



JULIANE CALVI LUCAS

CENTRO DE BELEZA

JI-PARANÁ

2019

JULIANE CALVI LUCAS

CENTRO DE BELEZA

Trabalho de conclusão, com o objetivo de aprovação na disciplina de Atelier II, para obter formação no curso de Arquitetura e Urbanismo na Universidade Grupo São Lucas Educacional.

Sob Orientação do Professor e Orientador:
Vladimir José Chagas.

JI-PARANÁ

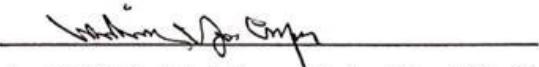
2019

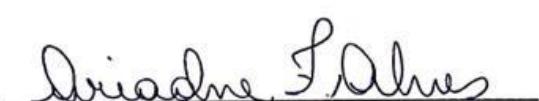
JULIANE CALVI LUCAS

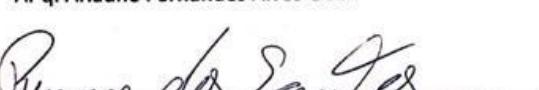
ELABORAÇÃO DE PROPOSTA DE UM CENTRO DE BELEZA PARA O PÚBLICO FEMININO NO
MUNICÍPIO DE JI-PARANÁ.

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado ao Centro Universitário São Lucas de Ji-Paraná-
Em 14/06/2019, para obtenção de graduação em Arquitetura e Urbanismo, sob orientação do
Arq. Ms. Vladimir José Chagas.

AVALIADORES


Arq. Ms. Vladimir José Chagas – Centro Universitário São Lucas de Ji-Paraná


Arq. Ariadne Fernandes Alves Goes


Arq. Renan Dos Santos Pereira - Convidado

L933c

Lucas, Juliane Calvi

Centro de beleza / Juliane Calvi Lucas. Ji-Paraná:
Centro Universitário São Lucas, 2019.
107 p. il.

Trabalho de Conclusão de Curso (graduação) -
Centro Universitário São Lucas, Curso de Arquitetura e
Urbanismo, Ji-Paraná, 2019.

Orientador: Prof. Vladimir José Chagas
1. Centro de Beleza. 2. Bem-estar. 3. Projeto. I.
Chagas, Vladimir José. II. Centro de beleza.

CDU 744.42

Ficha catalográfica elaborada pelo bibliotecário José Fernando S Magalhães
CRB 11/1091

Dedico este projeto primeiramente a Deus que me sustentou e me deu forças para continuar, aos meus familiares, pelo apoio e paciência, e ao meu orientador Vladimir José Chagas pela dedicação e orientação durante todo o desenvolvimento do trabalho.

RESUMO

A realização desse trabalho apresenta uma proposta que satisfaça os clientes em um centro de beleza. Buscando qualidade, tecnologia e inovação. Desde antiguidade os seres humanos se preocupam com a aparência, mesmo com muito preconceito nos tempos remotos, com o passar dos anos foi se tornando algo comum, e fazendo parte do cotidiano das pessoas, todos que querem cuidar da beleza física procuram por um centro de beleza. Uma boa aparência prolonga a beleza natural e traz bem-estar a todas as idades. O ramo não está somente ligado as mulheres, nos últimos anos os homens estão dando muita prioridade com a beleza, tornando assim cada dia o mercado mais amplo. O setor de beleza está entre os que mais cresce em todo país e esse crescente busca a valorização de cuidados com a beleza física e bem-estar, com isso fez com que abrisse mais portas para um centro de beleza, e também mais oportunidades de emprego, sendo que o custo para investir em um negócio como esse é bem mais baixo do que muitos outros investimentos no mercado de trabalho. Surgindo uma ótima oportunidade para primeiro empreendimento. A metodologia utilizada para dar início ao trabalho foi a pesquisa qualitativa, visando melhorar a qualidade de vida das pessoas. Tendo assim o maior entendimento do que necessita para um Centro de Beleza, será apresentado nesse trabalho o objetivo geral e a elaboração do projeto no município de Ji-Paraná, Rondônia, um local que atenda todas as necessidades do público feminino, onde possam encontrar tudo em um único lugar, com a escolha do local ideal para a implantação visando sempre o bem-estar e modernidade no Centro de Beleza para que o cliente fique altamente satisfeito.

Palavra Chave: Centro de Beleza. Bem-estar. Projeto.

ABSTRACT

The accomplishment of this work presents a proposal that satisfies the clients in a beauty center. Seeking quality, technology and innovation. From antiquity human beings are concerned with appearance, even with much prejudice in ancient times, over the years it has become commonplace, and being part of everyday life, people who want to take care of physical beauty look for a center of beauty. A good appearance prolongs the natural beauty and brings well-being to all ages. The branch is not only linked to women, in recent years men are giving high priority to beauty, thus making each day the broader market. The beauty sector is among the fastest growing in the whole country and this growing pursuit seeks the appreciation of care with physical beauty and well-being, with that it opened more doors to a beauty center, as well as more job opportunities , and the cost to invest in a business like this is much lower than many other investments in the labor market. This was a great opportunity for first time entrepreneurs. The methodology used to start the work was the qualitative research, aiming to improve people's quality of life. Having thus the greater understanding of what it needs for a Beauty Center, will be presented in this work the general objective and the elaboration of the project in the municipality of Ji-Paraná, Rondônia, a place that meets all the needs of the female audience, where they can find everything in a single place, with the choice of the ideal place for the implantation always aiming the well-being and modernity in the Beauty Center so that the client is highly satisfied.

Keyword: Beauty center. Wellness.Project.

LISTA DE FIGURAS

Figura 1 – Maquiagem Comum no Egito.....	7
Figura 2 – Antoine Cierplikowki.....	8
Figura 3 – Pele Clara: Obsessão Universal.....	9
Figura 4 – Mulheres anos 70.....	10
Figura 5 – Serviços no ano de 1960.....	11
Figura 6 – Exemplo de Dimensões de Alcance Manual Lateral.....	18
Figura 7 – Exemplos de Dimensões de banheiros Adaptados.....	18
Figura 8 – Símbolo Internacional de Visual, Acessibilidade e Deficiente Auditivo.....	19
Figura 9 – Elcio Arfelli.....	20
Figura 10 – Salão Marcos Proença.....	21
Figura 11 – Sala de Espera.....	22
Figura 12 – Loja e Salão.....	25
Figura 13 – Sala de Lavatórios.....	25
Figura 14 – Fachada.....	28
Figura 15 – Recepção	29
Figura 16 – Espaço Interno Recepção.....	29
Figura 17 – Sala de Serviço.....	30
Figura 18 – Planta Baixa.....	30
Figura 19 – Planta Baixa.....	31
Figura 20 –Planta Baixa.....	31
Figura 21 – Painéis Metal e osb.....	32
Figura 22 – Interior: Sala de Escova.....	32
Figura 23 – Sala de Atendimento.....	33
Figura 24 – Sala de Atendimento.....	33
Figura 25 – Perspectiva.....	34
Figura 26 –Sala de Atendimento.....	35
Figura 27 –Planta Baixa.....	35
Figura 28– Fachada.....	36
Figura 29 – Planta Térreo.....	36
Figura 30 – Sala de Atendimento.....	37
Figura 31 – Corte Transversal.....	37

Figura 32 – Fachada.....	38
Figura 33 – Área de trocadores de Noiva.....	38
Figura 34 – Fachada Josimar.....	39
Figura 35 –Área Externa.....	39
Figura 36 – Jardim e Espelho D’Água.....	40
Figura 37 – Espaço Interno: Sala de Lavatório.....	40
Figura 38 – Fachada Bel 1 Pierre.....	41
Figura 39 – Área Interna: Escada.....	42
Figura 40 – Área Interna: Sala de lavatórios.....	42
Figura 41 –Interior: Sala para preparação do cabelo.....	43
Figura 42 – Fachada.....	43
Figura 43 – Espaço externo para descanso.....	44
Figura 44 – Planta Baixa Térreo.....	44
Figura 45 – Piso Superior	45
Figura 46 – Planta de Paisagismo.....	45
Figura 47 – Fachada Kaze Hair.....	46
Figura 48 –Átrio com o pé direito de 13m e Fachada de Vidro.....	47
Figura 49 – Volumetria da Edificação.....	54
Figura 50 – Implantação.....	54
Figura 51 –Vista Aérea do terreno escolhido.....	57
Figura 52 – Vista do Terreno.....	58
Figura 53 – Vista do terreno e suas vias	58
Figura 54 – Sistema Fotovoltaico.....	61
Figura 55 – Sala Adaptada.....	62
Figura 56 – Banheiro Adaptado.....	63
Figura 57 – Sala de Descanso com entrada para luz natural e a natureza.....	64
Figura 58- Jardim Vertical.....	64
Figura 59 – Sala de Espera com entrada para Luz Natural.....	65
Figura 60 – Cortina de água.....	65
Figura 61 – Forro de Drywall.....	66
Figura 62 – Concreto protendido.....	67

SUMÁRIO

INTRODUÇÃO	06
1.REFERENCIAL TEÓRICO.....	07
1.1. Histórico e Evolução.....	07
1.1.1. Histórico Internacional.....	07
1.1.2. Histórico Nacional.....	10
1.2 Legislação.....	12
1.2.2.3 Código de Posturas.....	17
1.2.2.4 Normas Técnicas	17
1.3. Opinião de Autores Internacional.....	19
1.3.1 Opinião de Autores Nacional.....	19
2.TIPOLOGIA.....	24
2.2 Tipos.....	24
2.1 Arquitetura Comercial.....	24
2.2.1 Varejo Comercial.....	24
2.2.2 Projetos Comercial.....	25
2.3 Tipos Escolhidos.....	25
3.METODOLOGIA.....	26
3.1 Pesquisa.....	26
3.2 Método.....	26
3.3 Procedimento.....	26
4. REFERENCIAL ARQUITETÔNICO.....	28
4.1 Obras Internacionais.....	28
4.4.1.1 Red Door Spa.....	28
4.4.1.2 Salão Roji.....	30
4.4.1.3 Salão de Beleza Crosby Studios.....	34
4.4.1.4 Salão de Cabeleireiro Objecto	35
4.4.2 Obras Nacional.....	37
4.4.2.1 Bled Your Mind.....	37
4.4.2.2 Centro de Beleza Josimar.....	37
4.4.2.3 Estética Bel 1 Pierre.....	40
4.4.2.4 Clínica de Estética e Salão de Beleza	43
4.4.2.5 Studio Kaze Hair.....	45
4.3. Análise das referências.....	47

5. PROGRAMA DE NECESSIDADE.....	50
5.1 Quadro Resumo.....	50
5.2 Programa de necessidade proposto.....	52
5.3 Estudo de massa.....	53
5.4 Fluxograma.....	55
6. ESTUDO DE CASO E SÍTIO.....	57
6.1 Imagens.....	57
6.2 Localização e acesso.....	58
7. CONCEITO E PARTIDO ARQUITETONICO.....	60
7.1 Conceito.....	60
7.2 Partido arquitetônico.....	60
7.2.1 Diretrizes	60
7.2.2 Sustentabilidade.....	60
7.2.3 Acessibilidade.....	62
7.2.4 Conforto Ambiental.....	63
7.2.5 Materiais e especificações.....	66
7.2.6 Sistema estrutural.....	66
CONCLUSÃO.....	68
REFERÊNCIAS.....	69
APÊNDICE.....	70
ANEXOS.....	71

INTRODUÇÃO

No trabalho exposto será relatado o tema escolhido sobre um centro de beleza no município de Ji-Paraná, que abordara tanto no conteúdo histórico quanto nos dias atuais a preocupação com a beleza, que vem desde a idade antiga, até os dias de hoje.

Antigamente a preocupação com a beleza não era algo tão comum como nos dias atuais, muitos achavam vulgar e tinham preconceito. A arte voltou no séc. XV.

A profissão de cabeleireiros são uma das mais antigas da humanidade, e vem crescendo a cada dia, ganhando mais destaque. Assim a maior problematização do projeto é de como propor um local aconchegante onde atenda às necessidades da população de Ji-Paraná.

O ramo da beleza tem um grande crescimento histórico no Brasil, dando início pela indústria de cosméticos, equipamentos, salões de beleza. Nossa país é um dos que mais cresce no mercado da beleza no mundo.

O objetivo será propor ao público feminino, lugares amplos e adequados para cada determinada finalidade, ambientes acessíveis, conforto térmico, acústico, espaços com iluminação natural, trazendo muito conforto, tecnologia e inovação, visado sempre o bem-estar de quem busca.

O ser humano passa um terço de sua vida no trabalho, e por isso também deve-se buscar a qualidade de vida nesse ambiente. Hoje em dia é notório a evolução nos centros de beleza, o que antigamente era apenas para cortar cabelo, hoje prestam muitos outros tipos de serviço.

A escolha do tema foi devido ao mercado da beleza ser um dos que mais cresce, e que antes tinha pouca procura nesse serviço, nos dias de hoje pede por profissionais capacitados em qualquer evento, ou até mesmo algo cotidiano.

Tendo assim maior entendimento do que um centro de beleza necessita será apresentado nesse trabalho como objetivo geral a elaboração de um projeto de um centro de beleza para o público feminino em Ji-Paraná-RO. Buscando sempre um local próprio e aconchegante, onde o público feminino poderá encontrar tudo em um único lugar, ganhando seu espaço através da qualidade, inovação e tecnologia.

1.REFERENCIAL TEÓRICO

O capítulo seguinte irá abordar o contexto histórico internacional e nacional dos centros de beleza, apresentando os trajetos e os acontecimentos referentes ao mundo da beleza. Mostrando as fases ocorridas e a evolução no decorrer dos séculos.

1.1. Histórico e Evolução

Nos parágrafos seguintes irá abordar um pouco sobre a história e evolução dos centros de beleza.

1.1.1 Histórico Internacional

Antigamente a maquiagem por exemplo não era algo tão comum como nos dias atuais. Na Inglaterra e nos EUA muitas mulheres achavam vulgar e tinham preconceito. A arte voltou com tudo no séc. XV onde a França e a Itália eram os principais fabricantes do mundo.

No período paleolítico, surgiram os primeiros sinais da vaidade. Na região da Mesopotâmia os produtos de maquiagem eram todos naturais, feitos a base de carvão, hena, entre outros. (PORTAL EDUCAÇÃO, 2018.)

Os produtos de maquiagem surgiram a mais de 3000 anos antes de Cristo no Egito. Só podia ser usado por pessoas do império para poder se destacar. Tanto os árabes e os egípcios usavam maquiagem para se protegerem do sol.

No Egito antigo tanto homens quanto mulheres preenchiam as pálpebras com uma pasta que era obtida do mineral malaquita misturado com carvão, eles diziam proteger de infecções. (SUPER INTERESSANTE, 2018.)

Figura 01: Maquiagem comum no Egito

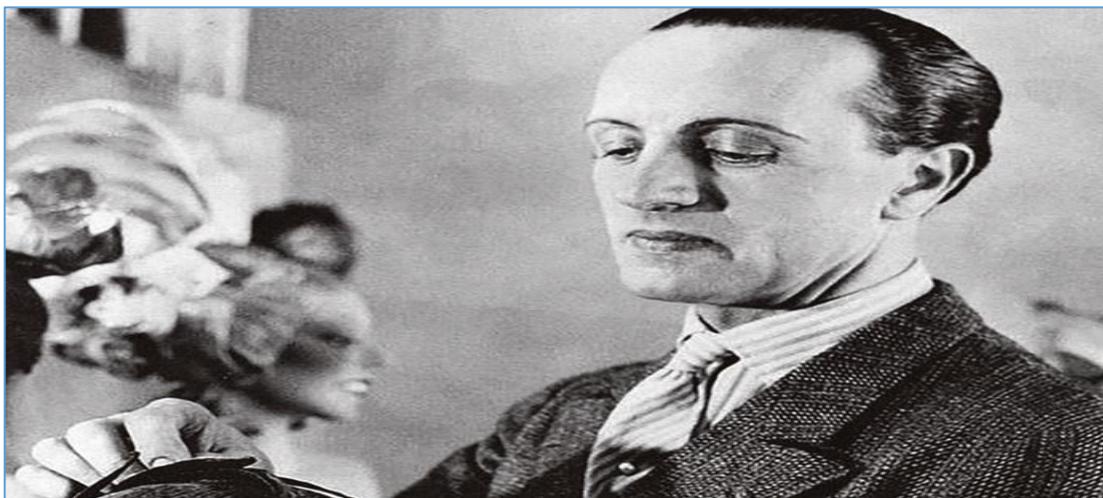


Fonte: Conversas de Mulheres Criativas, 2011.

Na pré-história, os cosméticos eram usados em rituais de fertilidade, caça, batalhas e cultos. Os egípcios usavam a maquiagem para proteger a pele. Também pintavam os olhos com forma de proteger dos espíritos malignos, pois os olhos eram considerados espelhos da alma. (DOUTORES DA BELEZA, 2016.)

A profissão de cabeleireiros são uma das mais antigas da humanidade. Equipamentos de trabalho estão entre os mais achados arqueológicos. Foi apenas no século XX que surgiu os primeiros salões de beleza, os locais para cortar cabelo eram mais frequentados por homens, as mulheres na época não tinham espaços. O Egito foi o lugar com símbolos capilares mais famosos, devido a Cleópatra. Mas foi só na Grécia que surgiu um espaço próprio para realizar esse tipo de serviço. Com essa moda apareciam os primeiros cabeleireiros especializados em perucas e penteados. A popularidade foi tão grande que em 1635 foi inaugurado em Paris o primeiro salão de beleza do mundo. Poucas tinham condições de frequentar o salão, esse privilégio era mais para as mulheres ricas da corte. (BELEZA EXTRAORDINÁRIA, 2015.)

Figura 02: Antoine Cierplikowski



Fonte: Beleza Extraordinária, 2015.

Antoine Ficou conhecido como o Imperador dos cabeleireiros, ele criou o corte mais famoso de todos os tempos, o corte Chanel que foi usado pela estilista Coco Chanel na década de 1920. Antoine abriu seu primeiro salão na Capital Francesa, depois expandiu para os Estados Unidos, Tóquio, Melbourne e Vancouver. (REVISTA CABELOS, 2016)

Em Roma algumas mulheres utilizavam máscaras de farinha, miolo de pão e leite para melhorias a pele. A esposa do imperador de Roma usava essa mistura, e também leite de

jumenta na pele, que acabou lançando moda em Roma. Pois era para deixar a pele mais clara, que era uma característica da época (PORTAL EDUCAÇÃO,2018)

Figura 03: Pele Clara: Obsessão Universal



Fonte: Conversas de Mulheres Criativas, 2011.

Na Roma antiga era muito comum construções públicas com casas de banhos para homens e mulheres, com tratamentos a vapor, massagens, terapias... Depois do banho os romanos utilizavam óleos para preparação da pele, para ficar sempre macia e atraente, o ritual era a base de açafrão, amêndoas, e outros ingredientes. (SIAIBIB, 2012.)

Só no século XX, os cosméticos se tornaram produtos de uso geral devido ao grande avanço das indústrias química fina. Tanto que em Paris houve uma grande revolução na história do batom, pois é a primeira vez que um produto dessa categoria é embalado em um tubo e distribuído em cartucho. (PORTAL EDUCAÇÃO,2018)

Na segunda guerra mundial, o mundo da beleza deu uma parada nas fabricações. Devido toda a energia foram concentradas para produção de armas. Voltando então apenas no século XVIII, pois as mulheres que preparavam seus próprios produtos. Com o passar da guerra nos anos 50, o mercado da beleza volta com tudo. Nos anos 60 atingiu o maior público jovens dos últimos tempos, fazendo assim com que as indústrias do mundo da beleza voltassem com tudo se aprimorando cada vez mais. (PORTAL EDUCAÇÃO,2018)

No mundo do cinema era muito utilizado a maquiagem em todas suas produções como forma de modificar as aparências dos personagens, pois os recursos eram precários. A partir daí a maquiagem passa a ser de uso geral. (CONVERSAS DE MULHERES, 2011)

Na década de 70 foi marcada pela era Disco, trazendo muitas cores, brilhos e variedade. Toda vez que um costureiro nos EUA lançava uma nova coleção de roupas com cores e formas, já lançavam também sombra para o rosto combinando. No final da década de 70 foi lançado novas fórmulas para grandes cosméticos. Entrando em cena fórmulas com tecnologias avançadas e grandes propriedades para o mundo da beleza, como o protetor solar, controle de envelhecimento, entre outras coisas. Assim hoje em dia pode-se contar com produtos de altíssima qualidade onde já colore e trata da pele. (PORTAL EDUCAÇÃO, 2018)

Figura 04: Exemplo das mulheres anos 70



Fonte: Conversas de Mulheres Criativas, 2011.

Os cuidados com a pele já existem a muito tempo como foi mencionado. Mas com intenções diferentes, alguns usavam com a intenção de proteger a pele do ar seco, do calor, como faziam os egípcios, já outros usavam para disfarçar imperfeições da pele como os europeus. O mundo da beleza é para eu nos façam sentir bem, é algo que acompanha e inspira através de tempos, região, cultura. (TEIXEIRA, 2016.)

Os padrões de beleza se modifica a cada época em função da evolução.

1.1.2. Histórico Nacional

No Brasil no ano de 1960 é representado pelo marco zero no ramo da beleza, onde foi criado um Comitê Artístico Brasileiro, selecionando os melhores profissionais.

Figura 05: Serviços no ano de 1960



Fonte: Docplayer, 2018.

O ramo da beleza tem um grande crescimento histórico no Brasil, dando início pela indústria de cosméticos, equipamentos, salões de beleza, clínicas, estéticas e SPA's...

No Brasil existe 2.392 de empresas atuando no ramo da beleza. Hoje em dia tem diferentes modelos de negócio sendo uma delas: Salão de beleza convencional; Salão de beleza de luxo; Manicure e Pedi cure em domicilio; Barbeiro, e Barbeiro de luxo. Nos dias atuais as barbearias ganham destaque, tendo até depilação e dia do noivo. (BELEZA E ESTÉTICA, 2013.)

Segundo a Abihpec (Associação Brasileira da indústria de Higiene Pessoal, Perfumaria e Cosmético) o mercado da beleza cresceu 10% nos últimos 16 anos, aumentando a oportunidade de emprego. Os gastos com a beleza têm sido maiores do que os gastos com a educação. O ramo não está somente ligado às mulheres, nos últimos anos os homens estão dando muita prioridade com estética, tornando assim cada dia o mercado mais amplo. (TRABALHOS FEITOS, 2012.)

Até o ano de 2020 o Brasil terá um aumento que chegara a 14,3%, é uma média de 2,7% ao ano. (EXAME, 2018)

Nosso país é um dos que mais cresce no mercado da beleza no mundo, sendo em primeiro lugar em cirurgias plásticas, segundo lugar em cuidados com cabelo e em terceiro em

cosméticos. De acordo com o Sebrae o Brasil teve um salto de 2010 a 2015, com o total de 482.455 empreendimentos nesse ramo da beleza. Isso comprova como o Brasileiro se importa com a aparência, sendo o terceiro nesse segmento, perdendo apenas da China e dos Estados Unidos. (TERRA, 2017).

Outro fator relevante é que o Brasil ocupa segundo lugar mundial de homens que compram produtos a fins estéticos. A valorização da aparência independente de gênero, classe social e envelhecimento, o público masculino representa 30% dos pacientes em clínicas de estéticas segundo a ABC Spas. (ECOMMERCEBRASIL, 2018).

Existe muitas empresas no Brasil de pequeno, médio e grande porte, e geralmente elas costumam ser bem-sucedidas, mesmo com a crises, e um dos motivos para as empresas no ramo da beleza dar certo está no modo de como se investem nelas proporcionando a todos que trabalham na empresa e aos clientes uma boa qualidade, assim os funcionários trabalharam mais motivados e satisfeitos.

1.2 Legislação

Legislação Federal

Para a constituição de uma empresa em território nacional é necessário que seja feito um cadastro da personalidade jurídica, o CNPJ (Cadastro Nacional da Pessoa Jurídica) onde consta todas informações da entidade.

A Instrução Normativa RFB n. 1634 de 06 de maio 2016 trata sobre a obrigatoriedade do de todas as entidades domiciliadas no Brasil fazer o cadastro com as informações solicitadas como dito nos artigos:

. Art. 2º O CNPJ comprehende as informações cadastrais das entidades de interesse das administrações tributárias da União, dos estados, do Distrito Federal e dos municípios.

Parágrafo único. Compete à Secretaria da Receita Federal do Brasil (RFB) a administração do CNPJ.

Art. 3º Todas as entidades domiciliadas no Brasil, inclusive as pessoas jurídicas equiparadas pela legislação do Imposto sobre a Renda, estão obrigadas a se inscrever no CNPJ e a cada um de seus estabelecimentos localizados no Brasil ou no exterior, antes do início de suas atividades.

§ 4º No caso previsto no § 3º, o endereço a ser informado no CNPJ deve ser o do estabelecimento da entidade proprietária ou arrendatária da plataforma, em terra firme, cuja localização seja a mais próxima

Considerando que a empresa será constituída através no enquadramento Empresário Individual, onde se entende que aquele que exerce em seu próprio nome uma atividade empresarial, nesse caso, é a pessoa física sendo o titular da empresa. Essa modalidade está regulamentada pelo Instrução Normativa nº 38, de 02 de março de 2017, anexo I.

Art. 1º Aprovar os manuais em anexo referentes ao registro de empresário individual, de sociedade limitada, de empresa individual de responsabilidade limitada - EIRELI, de cooperativa e de sociedade anônima, os quais são de observância obrigatória pelas Juntas Comerciais na prática de atos de registro neles regulados.

Art. 2º Os seguintes formulários, cuja apresentação é necessária de acordo com o que dispõe os Manuais de Registro, estarão disponíveis no sítio eletrônico do Departamento de Registro Empresarial e Integração - DREI, na rede mundial de computadores:

- I - Requerimento/Capa de Processo;
- II - Requerimento de Empresário; e
- III - Ficha de Cadastro Nacional (FCN).

Legislação Federal

No que tange a atividade de prestação de serviço, visto que o ICMS (Imposto sobre Circulação de Mercadorias e Serviços) não incidirá sob a atividade aqui proposta, não se faz necessário o cadastro da entidade na Secretaria de Finanças de Rondônia (SIFIN-RO).

O Regulamento do ICMS (Imposto sobre Circulação de Mercadorias e Serviços) traz o em seu artigo primeiro a incidência do tributo;

Art. 1º. O Imposto sobre Operações Relativas à Circulação de Mercadorias e sobre Prestações de Serviços de Transporte Interestadual e Intermunicipal e de Comunicação (ICMS) incide sobre:(Lei 688/96, art. 2º)

I - Operações relativas à circulação de mercadorias, inclusive o fornecimento de alimentação e bebidas em bares, restaurantes e estabelecimentos similares;

IV - Fornecimento de mercadorias com prestação de serviços:

- a) não compreendidos na competência tributária dos Municípios;
- b) compreendidos na competência tributária dos Municípios e com indicação expressa, em lei complementar aplicável, da incidência do ICMS;

Art. 32. O imposto sobre serviços de qualquer natureza tem como fato gerador a prestação de serviço por empresa ou profissional autônomo de qualquer categoria, em caráter habitual, eventual ou periódico, com ou sem estabelecimento fixo, das atividades descritas na lista abaixo.

Legislação Federal

A portaria nº116 de 09 de fevereiro de 2004 estabelece a obrigatoriedade de certificação eletrônica para o uso do canal de relacionamento desenvolvida pela Caixa;

Art. 1º Estabelecer a obrigatoriedade de certificação eletrônica necessária ao uso do CONECTIVIDADE SOCIAL, canal de relacionamento eletrônico desenvolvido pela CAIXA para troca de arquivos e mensagens por meio da Rede Mundial de Computadores - Internet, para todas as empresas ou equiparadas que estão obrigadas a recolher o FGTS ou a prestar informações à Previdência Social.

§ 1º Após a certificação, as empresas estarão aptas a utilizar o canal CONECTIVIDADE SOCIAL para envio das informações referentes à GFIP, via Internet.

A MPS 227/05, art. 1º também trata sobre as informações cadastrais obrigatórios de interesses da Previdência Social;

Art. 1º Estabelecer que a informação dos dados cadastrais, de todos os fatos geradores de contribuição previdenciária e de outras informações de interesse da Previdência Social a que a empresa é obrigada, e aqueles de interesse do Ministério do Trabalho e Emprego, relativos ao Fundo de Garantia do Tempo de Serviço, e de seu agente operador, Caixa Econômica Federal, passará a ser feita, a partir de março de 2005, nos termos desta Portaria.

Legislação Municipal

A Lei 1139/01, art. 32, 11, que é o código tributário do Município de Ji-Paraná, trata sobre a incidência do ISSQN (Imposto sobre Serviços de Qualquer Natureza); (Ji-Paraná, 2001)

A alíquota sobre a prestação de serviço será de no máximo 5% conforme art. 40 da lei 1139/01:

Art. 40. Na prestação de serviço a que se refere o item 101 da Lista de Serviços o imposto será calculado sobre a parcela do preço correspondente à proporção direta da parcela da extensão da rodovia explorada, no território do Município, ou de metade da extensão de ponte que une dois Municípios.

§ 1º. Para efeitos do disposto neste artigo considera-se rodovia explorada o trecho limitado pelos pontos equidistantes entre cada posto de cobrança de pedágio ou entre o mais próximo deles e o ponto inicial ou terminal da rodovia.

§ 2º. A alíquota máxima para incidência do imposto sobre o serviço previsto no item 101 é de 5% (cinco por cento).

Para que um estabelecimento possa funcionar dentro das exigências legais é necessário também que haja um alvará dos Corpo de Bombeiros Militar (RO).

O alvará é regulamentado pelo art. 2º da lei 3924/10 de 2016:

Art. 2º Qualquer licença para funcionamento de empresas a ser expedida no Estado, bem como para ocupação de edificações públicas ou privadas, dependerão da emissão do Auto de Vistoria Contra Incêndio e Pânico - AVCIP, dos sistemas de preventivos contra incêndio e evacuação de pessoas e de seus bens, de acordo com as IT's pertinentes, a serem expedidas pelo CBMRO.

§ 1º Para efeito de cumprimento do disposto nesta Lei, o CBMRO deverá vistoriar as edificações já existentes e todos os demais estabelecimentos em funcionamento, público ou privado, para verificação de sistemas de segurança contra incêndio e pânico, com vistas à expedição do AVCIP a que se refere o caput do artigo.

§ 2º As edificações classificadas como risco baixo, de acordo com a classificação adotada pela Lei Complementar nº 123, Resolução nº 29 do CGSIM, IT's do CBMRO, e suas posteriores atualizações, terão tratamento diferenciado.

§ 3º O AVCIP a que se refere o caput deste artigo terá validade de 1 (um) ano a contar da data de sua emissão, salvo quando se tratar de estruturas e eventos temporários onde o AVCIP terá a sua validade definida pelo CBMRO.

LISTA DE SERVIÇOS:

10 - Guarda, tratamento, adestramento, embelezamento, alojamento e congêneres, relativos a animais.

11 - Barbeiros, cabeleireiros, manicuros, tratamento de pé, depilação e congêneres.

Art. 33. O imposto incidira sobre as empresas jurídicas, físicas e profissionais autônomos conforme artigo 33 da lei 1139/01;

Para efeito de incidência, considera-se:

I- Empresa:

- a) toda e qualquer pessoa jurídica, inclusive sociedade civil ou de fato que exercer atividade econômica de prestação de serviço, firma individual e cooperativa;
- b) a pessoa física que admite para o exercício de sua atividade profissional mais de dois empregados e/ou um ou mais profissionais habilitados.

II- Profissional Autônomo, todo aquele que fornecer o próprio trabalho, habitualmente, sem subordinação hierárquica, dependência econômica ou jurídica e o profissional habilitado que, mesmo sendo sócio, empregado ou não, de sociedade de uniprofissionais, preste serviço em nome da sociedade assumindo responsabilidade pessoal;

III- Estabelecimento Prestador de Serviço, local onde se situa a infraestrutura material e sejam executados os serviços, total ou parcialmente, de modo permanente ou temporário, independentemente do pessoal, prédio, materiais, máquinas, veículos e equipamentos utilizados serem próprios, contratados, alugados ou cedidos por terceiro, a qualquer título.

Parágrafo único. Caracteriza-se como estabelecimento prestador de serviço aquele que reúna uma ou mais das seguintes condições:

I- a manutenção de pessoal, materiais, máquinas, veículos, instrumentos ou equipamentos necessários à execução dos serviços;

II- estrutura organizacional, administrativa ou operacional, mantida através da sede, matriz, filial, agência, sucursal, escritório, loja, oficina, canteiro de obra, depósito e outras repartições da empresa.

Código de Posturas - Municipal

A coleta de lixo é muito importante para a manter a higiene do local, desse modo é obrigatório colocar cestas coletores de lixo em locais de fácil acesso na edificação, conforme no Art. 31:

“Art. 31. Nos locais de grande concentração ou trânsito de pessoas, como edifícios comerciais e residenciais, estabelecimentos bancários, casas hospitalares, escolas, órgãos públicos em geral, deverão ser colocados obrigatoriamente, cestas coletores de lixo, em locais de fácil localização. Nos locais onde for permitido fumar, deverá haver caixas coletores de cigarros, onde os fumantes poderão jogar cigarros ainda acessos. Nestas caixas deverá conter areia no mínimo em 50% (cinquenta por cento) de sua capacidade.”

Estadual:

A Lei 3924 de 17 de outubro de 2016, art. 1º e incisos, traz as disposições sobre a competência legal;

Art. 1º Compete ao Corpo de Bombeiros Militar do Estado de Rondônia - CBMRO, o estudo, a análise, o planejamento, a normatização, a exigência, a fiscalização e a execução das normas que disciplinam a segurança contra incêndio e pânico, bem como a evacuação de pessoas e de seus bens, em todo o Estado de Rondônia, na forma do disposto nesta Lei e em sua regulamentação, tendo os seguintes objetos:
 I - Proteger a vida dos ocupantes das edificações e áreas de risco, em caso de incêndio e pânico, possibilitando a desocupação segura e evitando perdas de vidas;
 II - Restringir o surgimento e a propagação de incêndio, reduzindo danos ao meio ambiente e ao patrimônio;

Impostos Federal, Estadual e Municipal

Os impostos incidentes sobre essa atividade serão o ISSQN (Imposto Sobre Serviços de Qualquer Natureza), IRPJ (Imposto de Renda da Pessoa Jurídica), CSLL (Contribuição Social sobre o Lucro Líquido).

Normas Técnicas:

A construção tem como obrigação garantir segurança e conforto, seguindo as normas técnicas Brasileiras.

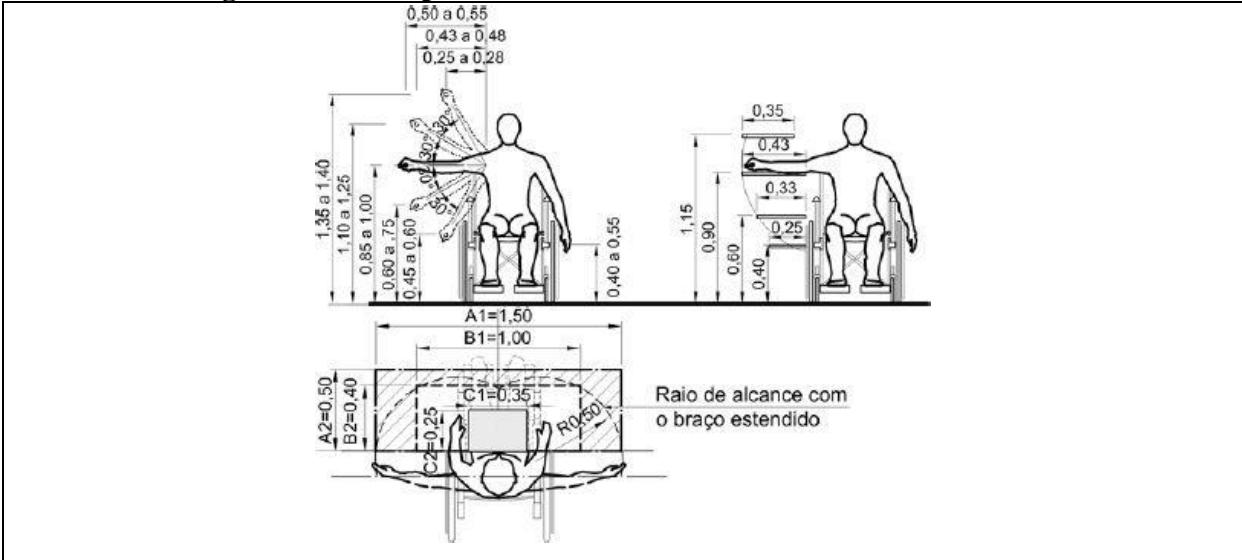
Norma Brasileira ABNT NBR 9050/2015

Garante o uso independente e seguro dos ambientes.

As manobras de, ao menos, duas pessoas em cadeira de rodas devem apresentar as medidas necessárias de 1,50m a 1,80m de largura para prosseguimento em linha reta, e círculo

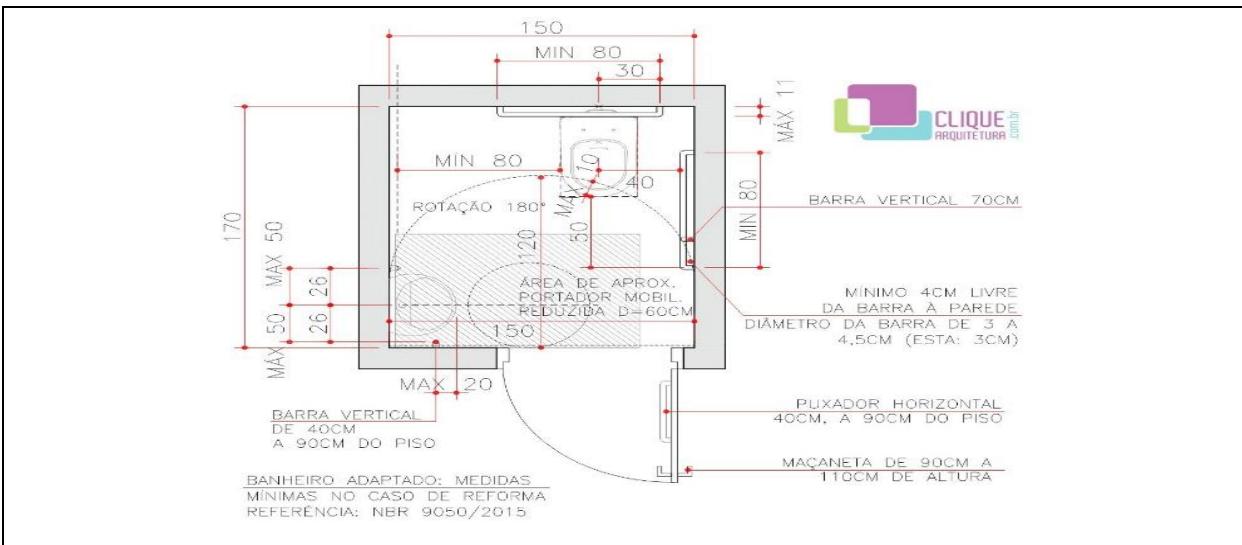
com 1,50m de diâmetro para rotações de 360°. Em ocorrência de manobras com deslocamento de 90° a recomendação mínima é de 1,20m de largura x 1,50m de comprimento. (ABNT, 2015).

Figura 06: Exemplos de Dimensões de Alcance Manual Lateral



Fonte: NBR 9050, 2016.

Figura 06: Exemplo de dimensões para um banheiro adaptado



Fonte: cliquearquitetura.com.br, 2017.

As sinalizações precisam ser concisas, compreensíveis e explícitas, sendo legíveis e autoexplicativas, e estar em lugares de simples acesso e de fácil entendimento – podendo ser por meio de sinalizações sonoras, táteis e visuais, ou todas implantadas em conjunto. Tais sinais podem ser de instrução, advertência e localização, cada uma com a sua referente

orientação. As informações fundamentais de sinalização em uma edificação são as informações de sanitários, rotas, números de pavimentos e acessos. (ABNT, 2015).

Figura 08: Símbolo Internacional de Visual, Acessibilidade e Deficiente Auditivo.



Fonte: NBR 9050, 2016.

Norma Brasileira ABNT NBR 5410/2004

Tem como finalidade, instalação elétrica de baixa tensão. Para garantir maior segurança do local.

Opiniões de Autores Nacionais

Segundo Mendes (RJ) Profissões como a de cabeleireiro, barbeiro, esteticista, manicure e pedicure, depiladora e maquiadores foram regulamentadas e estão enquadrados como verdadeiros ofícios. (BEAUTY, 2013.)

Segundo Roberto Shinyashiki Diz que o “sucesso é consequência de um trabalho especial”. Nesse sentido é fundamental para os empresários e profissionais do segmento de salão de beleza praticar com sensatez e competência suas atribuições, buscando novas formas de agir que atentem para a conduta ética”.

Para Maison é essencial trabalhar além do tradicional, ele investe em tudo o que há para casamento, como vestidos, sapatos, ternos, suítes completas. Tudo em seu salão. (MEDEIROS, 2014.)

De acordo com Biaggi “. Cada cliente é único e um espaço pode se tornar vários. ” Ele oferece serviços exclusivos para aumentar ainda mais seu potencial com o público, como, espaços para estética e spa. (UNIVERSIDADE DA BELEZA, 2015.)

Segundo Cintra. O segredo do sucesso é a atualização, apostando sempre em aprender e em oferecer algo novo para os clientes, sempre com boas técnicas, fazendo assim o seu diferencial. (UNIVERSIDADE DA BELEZA, 2015.)

Para Guido Palau, as mudanças feitas no cabelo vêm sempre da inspiração que se pode conseguir em toda parte, e está sempre em evolução. Guido Palau encontra inspirações em lugares, viagens, projetos arquitetônicos, música... (UOL, 2014.)

“. Eu encontro inspiração absolutamente em todos os lugares, seja simplesmente andando na rua ou olhando para projetos arquitetônicos, para subculturas e música. O bom é quando você viaja bastante e pode obter inspiração de muitos países diferentes. Cada lugar tem sua própria personalidade, dessa forma, eu sou inspirado por museus, arte, exposições, música, arquitetura, projetos do mundo inteiro...”

Já de acordo com Hirofumi Ikesaki, com o crescimento do consumo do ramo da beleza no Brasil, Hirofumi soube aproveitar essa grande oportunidade, inaugurando o primeiro hipermercado. A construção é um grande império da beleza profissional, tornando-se uma grande referência contando com treinamentos técnicos e soluções para salão de beleza. (BRASIL BEAUTY NEWS, 2015.)

Figura 09: Elcio Arfelli



Fonte: Brazil Beauty News, 2015.

O diretor geral Elcio Arfelli, fala dos desafios e oportunidade e conta como tudo começou. (BRASIL BEAUTY NEWS, 2015.)

Elcio Arfelli – “ A ideia surgiu quando Hirofumi Ikesaki, que até então vendia produtos químicos para tinturarias em São Paulo, percebeu que as filhas e esposas dos tintureiros estavam montando seus próprios salões de beleza. Com isso, paralelamente ao negócio que operava, iniciou a comercialização de cosméticos para os salões improvisados que foram surgindo. A venda dos produtos tomou grandes proporções,

possibilitando a inauguração de uma moderna loja no coração do bairro da Liberdade. Nascia ali o primeiro supermercado de cosméticos do Brasil, que transformaria completamente o setor. Com produtos distribuídos em gôndolas, em um inédito sistema de autoserviço, não demorou para a loja virar o ponto de encontro dos cabeleireiros da cidade. A inovação e a visão de futuro sempre foram os principais componentes do espírito empreendedor de Ikesaki.”

Para Marcos Proença, a naturalidade e sofisticação em seu salão é algo fundamental. Com o espaço de seu salão de 600m². Sua inspiração é em mulheres sofisticadas, onde ele encontra pelo mundo em hotéis, restaurantes... (FOLHA DE SÃO PAULO, 2018).

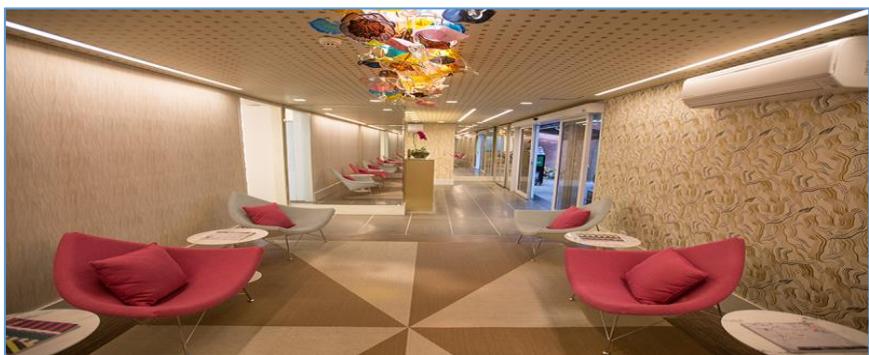
"Meu DNA é deixar a mulher mais jovem, com leveza, sem exageros." Para ele, um termômetro é a modelo Gisele Bündchen, que já usou as madeixas bem claras. Atualmente, exibe um tom mais natural. "

Figura 10: Salão Marcos Proença



Fonte: Nossas Unidades, 2018.

Figura 11: Sala de Espera



Fonte: Nossas Unidades, 2018.

1.2.2. Opiniões de Autores Internacionais

Segundo Cavalheiro o plano de negócio é um trabalho que mostra os objetivos de um negócio os passos que devem ser seguidos para que se alcance os objetivos planejados reduzindo os riscos e incertezas do projeto. Com o plano de negócio permite identificar e evitar os erros no projeto ao invés de cometê-los no mercado. (CARVALHO, 2011.)

Segundo Cavalheiro o plano de negócio é um trabalho que mostra os objetivos de um negócio os passos que devem ser seguidos para que se alcance os objetivos planejados reduzindo os riscos e incertezas do projeto. Com o plano de negócio permite identificar e evitar os erros no projeto ao invés de cometê-los no mercado. (CARVALHO, 2011.)

Segundo Hitt (2008, p.17) a visão nada mais é o que a empresa pretende fazer, chegar, ser, com uma visão simples, objetiva, tocante as pessoas se envolvem e sentem o que deve ser feito.

De acordo com Robin. O lugar onde ele atende, tem que ter velas cheirosas sempre acesas, espelhos vintage e um lavatório em formato de concha. Sendo esse o seu diferencial. (FURRER, 2018.)

De acordo com Lira. Em seu salão é valorizado espaços otimizados e elementos de humanização como jardim vertical em algum ambiente interno. (GEROLA, 2017.)

Segundo Biot. (2016) Localizado em Paris, seu salão oferece algo mais íntimo para os frequentadores, como se fosse um apartamento. Biot. Costuma dizer que lá não há clientes e sim hóspedes. Valorizando deixá-los o mais confortável e a vontade possível.

2. TIPOLOGIA

Uma obra de arquitetura pode ser verificada por vários aspectos diferentes, como as questões funcionais, a taxa de ocupação, os coeficientes de aproveitamento, aspectos funcionais a partir do fluxograma. Desse modo pode-se afirmar que um tipo arquitetônico vai de acordo com as particularidades de cada obra. (UNIRITTER, 2015)

2.1. Família: Arquitetura Comercial

A arquitetura comercial lida com muito mais do que só uma decoração bonita e produtos de qualidades, lida também com fatores complexos como estacionamento, fluxo do local, áreas de armazenamento, criação de vitrines entre muitas outras coisas. Um bom projeto de arquitetura comercial quando é bem planejado é capaz de atrair muita gente. (ARQUITETURA ESTRATÉGICA, 2016)

2.2 Tipos

Existem vários tipos de comercio, não apenas o comum como todo mundo é acostumado. Cada um traz um aspecto diferente.

2.2.1. Varejo Comercial

São projetos que lidam com edificações como lojas de construção ou grandes shopping centers, e outros empreendimentos semelhantes. Podem ser projetos únicos ou múltiplos. (ARQUITETURA LEANDRO AMARAL, 2013)

Como mostra a loja e varejo Blink.me, criando um momento de beleza que é possível fazer e comprar em um único lugar, essa é a proposta da Blink.me um espeço que une salão de beleza, loja cosméticos e laboratório. (NO VAREJO, 2016)

Figura 12: Loja e Salão



Fonte: NO VAREJO, 2016.

2.2.2. Projetos Comerciais

Vários tipos de projetos se enquadram nesse estilo como projetos de prédios de escritórios, hotéis, galerias... O que diferencia um do outro são os detalhes necessários para cada projeto diferente. Como por exemplo alguns necessitam de estacionamentos, outros de salas integradas com a subtração de uma parede, quantidade de elevadores, acessibilidade. (AMARAL, 2013)

Os projetos têm que ser aproveitados o máximo a parte interna trazendo beleza, harmonia, e funcionalidade para os usuários. (ARQUITETURA EM CORES, 2018)

Figura 13: Sala de lavatórios



Fonte: ARQUITETURA EM CORES, 2018.

2.3. Tipo Escolhido

Centro de Beleza para mulheres. Atendendo especificamente o público feminino, um espaço voltado para área da beleza.

3. METODOLOGIA

Metodologia é a passagem para a produção de algo, o método é como deverá chegar a determinado conhecimento. A metodologia no trabalho, é a parte em que é feita uma explicação precisa dos estudos empregados nas atividades de pesquisa.

3.1. Pesquisa

O processo de pesquisa, entendido como um processo de geração de conhecimento científico, pode assumir peculiaridades nas ciências sociais, pois ao se considerar os seres humanos como objeto de estudo do cientista social, nota-se a variabilidade do comportamento e dos estudos subjetivos, isto é, os pensamentos, os sentimentos e as atitudes. (NEVES, 1996).

São pesquisas que não podem ser examinadas em termos de quantidade, a pesquisa qualitativa não procura enumerar. E sim analisar. (DENZIN, 2016).

Para Godoy. A pesquisa qualitativa tem um caráter descritivo, onde o principal foco é a abordagem e não resultados em quantidade estatísticos.

O método de pesquisa escolhido para o trabalho, foi a pesquisa qualitativa, devido procurar entender sobre o assunto, obtendo dados descritivos e procurando compreender da melhor forma a pesquisa. Então desta forma busca-se através da proposta do centro de estética e beleza para contribuir na melhoria de qualidade de vida dos clientes, valorizando a autoestima das pessoas que usufruem dos tratamentos de estética e beleza.

3.2. Método

O Método dedutivo tem como objetivo basicamente observações, reflexão, dedução, técnicas científicas, e conclusão. (GUEDES, 2016).

DESCARTES (2003). No método dedutivo, tem uma maneira de fazer uma pesquisa. Descartes defende a liberdade de pensamento. Esse método é o método mais objetivo, pois é possível compreender o assunto profundamente.

[...] o de conduzir por ordem meus pensamentos, iniciando pelos objetos mais simples e mais fáceis de conhecer, para elevar-me pouco a pouco, como galgando degraus, até o conhecimento dos mais compostos, e presumindo até mesmo uma ordem entre os que não se precedem naturalmente uns aos outros. E o último, o de efetuar em toda a parte relações metódicas tão completas e revisões tão gerais nas quais eu tivesse a certeza de nada omitir (DESCARTES, 2003, p. 6).

Para Willyans Maciel o método dedutivo é o processo de raciocinar para alcançar uma conclusão correta em um ou mais argumentos. Neste método a certeza pela verdade ou falsidade do argumento e garantida pela estrutura. (INFO ESCOLA, 2018)

Para a elaboração deste trabalho, foi escolhido o método o dedutivo, tendo-se em vista as pesquisas realizadas que em geral buscaram informações em níveis internacional e nacional para auxiliarem na proposta de projeto arquitetônico de um centro de estética e beleza em local específico na cidade de Ji-Paraná.

3.3. Procedimento

Para NEIL PATEL, 2018. O estudo de caso é uma pesquisa ampla de estudos que permite conhecimento amplo e detalhado de uma temática. Um bom estudo de caso deve levar em conta os aspectos positivos e também os negativos.

Estudo de caso é um dos métodos de estudo que é muito significativo, pois apresenta condições únicas ou especiais permitindo investigar a fundo para depois servir de base para outros estudos sobre a mesma temática. (GUEDES, 2016).

O estudo de caso analisa o tema escolhido observando, e explicar como e porque ele ocorre de fato, identificando os fatores que contribuem para que o tema em questão se materialize. (METTZER, 2017).

Trata-se de estudo de caso, pois será escolhido terreno específico para implantação da proposta do centro de estética e beleza. A questão do terreno específico está associado a aspectos importantes para desenvolvimento do projeto, com características básicas relativas a insolação, ventilação, topografia, entre outros.

3. REFERENCIAL ARQUITETÔNICO

O referencial arquitetônico é um modo de compreender as obras que já foram realizadas para um melhor entendimento do que será proposto para o projeto.

4.1. Obras Internacionais

Red Door Spa by Elizabeth Arden. Nova York

Em 1910 inaugurou primeiro salão de beleza em Nova York, que ficou conhecido como Red Door devido as portas vermelhas. Atualmente sua empresa está presente em 18 países e seus produtos em mais de cem nações. (GROUNPON,2018).

Figura 14- Fachada.



Fonte: GROUNPON,2018.

Red Door Spas foi construído pensado para que as pessoas possam sair da vida corrida de Nova York, o espaço tem 2 000 metros quadrados, dividido em dois andares. Os ambientes são requintados, revestido em mármore e madeira, a decoração é minimalista com predominância na cor branca e vermelha. A sua filosofia é a do “uau” onde todos que ali visitarem, falar ual em cada ambiente. Contém 31 filiais só nos EU. Dentro do spa, é tudo muito

privado para que as pessoas possam sentir como se estivessem dentro da sala de banho em casa. (GROUNPON,2018).

Figura 15- Recepção.

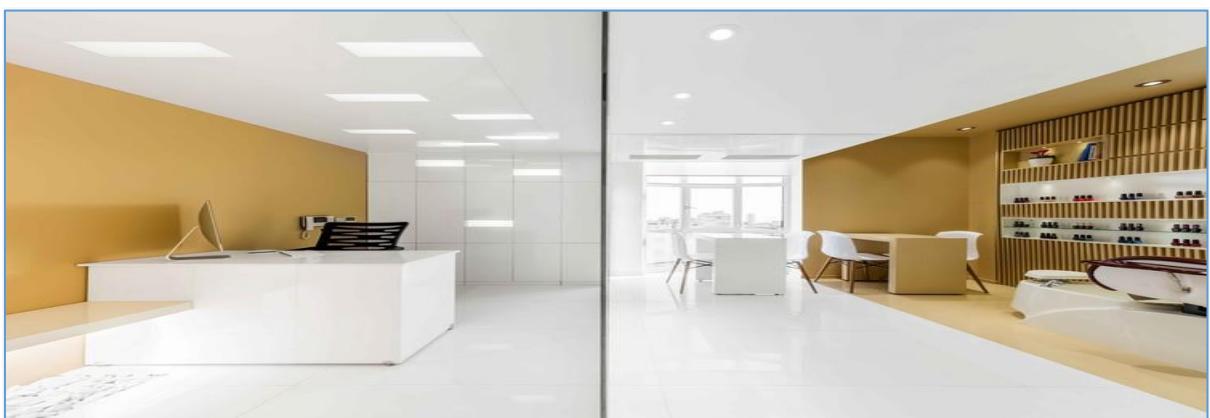


Fonte: CMDA,2018

Salão de Beleza Shokrniya

Projetado em 2016 no Irã, a obra feita pelo escritório 4 Architecture Studio pelos arquitetos: Kasra Shafiee Zadeh, Hossein Zein Aghaji, Yousef Salehi, Aidin Voskah. Com 88m² um lugar de luxo oferecendo serviços de cosméticos e higiênicos. De princípio a ideia foi projetar, espaços que fossem separados, e que tivesse funções diferentes. Uma estrutura inteira com formato de caixa, onde o que diferencia os ambientes é apenas as cores. (DELAQUA, 2017).

Figura 16: Espaço Interno: Recepção.



Fonte: ARCHDAILY, 2017.

A iluminação foi toda feita conforme os padrões

Figura 17: Sala de Serviço.



Fonte: ARCHDAILY, 2017.

Figura 18: Planta baixa:



Fonte: ARCHDAILY, 2017.

Salão de beleza Roji

Localizado na Austrália, com uma área de 72.0 m² foi projetado em 2014 pelo arquiteto Craig Tan. Os materiais em destaque foram os Painéis de osb, painéis de madeira, de cortiça, e piso de madeira manchada. O salão de beleza Roji é um salão junto a um hotel (ARCHDAILY, 2016).

Figura 19: Sala de serviço: Dentro de uma estrutura com painel de madeira natural.



Fonte: ARCHDAILY, 2016.

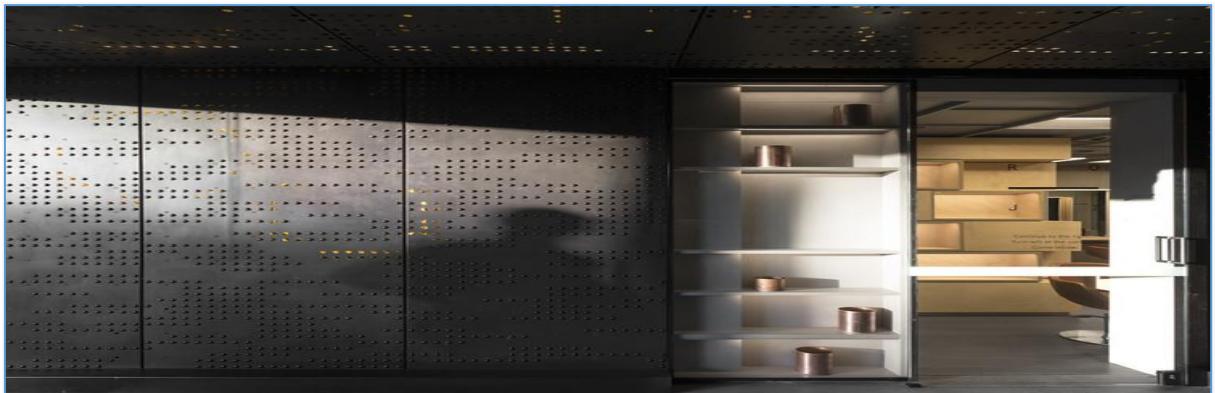
Figura 120: Planta baixa:



Fonte: ARCHDAILY, 2016.

Tem acesso pelo hotel, seu espaço tem como objetivo fazer com que o visitante desperte seus sentidos, através de iluminações naturais, e materiais brutos como a madeira.

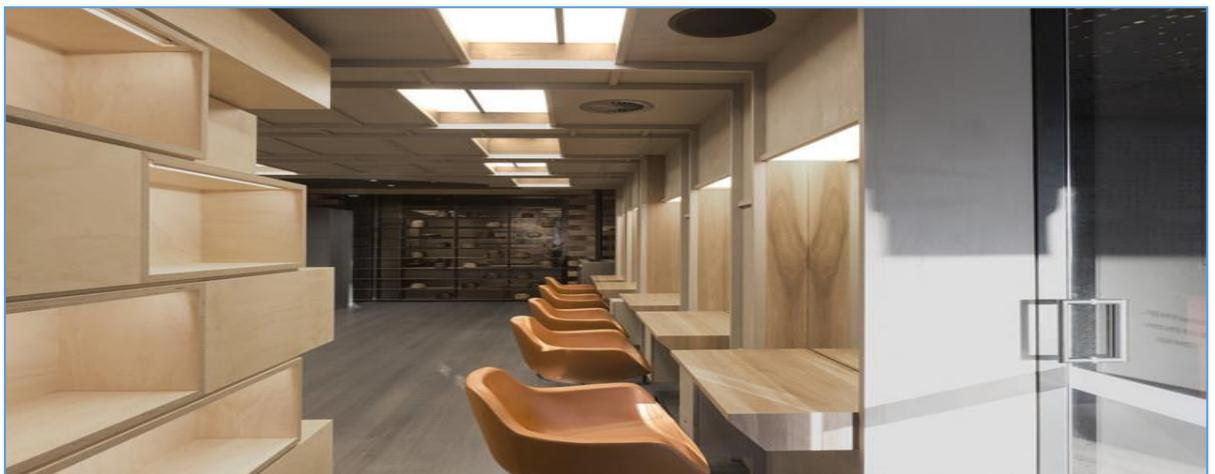
Figura 21- Painéis metal e osb:



Fonte: ARCHDAILY, 2016.

Logo na entrada tem a transição entre o hotel e salão, com painéis osb, com formas machada de negro, logo em seguida encontra-se a mesa de recepção garantindo a customização do espaço. O espaço seguinte conta com uma grande iluminação onde fica as cadeiras do salão, o local de lavar os cabelos é revestido em camurça, com uma iluminação natural e vista para jardim externo trazendo calma e tranquilidade. (ARCHDAILY, 2016).

Figura 22- Interior: Sala de escovas.



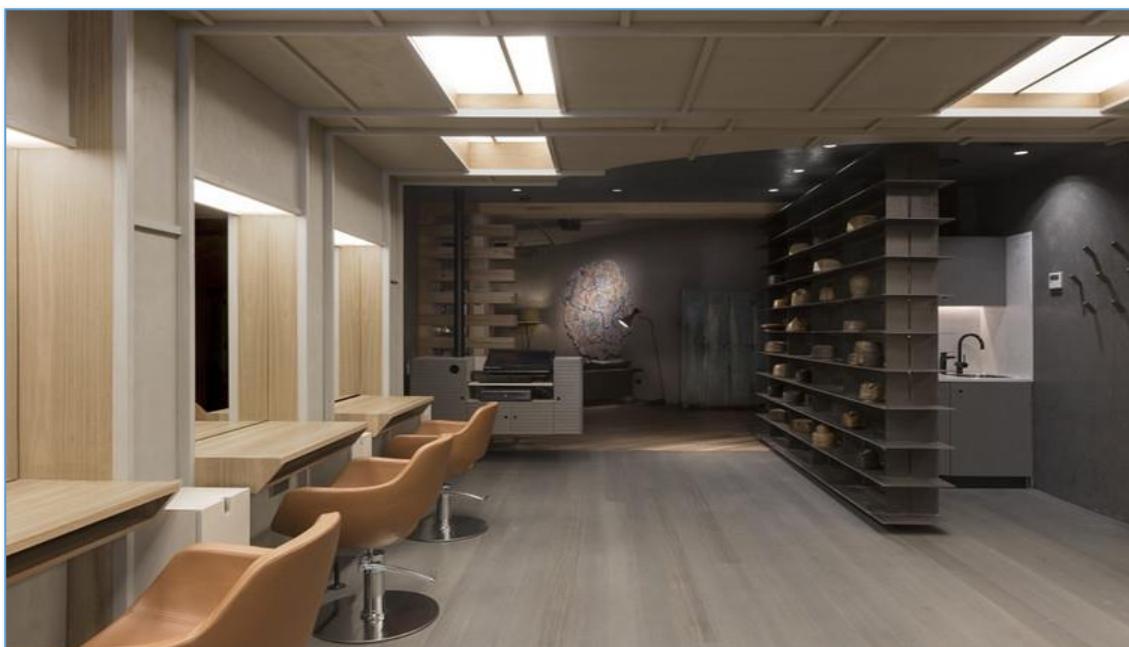
Fonte: ARCHDAILY, 2016.

Figura 23- Sala de atendimento:



Fonte: ARCHDAILY, 2016.

Figura 24: Sala de atendimento:



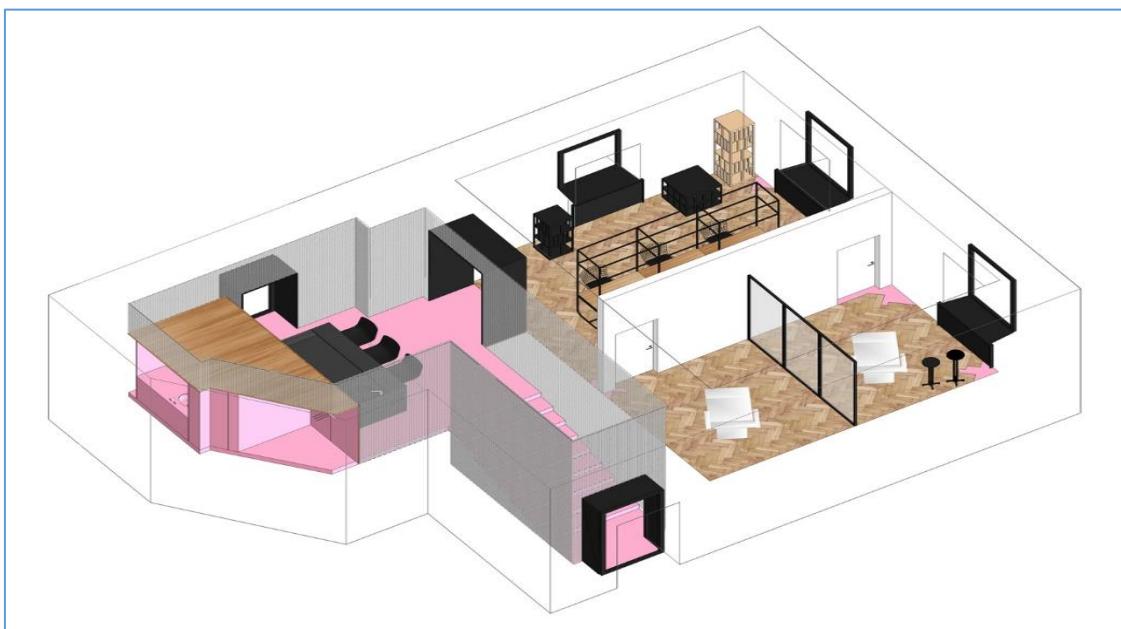
Fonte: ARCHDAILY, 2016.

Os materiais utilizados para os cabelos são em grande parte orgânicos, biodegradáveis e tinturas sustentáveis que são a base de água.

Salão de Beleza Crosby Studios

O salão de beleza Crosby Studios é localizado em Moscou, com uma área de 65.0 m² projetado pelo arquiteto Harry Nuriev. O projeto é dividido em duas zonas, a primeira é seguindo uma tendência mais moderna, onde a entrada é uma circulação com o pé direito alto, e escadas rosas onde levam a recepção e ao bar. (CROSBY STUDIOS, 2016).

Figura 25: Perspectiva



Fonte: ARCHDAILY, 2016.

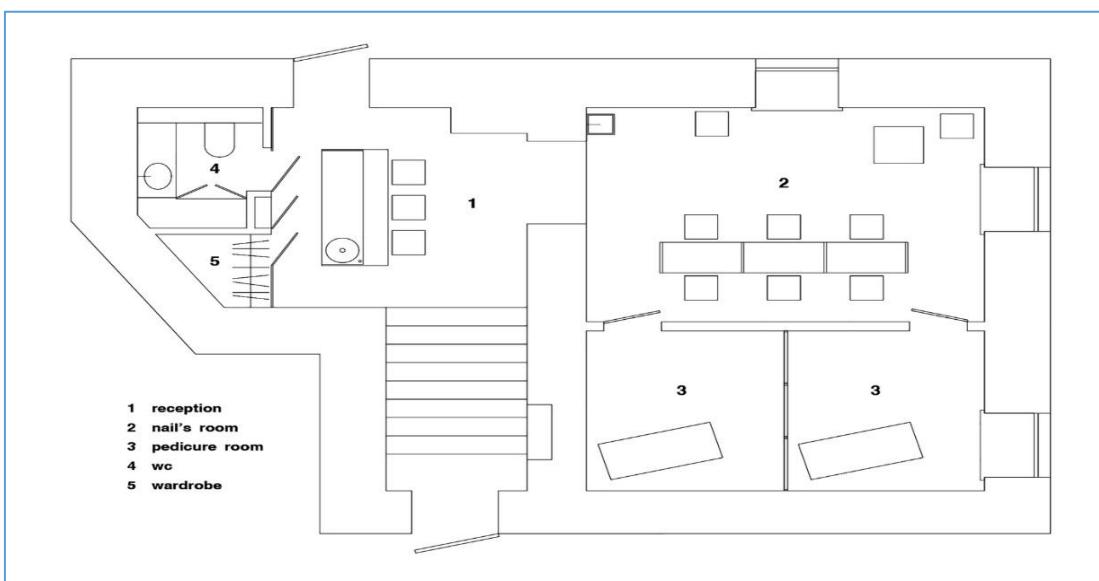
Já a segunda zona foi projetada para constatar com a primeira, onde encontra-se os escritórios dos mestres. O centro da sala tem uma mesa para atender apenas três clientes que foi projetada especificamente para esse salão. O teto é do século XIX foi deixado sem forro extra. (CROSBY STUDIOS, 2016)

Figura 26: Sala de Atendimento



Fonte: ARCHDAILY, 2016.

Figura 27: Planta Baixa



Fonte: ARCHDAILY, 2016.

Salão de Cabeleireiro Objecto

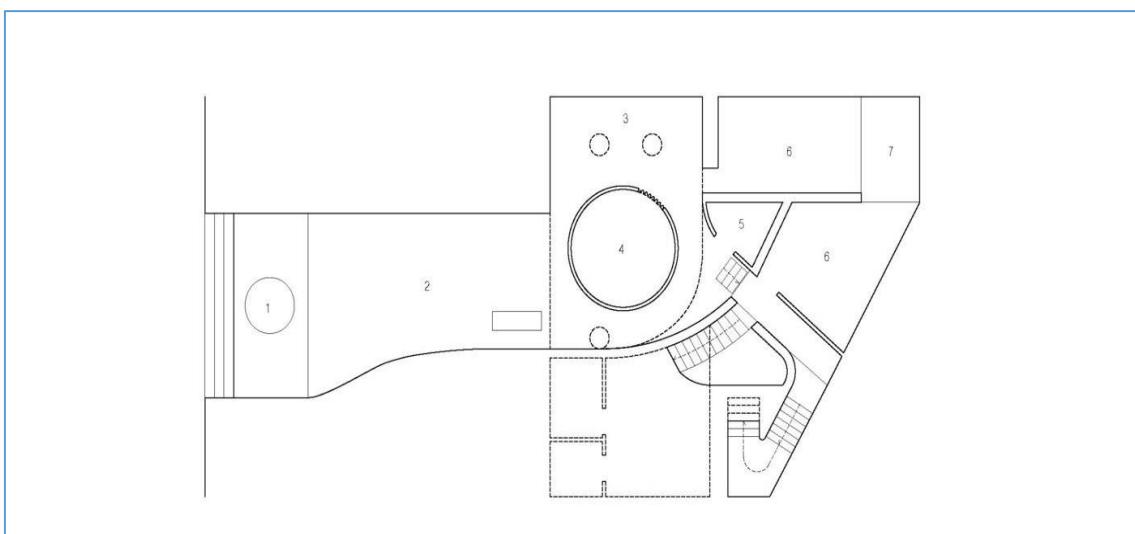
Projetado pelos arquitetos Diogo Castro Guimaraes e Teresa Tamm. É Localizado em Lisboa, com total de uma área 300.0 m². Conta com cinco áreas sendo elas: Sala de espera; zona de corte; zona de maquiagem; zona técnica (Bar, lavanderia, casa de banho e sala de reuniões). (ARCHDAILY, 2016.)

Figura 28: Fachada



Fonte: ARCHDAILY, 2018.

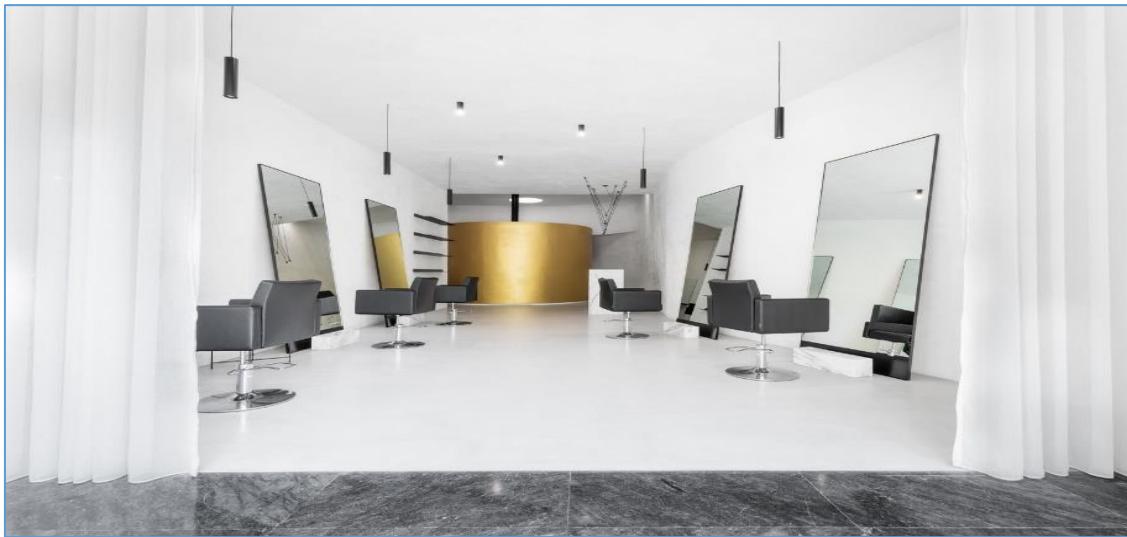
Figura 29: Planta Térreo



Fonte: ARCHDAILY, 2018.

O espaço é livre de infraestrutura, o pé direito muda conforme a zona, a primeira com o pé direito mais baixo é a sala de espera que está em volta de uma cortina branca translúcida separando da zona de corte a zona com o pé direito mais alto é caracterizado por um cilindro dourado onde se cumpre as funções de lavagem. (OBJCTO, 2018)

Figura 30: Sala de atendimento



Fonte: ARCHDAILY, 2018.

Figura 31: Corte Transversal



Fonte: ARCHDAILY, 2018.

4.1. Obra Nacionais

BLEND YOUR MIND

Além de ser um salão de beleza, blend your mind também é uma loja, onde encontra as melhores marcas para cabelo, maquiagem, unha e pele. Conta com uma consultoria ensinando a forma correta de utilizar os produtos, com demonstrações. O salão tem um espaço dedicado especialmente para noivas.

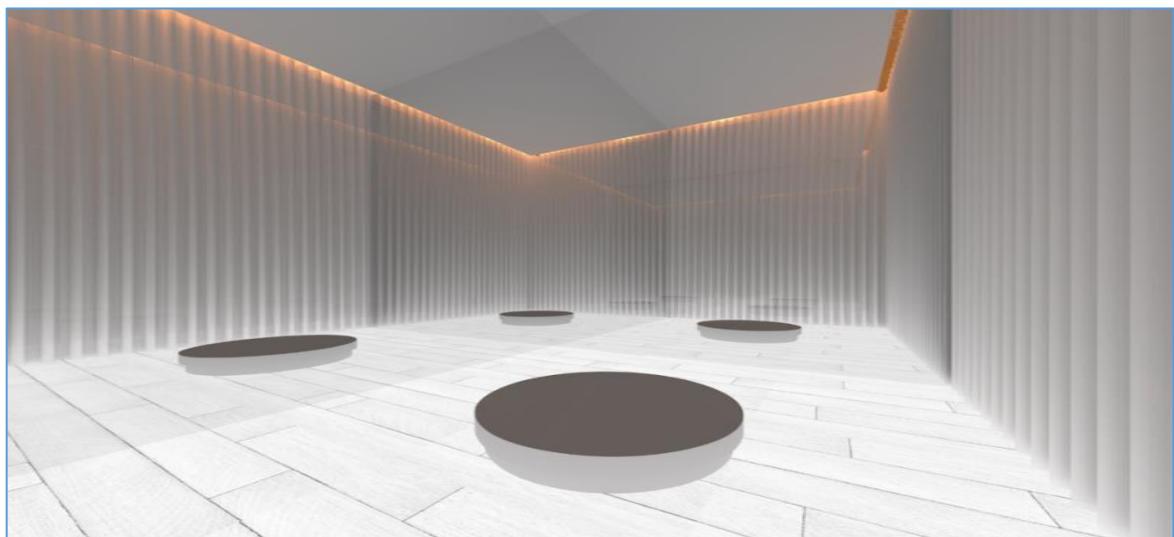
Projetado pela arquiteta Daniela Pavan, onde as tendências dos ambientes são minimalistas e contemporâneo.

Figura 32: Fachada.



Fonte: Veja São Paulo 2017.

Figura 33: Área de trocadores de noivas



Fonte: Veja São Paulo, 2017.

Centro de Beleza JOSIMAR

Localizada em MG, Brasil, teve início do projeto em 2010 mas só houve conclusão da obra em 2013. Com a área do terreno de 325m² e área construída de 228m². As matérias predominantes foram tijolos artesanais e vidro. Foi projetado pelo escritório Skylab arquiteto Guilherme Ferreira.

O grande marco do projeto é a elaboração do aberto e o fechado, com design minimalista. A fachada é como se fosse uma caixa hermética, e em seu interior é totalmente aberto, dando assim um contraste. (IAN,2016).

Figura 34- Fachada Josimar



Fonte: Galeria da Arquitetura, 2016.

A fachada é toda no tijolinho artesanal, e no seu interior é todo envidraçado para um enorme jardim separando das paredes externas, para ter mais privacidade no lavabo e na copa, esses ambientes ficaram nas extremidades, permitindo assim privacidade.

Figura 35: Área externa:



Fonte: Galeria da Arquitetura 2016.

Ao redor do jardim fica os espaços de trabalho criando um ambiente diferenciado, a água dos espelhos para os vidros em forma de cascata garante frescor onde dependendo da época do ano dispensa o uso de ar condicionado, deixando o ambiente muito agradável.

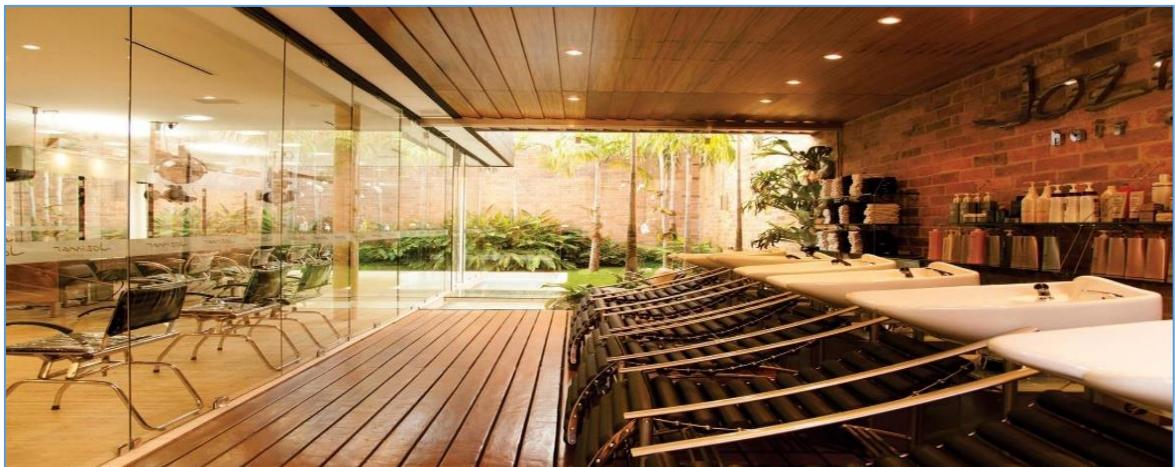
Figura 36: Jardim e Espelho d'água.



Fonte: Galeria da Arquitetura 2016

A maior parte da iluminação é o da luz natural, a artificial é usada de forma uniforme, para que não tenha distorções sendo isso uma das coisas mais importantes em um centro de estética e beleza. Pois garante a interferência de sobras no rosto das clientes, atrapalhando o trabalho dos profissionais. Criando assim um ambiente perfeito.

Figura 37- Espaço Interno: Sala de lavatórios



Fonte: Galeria da Arquitetura 2016.

Estética Bel 1 Pierre

Dados da obra: Localizada em SC, Brasil, teve início da obra em 2012 e finalizada em 2012 mesmo, total da área construída de 16.450 m². Os materiais predominantes foram o

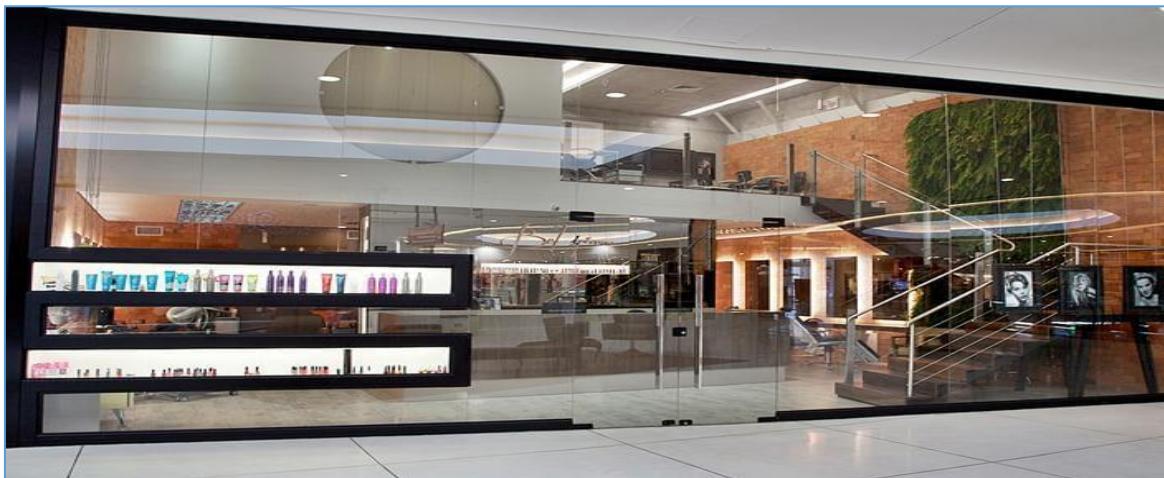
concreto, drywall, madeira, tijolos. Diferenciais técnicos é a eficiência acústica, Interiores, Paisagismo

É um salão de cabeleireiro, esmalteria e estética. Conta com um ambiente totalmente sofisticado, contemporâneo, com espaços integrados, e despojados, um ambiente convidativo. Como era um espaço pequeno para acomodar outros cômodos a Arquiteta Liana Guedes fez a integração dos ambientes.

Materiais e revestimentos:

Na fachada foi feito de um modo que limita a visão para o interior do salão, com uma vitrine toda iluminada com produtos de beleza.

Figura 38: Fachada Bel 1 Pierre



Fonte: Galeria Da Arquitetura, 2016.

As paredes foram usados tijolinhos e junta seca. Nas áreas de vigas e pilares foi utilizado uma textura que imita o cimento queimado. No mezanino foi utilizado steel frame.

Mas o que mais se destaca no salão é a escada metálica toda na madeira de demolição:

Figura 39: Área Interna: Escada.



Fonte: Galeria Da Arquitetura, 2016.

O piso escolhido para revestir todo o salão foi de pvc, por ser fácil na limpeza, e indicado para lugares de alto tráfego.

Figura 40: Área Interna: Sala dos lavatórios.



Fonte: Galeria Da Arquitetura, 2016.

Figura 41: Interior: Sala para preparação dos cabelos.



Fonte: Galeria Da Arquitetura, 2016.

Já na fachada foi feito de um modo que limita a visão para o interior do salão, com uma vitrine toda iluminada com produtos de beleza.

Projeto: Clínica de Estética e Salão de Beleza

Projetado pela arquiteta Evelyn Lucy, é um projeto grande e espaçoso.

Figura 42: Fachada



Fonte: PROJETO CLINICA DE ESTETICA E SALÃO, 2015.

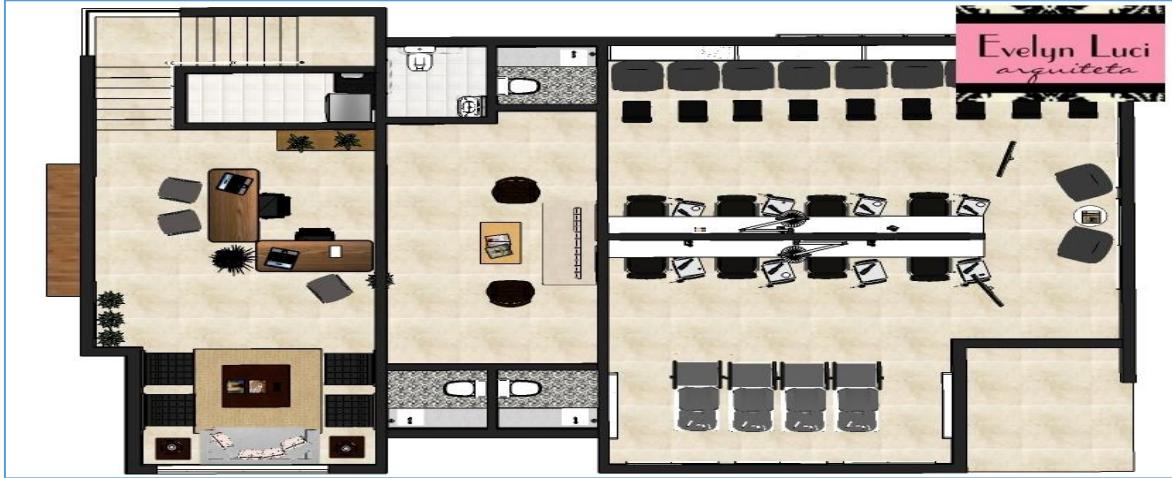
Em frente ao estacionamento encontra-se uma fachada muito moderna com madeira e porcelanato, imitando madeira. Com grandes aberturas para aproveitar a iluminação natural. Nos fundos foi projetado um espaço com pergolado para um descanso.

Figura 43: Espaço externo para descanso



Fonte: PROJETO CLINICA DE ESTETICA E SALÃO, 2015.

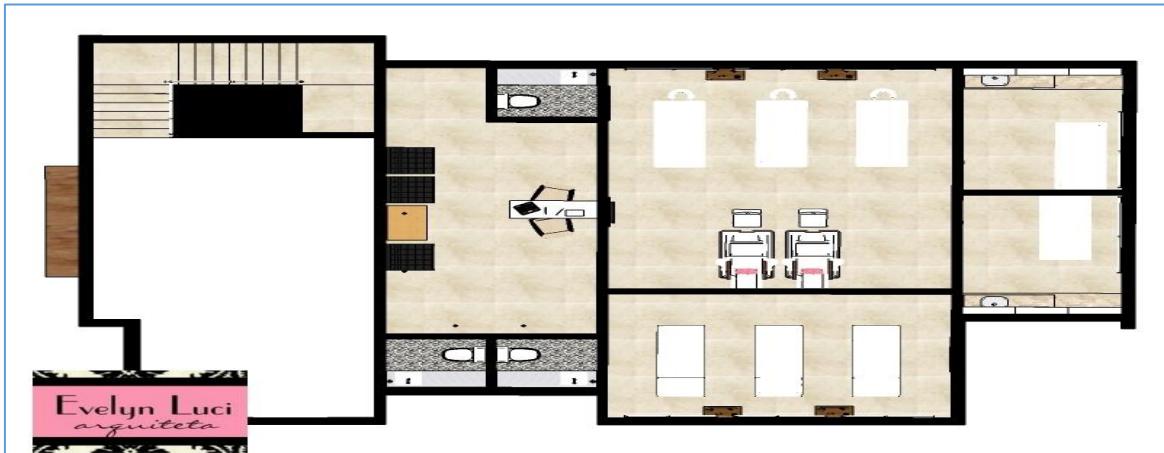
Figura 44: Planta Baixa Térreo



Fonte: PROJETO CLINICA DE ESTETICA E SALÃO, 2015.

Na planta baixa mostra melhor a recepção, sala de espera, uma sala anexa, três banheiros, sendo um especial para deficiente físico, e os salões.

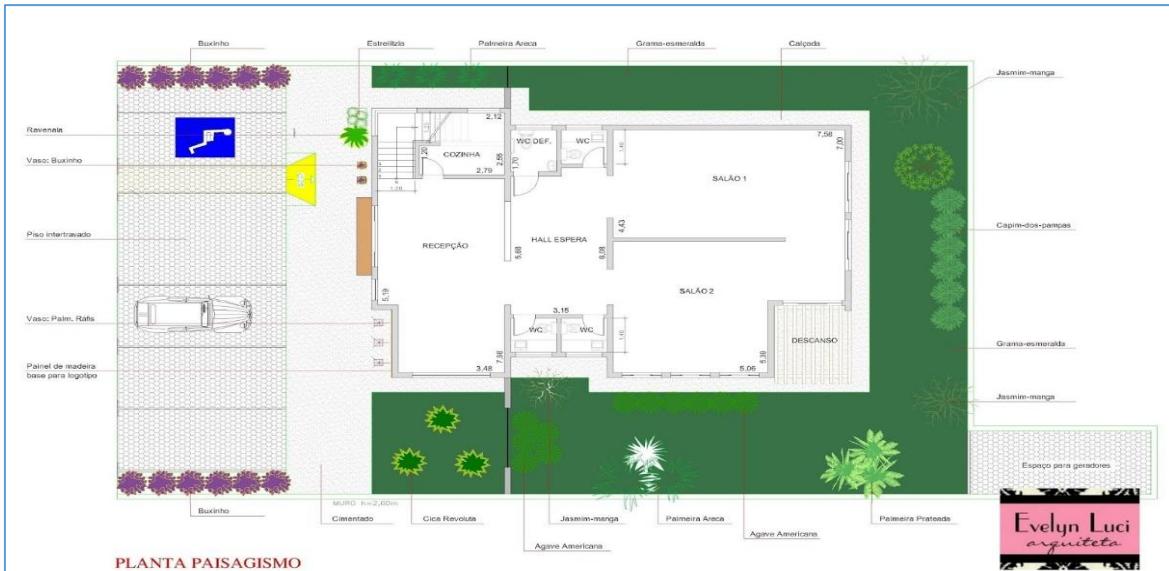
Figura 45: Piso Superior



Fonte: PROJETO CLINICA DE ESTETICA E SALÃO, 2015.

No piso superior encontra-se outra recepção, banheiros, sala de massagem com macas e podologia, uma sala de drenagem, e duas salas de depilação com pias e armários.

Figura 46: Planta de Paisagismo



Fonte: PROJETO CLINICA DE ESTETICA E SALÃO, 2015.

Studio KAZE HAIR

Localizado em São Paulo a área construída de 335m² e área do terreno de 120m².

O studio Kaze Hair foi projetado pelos arquitetos Fernando Forte, Lourenço Gimenes, e Rodrigo Marcondes Ferraz. Os arquitetos superaram a pequena metragem do lote com uma planta organizada. (STUDIO KAZE PAULISTA, 2016)

“. Após ser abandonado por 20 anos, o edifício precisou ser totalmente demolido e reconstruído. Só que a nova arquitetura seguiu de acordo com a ocupação do solo e dimensões aprovadas pela Câmara Municipal.” Fernando Forte.

Figura 47: Fachada Kaze Hair



Fonte: GALERIA DA ARQUITETURA, 2016.

A fachada de quatro andares em pele de vidro não só favoreceu a entrada de luz e ventilação como também a integração do ambiente externo por meio da transparência do vidro. O Hall e o projeto de iluminação ganharam destaque através do pé-direito de 13 metros e da fachada com painéis de vidro, devido serem os únicos meios de entrada de luz e ar. (STUDIO KAZE PAULISTA, 2016)

“A frente gerou um contraponto às paredes estruturais pesadas. Durante o dia, há um total diálogo com o exterior; à noite, a situação se inverte: todo o edifício se ilumina e torna-se um farol que marca a rua e chama a atenção para sua curiosa forma. Quase como um farol no mar.”

Rodrigo Marcondes Ferraz.

Figura 48: Átrio com pé direito de 13 m e fachada de vidro.



Fonte: GALERIA DA ARQUITETURA, 2016.

O átrio e a fachada tiveram um sistema integrado que melhora a eficiência térmica e energética no interior, tanto no verão quanto no inverno. Os dois pisos de atendimentos são cortados por um jardim responsável pela divisão da planta e pela iluminação natural do espaço, a área verde organiza os espaços fechados. (STUDIO KAZE PAULISTA, 2016)

4.3 Análise das Referências

Conforme foi analisado nos referenciais teóricos, serão expostos os pontos mais relevantes e que chamaram atenção nos projetos.

Quadro1: Análise comparativa do referencial arquitetônico internacional

Obras Internacionais	Destaques
Red Door Spa	1- Ambientes Intimistas e Sofisticados 2- Elementos em mármore e madeiras 3- Terraço com vista para o distrito de compras e acomoda dois clientes ao mesmo tempo. 4-Salas com luz natural
Shokrniya	1- Formato de caixa 2- Ambientes Amplos 3- Boa Iluminação
Roji	1 - Painéis de osb, painéis de madeira, de cortiça, e piso de madeira manchada. 2- Salão junto a um hotel 3- Iluminação Natural 4- Vista para Jardim Externo, trazendo calma e tranquilidade.
Crosby Studios	1- Pé direito alto 2- Ambientes modernos
Objeto	1- Pé Direito muda conforme a zona 2- Pé Direito mais alto é caracterizado por um cilindro dourado 3- Faixada revestida por madeira 4- Salas amplas e claras.

Fonte: Elaborado pelo autor, 2018.

Quadro 2: Análise comparativa do referencial arquitetônico nacional

Obras Nacionais	Destaque
Blend Your Mind	1- Salão de Beleza e Loja 2- Espaço especialmente para Noivas
Centro de Beleza Josimar	1- Fachada de tijolo artesanal 2- Interior todo envidraçado 3- Lavabo e Copa fica na extremidade permitindo mais privacidade 4- Espaços de trabalho com visão para o jardim 5- Água dos espelhos para os vidros em forma de cascata
Bel 1 Pierre	1- Materiais predominantes: concreto, drywall, madeira, tijolos 2- Área de vigas e pilares utilizou textura que imita cimento queimado 3- Espaços integrados 4- Vitrine Iluminada 5- Paredes são de tijolinhos e junta seca
Clínica de Estética e Salão de Beleza	1- Fachada com madeira e porcelanato 2- Aberturas para aproveitar iluminação natural 3- Pergolado na área externa para descanso com vista para jardim
Studio Kase Hair	1- Fachada de quatro andares 2- Pele de vidro para entrada de luz e ventilação 3- Hall com pé direito de 13 metros 4- Dois pisos de atendimento são cortados por um jardim, trazendo iluminação natural e área verde

Fonte: Elaborado pelo autor, 2018.

5. PROGRAMA DE NECESSIDADES

O programa de necessidades é a reunião das necessidades para o determinado uso de uma construção.

5.1. Quadro Resumo

Analisando o Quadro a seguir, pode-se notar que os ambientes que mais se destacam em cada referencial arquitetônico exposto. Para que o projeto que será proposto tenha um ótimo desempenho, será definido os parâmetros apresentados no quadro de análise do referencial teórico.

Quadro 3: Análise do programa de necessidade referencial internacional

COMPARAÇÃO PROPOSTA COM REFERENCIAL ARQUITETONICO INT.						
ADMINISTRAÇÃO						
Ambiente	Red Door Spa	Shokrniya	Roji	Crosby Studios	Objeto	Proposta
Recepção	X	X	X	X	X	X
Secretaria	-	-	-	-	-	X
ÁREA INTIMA						
Ambiente	Red Door Spa	Shokrniya	Roji	Crosby Studios	Objeto	Proposta
Banheiro feminino	X	X	X	X	X	X
Banheiro masculino	X	X	X	X	X	X
Fraldário	-	-	-	-	-	X
SERVIÇO						
Ambiente	Red Door Spa	Shokrniya	Roji	Crosby Studios	Objeto	Proposta
Sala de Serviço	X	X	X	X	X	X
Cozinha	-	-	-	-	-	X
Refeitório	-	-	-	-	-	X
Despensa	-	-	-	-	-	X
Almoxarifado	-	-	-	-	X	X
Lavanderia	X	-	-	-	X	X
Vestíario	X	-	X	-	X	X
SERVIÇO						
Ambiente	Red Door Spa	Shokrniya	Roji	Crosby Studios	Objeto	Proposta
Sala de Espera	X	X	-	-	X	X
LAZER						
Ambiente	Red Door Spa	Shokrniya	Roji	Crosby Studios	Objeto	Proposta
Playground	-	-	-	-	-	X
LAZER						
Ambiente	Red Door Spa	Shokrniya	Roji	Crosby Studios	Objeto	Proposta
Estacionamento	X	X	X	-	-	X
Jardim	-	-	-	-	-	X

Fonte: Elaborado pelo autor, 2018.

Quadro 4: Análise do programa de necessidade referencial nacional

COMPARAÇÃO PROPOSTA COM REFERENCIAL ARQUITETONICO NAC.						
ADMINISTRAÇÃO						
Ambiente	Blend Your Mind	Josimar	Bel 1 Pierre	Clínica de Est/Salão de Beleza	Kaze Hair	Proposta
Recepção	X	X	X	X	X	X
Secretaria	-	-	X	X	-	X
ÁREA INTIMA						
Ambiente	BlendYour Mind	Josimar	Bel 1 Pierre	Clínica de Est/Salão de Beleza	Kaze Hair	Proposta
Banheiro feminino	X	X	X	X	X	X
Banheiro masculino	X	X	X	X	X	X
Fraldário	-	-	-	-	-	X
SERVIÇO						
Ambiente	Blend Your Mind	Josimar	Bel 1 Pierre	Clínica de Est/Salão de Beleza	Kaze Hair	Proposta
Cozinha						
Refeitório	-	-	-	-	-	X
Despensa	-	-	-	-	-	X
Almoxarifado	-	-	-	-	-	X
Lavanderia	-	-	-	-	-	X
Vestíario	X	-	X	X	X	X
SERVIÇO						
Ambiente	Blend Mind	Josimar	Bel 1 Pierre	Clínica de Est/Salão de Beleza	Kaze Hair	Proposta
Sala de espera	X	X	X	X	X	X
LAZER						
Ambiente	Blend Your Mind	Josimar	Bel 1 Pierre	Clínica de Est/Salão de Beleza	Kaze Hair	Proposta
Playground	-	-	-	-	-	X
LAZER						
Ambiente	Blend Your Mind	Josimar	Bel 1 Pierre	Clínica de Est/Salão de Beleza	Kaze Hair	Proposta
Estacionamento	X	-	X	X	X	X
Jardim	-	X	-	X	X	X

Fonte: Elaborado pelo autor, 2018.

Legenda

LEGENDA	
POSSUI	X
NÃO POSSUI	-

Fonte: Elaborada pelo autor, 2018.

5.2. Programa de necessidade proposto

O programa de necessidades determina os espaços arquitetônicos de acordo com a atividade social que a construção irá exercer. Sendo assim, é necessário analisar as ligações entre os ambientes, as atividades ali propostas, o terreno, o conforto, o paisagismo e também as características construtivas. O programa de necessidades serve para proporcionar uma organização ao projeto.

A proposta consiste na elaboração de um projeto de um centro de beleza para o público feminino em Ji-Paraná/RO. Os Centro de Belezas são encarregados de trazer o maior conforto e praticidade para aqueles que procuram sair pronto para um evento. Desse modo, será proposto em primeiro lugar propagar em sua edificação a segurança, os espaços amplos, o conforto dos ambientes, sempre buscando deixar a edificação acolhedora e aconchegante para as clientes.

Sendo assim para atender as necessidades essenciais o programa de necessidades se fragmenta em setores de áreas intimas, administrativa, de serviço, área social, e de lazer. Cada setor buscar respeitar as normas determinada.

Quadro 5: Programa de necessidades proposto

ADMINISTRAÇÃO				
Item	Ambiente	Quantidade	Área	Total
01	Recepção	01	20,55 m ²	20,55 m ²
02	Administração	01	12,00 m ²	12,00 m ²
ÁREA INTIMA			32,1 m²	
Item	Ambiente	Quantidade	Área	Total
1	Banheiro feminino	01	4,25 m ²	4,25 m ²
2	Banheiro masculino	01	4,25 m ²	4,25 m ²
3	Banheiro sala de noiva	01	20,22 m ²	20,22 m ²
4	Vestiário	01	17,45 m ²	17,45 m ²
5	Fraldário	01	3,55m ²	3,55m ²
SERVIÇO			11,6 m²	
Item	Ambiente	Quantidade	Área	Total
1	Copa	01	7,00 m ²	7,00 m ²
2	Lavanderia	01	3,30 m ²	3,30 m ²
3	Depósito	01	6,00 m ²	6,00 m ²
4	Cozinha Func.	01	7,00 m ²	7,00 m ²
SOCIAL			32,1 m²	
Item	Ambiente	Quantidade	Área	Total
1	Sala de espera	01	15,20 m ²	15,20 m ²
2	Sala de Unha	01	14,65 m ²	14,65 m ²
3	Sala de maquiagem	01	32,20 m ²	32,20 m ²
4	Sala de cabelo	01	26,30 m ²	26,30 m ²
5	Área Convivência	01	34,00 m ²	34,00 m ²
6	Área Convivência 2	02	36,20 m ²	36,20 m ²
6	Sala para Noiva	01	59,45 m ²	59,45 m ²
7	Área de Lavatório	01	21,40 m ²	21,40 m ²
LAZER			56,4 m²	
Item	Ambiente	Quantidade	Área	Total
1	Playground	01	7,70 m ²	7,70 m ²
EXTERNO				
Item	Ambiente	Quantidade	Área	Total
1	Estacionamento	01		
2	Jardim	01	-	-
AREA TOTAL				m²

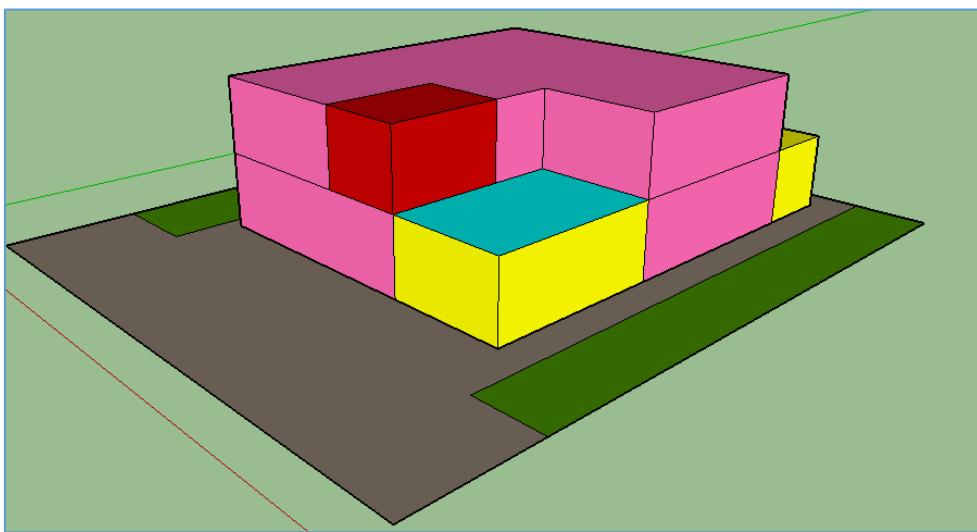
Fonte: Elaborado pelo autor, 2018.

5.3. Estudo de Massa

O programa de necessidade foi a divisão dos setores conforme as suas funções. Sendo assim, levando em consideração o programa e a divisão setorial, serão realizados o estudo de massa de toda a edificação, que contará com os ambientes proposto no programa de necessidade.

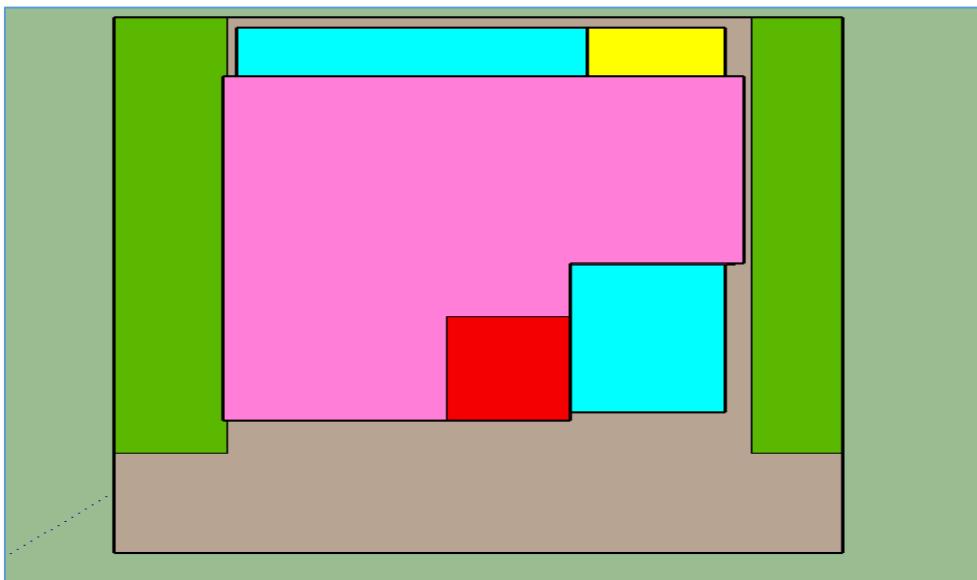
A edificação foi idealizada conforme os estudos das situações ambientais do terreno e a incidência solar. Além disso, foi verificada a taxa de ocupação e os recuos em relação a área total do terreno.

Figura 49: Volumetria da Edificação



Fonte: Elaborado pelo autor, 2018.

Figura 50: Implantação



Fonte: Elaborado pelo autor, 2018.

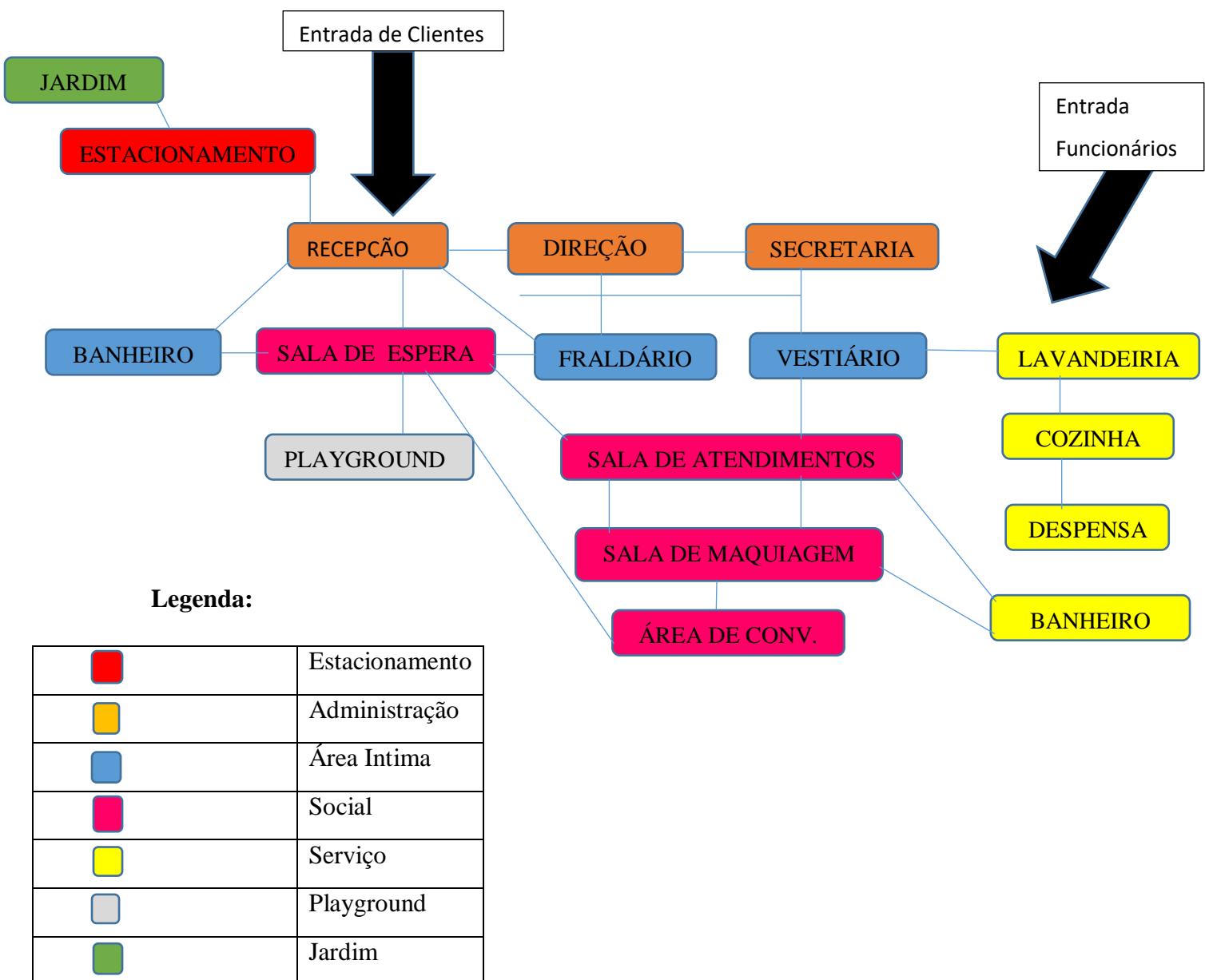
Legenda

	Parte Administrativa
	Parte da Beleza
	Parte da Fotografia

5.4. Fluxograma

O fluxograma é um conceito gráfico de um sistema, ou um fluxo de trabalho. Realizado geralmente por figuras geométricas. O fluxograma tem o propósito rápido e fácil de demonstrar o fluxo de indicações e ações de um projeto. O fluxograma é conceituado como um gráfico onde mostra o percurso trilhado por cada ambiente.

O fluxograma pensando para o projeto foi para a harmonização de todos os ambientes, onde tenha funcionalidade e sejam próximos um do outro, para que as pessoas que usufruam tenham maior comodidade.



6. ESTUDO DE CASO E SÍTIO

Pode ser um estudo que abrange o método de pesquisa dedutivo, mas o procedimento é nomeado como estudo de caso. A localidade é determinada a partir de aplicada a pesquisa e o estudo do entorno de todo perímetro do município de Ji-Paraná- RO.

Sendo assim é capaz da escolha do terreno e do bairro mais viável para a implantação do projeto desejado.

Alguns pontos foram analisados e classificados para a implantação mais adequada, como o contexto social, a vizinhança local, as relações com os meios próximos (fluxos), as curvas de níveis, a orientação solar, entre muitos outros pontos. Para que assim o local viabilize a edificação.

6.1. Imagens

De acordo com a figura, pode-se constatar que o terreno mais viável para a implantação da edificação é o que está localizado no centro, na avenida Marechal Rondon, esquina com a rua Almirante Barroso. O centro do primeiro distrito. Englobando tanto a área comercial quanto a área residencial.

Figura 51: Vista área do terreno escolhido



Fonte: GOOGLE MAPS, 2018.



Terreno Escolhido de aproximadamente 625, 62 m²

6.2. Localização e Acesso

O terreno que se localiza no Centro na avenida Marechal Rondon esquina com a rua Almirante Barroso. Os fluxos das duas ruas são de muito movimento.

Figura 52: Vista do Terreno



Fonte: Elaborado pelo autor, 2018.

Figura 53: Vista do terreno e suas vias.



Fonte: Google Maps, 2018.

A área total do terreno é de aproximadamente 625, 62 metros quadrados. É localizado no primeiro distrito, e o bairro em que a edificação será implantada é considerado o centro do primeiro distrito.

Perto está implantado as edificações com maior importância, como banco, faculdade, lojas, dentista, entre outras.

Por se tratar de uma área habitada, a infraestrutura urbana – como o abastecimento de água, de rede elétrica e o trabalho da coleta de lixo diária – já está estabelecida, sendo assim, não é preciso solicitar tais serviços básicos.

7. CONCEITO E PARTIDO ARQUITETÔNICO

O conceito é o que demonstra as intenções em relação ao projeto, é o que dá fundamentos as ideias. Já o partido arquitetônico são as técnicas que se utilizará para o objetivo do conceito.

7.1. Conceito

Compreendendo o histórico de um centro de beleza e vendo a necessidade de um lugar bem planejado confortável e bem localizado onde o público que procura, encontre um lugar adequado para um dia especial. A preocupação com a imagem é muito importante para autoestima das pessoas, mexer na beleza da mulher não só mexe com sua vaidade, mas sim com seu ego, seu humor e sua autoconfiança.

Imagen Conceito



7.2. Partido Arquitetônico

O partido foi pensado de acordo com o conceito tomado para a criação desse projeto. De acordo com os estudos feitos nota-se que a maioria preza por um lugar aconchegante e bem localizado.

Desse modo o partido arquitetônico visa um local totalmente adequado para a implantação do projeto.

7.2.1. Diretrizes

7.2.2. Sustentabilidade

Ter um negócio sustentável e preocupado com o meio ambiente não é apenas só uma responsabilidade social e sim uma obrigação e uma excelente proposta de redução de custos. Sendo assim será implantado métodos para gestão de resíduos, será utilizado tintas ecológicas para pintar as paredes que não contém VOC, que é um composto orgânico do volátil, uma substância cancerígena, traz problemas para respiração. Será utilizado também secadores que poupem energia, entre outras coisas.

As empresas do segmento da beleza devem implantar sistemas de gestão ambiental visando: Estar em conformidade com a legislação; prevenir impactos significativos ao meio ambiente; gerenciar suas atividades potencialmente poluidoras; e buscar sempre a melhoria contínua de seus processos que interajam com o meio ambiente. (SEBRAE, 2015)

Já existem no mercado sistemas que reutilizam a água da lavagem de cabelos por meio da metodologia de recirculação de água. Para alcançar este objetivo, a água utilizada no processo é filtrada através de elementos micro filtrantes descartáveis, que retêm todos os produtos químicos e o sabão utilizado no processo de lavagem. Principais vantagens: Alta economia de água. Alta economia energética: o calor da água em circulação é reaproveitado e o sistema de aquecimento elétrico consome no máximo 25% de um sistema normal. Meio ambiente: todos os resíduos ficam retidos nos filtros descartáveis e não são descartados na rede de esgoto. (SEBRAE, 2015)

Outro método é o sistema fotovoltaico, que transforma a energia solar em energia elétrica. São utilizados materiais especiais para converter a energia solar em energia elétrica. Alimentando as lâmpadas para iluminação, acionamento de motores elétricos de menores potências, sistemas para bombeamento de água para atender o consumo humano, e diversos eletrodomésticos, como TV, computador, liquidificador, aparelho de som, refrigerador... (CPT, 2018.)

Figura 54: Sistema Fotovoltaico



Fonte: Cpt, 2018.

7.2.3. Acessibilidade

O centro de beleza proporcionará acessibilidade para os PCDs (pessoas com deficiências) para que elas se sintam incluídas com a vida cotidiana e não se sintam excluídas por não terem acesso a determinado lugar.

Sendo assim os ambientes serão projetados seguindo a NBR 9050/2015 que regem sobre as áreas de circulação e transferências, a otimização e a disposição dos mobiliários, a inexistência das barreiras percussivas, as orientações comunicativas, os apoios em forma de barras e os sanitários acessíveis. Rampas na entrada do estabelecimento, estacionamento adequado...

Figura 55: Sala Adaptada



Fonte: REVISTA LUXO, 2012.

Figura 56: Banheiro Adaptado



Fonte: REVISTAS CABELEIREIROS, 2018.

7.2.4 Conforto Ambiental

O conforto ambiental é dividido em quatro categorias: O conforto térmico, acústico, visual e o lúmico. O que antes era pensado apenas na estrutura física e na sua arquitetura, hoje em dia as pessoas buscam cada vez mais o conforto ambiental.

Outro aspecto muito importante para ser levado em consideração é ter um pé direito (altura entre o piso e o teto) de no mínimo 2,80 metros, para assim proporcionar uma sensação agradável aos clientes, facilitando a ventilação do local com grande movimentação de pessoas. (REVISTACABELEIREIROS, 2018)

A qualidade de vida é o que queremos encontrar sejam nos nossos lares, locais de trabalho, buscando sempre o conforto ambiental. E a arquitetura bioclimática pode proporcionar isso. (ARQUITETURA BIOCLIMÁTICA, 2017.)

“A arquitetura bioclimática é o estudo que busca a harmonização das construções ao clima e características locais. Manipula o desenho e elementos arquitetônicos a fim de otimizar as relações entre homem e natureza, tanto no que diz respeito à redução de impactos ambientais quanto à melhoria das condições de vida humana, conforto e racionalização do consumo energético.” – Adonis Arantes de Souza.

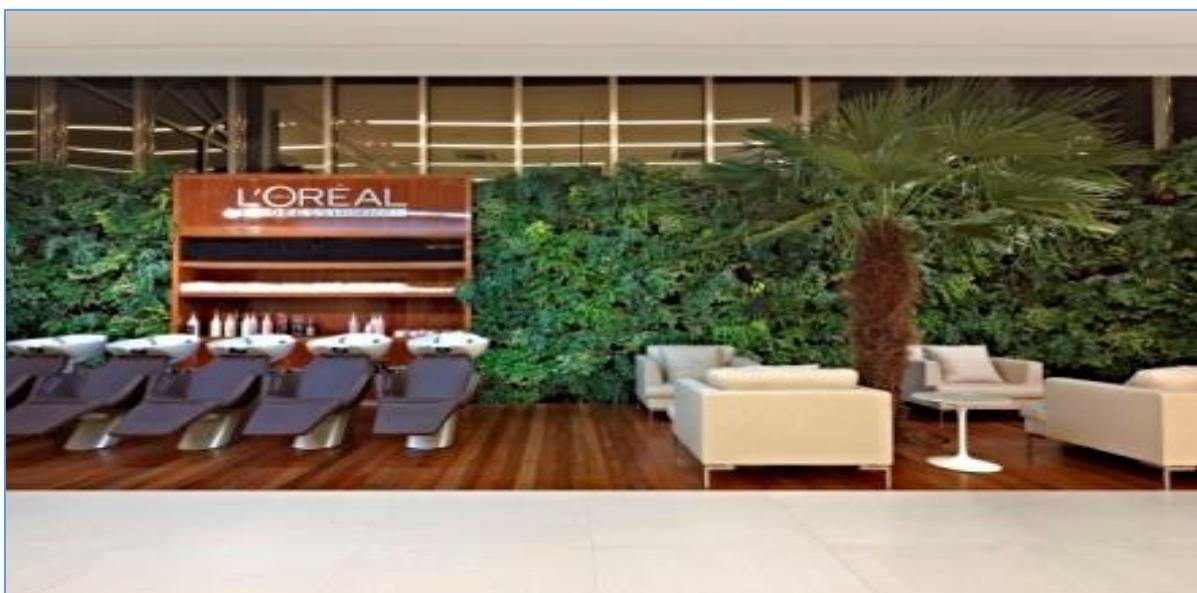
Para o projeto será escolhido a aplicação do conforto térmico na edificação, com vidros e cascata de água, jardins, trazendo assim mais frescor ao local e impedindo a radiação solar, trazendo também ganhos térmicos de iluminação natural adequada e de ventilação.

Figura 57: Sala de Descanso com entrada para luz natural e a natureza



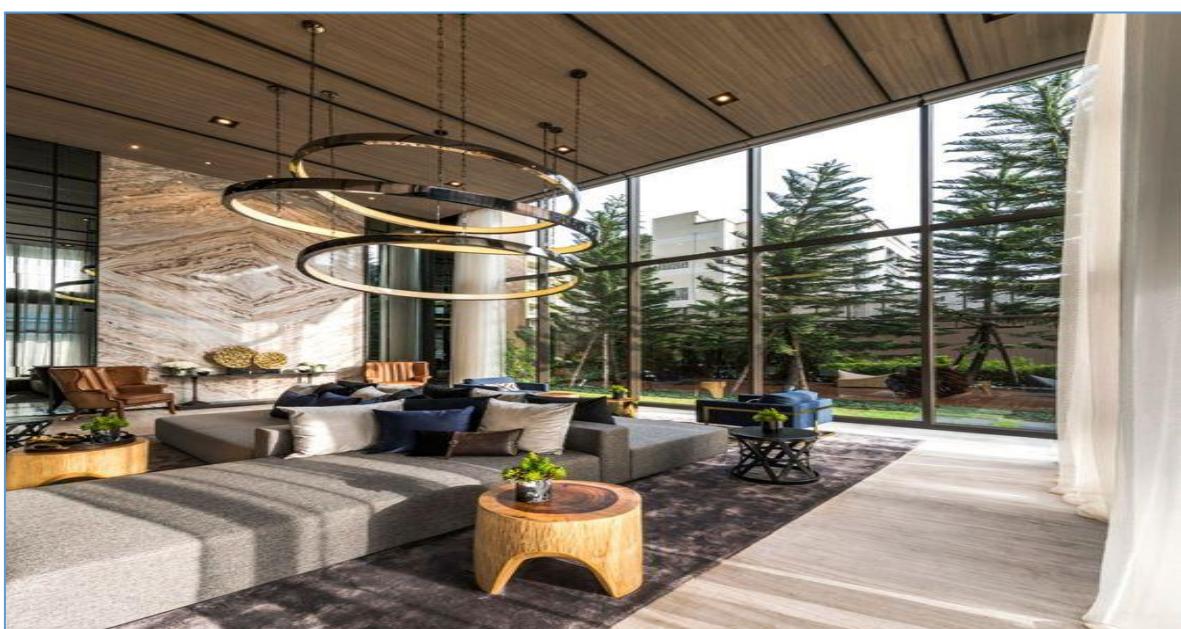
Fonte: Revista Habitare, 2017.

Figura 58: Jardim Vertical



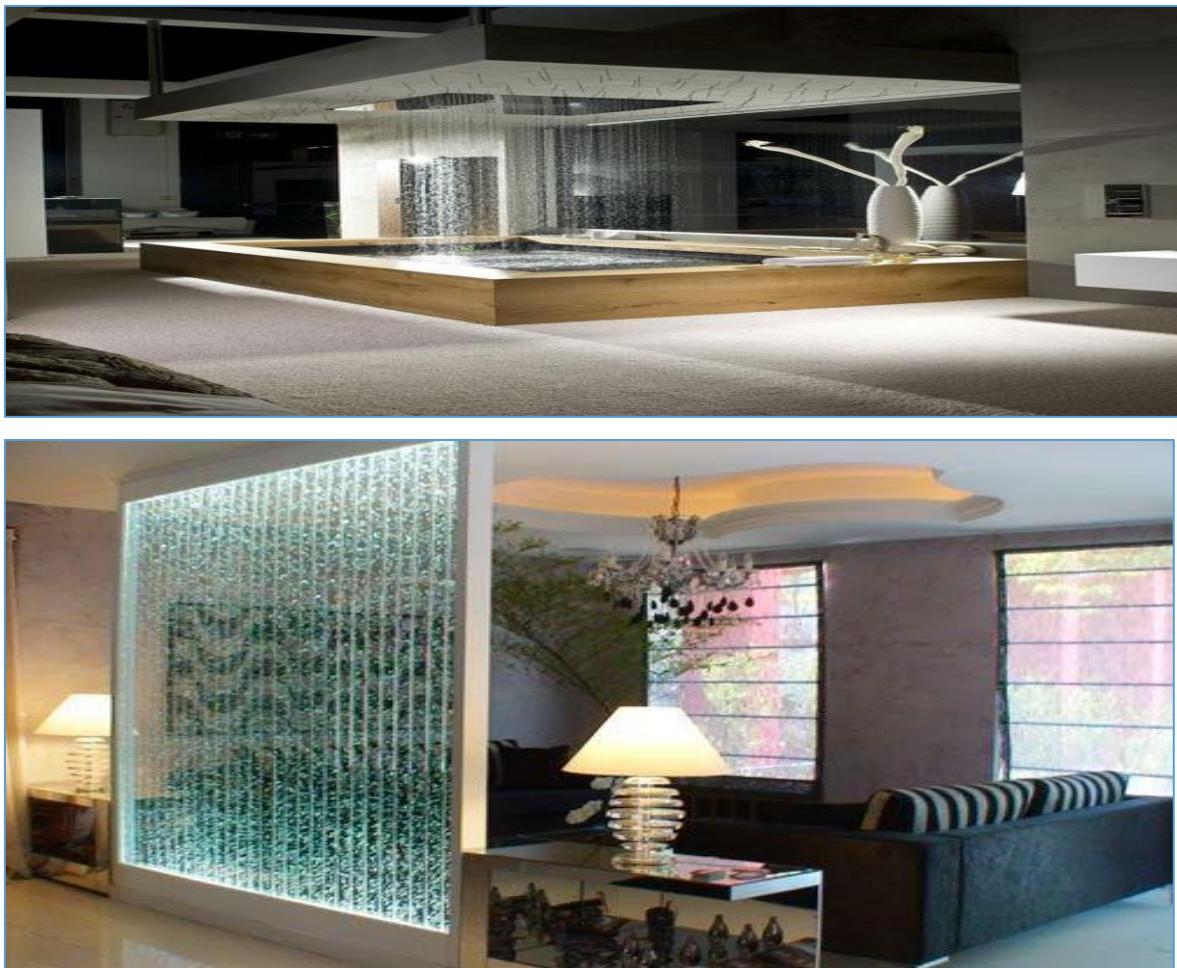
Fonte: REFORMA FÁCIL, 2011.

Figura 59: Sala de Espera com entrada para Luz Natural



Fonte: Pinterest, 2018.

Figura 60: Cortina de água

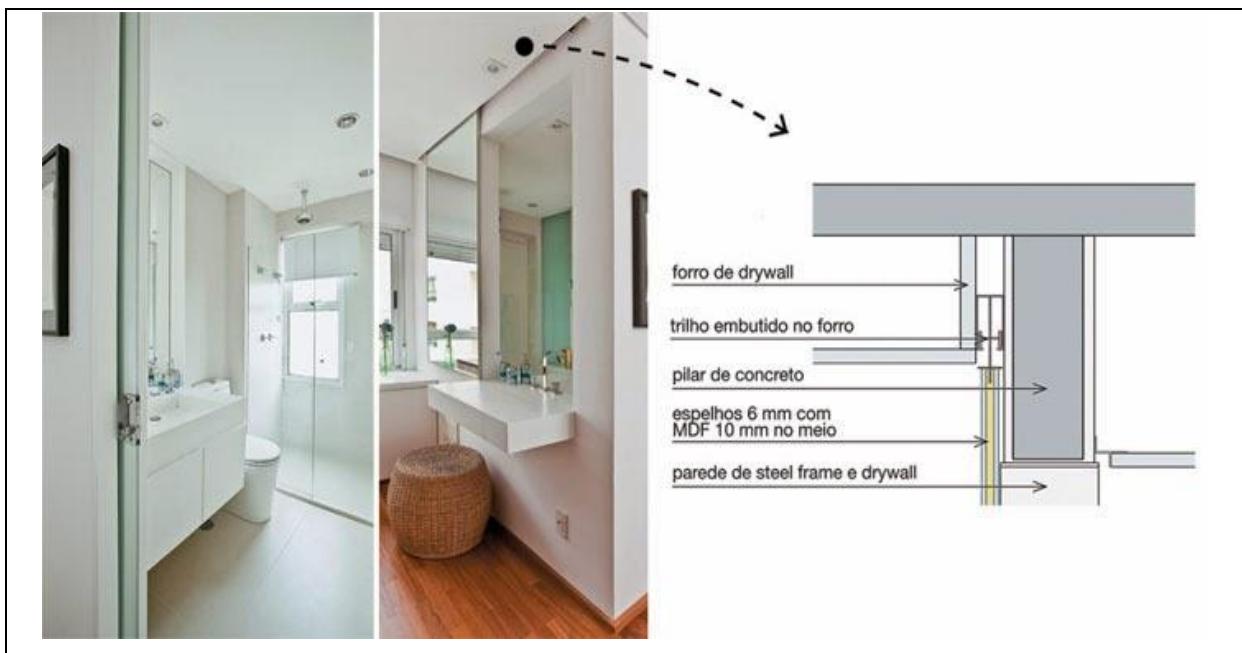


Fonte: Pinterest, 2018.

7.2.5. Materiais e Especificações

Para o forro foi pensado o uso de drywall, que é uma placa de gesso revestida por papel acartonado. Esse material evita muitos problemas, como o de trica, amareloamento. O drywall possui uma espessura bem fina, e um sistema de construção seca que fica mais fácil de montar e desmontar, sendo melhor até na hora das instalações elétricas e hidráulicas. Permitindo também o isolamento acústico e o conforto térmico.

Figura 61: Forro de Drywall



Fonte: BRASIL, 2017.

Será proposto a implantação de um jardim vertical, sendo uma intervenção paisagística nas paredes internas ou externas que são cobertas por vegetações.

O uso da vegetação se torna menos agressivas ao meio ambiente, pois se trata de um elemento natural, gerando benefícios ao local, amenizando a radiação solar, e devidos as plantas tem benefícios também na filtração e descontaminação do ar. O jardim vertical proporciona também uma sensação agradável e aconchegante para o ambiente, além de deixar bonito a estética do local.

7.2.6 Sistema estrutural

Para a execução da estrutura da edificação será proposto o uso do concreto protendido.

É um método que tem como objetivo melhorar o desempenho das estruturas utilizando todo potencial do concreto. As vantagens do concreto protendido são muitas. Umas delas são: Redução do tempo de construção, devido a facilidade de execução e o reaproveitamento das formas; Redução de deformações e fissurações; Maior variedade de

layout no projeto arquitetônico, já que há maior distância entre os pilares. Entre muitas outras vantagens. (ESCOLA ENGENHARIA, 2018.)

Figura 62: Concreto protendido



Fonte: BRASIL, 2017.

CONCLUSÃO

Fazendo alusão dos fatos mencionados e estudados, pode-se concluir que a preocupação com a beleza existe desde a idade antiga. A compreensão desses fatores nos faz observar o crescimento na área da beleza, e as inúmeras vantagens de fazer um investimento nesse ramo. Pois é um ramo cada vez mais promissor e competitivo devido ao seu crescimento.

Por isso, a importância da construção de centro de beleza em Ji-Paraná, Rondônia. Que atenda todas as necessidades da população.

O projeto será proposto em um terreno com leve desnível, localizado em Ji-Paraná-RO no primeiro distrito, na rua Almirante Barroso. Com a área total do terreno de mais ou menos 625,62m². A edificação será desenvolvida em dois pavimentos – nível térreo e superior.

Os ambientes serão direcionados a cada funcionalidade sendo dividida em: Administração, área íntima, Social, Serviço, playground e externo. Seguindo todas as determinações visando sempre o bem-estar.

Sendo um dos principais ambientes: A área de administração, sala de atendimento e a sala de fotos.

A ideia central do projeto será atender as necessidades dos clientes dentro do centro de beleza, sempre buscando transformá-lo no mais acolhedor possível.

REFERÊNCIAS

ARQUITETURA ESTRATÉGICA. Você sabe o que é Arquitetura Comercial?. 2016. Disponível em <<https://www.arquiteturaestrategica.com/voce-sabe-o-que-e-arquitetura-comercial/>> Acesso em : 25 de out. 2018.

ARQUITETURA LEANDRO AMARAL. Quais são os tipos de projetos de arquitetura que existem?. 2018. Disponível em <<https://arquitetoleandroamaral.com/quais-sao-os-tipos-de-projetos-de-arquitetura-que-existem/>> Acesso em: 27 de out. 2018.

ARQUITETURA EM CORES. Sollenné Cabelo e Estética. 2018. Disponível em <<http://arquiteturaemcores.com.br/projetos/arquitetura-comercial/solennite-cabelo-estetica/>> Acesso em: 30 de out. 2018.

ARCHDAILY. Salão de Beleza Crosby Studios. 2016, Disponível em <<https://www.archdaily.com.br/791048/salao-de-beleza-crosby-studios>> Acesso em: 5 de set. 2018.

ARCHDAILY. Salão de Beleza Objecto. 2018. Disponível em <<https://www.archdaily.com.br/891739/salao-de-cabeleireiro-objecto>> Acesso em: 5 de set. 2018.

BRASIL BEAUTY NEWS. Trajetória da Ikesaki acompanha a evolução do mercado da beleza no Brasil. 2015. Disponível em <<https://www.brazilbeautynews.com/trajetoria-da-ikesaki-acompanha-a-evolucao-do,586>> Acesso em: 21 de out. 2018.

BELEZA EXTRAORDINÁRIA. Você sabe como surgiram os salões de beleza?. 2015. Disponível em <http://www.belezaextraordinaria.com.br/noticia/voce-sabe-como-surgiram-os-saloes-de-beleza_a707/1#2> Acesso em: 12 de out. 2018.

BIBLIOTECAS SEBRAE. Beleza e Estética. 2013. Disponível em <[http://www.bibliotecas.sebrae.com.br/chronus/ARQUIVOS_CHRONUS/bds/bds.nsf/7492e68e544fa09897c7f3b00482a0b7/\\$File/4593.pdf](http://www.bibliotecas.sebrae.com.br/chronus/ARQUIVOS_CHRONUS/bds/bds.nsf/7492e68e544fa09897c7f3b00482a0b7/$File/4593.pdf)> Acesso em: 17 de out. de 2018.

CONVERSAS DE MULHERES CRIATIVAS. Os Segredos da Maquiagem. 2011. Disponível em <<http://elizabeth-conversademulherescriativas.blogspot.com/2011/07/vamos-falar-um-pouco-da-beleza.html>> Acesso em: 17 de set. 2018.

CABELOS. 5 cabeleireiros que fizeram história no mundo da beleza. 2018. Disponível em <<http://revistacabelos.uol.com.br/5-cabeleireiros-que-fizeram-historia-no-mundo-da-beleza/>> Acesso em: 13 de out. 2018.

CPT. Sistema fotovoltaico transforma a energia solar em energia elétrica. 2018. Disponível em <<https://www.cpt.com.br/serie-professor-eventual/artigos/sistema-fotovoltaico-transforma-a-energia-solar-em-energia-eletrica>> Acesso em: 20 de set. 2018.

CÂMARA MUNICIPAL DE JI-PARANÁ. Institui o código tributário municipal. 2001. Disponível em:<<https://camara-municipal-da-ji-parana.jusbrasil.com.br/legislacao/575565/lei-1139-01>> Acesso em: 6 de agost. 2018

CARVALHO, Maicon. Plano de negócio para um centro de estética. 2011. Disponível em <<http://repositorio.unesc.net/bitstream/1/655/1/Maicon%20Manoel%20Carvalho.pdf>> Acesso em: 6 de agost.2018

DOCPLAYER. Beleza e Estética. 2013. Disponível em <<https://docplayer.com.br/46305778-Servico-brasileiro-de-apoio-as-micro-e-pequenas-empresas-sebrae-presidente-do-conselho-deliberativo-nacional-roberto-simoes.html>> Acesso em: 18 de setembro de 2018.

DOUTORES DA BELEZA. A origem da maquiagem. 2016. Disponível em <<http://doutoresdabeleza.com.br/origem-da-maquiagem/>> Acesso em: 12 de out. 2018.

DELOITTE. Portaria nº 116, de 09 de fevereiro de 2004. 2004. Disponível em <<http://www.deloitte.com.br/publicacoes/2004all/032004/trabalhista/por116.pdf>> Acesso em: 6 de agost. 2018

DOUTORES DA BELEZA. A origem da Maquiagem. 2016. Disponível em <<http://doutoresdabeleza.com.br/origem-da-maquiagem/>> Acesso em: : 5 de set. 2018

DELAQUA. Victor. Salão de Beleza Shokrniya.2017. Disponível em <<https://www.archdaily.com.br/br/871771/salao-de-beleza-shokrniya-4-architecture-studio>> Acesso em: 15 de agost. 2018

ECOMMERCEBRASIL. Crescimento do setor de beleza no Brasil revela demandas de consumo. 2018. Disponível em <<https://www.ecommercebrasil.com.br/noticias/crescimento-beleza-brasil-consumo/>> Acesso em: 20 de out. 2018.

EXAME. O fortalecimento do mercado da beleza em 2018. 2018. Disponível em <<https://exame.abril.com.br/negocios/dino/o-fortalecimento-do-mercado-da-beleza-em-2018/>> Acesso em: 17 de out.2018.

FOLHA DE S. PAULO. Marcos Proença apostava na naturalidade e na sofisticação em seu salão no Jardim Paulistano. 2018. Disponível em <<https://www1.folha.uol.com.br/saopaulo/2018/06/1972660-marcos-proenca-aposta-na-naturalidade-e-na-sofisticacao-em-seu-salao-no-jardim-paulistano.shtml>> Acesso em: 22 de out.2018.

FURRER, Julia. Os salões de beleza mais descolados do mundo. 2017. Disponível em <<https://mdemulher.abril.com.br/cabelos/os-saloes-de-beleza-mais-descolados->> Acesso em: 7 de agost. De 2018

GALERIA DA ARQUITETURA. Studio Kaze Paulista. 2016. Disponível em <https://www.galeriadaarquitetura.com.br/projeto/fgmf-arquitetos_studio-kaze-paulista/1225> Acesso em: 5 de set. 2018.

GEROLA, Gleison. Salão de Beleza. 2017. Disponível em <<https://projetos.habitissimo.com.br/projeto/salao-de-beleza-59da4541908a0>> Acesso em: 7 de agost. De 2017

GUEDES. Ivan. Método Dedutivo. 2016. Disponível em <<http://www.icguedes.pro.br/metodo-dedutivo/>> Acesso em: 30 de agost. 2018

ICGUEDES. Como Elaborar um Estudo de Caso. 2016. Disponível em <<http://www.icguedes.pro.br/como-elaborar-um-estudo-de-caso/>> Acesso em: 2 de set. 2018.

INFO ESCOLA. Método Dedutivo. 2013. Disponível em <<https://www.infoescola.com/filosofia/metodo-dedutivo/>> Acesso em: 30 de out. 2018.

MARCOS PROENÇA. Nossas Unidades. 2018. Disponível em <<http://www.marcosproenca.com.br/nossas-unidades/>> Acesso em: 22 de out. 2019.

METTZER. Estudo de Caso. 2018. Disponível em <<https://blog.mettzer.com/estudo-de-caso-para-tcc/>> Acesso em: 2 de set. 2018.

NO VAREJO. Marca reúne Loja e Salão no mesmo lugar. 2016. Disponível em <<https://portalanovarejo.com.br/2017/02/marca-reune-loja-e-salao-no-mesmo-lugar/>> Acesso em: 30 de out. 2018.

PORTAL EDUCAÇÃO. Anos 50: Os anos dourados da estética. 2018. Disponível em <<https://www.portaleducacao.com.br/conteudo/artigos/estetica/anos-50-os-anos-dourados-da-estetica/51429>> Acesso em: 12 de out. 2018.

PINTEREST. Decor Fácil. 2018. Disponível em <<https://www.pinterest.pt/pin/532902568393152279/>> Acesso em: 10 de set. 2018.

PINTEREST. The Line. 2018. Disponível em <https://br.pinterest.com/pin/AVLTGS178hHu26LmtNYcqY_C63m0m0sicLAYaDCyRHxLmqC9KO_ybk/> Acesso em: 22 de Set. 2018.

REVISTA DE LUXO. Beleza com Acessibilidade. 2012. Disponível em <<https://www.revistadeluxo.com.br/2012/11/09/beleza-com-acessibilidade/>> Acesso em: 6 de set. 2018.

REVISTA DE CABELEIREIROS. Mais do que adaptados, acessíveis!. 2018. Disponível em <<http://revistacabeleireiros.com/materia/mais-do-que-adaptados-acessiveis/41>> Acesso em: 6 de set. 2018.

REFORMA FACIL. Decoração para a Copa do Mundo. 2011. Disponível em <<http://reformafacil.com.br/decoracao/decoracao-para-a-copa-do-mundo/>> Acesso em: 20 de Set. 2018.

REVISTA HABITARE. Arquitetura Bioclimática: Projetos que Trabalham com a Natureza. 2017. Disponível em <<https://www.revistahabitare.com.br/ecologia/arquitetura-bioclimatica-projetos-que-trabalham-com-a-natureza/>> Acesso em: 23 de set. 2018.

REVISTA CABELOS. 5 cabeleireiros que fizeram história no mundo da beleza. 2016. Disponível em <<https://revistacabelos.uol.com.br/5-cabeleireiros-que-fizeram-historia-no-mundo-da-beleza/>> Acesso em: 6 de set. 2018

RECEITA FEDERAL. Sistema Normas. 2016. Disponível em <<http://normas.receita.fazenda.gov.br/sijut2consulta/link.action?idAto=73658>> Acesso em: 7 de agost. 2018

SIAIBIB01. Conceito, Beleza e contemporaneidade: Fragmentos históricos no decorrer da evolução estética. 2012. Disponível em <<http://siaibib01.univali.br/pdf/Camila%20Suenaga,%20Daiane%20Lisboa.pdf>> Acesso em: 15 de out. 2018.

TRABALHOS FEITOS. Evolução no Mercado da Beleza. 2012. Disponível em <<https://www.trabalhosfeitos.com/ensaios/Evolu%C3%A7%C3%A3o-No-Mercado-Da-Beleza/501318.html>> Acesso em 17 de out. 2018.

TERRA. Setor da beleza, saúde e fitness tem crescimento de 8 bilhões por ano. 2017. Disponível em <<https://www.terra.com.br/noticias/dino/setor-de-beleza-saude-e-fitness-tem-crescimento-de-r-8-bi-por-ano,c4ce6b556fd1f8b2aad4cb78b9709b30lfy79p5g.html>> Acesso em: 20 de out. 2018.

TUA CARREIRA. Metodologia de pesquisa Tcc. 2018. Disponível em <<https://www.tuacarreira.com/metodologia-tcc/>> Acesso em: 30 de out. 2018.

UOL. Um dos melhores do mundo, cabeleireiro Guido Palau fala sobre carreira e tendências. 2018. Disponível em <<https://ffw.uol.com.br/noticias/beleza/exclusivo-um-dos-melhores-do-mundo-cabeleireiro-guido-palau-fala-ao-ffw/>> Acesso em: 21 de out. 2018.

UNIRITTER. Aspectos da Tipologia na Arquitetura. 2015. Disponível em <https://www.uniritter.edu.br/files/sepesq/arquivos_trabalhos/3612/927/1070.pdf> Acesso em 24 de out. 2018.

APÊNDICE

CENTRO UNIVERSITÁRIO LUTERANO DE JI-PARANÁ
ARQUITETURA E URBANISMO

JULIANE CALVI LUCAS

CENTRO DE BELEZA

JI-PARANÁ
2018

**ATELIER I E TCC I – PROJETO DE PESQUISA
VIABILIZAÇÃO DE PROJETO DE PESQUISA-**

1.TEMA

Centro de Beleza, Ji-Paraná/ RO

2.OBJETIVOS

2.1. Problematização

Como propor um local aconchegante, e que possa atender as necessidades das pessoas que buscam se produzir em um centro de beleza?

2.2. Delimitação

Centro de beleza para o público feminino em Ji-Paraná/RO na área central.

2.3. Objetivo Geral

Propor um local aconchegante, visando o bem-estar de quem busca o mundo da beleza.

2.4. Objetivos Específicos

- Propor ambientes acessíveis através de rampas, portas e banheiros adaptados.
- Empregar uma sala de espera aconchegante
- Criar ambientes iluminados adequadamente para a maquiagem
- Construir salas para cursos de auto maquiagem e maquiagem profissional
- Planejar nos moveis, cadeiras tanto para o profissional quanto ao cliente, com alturas adequadas, profundidade...

- Ventilação e orientação solar.

3.JUSTIFICATIVA

A escolha do tema foi devido ao mercado da beleza ser um dos que mais cresce, e que antes tinha pouca procura nesse serviço, nos dias de hoje pede por profissionais capacitados em qualquer evento, ou até mesmo algo cotidiano. Então pensando nessa necessidade, foi pensando em propor um local, que traga aos moradores de Ji-Paraná, um ambiente próprio e aconchegante, onde se encontrara tudo em um único lugar.

4.TEORIA DE BASE

4.1. Histórico e Evolução

Antigamente a maquiagem por exemplo não era algo tão comum como nos dias atuais. Na Inglaterra e nos EUA muitas mulheres achavam vulgar e tinham preconceito. A arte voltou com tudo no séc. XV onde a França e a Itália eram os principais fabricantes do mundo.

No período paleolítico, surgiram os primeiros sinais da vaidade. Na região da Mesopotâmia os produtos de maquiagem eram todos naturais, feitos a base de carvão, hena, entre outros. (PORTAL,

Os produtos de maquiagem surgiram a mais de 3000 anos antes de Cristo no Egito. Só podia ser usado por pessoas do império para poder se destacar. Tanto os árabes e os egípcios usavam maquiagem para se protegerem do sol.

No Egito antigo tanto homens quanto mulheres preenchiam as pálpebras com uma pasta que era obtida do mineral malaquita misturado com carvão, eles diziam proteger de infecções. (RANGEL,2018.)

Na pré-história, os cosméticos eram usados em rituais de fertilidade, caça, batalhas e cultos. Os egípcios usavam a maquiagem para proteger a pele. Também pintavam os olhos com forma de proteger dos espíritos malignos, pois os olhos eram considerados espelhos da alma. (TEIXEIRA, 2016.)

4.1.1. Autores Nacionais

Segundo Mendes (RJ) Profissões como a de cabeleireiro, barbeiro, esteticista, manicure e pedicure, depiladora e maquiadores foram regulamentadas e estão enquadrados como verdadeiros ofícios. (BEAUTY, 2013.)

Segundo Roberto Shinyashiki Diz que o “sucesso é consequência de um trabalho especial”. Nesse sentido é fundamental para os empresários e profissionais do segmento de salão de beleza praticar com sensatez e competência suas atribuições, buscando novas formas de agir que atentem para a conduta ética”.

Para Maison é essencial trabalhar além do tradicional, ele investe em tudo o que há para casamento, como vestidos, sapatos, ternos, suítes completas. Tudo em seu salão. (MEDEIROS, 2014.)

De acordo com Biaggi “. *Cada cliente é único e um espaço pode se tornar vários.* ” Ele oferece serviços exclusivos para aumentar ainda mais seu potencial com o público, como, espaços para estética e spa. (UNIVERSIDADE DA BELEZA, 2015.)

Segundo Cintra. O segredo do sucesso é a atualização, apostando sempre em aprender e em oferecer algo novo para os clientes, sempre com boas técnicas, fazendo assim o seu diferencial. (UNIVERSIDADE DA BELEZA, 2015.)

4.1.2. Autores Internacionais

Segundo Cavalheiro o plano de negócio é um trabalho que mostra os objetivos de um negócio os passos que devem ser seguidos para que se alcance os objetivos planejados reduzindo os riscos e incertezas do projeto. Com o plano de negócio permite identificar e evitar os erros no projeto ao invés de cometê-los no mercado. (CARVALHO, 2011.)

Segundo Hitt (2008, p.17) a visão nada mais é o que a empresa pretende fazer, chegar, ser, com uma visão simples, objetiva, tocante as pessoas se envolvem e sentem o que deve ser feito.

De acordo com Robin (2017) o lugar onde ele atende, tem que ter velas cheirosas sempre acesas, espelhos vintage e um lavatório em formato de concha. Sendo esse o seu diferencial. (FURRER, 2018.)

De acordo com Lira (2017). Em seu salão é valorizado espaços otimizados e elementos de humanização como jardim vertical em algum ambiente interno. (GEROLA, 2017.)

Segundo Biot. (2016) Localizado em Paris, seu salão oferece algo mais íntimo para os frequentadores, como se fosse um apartamento. Biot. Costuma dizer que lá não há clientes e sim hóspedes. Valorizando deixá-los o mais confortável e a vontade possível.

4.3 Legislações

Para a constituição de uma empresa em território nacional é necessário que seja feito um cadastro da personalidade jurídica, o CNPJ (Cadastro Nacional da Pessoa Jurídica) onde consta todas informações da entidade.

A Instrução Normativa RFB n. 1634 de 06 de maio 2016 trata sobre a obrigatoriedade do de todas as entidades domiciliadas no Brasil fazer o cadastro com as informações solicitadas como dito nos artigos:

. Art. 2º O CNPJ compreende as informações cadastrais das entidades de interesse das administrações tributárias da União, dos estados, do Distrito Federal e dos municípios.

Parágrafo único. Compete à Secretaria da Receita Federal do Brasil (RFB) a administração do CNPJ.

Art. 3º Todas as entidades domiciliadas no Brasil, inclusive as pessoas jurídicas equiparadas pela legislação do Imposto sobre a Renda, estão obrigadas a se inscrever no CNPJ e a cada um de seus estabelecimentos localizados no Brasil ou no exterior, antes do início de suas atividades.

§ 4º No caso previsto no § 3º, o endereço a ser informado no CNPJ deve ser o do estabelecimento da entidade proprietária ou arrendatária da plataforma, em terra firme, cuja localização seja a mais próxima

Considerando que a empresa será constituída através no enquadramento Empresário Individual, onde se entende que aquele que exerce em seu próprio nome uma atividade empresarial, nesse caso, é a pessoa física sendo o titular da empresa. Essa modalidade está regulamentada pelo [Instrução Normativa nº 38, de 02 de março de 2017](#), anexo I.

Art. 1º Aprovar os manuais em anexo referentes ao registro de empresário individual, de sociedade limitada, de empresa individual de responsabilidade limitada - EIRELI, de cooperativa e de sociedade anônima, os quais são de observância obrigatória pelas Juntas Comerciais na prática de atos de registro neles regulados.

Art. 2º Os seguintes formulários, cuja apresentação é necessária de acordo com o que dispõe os Manuais de Registro, estarão disponíveis no sítio eletrônico do Departamento de Registro Empresarial e Integração - DREI, na rede mundial de computadores:

- I - Requerimento/Capa de Processo;*
- II - Requerimento de Empresário; e*
- III - Ficha de Cadastro Nacional (FCN).*

No âmbito estadual, no que tange a atividade de prestação de serviço, visto que o ICMS (Imposto sobre Circulação de Mercadorias e Serviços) não incidirá sob a atividade aqui proposta, não se faz necessário o cadastro da entidade na Secretaria de Finanças de Rondônia (SIFIN-RO).

O Regulamento do ICMS (Imposto sobre Circulação de Mercadorias e Serviços) traz o em seu artigo primeiro a incidência do tributo;

Art. 1º. O Imposto sobre Operações Relativas à Circulação de Mercadorias e sobre Prestações de Serviços de Transporte Interestadual e Intermunicipal e de Comunicação (ICMS) incide sobre:(Lei 688/96, art. 2º)

I - Operações relativas à circulação de mercadorias, inclusive o fornecimento de alimentação e bebidas em bares, restaurantes e estabelecimentos similares;

IV - Fornecimento de mercadorias com prestação de serviços:

a) não compreendidos na competência tributária dos Municípios;

b) compreendidos na competência tributária dos Municípios e com indicação expressa, em lei complementar aplicável, da incidência do ICMS;

A Lei 1139/01, art. 32, 11, que é o código tributário do Município de Ji-Paraná, trata sobre a incidência do ISSQN (Imposto sobre Serviços de Qualquer Natureza);

Art. 32. O imposto sobre serviços de qualquer natureza tem como fato gerador a prestação de serviço por empresa ou profissional autônomo de qualquer categoria, em caráter habitual, eventual ou periódico, com ou sem estabelecimento fixo, das atividades descritas na lista abaixo.

LISTA DE SERVIÇOS

10 - Guarda, tratamento, adestramento, embelezamento, alojamento e congêneres, relativos a animais.

11 - Barbeiros, cabeleireiros, manicuros, tratamento de pé, depilação e congêneres.

Art. 33. O imposto incidira sobre as empresas jurídicas, físicas e profissionais autônomos conforme artigo 33 da lei 1139/01;

Para efeito de incidência, considera-se:

1- Empresa:

a) toda e qualquer pessoa jurídica, inclusive sociedade civil ou de fato que exercer atividade econômica de prestação de serviço, firma individual e cooperativa;

b) a pessoa física que admite para o exercício de sua atividade profissional mais de dois empregados e/ou um ou mais profissionais habilitados.

II - Profissional Autônomo, todo aquele que fornecer o próprio trabalho, habitualmente, sem subordinação hierárquica, dependência econômica ou jurídica e o profissional habilitado que, mesmo sendo sócio, empregado ou não, de sociedade de uniprofissionais, preste serviço em nome da sociedade assumindo responsabilidade pessoal;

III - Estabelecimento Prestador de Serviço, local onde se situa a infraestrutura material e sejam executados os serviços, total ou parcialmente, de modo permanente ou temporário, independentemente do pessoal, prédio, materiais, máquinas, veículos e equipamentos utilizados serem próprios, contratados, alugados ou cedidos por terceiro, a qualquer título.

Parágrafo único. Caracteriza-se como estabelecimento prestador de serviço aquele que reúna uma ou mais das seguintes condições:

I - a manutenção de pessoal, materiais, máquinas, veículos, instrumentos ou equipamentos necessários à execução dos serviços;

II - estrutura organizacional, administrativa ou operacional, mantida através da sede, matriz, filial, agência, sucursal, escritório, loja, oficina, canteiro de obra, depósito e outras repartições da empresa;

A alíquota sobre a prestação de serviço será de no máximo 5% conforme art. 40 da lei 1139/01:

Art. 40. Na prestação de serviço a que se refere o item 101 da Lista de Serviços o imposto será calculado sobre a parcela do preço correspondente à proporção direta da parcela da extensão da rodovia explorada, no território do Município, ou de metade da extensão de ponte que une dois Municípios.

§ 1º. Para efeitos do disposto neste artigo considera-se rodovia explorada o trecho limitado pelos pontos equidistantes entre cada posto de cobrança de pedágio ou entre o mais próximo deles e o ponto inicial ou terminal da rodovia.

§ 2º. A alíquota máxima para incidência do imposto sobre o serviço previsto no item 101 é de 5% (cinco por cento).

Para que um estabelecimento possa funcionar dentro das exigências legais é necessário também que haja um alvará dos Corpo de Bombeiros Militar (RO).

A Lei 3924 de 17 de outubro de 2016, art. 1º e incisos, traz as disposições sobre a competência legal;

Art. 1º Compete ao Corpo de Bombeiros Militar do Estado de Rondônia - CBMRO, o estudo, a análise, o planejamento, a normatização, a exigência, a fiscalização e a execução das normas que disciplinam a segurança contra incêndio e pânico, bem como a evacuação de pessoas e de seus bens, em todo o Estado de Rondônia, na forma do disposto nesta Lei e em sua regulamentação, tendo os seguintes objetos:

I - Proteger a vida dos ocupantes das edificações e áreas de risco, em caso de incêndio e pânico, possibilitando a desociação segura e evitando perdas de vidas;

II - Restringir o surgimento e a propagação de incêndio, reduzindo danos ao meio ambiente e ao patrimônio;

O alvará é regulamentado pelo art. 2º da lei 3924/10 de 2016:

Art. 2º Qualquer licença para funcionamento de empresas a ser expedida no Estado, bem como para ocupação de edificações públicas ou privadas, dependerão da emissão do Auto de Vistoria Contra Incêndio e Pânico - AVCIP, dos sistemas de preventivos contra incêndio e evacuação de pessoas e de seus bens, de acordo com as IT's pertinentes, a serem expedidas pelo CBMRO.

§ 1º Para efeito de cumprimento do disposto nesta Lei, o CBMRO deverá vistoriar as edificações já existentes e todos os demais estabelecimentos em funcionamento, público ou privado, para verificação de sistemas de segurança contra incêndio e pânico, com vistas à expedição do AVCIP a que se refere o caput do artigo.

§ 2º As edificações classificadas como risco baixo, de acordo com a classificação adotada pela Lei Complementar nº 123, Resolução nº 29 do CGSIM, IT's do CBMRO, e suas posteriores atualizações, terão tratamento diferenciado.

§ 3º O AVCIP a que se refere o caput deste artigo terá validade de 1 (um) ano a contar da data de sua emissão, salvo quando se tratar de estruturas e eventos temporários onde o AVCIP terá a sua validade definida pelo CBMRO.

Conectividade Social.

A portaria nº116 de 09 de fevereiro de 2004 estabelece a obrigatoriedade de certificação eletrônica para o uso do canal de relacionamento desenvolvida pela Caixa:

Art. 1º Estabelecer a obrigatoriedade de certificação eletrônica necessária ao uso do CONECTIVIDADE SOCIAL, canal de relacionamento eletrônico desenvolvido pela CAIXA para troca de arquivos e mensagens por meio da Rede Mundial de Computadores - Internet, para todas as empresas ou equiparadas que estão obrigadas a recolher o FGTS ou a prestar informações à Previdência Social.

§ 1º Após a certificação, as empresas estarão aptas a utilizar o canal CONECTIVIDADE SOCIAL para envio das informações referentes à GFIP, via Internet

A MPS 227/05, art. 1º também trata sobre as informações cadastrais obrigatórios de interesses da Previdência Social;

Art. 1º Estabelecer que a informação dos dados cadastrais, de todos os fatos geradores de contribuição previdenciária e de outras informações de interesse da Previdência Social a que a empresa é obrigada, e aqueles de interesse do Ministério do Trabalho e Emprego, relativos ao Fundo

de Garantia do Tempo de Serviço, e de seu agente operador, Caixa Econômica Federal, passará a ser feita, a partir de março de 2005, nos termos desta Portaria.

Impostos incidentes

Os impostos incidentes sobre essa atividade serão o ISSQN (Imposto Sobre Serviços de Qualquer Natureza), IRPJ (Imposto de Renda da Pessoa Jurídica), CSLL (Contribuição Social sobre o Lucro Líquido).

Normas Técnicas:

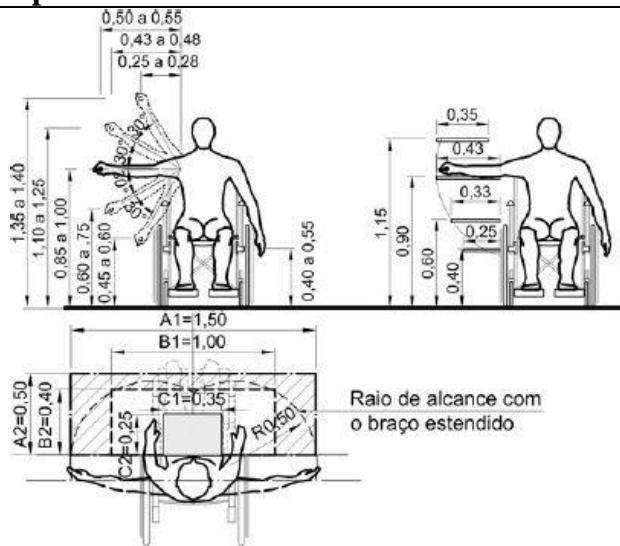
A construção tem como obrigação garantir segurança e conforto, seguindo as normas técnicas Brasileiras.

Norma Brasileira ABNT NBR 9050/2015

Garante o uso independente e seguro dos ambientes.

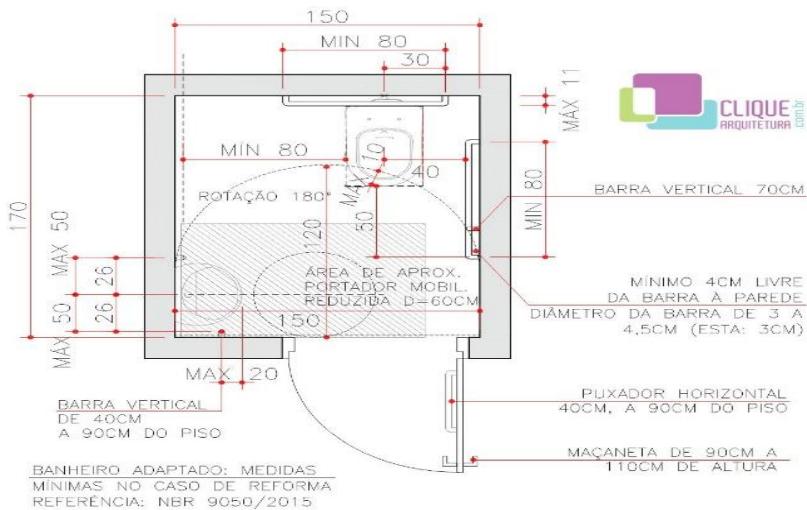
As manobras de, ao menos, duas pessoas em cadeira de rodas devem apresentar as medidas necessárias de 1,50m a 1,80m de largura para prosseguimento em linha reta, e círculo com 1,50m de diâmetro para rotações de 360°. Em ocorrência de manobras com deslocamento de 90° a recomendação mínima é de 1,20m de largura x 1,50m de comprimento. (ABNT, 2015).

Figura 01: Exemplos de Dimensões de Alcance Manual Lateral



Fonte: NBR 9050, 2016.

Figura 02: Exemplo de dimensões para um banheiro adaptado



Fonte: cliquearquitetura.com.br, 2017.

As sinalizações precisam ser concisas, compreensíveis e explícitas, sendo legíveis e autoexplicativas, e estar em lugares de simples acesso e de fácil entendimento – podendo ser por modo de sinalizações sonoras, táteis e visuais, ou todas implantadas em conjunto. Tais sinais podem ser de instrução, advertência e localização, cada uma com a sua referente orientação. As informações fundamentais de sinalização em uma edificação são as informações de sanitários, rotas, números de pavimentos e acessos. (ABNT, 2015).

Figura 03: Símbolo Internacional de Visual, Acessibilidade e Deficiente

Auditivo.



Preto sobre fundo branco Branco sobre fundo preto Branco sobre fundo azul

Fonte: NBR 9050, 2016.

Norma Brasileira ABNT NBR 5410/2004

Tem como finalidade, instalação elétrica de baixa tensão. Para garantir maior segurança do local.

4.4. Referências de Obra de Arquitetura

4.4.1. Obras Internacionais

Red Door Spa by Elizabeth Arden. Nova York

Em 1910 inaugurou primeiro salão de beleza em Nova York, que ficou conhecido como Red Door devido as portas vermelhas. Atualmente sua empresa está presente em 18 países e seus produtos em mais de cem nações. (GROUNPON,2018).

Figura 04- Fachada.



Fonte: GROUNPON,2018.

Red Door Spas foi construído pensado para que as pessoas possam sair da vida corrida de Nova York, o espaço tem 2 000 metros quadrados, dividido em dois andares. Os ambientes são requintados, revestidos em mármore e madeira, a decoração é minimalista com predominância na cor branca e vermelha. A sua filosofia é a do “uuu” onde todos que ali visitarem, falar ual em cada ambiente. Contém 31 filiais só nos EU. Dentro do spa, é tudo muito privado para que as pessoas possam sentir como se estivessem dentro da sala de banho em casa. (GROUNPON,2018).

Figura 05- Recepção.

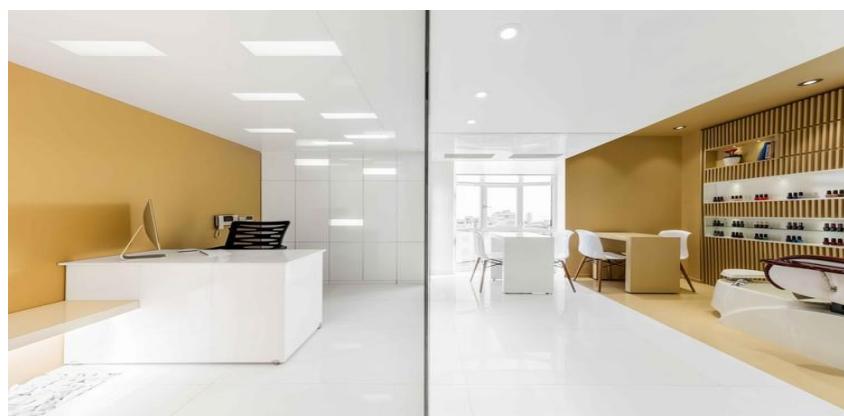


Fonte: CMDA.

Salão de Beleza Shokrniya

Projetado em 2016 no Irã, a obra feita pelo escritório 4 Architecture Studio pelos arquitetos: Kasra Shafiee Zadeh, Hossein Zein Aghaji, Yousef Salehi, Aidin Voskah. Com 88m² um lugar de luxo oferecendo serviços de cosméticos e higiênicos. De princípio a ideia foi projetar, espaços que fossem separados, e que tivesse funções diferentes. Uma estrutura inteira com formato de caixa, onde o que as diferencia os ambientes é apenas as cores. (DELAQUA, 2017).

Figura 06- Espaço Interno: Recepção.



Fonte: ARCHDAILY, 2017.

A iluminação foi toda feita conforme os padrões

Figura 07- Sala para preparar os cabelos.



Fonte: ARCHDAILY, 2017.

Figura 08- Planta baixa:



Fonte: ARCHDAILY, 2017.

Salão de beleza Roji

Localizado na Austrália, com uma área de 72.0 m² foi projetado em 2014 pelo arquiteto Craig Tan. Os materiais em destaque foram os Painéis de osb, painéis de madeira, de cortiça, e piso de madeira manchada. O salão de beleza Roji é um salão junto a um hotel (PEDROTTI, 2016).

Figura 09- Sala de serviço: Dentro de uma estrutura com painel de madeira natural.



Fonte: ARCHDAILY, 2017.

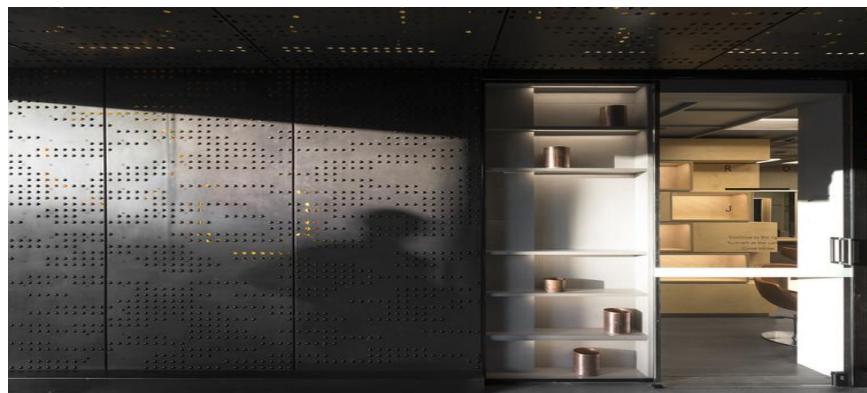
Figura 07- Planta baixa:



Fonte: ARCHDAILY, 2017.

Tem acesso pelo hotel, seu espaço tem como objetivo fazer com que o visitante desperte seus sentidos, através de iluminações naturais, e materiais brutos como a madeira.

Figura 10- Painéis metal e osb:



Fonte: ARCHDAILY, 2017.

Logo na entrada tem a transição entre o hotel e salão, com painéis osb, com formas machada de negro, logo em seguida encontra-se a mesa de recepção garantindo a customização do espaço. O espaço seguinte conta com uma grande iluminação onde fica as cadeiras do salão, o local de lavar os cabelos é revestido em camurça, com uma iluminação natural e vista para jardim externo trazendo calma e tranquilidade. (PEDROTTI, 2016).

Figura 11- Interior: Sala de escovas.



Fonte: ARCHDAILY, 2017.

Figura 12- Sala de atendimento:



Fonte: ARCHDAILY, 2017.

Figura 13.



Fonte: ARCHDAILY, 2017.

Os materiais utilizados para os cabelos são em grande parte orgânicos, biodegradáveis e tinturas sustentáveis que são a base de água.

4.4.2. Obras Nacionais:

BLEND YOUR MIND

Além de ser um salão de beleza, blend your mind também é uma loja, onde encontra as melhores marcas para cabelo, maquiagem, unha e pele. Conta com uma consultoria ensinando a forma correta de utilizar os produtos, com demonstrações. O salão tem um espaço dedicado especialmente para noivas.

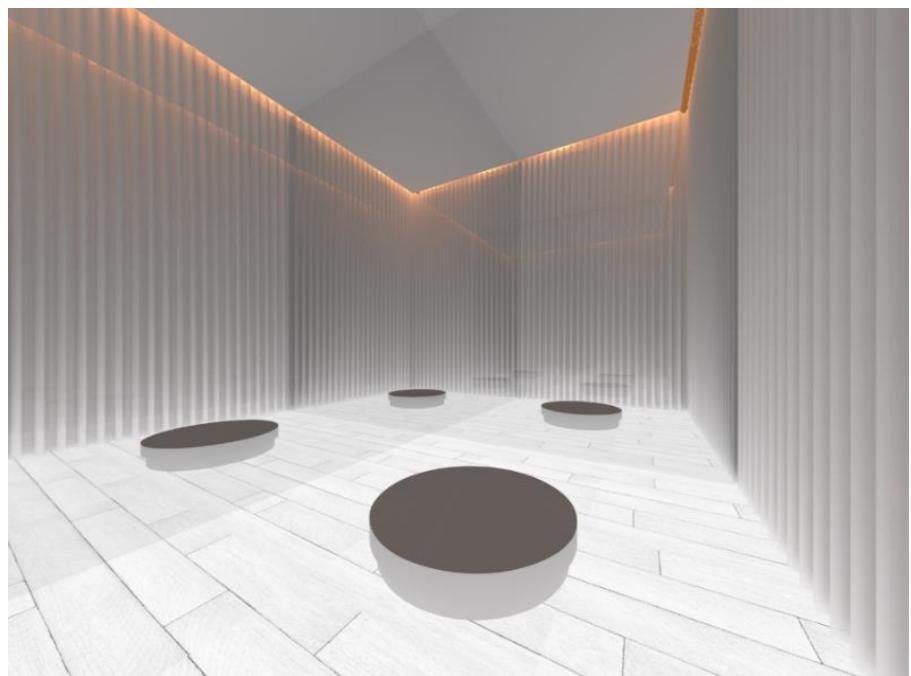
Projetado pela arquiteta Daniela Pavan, onde as tendências dos ambientes são minimalistas e contemporâneo.

Figura 14- Fachada.



Fonte: Veja São Paulo 2017.

Figura 15- Área de trocadores de noivas.



Fonte: Veja São Paulo 2017.

Centro de Beleza JOSIMAR

Localizada em MG, Brasil, teve início do projeto em 2010 mas só houve conclusão da obra em 2013. Com a área do terreno de 325m² e área construída de 228m². As matérias predominantes foram tijolos artesanais e vidro. Foi projetado pelo escritório Skylab arquiteto Guilherme Ferreira.

O grande marco do projeto é a elaboração do aberto e o fechado, com design minimalista. A fachada é como se fosse uma caixa hermética, e em seu interior é totalmente aberto, dando assim um contraste. (IAN,2016).

Figura 16- Fachada.



Fonte: Galeria da Arquitetura, 2016.

A fachada é toda no tijolinho artesanal, e no seu interior é todo envidraçado para um enorme jardim separando das paredes externas, para ter mais privacidade no lavabo e na copa, esses ambientes ficaram nas extremidades, permitindo assim privacidade.

Figura 17- Área externa:



Fonte: Galeria da Arquitetura 2016.

Ao redor do jardim fica os espaços de trabalho criando um ambiente diferenciado, a água dos espelhos para os vidros em forma de cascata garante frescor onde dependendo da época do ano dispensa o uso de ar condicionado, deixando o ambiente muito agradável.

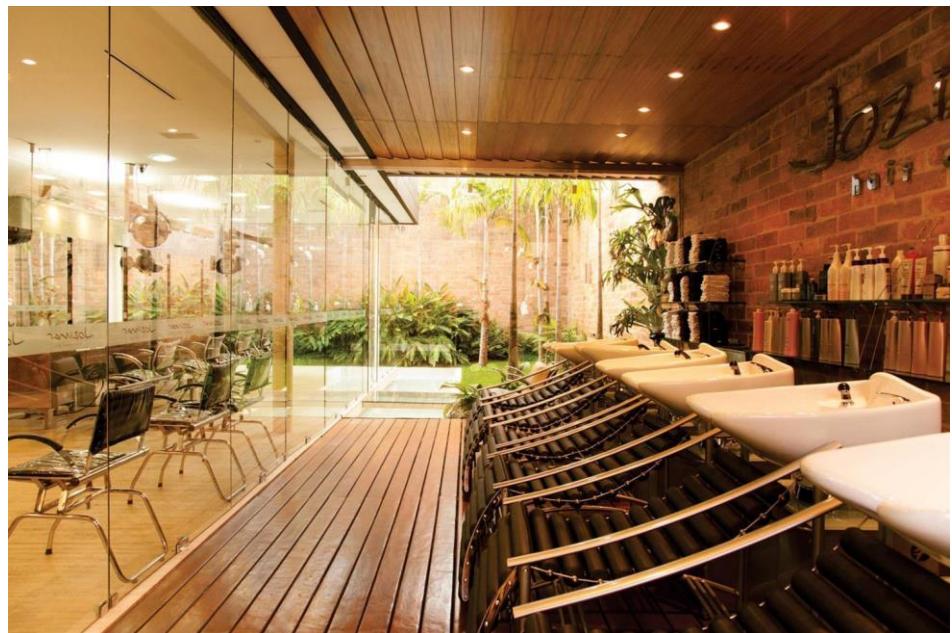
Figura 18- Jardim e Espelho d'água.



Fonte: Galeria da Arquitetura 2016.

A maior parte da iluminação é o da luz natural, a artificial é usada de forma uniforme, para que não tenha distorções sendo isso uma das coisas mais importantes em um centro de estética e beleza. Pois garante a interferência de sobras no rosto das clientes, atrapalhando o trabalho dos profissionais. Criando assim um ambiente perfeito.

Figura 19- Espaço Interno: Sala de lavatórios.



Fonte: Galeria da Arquitetura 2016.

Estética Bel 1 Pierre

Dados da obra: Localizada em SC, Brasil, teve início da obra em 2012 e finalizada em 2012 mesmo, total da área construída de 16.450 m². Os materiais predominantes foram o concreto, drywall, madeira, tijolos. Diferenciais técnicos é a eficiência acústica, Interiores, Paisagismo

É um salão de cabelereiro, esmalteria e estética. Conta com um ambiente totalmente sofisticado, contemporâneo, com espaços integrados, e despojados, um ambiente convidativo. Como era um espaço pequeno para acomodar outros cômodos a Arquiteta Liana Guedes fez a integração dos ambientes.

Materiais e revestimentos:

Na fachada foi feito de um modo que limita a visão para o interior do salão, com uma vitrine toda iluminada com produtos de beleza.

Figura 20- Fachada.

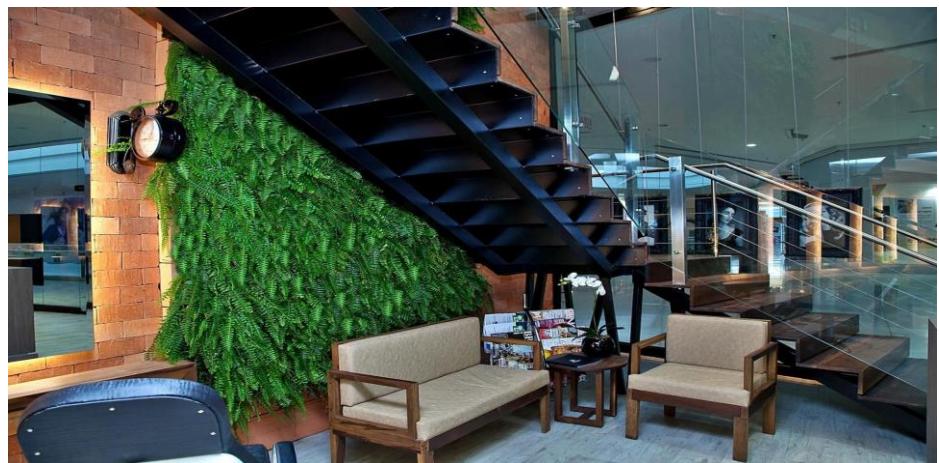


Fonte: Galeria Da Arquitetura, 2016.

As paredes foram usados tijolinhos e junta seca. Nas áreas de vigas e pilares foi utilizado uma textura que imita o cimento queimado. No mezanino foi utilizado steel frame.

Mas o que mais se destaca no salão é a escada metálica toda na madeira de demolição:

Figura 21- Área Interna: Escada.



Fonte: Galeria Da Arquitetura, 2016.

O piso escolhido para revestir todo o salão foi de pvc , por ser fácil na limpeza, e indicado para lugares de alto tráfego.

Figura 22- Área Interna: Sala dos lavatórios.



Fonte: Galeria Da Arquitetura, 2016.

Figura 23- Interior: Sala para preparação dos cabelos.



Fonte: Galeria Da Arquitetura, 2016.

Já na fachada foi feito de um modo que limita a visão para o interior do salão, com uma vitrine toda iluminada com produtos de beleza.

5.1. PESQUISA

Pesquisa Qualitativa

São pesquisas que não podem ser examinadas em termos de quantidade, a pesquisa qualitativa não procura enumerar. E sim analisar. (DENZIN, 2016).

Para Godoy (1995). A pesquisa qualitativa tem um caráter descritivo, onde o principal foco é a abordagem e não resultados em quantidade estatísticos.

O método de pesquisa escolhido para o trabalho, foi a pesquisa qualitativa, devido procurar entender sobre o assunto, obtendo dados descritivos e procurando compreender da melhor forma a pesquisa. Então desta forma busca-se através da proposta do centro de estética e beleza para contribuir na melhoria de qualidade de vida dos clientes, valorizando a autoestima das pessoas que usufruem dos tratamentos de estética e beleza.

5.2. MÉTODO

Método: Dedutivo

O Método dedutivo tem como objetivo basicamente observações, reflexão, dedução, técnicas científicas, e conclusão. (GUEDES, 2016).

DESCARTES (2003). No método dedutivo, tem uma maneira de fazer uma pesquisa. Descartes defende a liberdade de pensamento. Esse método é o método mais objetivo, pois é possível compreender o assunto profundamente.

[...] o de conduzir por ordem meus pensamentos, iniciando pelos objetos mais simples e mais fáceis de conhecer, para elevar-me pouco a pouco, como galgando degraus, até o conhecimento dos mais compostos, e presumindo até mesmo uma ordem entre os que não se precedem naturalmente uns aos outros. E o último, o de efetuar em toda a parte relações metódicas tão completas e revisões tão gerais nas quais eu tivesse a certeza de nada omitir (DESCARTES, 2003, p. 6).

Tendo-se em vista as pesquisas realizadas que em geral buscaram informações em níveis internacional e nacional para auxiliarem na proposta de projeto arquitetônico de um centro de estética e beleza em local específico na cidade de Ji-Paraná.

5.3. PROCEDIMENTO

Estudo de caso:

Trata-se de estudo de caso, pois será escolhido terreno específico para implantação da proposta do centro de estética e beleza. A questão do terreno específico está associado a aspectos importantes para desenvolvimento do projeto, com características básicas relativas a insolação, ventilação, topografia, entre outros

6. REFERÊNCIAS

BLOG BEAUTH. Profissionais da área da Beleza e Estética.2017. Disponível em <https://blog.carreirabeauty.com/profissionais-da-area-de-beleza-e-estetica-conheca-seus-direitos-e-beneficios/#.W3G_jShKjIU> Acesso em: 2 de agosto de 2018

BORGES. Daniel. Método Dedutivo Indutivo ou Comparativo. 2014. Disponível em <<https://periodicos.unifap.br/index.php/planeta/article/viewFile/1146/DanielN6.pdf>> Acesso em: 30 de agosto de 2018

CARVALHO, Maicon. Plano de negócio para um centro de estética. 2011. Disponível em <<http://repositorio.unesc.net/bitstream/1/655/1/Maicon%20Manoel%20Carvalho.pdf>> Acesso em: 6 de agosto de 2018

CÂMARA MUNICIPAL DE JI-PARANÁ. Institui o código tributário municipal. 2001. Disponível em: <<https://camara-municipal-da-ji-parana.com.br/>>

parana.jusbrasil.com.br/legislacao/575565/lei-1139-01> Acesso em: 6 de agosto de 2018

CARVALHO, Maicon. **Plano de Negócios para um centro de estética em SJ.** Disponível em: <http://repositorio.unesc.net/bitstream/1/655/1/Maicon%20Manoel%20Carvalho.pdf>>, Acesso em 25 de set. de 2018.

DELAQUA. Victor. Salão de Beleza Shokrniya.2017. Disponível em <<https://www.archdaily.com.br/br/871771/salao-de-beleza-shokrniya-4-architecture-studio>> Acesso em: 15 de agosto de 2018

DELOITTE. Portaria nº 116, de 09 de fevereiro de 2004. 2004. Disponível em <<http://www.deloitte.com.br/publicacoes/2004all/032004/trabalhista/por116.pdf>> Acesso em: 6 de agosto de 2018

EQUIPE UNIVERSIDADE DA BELEZA. Segredo dos melhores Profissionais. 2015. Disponível em <<http://www.universidadedabeleza.com/os-segredos-dos-melhores-profissionais-de-beleza/>> Acesso em: 2 de agosto 2018

FURRER, Julia. Os salões de beleza mais descolados do mundo. 2017. Disponível em <<https://mdemulher.abril.com.br/cabelos/os-saloes-de-beleza-mais-descolados->> Acesso em: 7 de agosto de 2018

FRANKENTHAL. Rafaela. Pesquisa qualitativa e quantitativa: qual é a melhor opção? 2016. Disponível em <<https://mindminers.com/pesquisas/pesquisa-qualitativa-quantitativa>> Acesso em: 30 de agosto de 2018

GEROLA, Gleison. Salão de Beleza. 2017. Disponível em <<https://projetos.habitissimo.com.br/projeto/salao-de-beleza-59da4541908a0>> Acesso em: 7 de agosto de 2017

GUEDES. Ivan. Método Dedutivo. 2016. Disponível em <<http://www.icgueDES.pro.br/metodo-dedutivo/>> Acesso em: 30 de agosto de 2018

MEDEIROS, Carolina. Segredo de Salão. 2014. Disponível em <
http://www.segredosdesalao.com.br/noticia/salao-da-semana-diplomata_a184/1> Acesso em: 2 de agosto de 2018

PEDROTTI. Gabriel. Salão de Beleza Roji. 2016. Disponível em <
<https://www.archdaily.com.br/br/782226/roji-salon-craig-tan-architects>> Acesso em: 15 de agosto de 2018

ROSÁRIO. Mariana. Beleza de Blog. 2017. Disponível em <
<https://vejasp.abril.com.br/blog/beleza-de-blog/salao-de-beleza-blend-tera-espaco-dedicado-a-noivas/>> Acesso em: 5 de agosto de 2018

RECEITA FEDERAL. Sistema Normas. 2016. Disponível em <
<http://normas.receita.fazenda.gov.br/sijut2consulta/link.action?idAto=73658>>
Acesso em: 7 de agosto de 2018

SIGNIFICADOS. Significados de Pesquisa Quantitativa.2011-2018. Disponível em <
<https://www.significados.com.br/pesquisa-quantitativa/>> Acesso em: 30 de agosto de 2018

VIEIRA. Ian. Galeria da Arquitetura. 2016. Disponível em <
https://www.galeriadaarquitetura.com.br/projeto/skylab-arquitetos_/centro-de-beleza-e-estetica/1869> Acesso em: 5 de agosto de 2018

7.DADOS PARA CORRESPONDÊNCIA

7.1. NOME

Juliane Calvi Lucas

7.2. ENDEREÇO

Rua Curitiba entre t4 e t5 n° 424

7.3. TELEFONES

7.3.1.Residencial: 3423- 2185

7.3.2.Comercial

7.3.3.Celular: 99246 6439

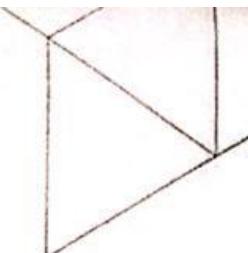
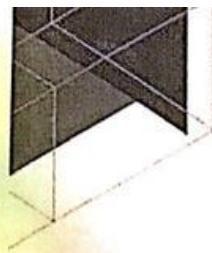
7.4. EMAIL

Juliane_cl@hotmail.com

Projeto aceito em _____ / _____ / _____

Professor (a). Orientador (a) de TCC I

ANEXOS



ANEXO V

DECLARAÇÃO DE QUALIFICAÇÃO

Eu, Vladimir José Phongos,
orientei o trabalho intitulado "Centro de Belas Artes S.T"
de autoria do(a) aluno(a) Fulione Calvi Guigno
e declaro para os devidos fins, que o trabalho está qualificado para ser avaliado por banca de professores
do curso de Arquitetura e Urbanismo do Centro
Universitário São Lucas e me responsabilizo pela qualidade dos resultados apresentados.

Ji-Paraná, 21 de Junho de 2019.

Vladimir José Phongos
TITULAÇÃO, NOME COMPLETO DO ORIENTADOR E ASSINATURA



Scanned with
CamScanner

São Lucas Educacional Ji-Paraná
Av. Eng. Manfredo Barata Almeida da Fonseca, 542
Jd. Aurélio Bernardi | Ji-Paraná | RO | CEP 76907-438