeto possui cortinas translúcidas em toda extensão da esquadria, assimilando aos véus da noiva, permite a permeabilidade da iluminação natural no espaço.



A presença do painel de MDF freijó da Duratex, com alguns frisos possibilitam que a porta do banheiro seja oculta, dando mais continuidade e proporcionando amplitude ao espaço.

Fig. 70: Recepção Estúdio de Beleza - Simone Faria  
Fonte: a autora (2020)



Fig. 71: Recepção Estúdio de Beleza - Simone Faria  
Fonte: a autora (2020)



Fig. 72: Salão Geral Estúdio de Beleza - Simone Faria  
Fonte: a autora (2020)

## PERSPECTIVA **SALÃO GERAL**

O salão geral é o espaço que irá atender o maior número de pessoas, e por isso devido aos ruídos gerados são necessários mecanismos de isolamento acústico, atingidos por meio da espuma de poliuretano nas paredes, absorvendo as ondas sonoras, associada ao forro acústico. Esteticamente o desenho curvo e a cor verde adotados propiciam conforto acústico e visual.



Fig. 73: Salão Geral Estúdio de Beleza - Simone Faria  
Fonte: a autora (2020)

A escolha das cores representa as cores da marca Simone Faria (rosa, preto e dourado) sendo acrescido do verde menta. Os mobiliários escolhidos possuem formas arredondadas, curvas, com design contemporâneo.



Fig. 74: Salão Geral Estúdio de Beleza - Simone Faria  
Fonte: a autora (2020)

Foi acrescido de divisórias acrílicas entre um lavatório e outro, devido às novas necessidades pós-pandemia, preocupações quanto a higiene do espaço e afastamento social se tornou de extrema importância.



Fig. 75: Salão Geral Estúdio de Beleza - Simone Faria  
Fonte: a autora (2020)



Fig. 76: Salão Geral Estúdio de Beleza - Simone Faria  
Fonte: a autora (2020)

A presença de diferentes tipos de texturas no projeto além de proporcionar conforto, o revestimento utilizado na parede remete ao motivo floral das rendas do véu da noiva, além disto, foi acrescentado de detalhes nos adornos do sofá, utilizando almofadas com tecido de rendas e tricot, trazendo personalidade ao interior do salão e familiaridade com conceito.



Fig. 77: Area de Espera Estúdio de Beleza - Simone Faria  
Fonte: a autora (2020)

PERSPECTIVA

## ÁREA DE ESPERA

Esta área é um local de apoio para o salão geral, sendo utilizado entre um procedimento e outro.



Fig. 78: Area de Espera Estúdio de Beleza - Simone Faria  
Fonte: a autora (2020)



PERSPECTIVA

# SALA DE DEPILAÇÃO E MASSAGEM

A sala de depilação e massagem atrelou a funcionalidade do espaço e conforto para proporcionar uma experiência positiva do usuário. O espaço possui ambientação sonora com caixas de som embutidas no teto e a iluminação com lâmpadas RGB Hue Color — Philips aplicando conceito de cromoterapia.

Foi utilizado papel de parede degradê com tons de rosa e criação de linhas verticais com ripados de madeira trazendo dinamicidade e criando uso funcional para pendurar roupas.

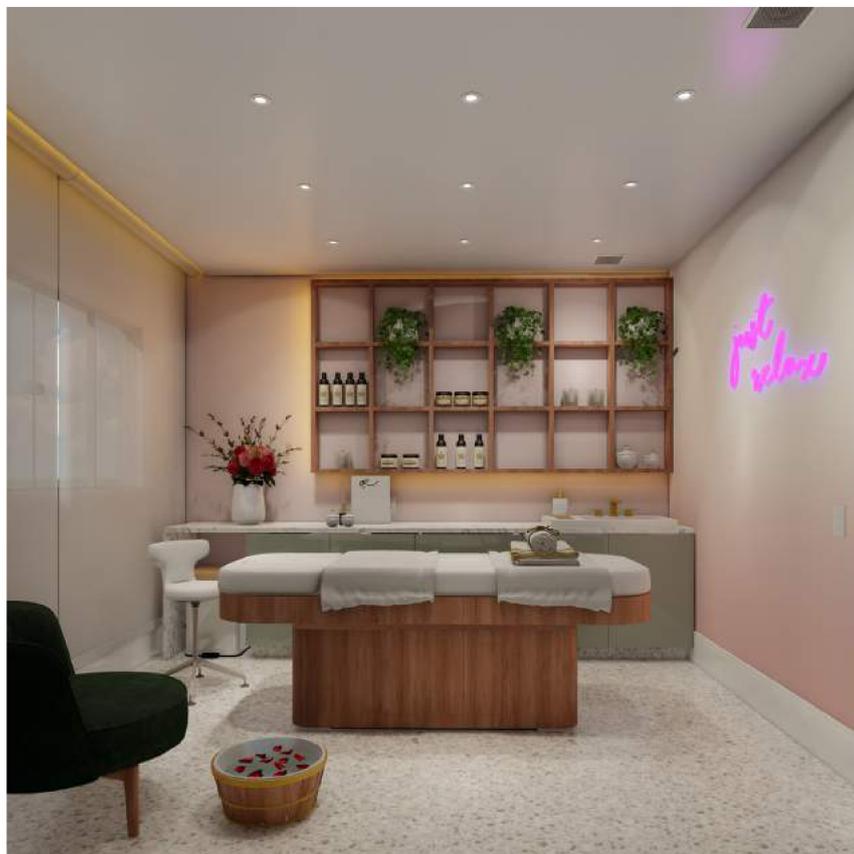


Fig. 79: Sala de Depilação e Massagem Estúdio de Beleza - Simone Faria  
Fonte: a autora (2020)



Fig. 80: Sala de Depilação e Massagem Estúdio de Beleza - Simone Faria  
Fonte: a autora (2020)



Fig. 81: Sala de Depilação e Massagem Estúdio de Beleza - Simone Faria  
Fonte: a autora (2020)

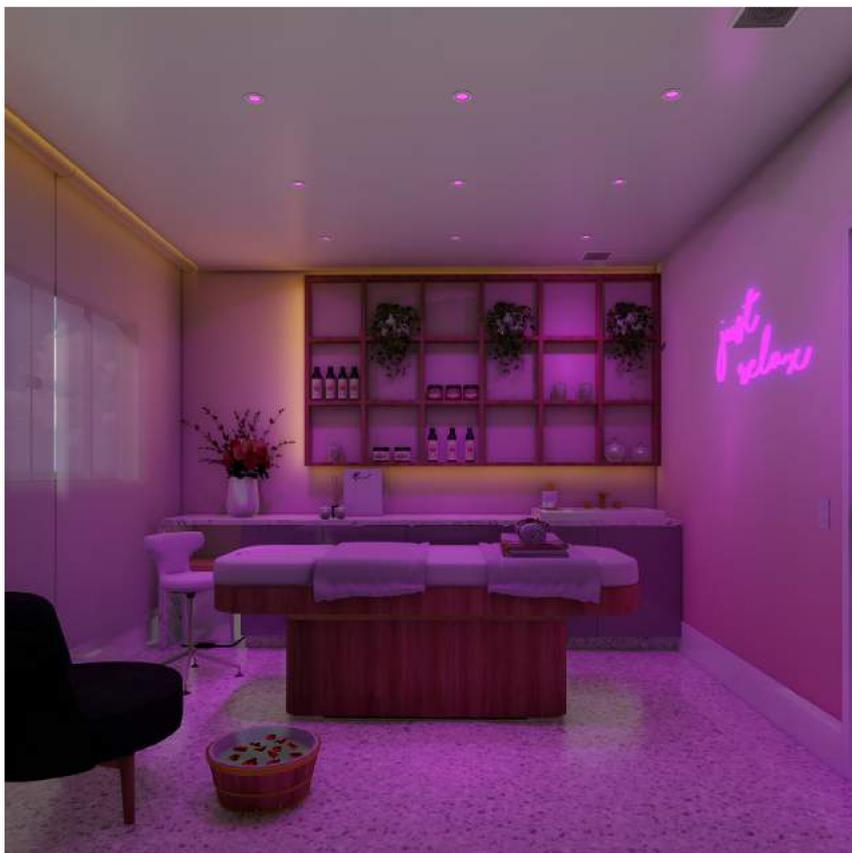


Fig. 82: Sala de Depilação e Massagem Estúdio de Beleza - Simone Faria  
Fonte: a autora (2020)



Fig. 83: Sala de Depilação e Massagem Estúdio de Beleza - Simone Faria  
Fonte: a autora (2020)

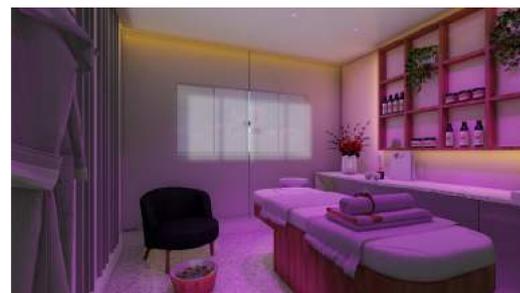


Fig. 84: Sala de Depilação e Massagem Estúdio de Beleza - Simone Faria  
Fonte: a autora (2020)

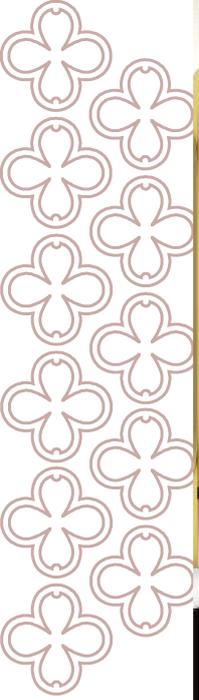


Fig. 85: Sala Noiva I Estúdio de Beleza - Simone Faria  
Fonte: a autora (2020)

PERSPECTIVA

## SALA DA NOIVA I

É um local íntimo para a noiva e uma acompanhante, um refúgio das turbulências deste dia. O espaço possui um lustre central que remete as flores do buquê com toda sua exuberância e sofisticação ao ambiente, além da utilização de papel de parede na cor nude com desenhos em gradê de rendas.



Fig. 86: Sala Noiva I Estúdio de Beleza - Simone Faria  
Fonte: a autora (2020)



Fig. 87: Sala Noiva I Estúdio de Beleza - Simone Faria  
Fonte: a autora (2020)



Fig. 88: Sala Noiva | Estúdio de Beleza - Simone Faria  
Fonte: a autora (2020)

PERSPECTIVA

## COPA

Visto que à alimentação não é produzida no estúdio e sim terceirizada, a copa torna-se um ambiente de apoio. Com espaço mínimo de apenas 4,62 m<sup>2</sup>, foi projetada para atender as todas as necessidades, com equipamentos como forno, fogão, pia, filtro de água, geladeira, micro-ondas e cafeteira. Suas cores neutras e claras dão amplitude ao espaço, a utilização de linhas curvas se faz presente na torneira, no vidro canelado do armário superior, a geladeira retrô Smeg escolhido devido suas formas arredondadas. O mix do revestimento Love Hex — Portinari, proporciona dinamicidade ao projeto.



Fig. 89: Copa Estúdio de Beleza - Simone Faria  
Fonte: a autora (2020)



Fig. 90: Copa Estúdio de Beleza - Simone Faria  
Fonte: a autora (2020)



Fig. 91: Copa Estúdio de Beleza - Simone Faria  
Fonte: a autora (2020)



Fig. 92: Sala Noiva II Estúdio de Beleza - Simone Faria  
Fonte: a autora (2020)

PERSPECTIVA

## SALA NOIVA II

O acesso a segunda sala da noiva se dá por escadas em um amplo corredor decorado com a boiseries que adicionam certo romantismo ao espaço. Materializando o conceito de contemporaneidade e dinamismo a sala da noiva é um espaço amplo e multifuncional para dar suporte às funções dos cabelereiros, maquiadores, fotógrafos e também receber com conforto a noiva, sua mãe e madrinhas.



Fig. 93: Sala Noiva II Estúdio de Beleza - Simone Faria  
Fonte: a autora (2020)

Os destaques são dados pelos espelhos com estrutura em acabamento dourado, os lustres com volumetria orgânica e repetição de formas, poltronas e também a plataforma destinada ao vestido de noiva.



Fig. 94: Sala Noiva II Estúdio de Beleza - Simone Faria  
Fonte: a autora (2020)



Fig. 95: Sala Noiva II Estúdio de Beleza - Simone Faria  
Fonte: a autora (2020)

A área externa projetada possibilita um grande vão de abertura com fechamento em portas articuladas de esquadria e vidro, o jardim vertical foi adotado de modo a contrastar com os materiais mais claros do espaço e trazer aspecto de tranquilidade para os usuários do espaço, além disso a mesa para refeições e o balanço possibilitando utilizar a área com grande abrangência.



Fig. 96: Sala Noiva II Estúdio de Beleza - Simone Faria  
Fonte: a autora (2020)



Fig. 97: Sala Noiva II Estúdio de Beleza - Simone Faria  
Fonte: a autora (2020)



Fig. 98: Sala Noiva II Estúdio de Beleza - Simone Faria  
Fonte: a autora (2020)

Assim se criou uma atmosfera romântica e moderna sem se desassociar do clássico, contrastando materiais, cores e acabamento em consonância com o restante do estúdio dando ênfase à noiva.



Fig. 99: Sala Noiva II Estúdio de Beleza - Simone Faria  
Fonte: a autora (2020)

Outro ponto de foco é a poltrona em formato de capitel de coluna grega para atuar como elemento cenográfico junto ao papel de parede com textura de renda para o ensaio fotográfico feito, como de costume, durante os preparativos da noiva no salão de beleza.

PERSPECTIVA

## BANHEIRO II

O banheiro da noiva foi concebido para criar uma atmosfera relaxante tendo como partido o contraste de materiais em pontos de destaque. O espelho de desenho irregular, o painel de madeira e as louças de acabamento dourado contrastam com as paredes claras. A banheira se projeta como volume orgânico e associada aos pontos de iluminação direcionada contribuem para a construção do espaço neutro que possibilita ainda mais conforto por adotar uma grande janela com paisagismo abundante do outro lado.



Fig. 100: Banheiro II Estúdio de Beleza - Simone Faria  
Fonte: a autora (2020)



Fig. 101: Banheiro II Estúdio de Beleza - Simone Faria  
Fonte: a autora (2020)



Fig. 102: Banheiro II Estúdio de Beleza - Simone Faria  
Fonte: a autora (2020)



Fig. 103: Banheiro II Estúdio de Beleza - Simone Faria  
Fonte: a autora (2020)

PERSPECTIVA

# SALA DE RELAXAMENTO

Como uma extensão da sala da noiva, o espaço mistura acabamentos claros que dá destaque ao banho turco com fechamento em vidro e à peça alemã horizontal shower, associando ainda iluminação com pontos de fibra ótica para remeter ao céu estrelado quando aceso.



Fig. 104: Sala de Relaxamento Estúdio de Beleza - Simone Faria  
Fonte: a autora (2020)



Fig. 105: Sala de Relaxamento Estúdio de Beleza - Simone Faria  
Fonte: a autora (2020)



Fig. 106: Sala de Relaxamento Estúdio de Beleza - Simone Faria  
Fonte: a autora (2020)

O espaço aberto com piscina e escada entrando dentro do ambiente, proporciona a interação e dinamicidade entre os ambientes.



Fig. 107: Sala de Relaxamento Estúdio de Beleza - Simone Faria  
Fonte: a autora (2020)

PERSPECTIVA

## AREA DE MASSAGEM

O pergolado com placas metálicas cortadas à laser num desenho orgânico remetendo a renda do véu da noiva, contribuem para que ela se sinta à vontade e possa relaxar momentos antes do grande evento.



Fig. 108: Área de Massagem Estúdio de Beleza - Simone Faria  
Fonte: a autora (2020)

O acesso pode ser feito também a partir da área de eventos trazendo ainda mais dinamicidade por prever mais de um fluxo e acessibilidade por prever o acesso ao nível superior por meio da plataforma elevatória.



Fig. 109: Área de Massagem Estúdio de Beleza - Simone Faria  
Fonte: a autora (2020)

# ÁREA EXTERNA

Área ampla destinada a pequenos eventos com predominância da cor branca, composta por pergolados com cobertura de vidro, balcão curvo iluminado com relevo, fazendo referência mais uma vez ao véu da noiva.



Fig. 110: Área Externa Estúdio de Beleza - Simone Faria  
Fonte: a autora (2020)



Fig. 111: Área Externa Estúdio de Beleza - Simone Faria  
Fonte: a autora (2020)



Fig. 112: Área Externa Estúdio de Beleza - Simone Faria  
Fonte: a autora (2020)

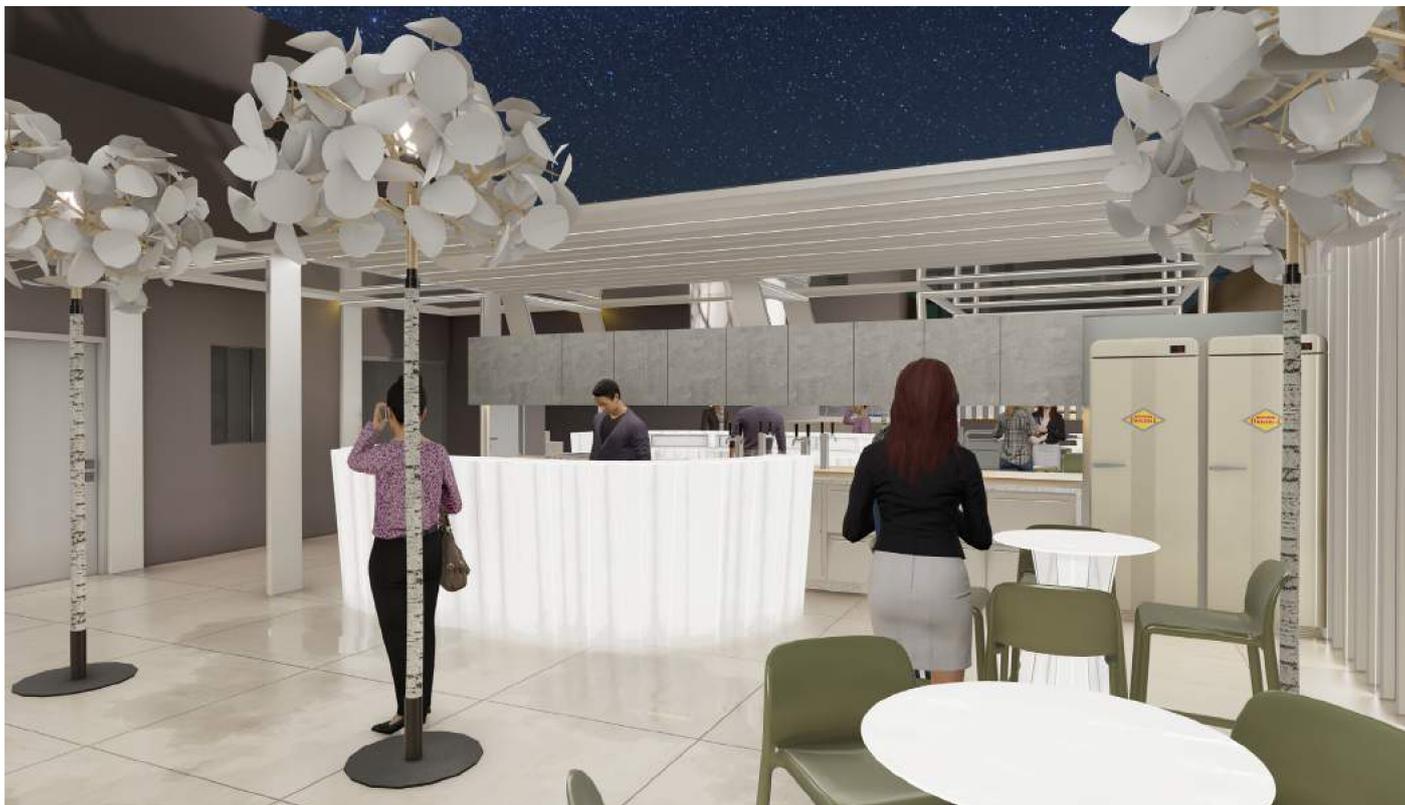


Fig. 113: Área Externa Estúdio de Beleza - Simone Faria  
Fonte: a autora (2020)

As esculturas em formato de árvore têm em sua copa uma volumetria como dos lustres projetados para a sala da noiva e buscam atrair os olhares.



Fig. 114: Área Externa Estúdio de Beleza - Simone Faria  
Fonte: a autora (2020)

O balcão refrigerado dá suporte as tarefas de preparação de bebidas e alimentos.



Fig. 116: Área Externa Estúdio de Beleza - Simone Faria  
Fonte: a autora (2020)

As mesas altas com banquetas constituem o mobiliário do espaço para receber os convidados da melhor forma possível, e por ser uma área sem cobertura remete a um terraço ainda mais bonito à noite.



Fig. 117: Área Externa Estúdio de Beleza - Simone Faria  
Fonte: a autora (2020)



Fig. 118: Área Externa Estúdio de Beleza - Simone Faria  
Fonte: a autora (2020)

# AREA EXTERNA

Previsão de gramado com paisagismo e dois balanços com estrutura semelhante esteticamente ao rendado, elemento muito comum nos vestidos de noiva e principalmente nos véus. Dessa forma constitui um espaço de passagem que dá boas-vindas aos usuários e convidados que acessão a área de eventos passando por ele.



Fig. 119: Jardim Estúdio de Beleza - Simone Faria  
Fonte: a autora (2020)

## 6. REFERÊNCIA

ANGRISANO, Carlos Augusto. Modelo de análise setorial para apoio à tomada de decisões estratégicas: aplicação ao mercado brasileiro de telecomunicações. 2003. 186 f. TCC (Graduação) - Curso de Engenharia de Produção, Engenharia de Produção Li.t, Escola Politécnica da Universidade de São Paulo, São Paulo, 2003. Disponível em: <[http:// pro.poli.usp.br/wp-content/uploads/2012/pubs/modelo-de-analise-setorial-para-apoio-a-tomada-de-decisoes-estrategicas-aplicacao-ao-mercado-brasileiro-de-telecomunicacoes.pdf](http://pro.poli.usp.br/wp-content/uploads/2012/pubs/modelo-de-analise-setorial-para-apoio-a-tomada-de-decisoes-estrategicas-aplicacao-ao-mercado-brasileiro-de-telecomunicacoes.pdf)>. Acesso em: 29 set. 2019

BARTHES. R. O Rumor da Língua. São Paulo: Brasiliense,1988

BAUMAN, Zygmunt. Amor líquido: sobre a fragilidade dos laços humanos. Rio de Janeiro: J. Zahar, 2004. 190 p.

CARDOSO. Rafael. Design para um mundo complexo. São Paulo: Cosac Naify, 2013.

CARVALHO, Ana Carolina Campos Paiva de. A cidade contemporânea: da desconstrução geográfica a uma cartografia afetiva. 2014. 85 f. Dissertação (Mestrado) - Curso de Cultura e Comunicação, Faculdade de Letras, Universidade de Lisboa, Lisboa, 2014.

Disponível em: <[http://repositorio.ul.pt/bitstream/10451/12114/1/ulfl161937\\_tm.pdf](http://repositorio.ul.pt/bitstream/10451/12114/1/ulfl161937_tm.pdf)>. Acesso em: 22 maio 2019.

EXAME. Mercado de estética e beleza no Brasil segue em crescimento. 2019. Elaborado por Dino. Disponível em: <Mercado de estética e beleza no Brasil segue em crescimento>. Acesso em: 29 set. 2019.

FONSECA, J. J. S. Metodologia da pesquisa científica. Fortaleza: UEC, 2002.

GUIA DE CASAMENTO (Org.). A História do Véu da Noiva. Disponível em: <<https://www.guiadecasamento.com.br/beleza-e-moda/cessorios-noiva/historia-do-veu-de-noiva>>. Acesso em: 23 out. 2019.

INSPIRE BEAUTY SPA. Inspire-se. 2019. Disponível em: <<http://www.inspirebeautyspa.com.br/>>. Acesso em: 18 nov. 2019.

JACQUES JANINE. Dia da Noiva. Disponível em: <<https://jacquesjanine.com.br/beleza-da-noiva/dia-da-noiva-e-dia-do-noivo-dia-do-casamento/>>. Acesso em: 07 maio 2019

JORNAL EDIÇÃO DO BRASIL (Org.). Mercado de beleza segue em vasta expansão no país Mercado de beleza segue em vasta expansão no país. 2019. Disponível em: <<http://edicaodobrasil.com.br/2019/06/21/mercado-de-beleza-segue-em-vasta-expansao-no-pais/>>. Acesso em: 29 set. 2019.

KARLA DUNDER. Mercado da beleza se torna opção de empreendimento na crise: mesmo com a crise, os salões e barbearias crescem em todo o país como uma alternativa ao desemprego. aposta em nichos é uma tendência. Mesmo com a crise, os salões e barbearias crescem em todo o país como uma alternativa ao desemprego. Aposta em nichos é uma tendência. Disponível em: <https://noticias.r7.com/economia/mercado-da-beleza-se-torna-opcao-de-empreendimento-na-crise-23092018>. Acesso em: 01 maio 2019.

KOTLER, Philip. Administração de marketing. 12. ed. São Paulo: Prentice Hall, 2006. 750 p.

LIPOVETSKY, Gilles. Os tempos hipermodernos. São Paulo: Barcarolla, 2004. 129 p.

MORAES, Dijon de. Metaprojeta: o design do design / Dijon De Moraes. São Paulo: Blucher, 2010.

MORAES, Dijon de. Metaprojeto como modelo projetual. Strategic Design Research Journal. S.l, p. 62-68. maio-agosto. 2009. Disponível em: <http://revistas.unisinos.br/index.php/sdrj/issue/view/348>. Acesso em: 07 abr. 2019.

MOURA, Mônica In: Menezes, M ePaschoarelli, L.C. (orgs.) Metodologias do Design: Inter-Relações. SP: Estação das Letras e Cores, 2011, v.1, pp.274-290.

MUNARI, Bruno. Das coisas nascem coisas. São Paulo: Martins Fontes, 1982. 388 p

OSORIO, Pedro Arturo Martínez; LADIM, Paula da Cruz. Design e Arquitetura: Questões sobre inovação, identidade e lugar na cidade contemporânea. In: PASCHOARELLI, Luiz Carlos; SALCEDO, Rosio Fernández Baca (Org.). Design, Arquitetura e Urbanismo: Transversalidades. Bauru, Sp: Canal 6, 2016. Cap. 14. p. 167-176.

PAPANECK, Víctor. Design for the Real World: Human Ecology and Social Change. THAMES & HUDSON, I, EDIÇÃO 2, 1995

PASCHOAL, Mariana. Um salão de beleza onde o bem-estar do cliente é protagonista: conheça o Inspire Beauty Spa. 2019. Disponível em: <<https://londrinando.com/post/649/um-salao-de-beleza-onde-o-bem-estar-do-cliente-e-protagonista-conheca-o-inspire-beauty-spa>>. Acesso em: 18 nov. 2019.

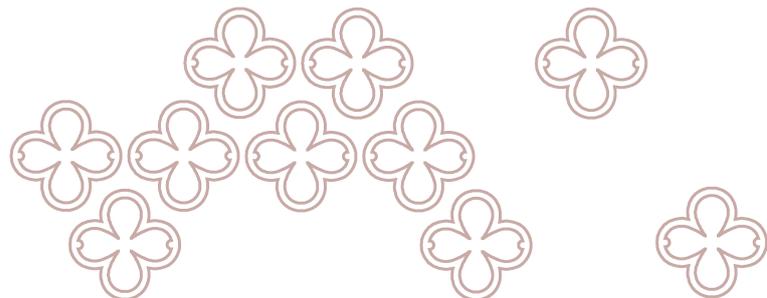
PHILLIPS, Peter L. Briefing : a gestão do projeto de design / Peter L. Phillips; tradução Itiro lida; revisão técnica Whang Pontes Teixeira. São Paulo: Editora Blucher, 2007.

QUADRO BRANCO. Realização de Otavio Oliveira. Amor Líquido - Goethe e Zygmunt Bauman. 2017. (5 min.), son., color. Disponível em: <[https://www.youtube.com/watch?v=IFlhG\\_Ys2v8](https://www.youtube.com/watch?v=IFlhG_Ys2v8)>. Acesso em: 21 maio 2019.

QUIVY, R.; CAMPENHOUDT, L. V. Manuel de recherche en sciences sociales. Paris: Dunod, 1995.

SANTOS, Patricia; AGLIO, Annamaria. Veja porque o novo Jacques Janine é um verdadeiro oásis em SP. 2016. Disponível em: <<http://revistacabelos.jelastic.saveincloud.net/veja-porque-o-novo-jacques-janine-e-um-verdadeiro-oasis-em-sp/>>. Acesso em: 07 maio 2019.

TERRA (Org.). Segundo IBGE, brasileiros realizam planos para se casarem mais tarde: IBGE apontou que em um período de 44 anos, alongou-se a idade média para brasileiros se casarem.. 2016. Disponível em: <<https://www.terra.com.br/noticias/dino/segundo-ibge-brasileiros-realizam-planos-para-se-casarem-mais- tarde,dc3466fb29d438314a517a9c857b7730616sanwd.html>>. Acesso em: 30 set. 2019.



## 7. APÊNDICE

### Entrevista - realizada no dia 21 de setembro de 2019

(Simone Faria)

Alameda Alfredo Petri, 48 - Jardim das Acácias, Uberlândia - MG,  
38411-200, Brasil

1) Seu trabalho é exclusivo para noivas?

R: Não, eu faço cabelo e maquiagem para qualquer cliente, mas o meu carro forte e o que me trouxe até aqui hoje foram as noivas. Eu já fiz mais de mil noivas.

2) Qual seu público alvo?

R: A maioria já é uma profissional liberal. É a mulher que sabe o que quer, advogada, dentista, médica, professora, bióloga, são pessoas mais nesse perfil. A maioria das mulheres têm de 25 à 30 anos. Porém existem os extremos, às vezes faço trabalhos para casamentos de 60 anos ou então para mulheres jovens de 19 anos, só que mais raros. Geralmente são classe A, mas as pessoas guardam dinheiro.

3) Concorrência em Uberlândia?

R: Sim, existe muita concorrência desleal. Porque a maioria não são empresa, a pessoa abre uma porta e começa atender. Por exemplo,

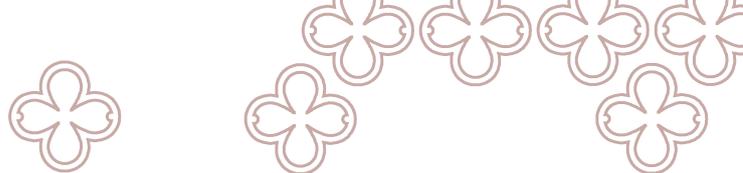
aqui é tudo certinho, vigilância sanitária, CNPJ, funcionários etc. E cabelo e maquiagem todo mundo faz bem.

4) Atende noivas a semana inteira? Qual dia que mais atende noivas?

R: Não atendo a semana inteira. Eu faço testes geralmente em uma terça/ quarta e a preparação da noiva geralmente é no sábado. As vezes eu faço a noiva dias de sexta, domingo, feriado, porém a porcentagem é bem menor. As pessoas ainda só se casam mais no sábado. Isso acontece aqui em Uberlândia, em São Paulo as pessoas já casam em dia da semana porque as igrejas não comportam mais, os cartórios, mas aqui em Uberlândia ainda não as pessoas são muito tradicional, o casamento é dia de sábado, já aconteceu alguns anos seguidos de fazer 7 de setembro, carnaval. Normalmente a maioria é no sábado mesmo.

5) Quais são os serviços oferecidos?

Nós não temos a parte de estética, serviços de spa, tratamento, geralmente a noiva faz 15 dias antes, tratamento de pele, entre outras coisas não são feitas no salão, aqui a gente oferece serviços que são mais para o momento do casamento. Por exemplo, extensão de unha postiça, cílios fio a fio, cabelo, maquiagem,



massagem relaxante para o dia. No dia, temos o almoço, o banho de rosas que possuem os sais que vai relaxar deixar tudo zen, então é mais nesse sentido, oferecer um serviço que vai deixar bem relaxada. O banho normalmente acontece depois de uma massagem relaxante que demora de 50 min a 1 hora, aí a noiva está bem relaxada, e ela vai para o banho, que é um banho quente, com sais normais com espuma, flores, e uma música tranquila, para deixar a pessoa bem relax.

6) A noiva tem direito a levar acompanhantes? Quantos?

R: Sim, a gente gosta muito disso, até temos os roupões coloridos (rosa pink, lilás, rosa seco...) a gente junta as convidadas da noiva para fazer o brinde, então enquanto a noiva está se preparando na parte de cima do salão, as convidadas estão se arrumando na parte de baixo do salão. A noiva trás o champanhe de sua preferência, e elas se encontram antes da noiva se vestir, já deixa cabelo e maquiagem pronto, aí ela se reúne no espaço, e elas estouram o champanhe e faz um brinde, e tiram aquelas fotos brindando, é bem divertido, e eu gosto porque é o momento que a noiva dá uma descontraída. Eu não gosto de noiva sozinha, eu gosto de noiva acompanhada, porque acho que ela esquece um pouco o momento

tenso, ela da uma relaxada, e sempre funcionou, sempre deu certo assim. Hoje o nosso espaço comporta 30 mulheres, porém tudo deve ser planejado com antecedências.

7) Como a empresa concilia o atendimento da noiva por empresas externas? Ex.: fotógrafo, filmagem, estúdio do vestido da noiva etc.

R: Tranquilo, eles são super bem vindos. Porque o que acontece, o fotógrafo não gosta de pegar a noiva toda dona Florinda, ele gosta de pegar a noiva mais pronta, porque nem a noiva gosta de colocar isso no álbum, então por exemplo, ela vai casar às 19 horas, então às 14 horas, a noiva vai lavar o cabelo, e vai fazer a preparação, e depois da preparação do cabelo vem a maquiagem, e depois da maquiagem vem o penteado, pronto, o fotógrafo vai chegar umas 15 para as 17 horas, vai fazer aquele momento de passar batom, de blush, enfim de mexer no cabelo, de fotografar unha, aquele momento com ela de roupãozinho de salão, né? Escrito noiva e tal. Aí o momento do fotógrafo com a noiva, aí passou esse momento, o fotógrafo irá fazer o momento da noiva com as convidadas, que é o momento do brinde, terminou essa hora do brinde, as convidadas vão pra sua casa, ou para o hotel, ou então vai para o outro espaço do salão para vestir o

vestido e ir para o casamento, e a noiva vai vestir o vestido de noiva, que a casa de noiva que veste, normalmente a responsabilidade é a da casa de noiva, normalmente vem uma costureira que veste o vestido, finaliza ele. E então eu finalizo a noiva, passo um brilhaço, vejo se está faltando alguma coisa, e então o fotógrafo irá fazer novas fotos com a noiva já vestida, e geralmente o fotógrafo gasta em torno de 1 hora fazendo essas fotos, e depois já vem o chofer para levar para igreja.

8) Atendem o noivo?

R: A gente já teve um espaço para noivos, hoje não temos mais. Porque tem o problema de correr o risco de o noivo ver a noiva, e etc.

9) Vocês já pensaram em oferecer serviços como despedida de solteira, chá de lingerie, chá bar/ casa nova?

R: Eu já fiz no outro espaço que eu tinha, eu fiz um chá de lingerie, foi tranquilo porque as meninas não bebiam muito. Mas é uma questão de programação.

10) Como a identidade da marca Simone Faria foi construída? Foi contratado profissionais especializados?

R: Na época que eu fiz minha marca, eu tive uma assessoria de marketing. E a gente colocou meu nome porque ele já era conhecido.

11) Qual conceito da marca?

R: A marca tem os traços finos, para a elegância, bom gosto, clássico.

12) Quais as cores da marca?

R: A gente usou cinza, um tom rosé seco para ser mais feminino.

13) Possui alguma dica de espaço para o dia da noiva?

R: Não esquecer de lavatório! Na parte de baixo você pode inventar dança, academia, estética, de repente você coloca até um dentista lá, faz algo que não existe. O'Que a noiva vai fazer no dia, ela precisa de um clareamento, a ela precisa de emagrecer, precisa de um cabelo bonito hidratado. Aí você fazendo tudo isso, você irá agregar, e terá espaço para manter isso. Na parte de cima você faz a mansão da noiva. Uma coisa que gostaria de oferecer para noiva é o carro para a noiva com chofer. Faz um negócio grandioso, faz um palácio, para ela entrar como um palácio, coloca aquelas colunas gregas. Pesquisa tudo que é de spa e você coloca, por exemplo banho de ouro... Focar na experiência no sensorial.

