

**CENTRO ESTADUAL DE EDUCAÇÃO TECNOLÓGICA PAULA
SOUZA – ESCOLA TÉCNICA ESTADUAL ETEC ITAQUERA II**

Técnico em Design de Interiores Integrado ao Ensino Médio

Ana Júlia de Araujo Lopes

Beatriz Siqueira Batista

Geovanna dos Santos Leite

Geovanna Letícia de Freitas Farinasso

CARTIER

São Paulo

2024

Ana Júlia de Araujo Lopes

Beatriz Siqueira Batista

Geovanna dos Santos Leite

Geovanna Letícia de Freitas Farinasso

CARTIER

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado ao Curso Técnico em Design de Interiores Integrado ao Ensino Médio da Etec Itaquera II, orientado pelo Prof. Talita Souza Coelho da Silva, como requisito parcial para obtenção do título de técnico em Design de Interiores.

São Paulo

2024

DEDICATÓRIA

Este projeto é dedicado principalmente a professora Talita Coelho e a professora Jéssica Cavaletti, que nos instruíram a toda nossa trajetória nesse processo, além dos nossos pais e colegas que apoiaram nos ouvindo passando por todos os perrengues e desesperos e nunca nos abandonaram até o final e opinaram dando seus feedbacks que nos ajudaram muito.

RESUMO

A proposta de um projeto de interiores para uma joalheria no Brasil busca unir elementos clássicos e modernos, atendendo ao crescente interesse pelo comércio de luxo. A joalheria se destaca pelo apelo emocional das joias, que são associadas a presentes especiais e investimentos, bem como pela oportunidade de criar um ambiente de beleza e significado duradouro. O objetivo central é proporcionar um espaço visualmente atraente, seguro e funcional, com uma exposição adequada das peças para atrair compradores.

A metodologia incluiu o estudo de casos para identificar referências relevantes. Nas considerações finais. O estudo visa inspirar novas perspectivas sobre o papel do design neste setor, incentivando a inovação e a criação de espaços que valorizem a funcionalidade e o refinamento, além de servir como base para futuras pesquisas que aprofundem o entendimento das demandas desse público.

Palavras-chave: Comércio de luxo. Joalheria. Design de interiores. Estilo clássico.

Estilo moderno. Mercado de joias. Cartier.

ABSTRACT

The proposal for an interior design for a jewelry store in Brazil seeks to unite classic and modern elements, meeting the growing interest in luxury commerce. Jewelry stands out for the emotional appeal of jewelry, which is associated with special gifts and investments, as well as the opportunity to create an environment of lasting beauty and meaning. The central objective is to provide a visually appealing, safe and functional space, with an adequate display of the pieces to attract buyers.

The methodology included case studies to identify relevant references. In the final considerations. The study aims to inspire new perspectives on the role of design in this sector, encouraging innovation and the creation of spaces that value functionality and refinement, in addition to serving as a basis for future research that deepens the understanding of the demands of this audience.

Keywords: Luxury trade. Jewelry. Interior design. Classic style. Modern style. Jewelry market. Cartier.

LISTA DE FIGURAS

Figura 1 - Joalheria estilo clássico.....	18
Figura 2 - Joalheria estilo moderno	19
Figura 3 – Fachada Cartier Genebra.....	23
Figura 4 – Interior Cartier Genebra.....	24
Figura 5 – Área do expositor redondo	24
Figura 6 – Piso de mármore Soleil levant.....	25
Figura 7 – Fachada H. Stern.....	26
Figura 8 – Interior H. Stern.....	27
Figura 9 – Fachada Sauer Guarulhos	28
Figura 10 – Interior Sauer Guarulhos	29
Figura 11 – Visão aérea do Rio de Janeiro	30
Figura 12 – Praia da Barra da Tijuca.....	31
Figura 13 – Visão aérea da Barra da Tijuca.....	32
Figura 14 – Village Mall.....	32
Figura 15 – Pontos de acesso	33
Figura 16 – Trajeto: ponto de ônibus no Centro Empresarial BarraShopping, Av. das Américas (vermelho)	33
Figura 17 – Trajeto: ponto de ônibus na Avenida das Américas 4080 (preto).....	34

Figura 18 – Trajeto: pontos de ônibus na Avenida das Américas, próximo ao 3746-3804 (laranja).....	35
Figura 19 – Localização da loja	35
Figura 20 – Organograma	39
Figura 21 – Setorização	40
Figura 22 – Moodboard mapa de acabamento	41
Figura 23 – Planta de reforma	42
Figura 24 – Fluxograma	43
Figura 25 – Layout.....	44
Figura 26 – Memorial ilustrativo: fachada.....	45
Figura 27 – Render da Fachada.....	46
Figura 28 – Memorial ilustrativo: vitrine	46
Figura 29 – Layout: área de atendimento e expositora.....	47
Figura 30 – Memorial Ilustrativo: área de atendimento – luminotécnica	48
Figura 31 – Memorial Ilustrativo: área de atendimento e expositora – layout.....	48
Figura 32 – Memorial Ilustrativo: área de atendimento e expositora – vista A	49
Figura 33 – Memorial Ilustrativo: área de atendimento e expositora – vista B	49
Figura 34 – Memorial Ilustrativo: área de atendimento e expositora – vista C	50
Figura 35 – Perspectivas isométricas: área de atendimento	50
Figura 36 – Render 1: área de atendimento.....	51
Figura 37 – Render 2: área de atendimento.....	51

Figura 38 – Render 3: área de atendimento.....	52
Figura 39 – Layout: escritório.....	53
Figura 40 – Memorial Ilustrativo: escritório – luminotécnico	54
Figura 41 – Memorial Ilustrativo: escritório – layout.....	54
Figura 42 – Memorial Ilustrativo: escritório – vista A	55
Figura 43 – Memorial Ilustrativo: escritório – vista B	56
Figura 44 – Perspectiva isométrica: escritório.....	56
Figura 45 – Memorial Ilustrativo: estoque – layout e luminotécnico.....	57
Figura 46 – Vista A e perspectiva isométrica: estoque	58
Figura 47 – Render: estoque	58

LISTA DE ABREVIATURAS DE SIGLAS

ACM	Alumínio composto
IBGE	Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística
IBGM	Instituto Brasileiro de Gemas e Metais Preciosos
PIB	Produto Interno Bruto
SEBRAE	Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas

SUMÁRIO

1. INTRODUÇÃO	12
2. JOALHERIA	13
2.1 Joalheria artesanal.....	13
2.2 Joalheria comercial (industrial).....	14
2.3 Diferenciação entre joalheria artesanal e comercial.....	14
3. PERFIL DO CONSUMIDOR	16
3.1 Ancestral (Tradição).....	16
3.2 <i>Renew</i> (Movimento).....	16
3.3 <i>Fair Cost</i> (Preço justo).....	16
3.4 <i>Connection</i> (Interligados).....	17
3.5 <i>Manufacturing</i> (Gosto de entender)	17
3.6 <i>Lifelike</i> (Sustentável)	17
4. ESTILO	18
4.1 Estilo Clássico.....	18
4.2 Estilo Moderno	19
5. SEGURANÇA.....	20
5.1 Iluminação	20
5.2 Portas de segurança.....	21
5.3 Vidro Blindado.....	21
6. ESTUDO DE CASO: CARTIER GENEVA.....	23
7. ESTUDO DE CASO: H. STERN NOVA IORQUE.....	26
8. ESTUDO DE CASO: SAUER – GUARULHOS	28
9. DIAGNÓSTICO DO LOCAL	30
9.1. Análise Socioeconômica.....	31
9.2. Localização	31
9.3. Características do local	32

9.4. Análise do layout.....	35
10. PÚBLICO - ALVO	36
11. CONCEITO DO PROJETO.....	37
11.1 Cartier.....	37
12. ANÁLISE DE NECESSIDADES, CATEGORIZAÇÃO E SETORIZAÇÃO	39
13. MAPA DE ACABAMENTO.....	41
15. FLUXOGRAMA	43
15.1 Descrição do fluxograma.....	43
16. LAYOUT	44
18. ÁREA DE ATENDIMENTO E EXPOSITORA	47
19. ESCRITÓRIO	53
20. ESTOQUE	57
21. CONSIDERAÇÕES FINAIS.....	59
REFERÊNCIAS.....	60

1. INTRODUÇÃO

Visando o investimento e estudo na área do comércio de luxo brasileiro, surgiu a proposta da elaboração de um projeto de interiores para uma joalheria. O conceito estético terá elementos clássicos e modernos. As joalherias são atraentes pelo fato da durabilidade do mercado de joias e acessórios, à associação destas a presentes especiais e investimentos, à oportunidade de expressar criatividade e estilo pessoal, e à satisfação de trabalhar com itens de beleza e significado emocional, que possibilita a construção de um negócio duradouro e lucrativo.

Os objetivos do projeto são propor um ambiente visualmente atraente e agradável, trazer segurança para o estabelecimento e os clientes, e o mais importante, a exposição de maneira adequada das peças, pois é fundamental fisgar de vez os compradores.

A metodologia utilizada para o desenvolvimento deste trabalho foi a investigação de projetos por meio estudos de caso para fazer uma análise de itens que possam servir de referência projetual.

2. JOALHERIA

Para ter o entendimento sobre o que é uma joalheria, é necessário a diferenciação de dois tipos de joalheria, que são: joalheria artesanal e joalheria comercial.

2.1 Joalheria artesanal

Joalheria artesanal é a criação de joias exclusivas feitas à mão, usando técnicas tradicionais e/ou inovadoras com materiais de alta qualidade. Cada peça é única e carrega consigo o cuidado e a habilidade do artesão que a criou. Essa forma de expressão artística e artesanal continua a encantar e cativar apreciadores de joias em todo o mundo, preservando tradições e valorizando o trabalho manual e a individualidade em um mercado muitas vezes dominado pela produção em massa. (O QUE É., 2024; BRUNER, 2020).

Algumas das técnicas mais populares incluem gravação, que envolve a marcação ou entalhe de um design em superfícies metálicas como ouro, prata ou platina sem causar danos ao metal. A filigrana – utiliza fios bastante finos de Ouro e Prata para a produção de peças –, a fundição que envolve o aquecimento dos materiais até ficarem líquidos e em seguida são despejados em um molde com cavidade, adotando a forma desejada para a peça final, e por fim a cravação na qual fixa as gemas na joia. (GRAVOTECH, [202-]). (COMPRO JOIAS BH, [202-]). (CÉSAR, 2022). (ATELIER MOURÃO, 2024).

Ao longo da história, desde os tempos mais remotos, as pessoas têm produzido adornos e peças preciosas de maneira artesanal, utilizando métodos simples e os materiais disponíveis na época, como pedras, conchas, ossos e metais. Com o passar dos séculos, a joalheria artesanal evoluiu, incorporando tanto técnicas modernas e inovadoras quanto mantendo vivas as tradições e técnicas ancestrais.

Algumas das tendências atuais incluem o uso de materiais sustentáveis e reciclados, bem como designs inovadores e não convencionais. (BRUNER, 2020).

2.2 Joalheria comercial (industrial)

Segundo Estrela [2023] e Videla (2016, p. 63), as joalherias comerciais são locais com especialidade na venda de joias e adotar as práticas do design com intuito de obter escala. Neste aspecto, a contribuição do design é no sentido de desenvolver projetos que permitam agilizar a produção. Esses itens decorativos, na maioria das vezes, fabricados com materiais preciosos, como pedras e metais altamente valiosos.

Além disso, esses estabelecimentos oferecem uma grande variedade de produtos, entre eles, anéis, colares, brincos, pulseiras, pingentes e até mesmo relógios, que são projetados e produzidos por ourives e designers de joias.

Os ourives são especialistas em preparar materiais para fabricar e consertar joias, bijuterias e lapidar gemas, além de montar joias fazer ajustes e venda desses objetos de ouro e prata. (O QUE SIGNIFICA., 2022).

Já os designers de joias são responsáveis por criar no processo de produção de joias. (QUAL A., 2020).

As joalherias não apenas vendem joias prontas, mas também oferecem serviços de design personalizado, reparos, polimento e limpeza de acessórios.

Esses locais desempenham um papel crucial na indústria da moda e da beleza, agregando valor às roupas e expressando a personalidade e estilo únicos de cada pessoa. Além disso, esses estabelecimentos são procurados por clientes em busca de presentes significativos para momentos especiais. (ESTRELA, [2023]).

2.3 Diferenciação entre joalheria artesanal e comercial

A diferença principal entre a joalheria comercial e a joalheria artesanal está no processo de produção das joias. (O QUE É., 2024).

Enquanto as joalherias comerciais oferecem uma variedade de joias produzidas em larga escala, muitas vezes por designers e ourives contratados, a joalheria artesanal foca na produção manual e personalizada de peças únicas. Os artesãos joalheiros geralmente trabalham de forma independente ou em pequenas oficinas, utilizando técnicas tradicionais e materiais preciosos para criar peças exclusivas.

Além disso, as joalherias artesanais muitas vezes valorizam a criatividade, a originalidade e a atenção aos detalhes, enquanto as joalherias comerciais podem priorizar a produção em grande escala e a oferta de uma ampla gama de produtos padronizados.

3. PERFIL DO CONSUMIDOR

O estudo do Instituto Brasileiro de Gemas e Metais Preciosos (IBGM), realizado em parceria com a *Ayr Consulting*, mostra o perfil dos consumidores brasileiros de joias. O método utilizado para a realização da pesquisa foi o *coolhunting* (observação de consumidores em seus momentos de vivência), com foco em São Paulo e Rio de Janeiro. O estudo segmentou os consumidores em seis perfis diferentes. (SEBRAE, 2015).

3.1 Ancestral (Tradição)

Pretendem preservar a herança e o legado histórico, criando um ambiente favorável aos produtos que demonstram uma mistura entre o clássico e o moderno. Procuram produtos que aliam a praticidade moderna à sofisticação do tradicional.

3.2 Renew (Movimento)

Os produtos promovem experiências e atividades, ao mesmo tempo em que proporcionam sensações de liberdade e autonomia. Informais e descontraídos, procuram produtos que lhes ofereçam uma variedade de opções que espelhem a própria individualidade.

3.3 Fair Cost (Preço justo)

Atuam de forma predominantemente racional, considerando as novas prioridades e gastando apenas no que verdadeiramente deseja.

3.4 *Connection* (Interligados)

Consumem produtos e serviços sustentáveis e utilizam canais de comunicação e redes sociais que propiciam o estabelecimento de inúmeras conexões.

3.5 *Manufacturing* (Gosto de entender)

Refletem a procura do “saber como se faz”, onde é perceptível uma educação que tende para a criatividade.

3.6 *Lifelike* (Sustentável)

Valorizam a criação de estratégias para o futuro e o ambiente: produtos e serviços para a vida.

4. ESTILO

Para trazer um conceito único, foram escolhidos dois estilos para o projeto, sendo eles o clássico e o moderno.

4.1 Estilo Clássico

A decoração clássica traz um ar luxuoso ao ambiente, com suas cores sofisticadas e objetos ornamentais. Na área de Design de Interiores, esse estilo cria uma atmosfera que transmite prestígio e tradição, que reflete a qualidade e a durabilidade das peças expostas. (CONSÓRCIO EMBRACON, [202-]). Na figura abaixo será representado o estilo clássico em uma joalheria.

Figura 1 - Joalheria estilo clássico



Fonte: CASACOR (2015).

Disponível em: <https://www.vivadecora.com.br/revista/boa-ideia-para-joalheria-design-casa-cor/>.
Acesso em: 08 de maio de 2024.

4.2 Estilo Moderno

O estilo moderno se refere a uma tendência artística e arquitetônica desenvolvida na primeira metade do século XX. Esse estilo não é composto apenas por objetos e móveis com design futurista, mas também possui algumas características como a simplicidade e praticidade, que oferece uma atmosfera despojada e sem enfeites aos ambientes. (BRASFAMA FLORES, [202-]). A imagem a seguir, mostrará uma joalheria com o estilo moderno.

Figura 2 - Joalheria estilo moderno



Fonte: CASACOR (2021).

Disponível em: <https://casacor.abril.com.br/ambientes/joalheria-reinventada-loja-casacor-rio/>. Acesso em: 08 de maio de 2024.

5. SEGURANÇA

Os aspectos de segurança vão desde a localização geográfica da loja e suas características estruturais até a análise do tipo de pessoas que passam por ali e a proximidade com possíveis ameaças.

Esses estabelecimentos apresentam desafios e vulnerabilidades únicos, que são muito diferentes dos enfrentados por outros tipos de lojas. O alto valor dos produtos, muitas vezes concentrado em espaços pequenos, torna essas lojas alvos atrativos para uma variedade de criminosos, desde os furtivos até aqueles dispostos a realizar assaltos ousados e cuidadosamente planejados. Os aspectos de segurança vão desde a localização geográfica da loja e suas características estruturais até a análise do tipo de pessoas que passam por ali e a proximidade com possíveis ameaças. (PREMIUM SEGURANÇA, 2024; TAVERNA, 2019).

5.1 Iluminação

Uma joalheria deve estabelecer uma segurança adequada, com a finalidade de garantir uma alta tecnologia avançada e materiais de alta qualidade, resistentes e estéticos, que protege os itens valiosos, garante uma segurança física dos funcionários e clientes e previne furtos ou danos, causado por criminosos.

Áreas mal iluminadas podem se tornar locais vulneráveis, principalmente durante a noite. Elas atraem pessoas que buscam oportunidades para invadir, arrombar e furtar. (ENTENDA., [202-])

Ao implementar um sistema eficaz de iluminação, estrategicamente pensado para o local determinado, essas situações de risco se diluem porque sua possibilidade é considerada. Portanto, quando pensar em segurança patrimonial, assegure-se que a boa iluminação estará garantida. (ENTENDA., [202-]).

E ainda de acordo com o texto, os outros componentes de um sistema de segurança precisam de iluminação adequada para funcionar eficientemente,

especialmente quando acionados. Portanto, a iluminação noturna é um requisito fundamental para o bom desempenho de todo o sistema de segurança, já que todos os aspectos estão interligados.

5.2 Portas de segurança

A inserção de portas giratórias ou de segurança com detector de metais, antiarrombamento com blindagem balística e resistente à pés de cabra, alavancas, marretas, furadeiras, chaves micha, ataques físicos e tiros de pistolas, revólveres e fuzis, são extremamente importantes, pois inibem que o criminoso antes mesmo de sua entrada ao local. (TAVERNA, 2019; ENTENDA., [202-]).

Os aspectos precisam ser pensados de forma integrada às ações, equipamentos e técnicas de segurança. Dessa forma fica garantido um desempenho acima da média. Essa integração permite uma proteção eficiente. Projetos integrados de segurança com comunicação entre os elementos físicos, operacionais e de contingência, garantem mais segurança e proteção, tanto dos ativos de uma empresa quanto das pessoas. (ENTENDA., [202-]).

5.3 Vidro Blindado

Muitas pessoas e estabelecimentos já sofreram uma tentativa de roubo e afins no Brasil, por isso, buscam cada vez mais estratégias para se manterem seguras.

Os vidros blindados são uma excelente opção para quem busca segurança em qualquer lugar, principalmente em locais com itens de alto valor, como as joalherias. O vidro blindado, também conhecido como vidro á prova de balas, protege o local contra disparos de armas de fogo por meio de sua composição multilaminada. Apesar de não serem completamente impenetráveis, mas possuem alta resistência contra vários outros tipos de penetrações. E antes eram utilizados por um mercado

específico, no entanto seu uso tem se popularizado, resultando em mais conhecimento sobre o material e maior facilidade de negociação. (VIDROS., [202-].

6. ESTUDO DE CASO: CARTIER GENEVA

Escolhemos a “Cartier de Genebra” como objeto de estudo de caso devido ao seu estilo sofisticado e cores, estando de acordo com os estilos do projeto.

Localizado em Genebra na Suíça, feito pela *Agence Moinard Bétaille* em 2021, o projeto consiste em uma reforma proposta, na qual mantém a elegância e o luxo característicos da marca, com atenção aos detalhes refinados e à representação artística. (MOINARD BÉTAILLE, 2021).

Figura 3 – Fachada Cartier Genebra



Fonte: Alamy [202-].

Disponível em: [Cartier logo hi-res stock photography and images - Alamy](#) Acesso em: 29 de abr. de 2024.

Uma característica marcante dessa loja é a representação refinada e ampliada em tons de bege, verde, cinza, branco, dourado e o uso de mosaicos (arte decorativa que consiste em criar figuras geométricas ou abstratas com pequenos fragmentos de materiais) pela artista Moinard Bétaille, que representam elementos locais, como edelweiss (uma flor em forma de estrela encontrada no alto dos Alpes. Encontrada na Áustria e Suíça), gramíneas (uma extensa família de ervas anuais, como as gramas, com folhas semelhantes a lâminas, caule oco e raízes ramificadas) e o leopardo das neves. Isso mostra habilidade artística e técnica na criação dos painéis, proporcionando uma conexão visual com a região e a tradição local.

Figura 4 – Interior Cartier Genebra



Fonte: MoinardBétaille (2021)

Disponível em: [CartierGeneva- Moinard- Bétaille \(moinard-betaille.com\)](https://moinard-betaille.com) Acesso em: 29 de abr. de 2024.

Figura 5 – Área do expositor redondo



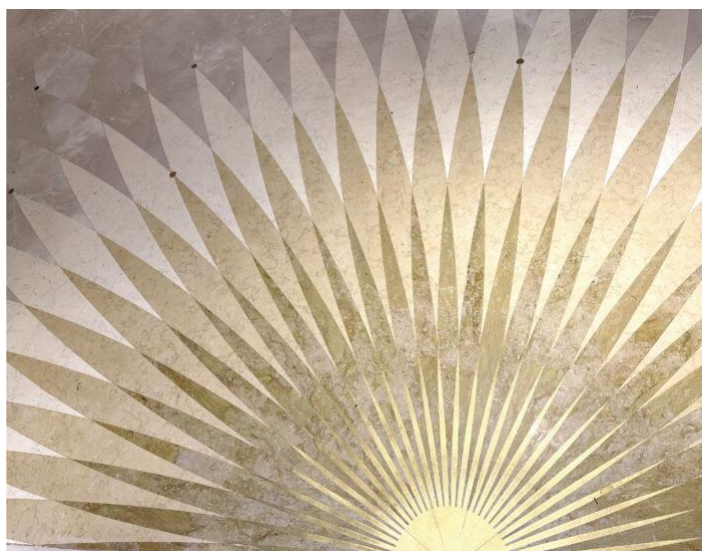
Fonte: Lasvit [202-]

Disponível em: [CartierFlagshipStore \(lasvit.com\)](https://lasvit.com) Acesso em: 02 de maio de 2024.

Outro elemento de destaque é o piso de mármore *Soleil levant* (Sol Nascente/ Nacer do Sol em português) com inserção de latão (liga metálica de cobre e zinco)

inspirado em uma joia Cartier, que foi projetado para compor a entrada principal da loja, proporcionando uma experiência visual impactante e marcante para os visitantes. (MOINARD BÉTAILLE, 2021; CUNHA, 2019; PLUESS, 2018; ARAÚJO, [201-]).

Figura 6 – Piso de mármore Soleil levant



Fonte: MathildeJonquière (2021)

Disponível em: [MathildeJonquière- CartierGeneva \(mathildejonquiere.fr\)](https://mathildejonquiere.com/) Acesso em: 29 de abr. de 2024.

7. ESTUDO DE CASO: H. STERN NOVA IORQUE

A iluminação é um dos aspectos mais importantes para destacar as peças expostas e garantir uma experiência sensorial envolvente, por isso, o projeto desenvolvido pelo Studio Arthur Casas para a loja “H. Stern” foi definido como inspiração nesse quesito.

Situada na *5th Avenue*, avenida mais famosa da cidade de Nova Iorque, Estados Unidos, a H. Stern possui uma fachada pensada para comunicar a singularidade da loja em meio à agitação local, enquanto o interior foi concebido para convidar os passantes a adentrarem o espaço. A disposição dos expositores e mesas de atendimento, juntamente com a escolha de texturas complementares em tonalidades neutras e cálidas, cria um ambiente convidativo e propício à descoberta das peças.

Figura 7 – Fachada H. Stern



Fonte: Ricardo Labougle (2015)

Disponível em: [H.Stern Nova Iorque / Studio Arthur Casas | ArchDaily Brasil](#) Acesso em: 23 de abr. de 2024.

O estilo do espaço é marcado por uma combinação de elementos que evocam a identidade brasileira e cosmopolita da marca. A arquitetura foi pensada para ser complementar à delicadeza das peças, criando uma atmosfera aconchegante que remete a uma caixa de joias. E a utilização de formas orgânicas, tons dourados e envelhecidos, além da homenagem ao design americano moderno, contribuem para um estilo sofisticado e acolhedor. (ARCHDAILY, 2015).

Figura 8 – Interior H. Stern



Fonte: Ricardo Labougle (2015)

Disponível em: [H.Stern Nova Iorque / Studio Arthur Casas | ArchDaily Brasil](#) Acesso em: 23 de abr. de 2024.

8. ESTUDO DE CASO: SAUER – GUARULHOS

Para trazer a estética clássica ao nosso projeto, o principal motivo pela escolha do projeto “Sauer Guarulhos” como referência foi o modelo dos expositores verticais.

O espaço projetado pelo Estudio Tupi e iluminação desenvolvida pelo Estúdio Carlos Fortes, estava localizado no Aeroporto da cidade de Guarulhos, São Paulo e apresenta um estilo arquitetônico marcado por um contraste profundo, que vai do amarelo claro nos pisos e no mobiliário a um verde profundo nas superfícies mais altas, o que remete a uma estética museológica.

Figura 9 – Fachada Sauer Guarulhos



Fonte: Tadeu Melegatt (2020)

Disponível em: [Joalheria Sauer Guarulhos / Estudio Tupi | ArchDaily Brasil](#) Acesso em: 23 de abr. de 2024.

A arquitetura valoriza o uso de pedras brasileiras e distribui os expositores de maneira aleatória e orgânica, assemelhando-se a uma floresta de totens.

Os espaços foram projetados para destacar as joias, objetos de arte e gemas, com um sistema de iluminação específico (no qual permite configurações com diferentes temperaturas de cor) que intensifica as cores e o brilho das gemas,

evidenciando sua beleza. Além disso, a loja possui uma área de trabalho para os funcionários e outra para reunião com os clientes, o que preza pelo conforto e funcionalidade do projeto. (ARCHDAILY, 2020).

Figura 10 – Interior Sauer Guarulhos



Fonte: Tadeu Melegatt (2020)

Disponível em: [Joalheria Sauer Guarulhos / Estudio Tupi | ArchDaily Brasil](#). Acesso em: 23 de abr. de 2024.

9. DIAGNÓSTICO DO LOCAL

Para esse projeto, foram avaliados diversos locais onde obtivesse o interesse comercial e com grande segurança. Após utilizar todos esses pontos, o local escolhido está instalado na Avenida das Américas (Barra da Tijuca) na cidade do Rio de Janeiro, onde está localizado o shopping "Village Mall".

Uma das cidades mais icônicas e grandes do Brasil, conhecida mundialmente por sua cultura e cenários naturais deslumbrantes. O Rio é mais do que um dos destinos turísticos mais procurados no mundo, mas também o centro de muitos dos principais eventos históricos que ocorreram no país, desde sua origem como uma colônia. E seja você morador ou visitante, a cidade segue tendo a capacidade de inspirar e cativar muitas pessoas ao seu redor. (TIROLESA.BONDINHO, [2023]).

De acordo com o IBGE (2022), o Rio de Janeiro tem cerca de 6, 211.223 milhões de habitantes. Seu PIB per capita era de R\$ 53.078,23 em 2021. [G1.GLOBO, 2023). (IBGE, 2023)].

Figura 11 – Visão aérea do Rio de Janeiro



Fonte: Fonte: Tirolesa Bloquinho (2023). Disponível em: [Rio de Janeiro: história e fatos interessantes](#) Acesso em: 02 de nov. de 2024.

9.1. Análise Socioeconômica

Por ser um lugar de grande conhecimento, com uma ideia de campo luxuoso por conta de suas praias famosas e bem conhecidas e com muitos turistas o ano inteiro, escolhemos a Barra como estratégia de marketing para compras de valores. Sinônimo de sofisticação no Rio, a Barra da Tijuca se estende por 18 km pela Zona Oeste e é a maior praia do estado do Rio de Janeiro. A região foi uma das últimas a receber construções na cidade e ainda conta com áreas de proteção ambiental.

Figura 12 – Praia da Barra da Tijuca



Fonte: ImoBR [202-]. Disponível em: [Barra da Tijuca Rio de Janeiro](#). Acesso em: 12 de ago. de 2024.

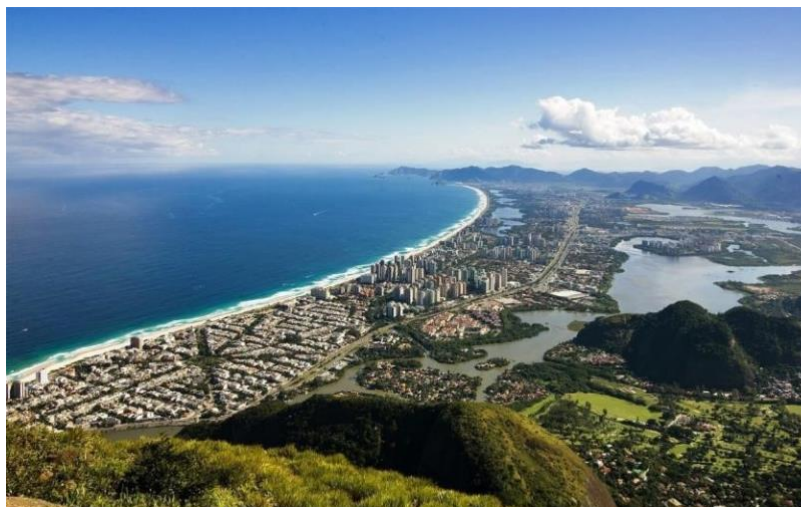
9.2. Localização

A localização do shopping se encontra na Avenida das Américas, 3900.

Barra da Tijuca ficou em 1º (primeiro) lugar do rank de melhores bairros no IPS pela sua avaliação de desenvolvimento e bem-estar, pelo seu nível de acesso e qualidade da educação básica e superior. A Barra fica a 40 km do centro da cidade e vale a pena se hospedar no bairro para aproveitar todas as opções de lazer.

(HOTEIS.COM, [20--]).

Figura 13 – Visão aérea da Barra da Tijuca



Fonte: Cariocaria (2016). [Barra da Tijuca, o bairro olímpico do Rio de Janeiro :: Cariocaria](#). Acesso em: 18 de ago. de 2024.

9.3. Características do local

Atualmente, o shopping Village Mall conta com 117.904 m² de área de construção, sendo 26.371 m² de área bruta locável. Serão adicionados mais 2.560 m² de ABL depois de sua expansão.

Figura 14 – Village Mall



Fonte: Multiplan [20-]. Disponível em: [VillageMall: Luxo e Exclusividade no RJ](#). Acesso em: 27 de abr. de 2024.

Por ser um shopping grande a várias maneiras de entradas no estabelecimento, como ônibus, carros, bicicletas etc. Essas são as formas mais fáceis para a chegada dos clientes, pois, o tempo de deslocamento é de cerca de um minuto visualizadas nas imagens abaixo.

Figura 15 – Pontos de acesso



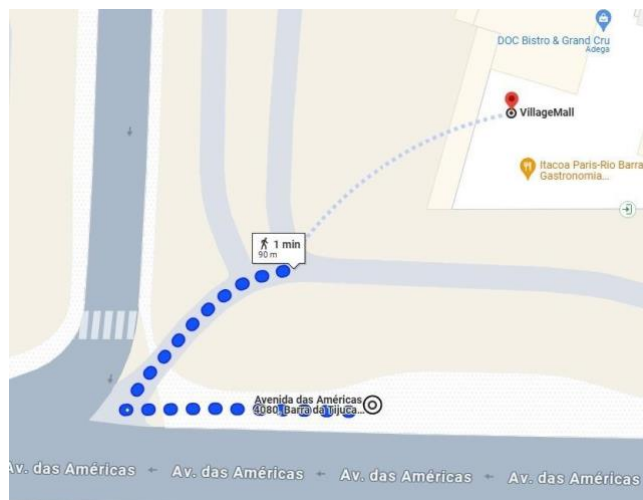
Fonte: Fonte: Ana Júlia de Araujo Lopes, 2024.

Figura 16 – Trajeto: ponto de ônibus no Centro Empresarial BarraShopping, Av. das Américas (vermelho)



Fonte: Fonte: Ana Júlia de Araujo Lopes, 2024.

Figura 17 – Trajeto: ponto de ônibus na Avenida das Américas 4080 (preto)



Fonte: Fonte: Ana Júlia de Araujo Lopes, 2024.

Figura 18 – Trajeto: pontos de ônibus na Avenida das Américas, próximo ao 3746-3804 (laranja).



Fonte: Fonte: Ana Júlia de Araujo Lopes, 2024.

9.4. Análise do layout

Através da planta obtida no site Village Mall, mostra se o departamento com setor único número 124, marcado pela cor marrom que está localizado no piso L1. O local dá acesso ao pátio do shopping.

Figura 19 – Localização da loja



Fonte: Fonte: Ana Júlia de Araujo Lopes, 2024.

10. PÚBLICO - ALVO

O público-alvo de uma joalheria é formado por pessoas que valorizam a exclusividade, sofisticação e qualidade, buscando peças que reflitam seu estilo pessoal de maneira elegante e única. Esses consumidores são amantes de arte e design, que apreciam a tradição e o trabalho artesanal por trás de cada joia, preferindo peças atemporais que transmitam emoções e contem histórias. Também fazem parte desse público aqueles que procuram presentes para ocasiões especiais e colecionadores que admiram a habilidade e criatividade dos designers e ourives. Mesmo em períodos de recessão econômica, o mercado de joias é sustentado principalmente por mulheres das classes A e B, embora os homens também tenham uma participação significativa. As mulheres, em especial, mantêm uma forte fidelidade ao consumo de produtos ligados à beleza, vaidade, luxo e refinamento, o que contribui para que as vendas de joias permaneçam elevadas mesmo em tempos de dificuldades econômicas. (SIGMA, [202-]).

11. CONCEITO DO PROJETO

Em nossa joalheria, se especializamos em criar peças exclusivas, combinando técnicas artesanais tradicionais com inovações modernas. Cada joia é concebida com a precisão do artesanato e exclusividade dos designs personalizados, utilizando materiais de alta qualidade e gemas como prata, ouro, platina e paládio, para garantir uma obra-prima em cada criação, que não apenas adornam (colocando como enfeite), mas também que contam uma história pessoal, oferecendo uma experiência de luxo sob medida para cada cliente.

Para se destacar no mercado, a loja terá como diferencial a combinação dos estilos moderno e clássico, com o intuito de criar um ambiente sofisticado e atemporal de forma harmônica e luxuosa.

A tecnologia de ponta e a iluminação estratégica destacam as peças da nossa joalheria, proporcionando uma atmosfera acolhedora que atrai uma gama diversificada de clientes.

11.1 Cartier

Fundada no ano de 1847 por *Louis-François Cartier*, na França, a Cartier é reconhecida mundialmente pela sua produção de objetos de luxo, entre eles relógios e joias.

As elegantes alianças e gargantilhas da marca são alguns dos itens mais cobiçados em todo o segmento da alta joalheria.

A popularização do relógio de pulso masculino foi atribuída a marca. Ele foi desenvolvido por solicitação do aeronauta brasileiro Santos Dumont. O protótipo foi criado em 1904, com tiras de couro presas a uma caixa metalizada, e recebeu o nome de “Santos”.

Além do grande prestígio, a história da Cartier é marcada pela proximidade com diversas celebridades e membros de famílias reais. O Rei Eduardo VII do Reino Unido se referiu a empresa como “*a joalheria dos reis e o rei dos joalheiros*”.

Atualmente a marca possui 177 anos, e é uma das mais antigas joalherias do mundo. Possui uma incrível reputação pela qualidade e sofisticação de suas peças e é um sinônimo de luxo desde que foi criada. E hoje a empresa é uma subsidiária da *Compagnie Financière Richemont SA*. (MARTIN, 2019).

A marca foi escolhida pois atende com o que queremos no projeto: modernidade, elegância, conforto e singularidade estética.

12. ANÁLISE DE NECESSIDADES, CATEGORIZAÇÃO E SETORIZAÇÃO

Para que o projeto fosse funcional e bem estruturado de forma que o espaço fosse bem aproveitado, foi preciso realizar um quadro de necessidades, no qual foi separado em 4 ambientes gerais, sendo que um deles possui subdivisões:

- Vitrine
- Área de atendimento (com área para assentos e expositores)
- Escritório
- Estoque

Graças a esse estudo, foi necessário categorizar os ambientes por meio do método chamado organograma, que foi dividido em duas categorias como na figura a seguir, sendo eles: área social, demarcado pela cor marrom escuro e área de funcionários, demarcada pela cor marrom claro.

Figura 20 – Organograma

Área social	Área de funcionários
Área de atendimento	Estoque
Assentos	Escritório
Expositores	
Vitrine	

Fonte: Geovanna dos Santos Leite, 2024.

Figura 21 – Setorização



Fonte: Ana Júlia de Araújo Lopes, 2024.

13. MAPA DE ACABAMENTO

Para visualizar melhor os acabamentos gerais escolhidos nos ambientes antes dos detalhes específicos e pertencentes de cada espaço da loja serem apresentados, foi criado um Moodboard para os materiais utilizados no projeto. Tendo em vista que, de maneira brevemente descrita, o Moodboard é um painel que possui o intuito de ilustrar a composição desses acabamentos. (MIRO, [202-]).

Nesse moodboard, estão representados materiais que remetam ao conforto como o piso vinílico amadeirado, que será instalado por toda a loja. A tinta acrílica que remete a um tom bege (no caso seria a cor espuma de baunilha), que será utilizada em parte das paredes, nas áreas de atendimento e nas do escritório. Nas paredes estoque, será utilizada outra tinta acrílica na cor ouro branco. Também será utilizada uma técnica que remeta ao mármore (no caso seria o marmorato¹) nas paredes da área de atendimento e na fachada.

Já o vidro blindado incolor foi escolhido com o intuito de revestir a fachada, de forma que traga estética e segurança aos clientes. Também foi utilizado a tinta acrílica em tom escuro, o letreiro em latão dourado e o ACM (alumínio composto) de acabamento brilhoso.

Além disso, no moodboard também foram adicionados outros materiais como painéis ripados amadeirados, a pedra dekon e o forro de dry wall, com intenção de trazer uma estética diferenciada.

Figura 22 – Moodboard mapa de acabamento



Fonte: autoria própria em Canva, 2024.

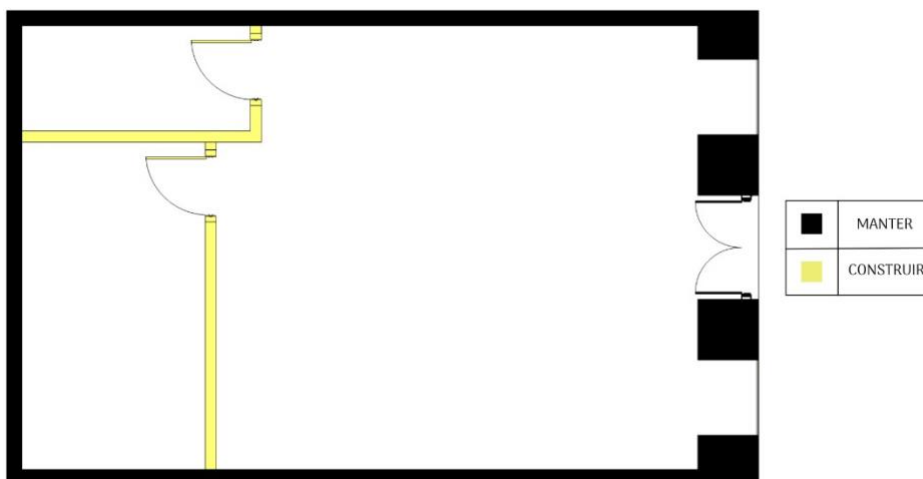
¹ O marmorato é uma técnica de textura aplicada em paredes, resultando em uma aparência semelhante ao mármore. Quando utilizado, esse acabamento imita com grande fidelidade a pedra natural. (VIVA DECORA, 2020).

14. PLANTA DE REFORMA

Foi desenvolvido um estudo para saber as medidas necessárias de cada ambiente, pois a loja em si é uma loja de shopping na qual só tem a estrutura externa e é um espaço alugado. Assim, realizamos algumas mudanças dividindo-as em dois compartimentos internos, optando pela utilização do material drywall em todas as divisões feitas nesta reforma, que serão utilizados no escritório e no estoque. Optamos por utilizar o drywall, pois é um material leve, mais fácil de trabalhar do que as construções de alvenaria, além de ter um menor custo, alta produtividade e ser um método construtivo bastante popular no Brasil.

Como citado anteriormente, a reforma foi pensada de forma prática e funcional, na qual ambos os ambientes possam trazer conforto e lazer para nosso público-alvo. Por esta razão, o primeiro ambiente foi designado para acomodar a área de atendimento em geral, por isso, neste local foi adicionada uma área para vitrine, disposto à frente da loja, nas laterais da entrada

Figura 23 – Planta de reforma



Fonte: Geovanna Letícia de Freitas Farinasso, 2024.

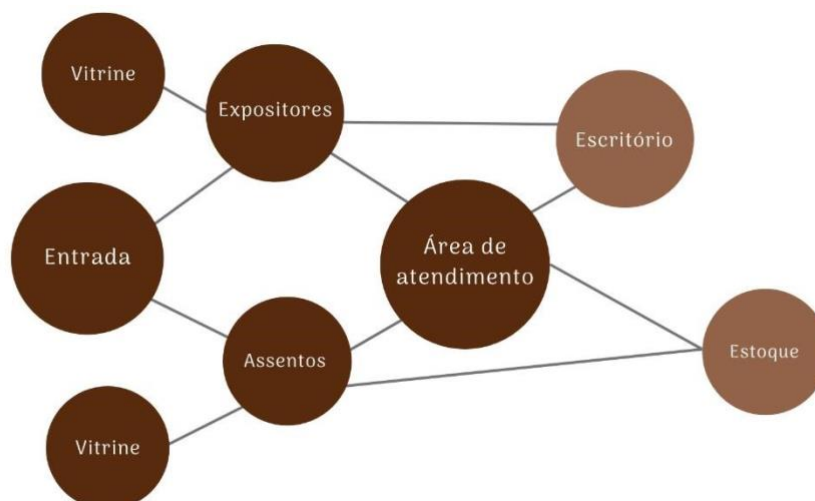
15. FLUXOGRAMA

Para um projeto comercial é importante a movimentação do cliente no estabelecimento, conseqüentemente, foi realizado um estudo de fluxograma para a analisar como seria o acesso da loja. Desta forma foi feito primeiramente um diagrama para facilitar e ilustrar o conhecimento deste estudo.

15.1 Descrição do fluxograma

A entrada está como o acesso principal, todavia as vitrines ficaram do lado direito e do lado esquerdo, a frente temos o expositor de vendas onde fica a exposição de todas as nossas joias, a direita temos os assentos para a comunicação e acomodação do cliente com o funcionário, a direita a prateleira de joias para mais exposição, mais a diante temos a área de atendimento e pagamento, ao lado o escritório para assuntos mais confidenciais e a venda de produtos mais reservados e o estoque usado para estocar os produtos.

Figura 24 – Fluxograma



Fonte: Beatriz Siqueira Batista, 2024.

16. LAYOUT

O layout proposto foi cuidadosamente desenvolvido com a intenção de trazer um conceito que abrange não apenas a sofisticação e a elegância, mas também uma sensação de modernidade e conforto visual. Este projeto visa criar um ambiente agradável e acolhedor, onde cada detalhe foi pensado para proporcionar uma experiência única de luxo e harmonia dentro do layout, nos quais os materiais escolhidos para compor o espaço são uma combinação de elementos orgânicos, estéticos e clássicos, resultando em um ambiente que traz diferentes estilos e preferências. A imitação de mármore, por exemplo, é utilizada em partes específicas como na fachada, na bancada na área de atendimento, e a parede de destaque escolhida de maneira estratégica para evocar a sensação de luxo e requinte, enquanto o nosso revestimento escolhido que compõem todo o layout é o piso vinílico já que, ele oferece praticidade e um toque contemporâneo além de, promover um maior conforto já que é considerado atérmico.

Diante disso, o layout se torna mais do que apenas uma disposição de móveis e objetos; ele se transforma em uma verdadeira obra de arte que reflete um estilo de vida luxuoso e majestoso. Cada elemento foi selecionado para contribuir com uma narrativa visual que celebra a estética moderna enquanto honra as tradições clássicas.

Figura 25 – Layout



Fonte: autoria própria, 2024.

17. FACHADA E VITRINE

É essencial entender a relevância da fachada para compor a loja, já que a partir dele podemos analisar visualmente os elementos do local, podendo atrair os clientes para loja. A busca desde o início foi trazer uma visão luxuosa contemporânea e sofisticada, com isso foi utilizado componentes que contribui para passar essa sensação ao comprador os atraindo. Visto isso para compor essas ideias foi necessário a utilização de matérias que transparece um ar de requinte característicos como a imitação de marmorato no tom marrom, tinta acrílica, chapa ACMpoliéster, vidro blindado e o letreiro que carrega um grande destaque dentro da fachada.

Figura 26 – Memorial ilustrativo: fachada



Fonte: autoria própria, 2024.

A vitrine assume um lugar de extrema importância pois, com ela poderemos visualizar os objetos e produtos expostos, trazendo assim ao cliente uma visão do produto, no qual possivelmente pode ser vendido além de que, a partir dela o estilo, conceito e sua marca registrada, pode ser apresentado ao comprador com isso utilizamos algumas peças de joias luxuosas para ser exibidas.

Figura 27 – Render da Fachada



Fonte: autoria própria, 2024.

Figura 28 – Memorial ilustrativo: vitrine



Fonte: autoria própria, 2024.

18. ÁREA DE ATENDIMENTO E EXPOSITORA

O primeiro ambiente que o cliente encontrará ao entrar na Joalheria Cartier é a nossa área de atendimento, um local que foi projetado e tem o objetivo de realizar o atendimento aos nossos clientes de forma organizada e eficaz. Neste espaço possui um expositor central planejado em tons dourados e amadeirados para expor nossas joias, outro expositor vertical de painel ripado branco, vidro e perfil de LED, e um balcão de MDF e quartzo branco, ambos planejados também. O espaço possui mesas de MDF, poltronas para conforto, e a logo da marca cartier. Os revestimentos para este ambiente foram escolhidos de acordo com a proposta que será transmitida por ele, assim, optamos por utilizar um piso vinílico amadeirado, tinta acrílica espuma de baunilha e uma pintura artística imitando mármore com tons de verde e dourado realizado pelo artista chamado Sandro Ferreira.

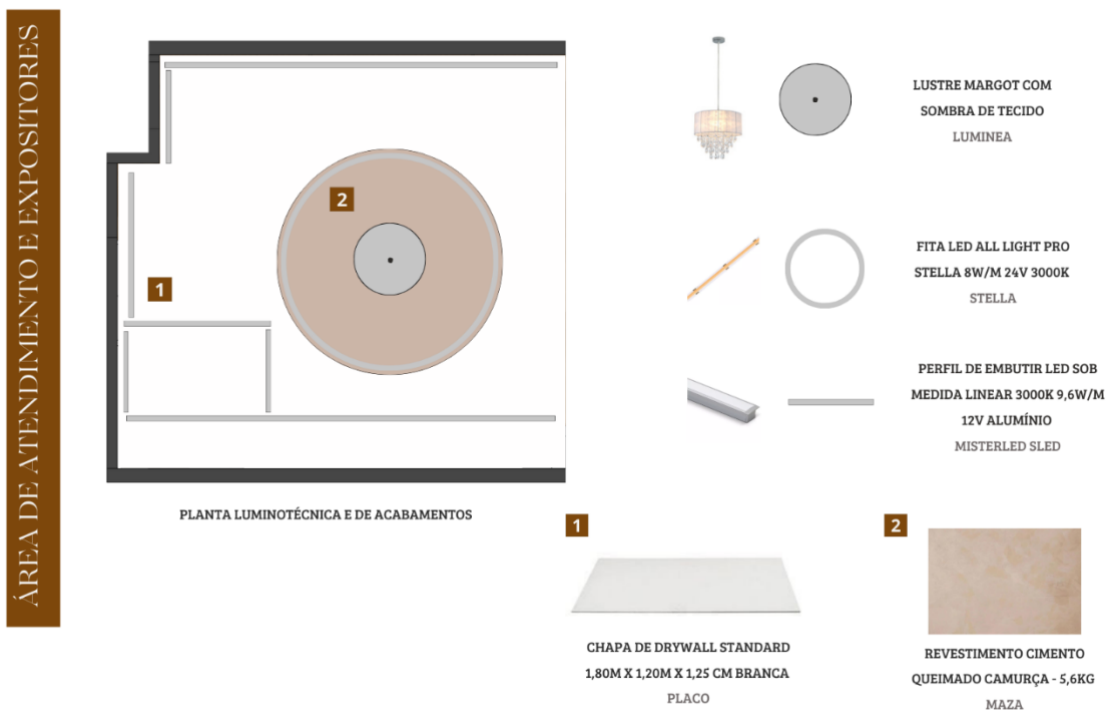
Além do objetivo de atender nosso público, temos em vista que a área de atendimento em geral, possa mudar a visão dos cidadãos, através dos estilos que une designs diferenciados e modelos planejados da nossa joalheria, oferecendo um ambiente de conforto, modernidade, elegância. Sendo assim, uma estética agradável e única.

Figura 29 – Layout: área de atendimento e expositora



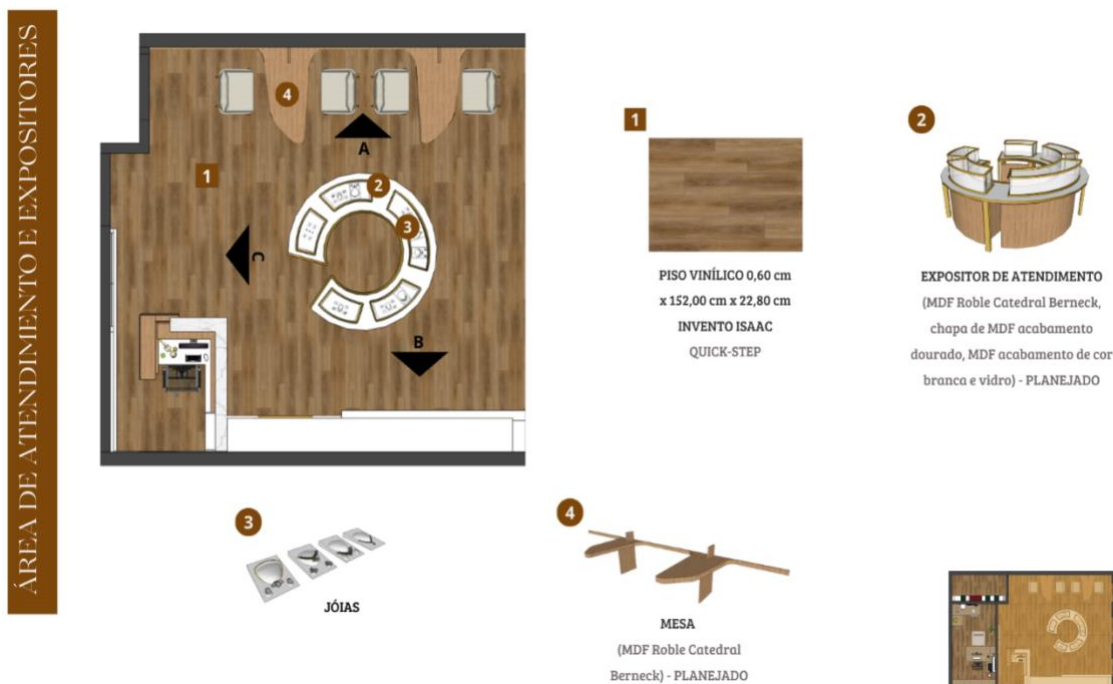
Fonte: autoria própria, 2024.

Figura 30 – Memorial Ilustrativo: área de atendimento – luminotécnica



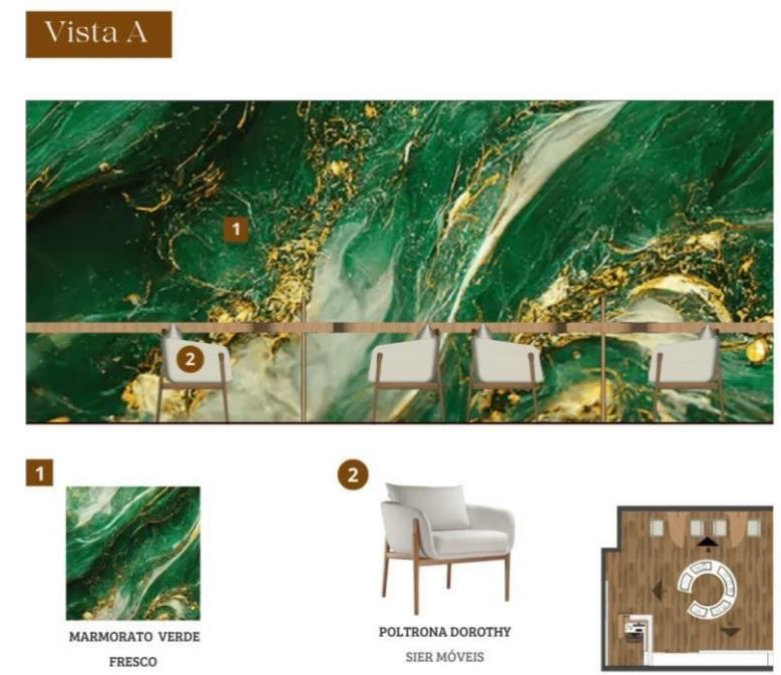
Fonte: autoria própria, 2024.

Figura 31 – Memorial Ilustrativo: área de atendimento e expositora – layout



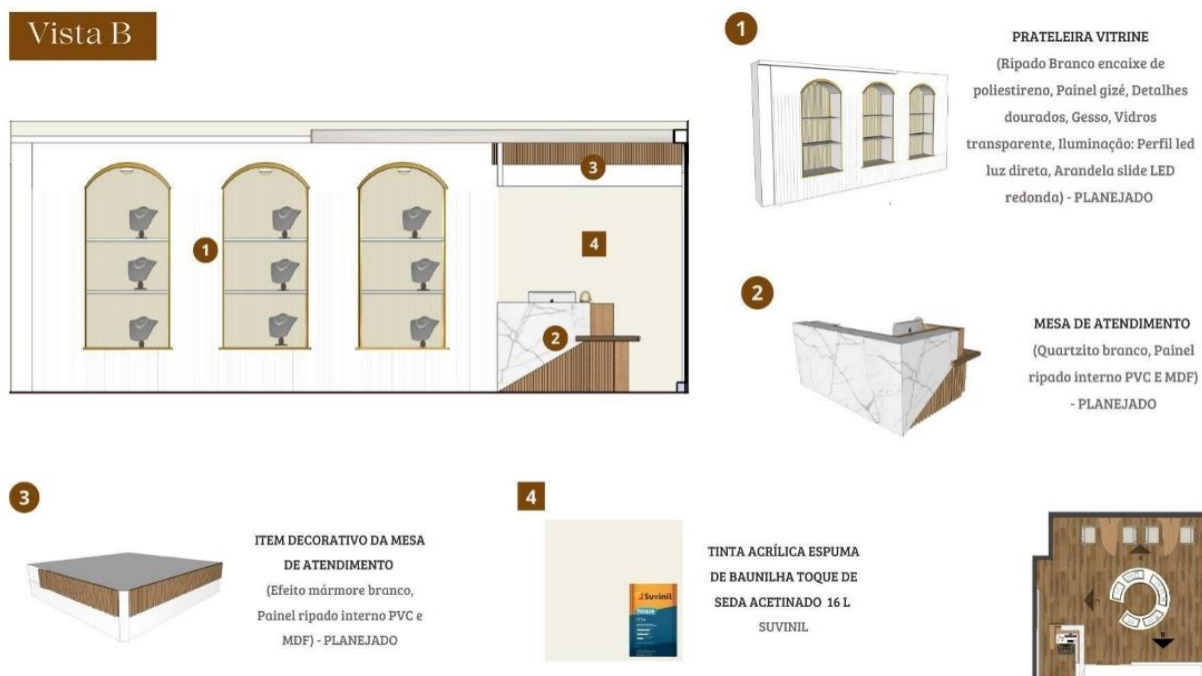
Fonte: autoria própria, 2024.

Figura 32 – Memorial Ilustrativo: área de atendimento e expositora – vista A



Fonte: autoria própria, 2024.

Figura 33 – Memorial Ilustrativo: área de atendimento e expositora – vista B



Fonte: autoria própria, 2024.

Figura 34 – Memorial Ilustrativo: área de atendimento e expositora – vista C



Fonte: autoria própria, 2024.

Figura 35 – Perspectivas isométricas: área de atendimento



Fonte: autoria própria, 2024.

Figura 36 – Render 1: área de atendimento



Fonte: autoria própria, 2024.

Figura 37 – Render 2: área de atendimento



Fonte: autoria própria, 2024.

Figura 38 – Render 3: área de atendimento



Fonte: autoria própria, 2024.

19. ESCRITÓRIO

Pensando na gestão empresarial e comercial da loja, o escritório é uma área de trabalho comumente acessada por funcionários, mas também em ocasiões especiais, pode servir como um ambiente de reunião com algum investidor, ou até mesmo um cliente. Por ser um espaço de trabalho, não há necessidade de muitos elementos de destaque como pinturas ou de muitas decorações.

O acabamento do escritório é o mesmo da área de atendimento, principalmente o piso vinílico, que será usado em toda a loja, para que ficasse de acordo com a proposta do projeto.

Figura 39 – Layout: escritório

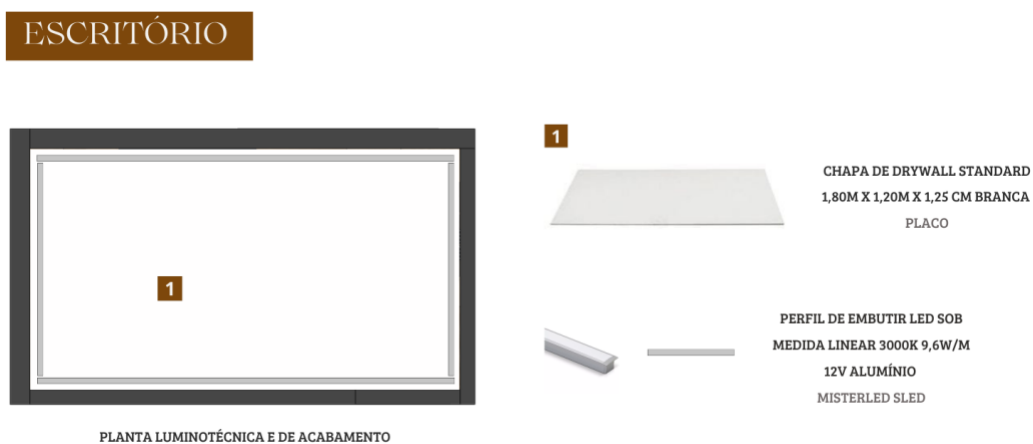


Fonte: autoria própria, 2024.

Apesar do espaço ser compacto, ele possui itens essenciais para desempenhar as funções administrativas, sendo eles: um computador da Apple; uma impressora da marca Epson; a estação gerencial (mesa) equipada com gavetas da marca Marelli; estante planejada de MDF para armazenar livros e documentos físicos; uma cadeira de escritório da loja Open – Live Decora; um televisor da marca LG com o intuito de ajudar em reuniões presenciais e a poltrona Lauren da Mannes Estofados.

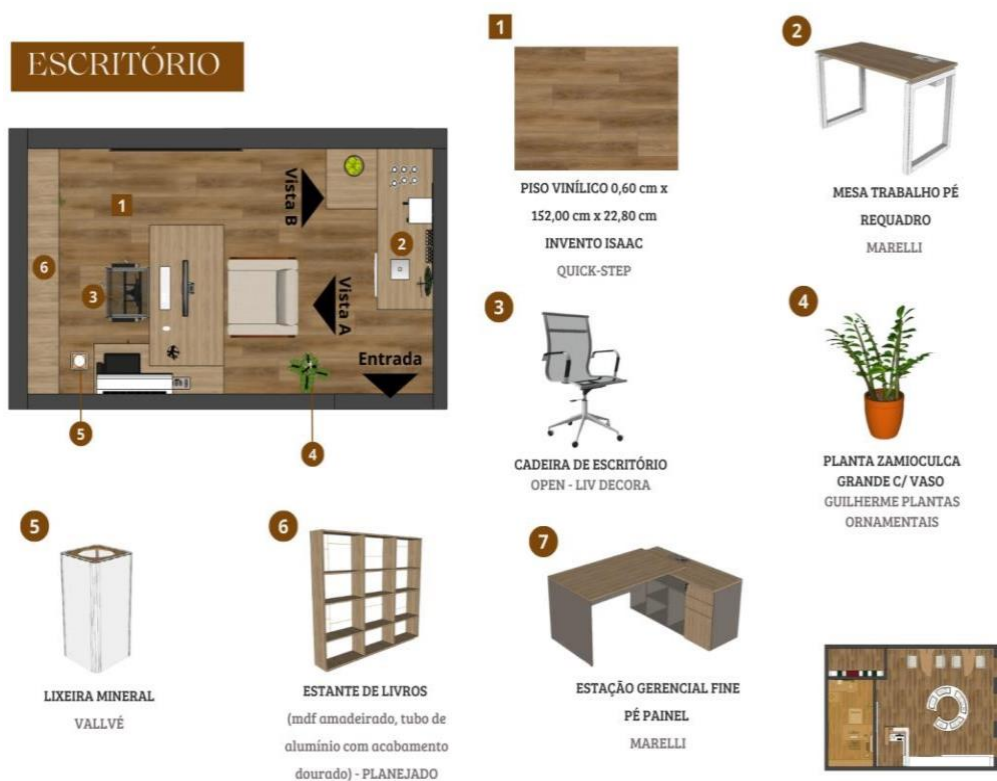
E para o conforto térmico, o ambiente possui um ar-condicionado modelo SPLIT da marca Brastemp.

Figura 40 – Memorial Ilustrativo: escritório – luminotécnico



Fonte: autoria própria, 2024.

Figura 41 – Memorial Ilustrativo: escritório – layout



Fonte: autoria própria, 2024.

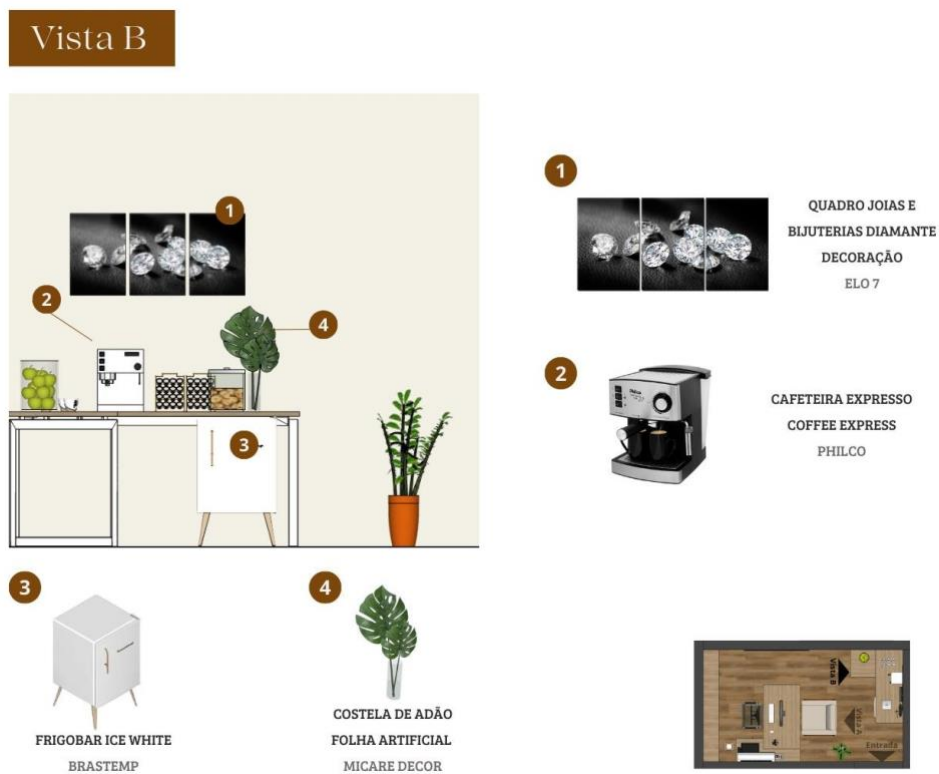
Figura 42 – Memorial Ilustrativo: escritório – vista A



Fonte: autoria própria, 2024.

Também compõe o espaço itens que servirão para o atendimento dos clientes na Área de atendimento, sendo uma mesa de MDF Marelli para apoiar frutas, biscoitos, a máquina de café da marca Philco e as cápsulas de café. Abaixo dela possui um frigobar da Brastemp para armazenar champanhes (*champagnes*).

Figura 43 – Memorial Ilustrativo: escritório – vista B



Fonte: autoria própria, 2024.

Figura 44 – Perspectiva isométrica: escritório



Fonte: autoria própria, 2024.

20. ESTOQUE

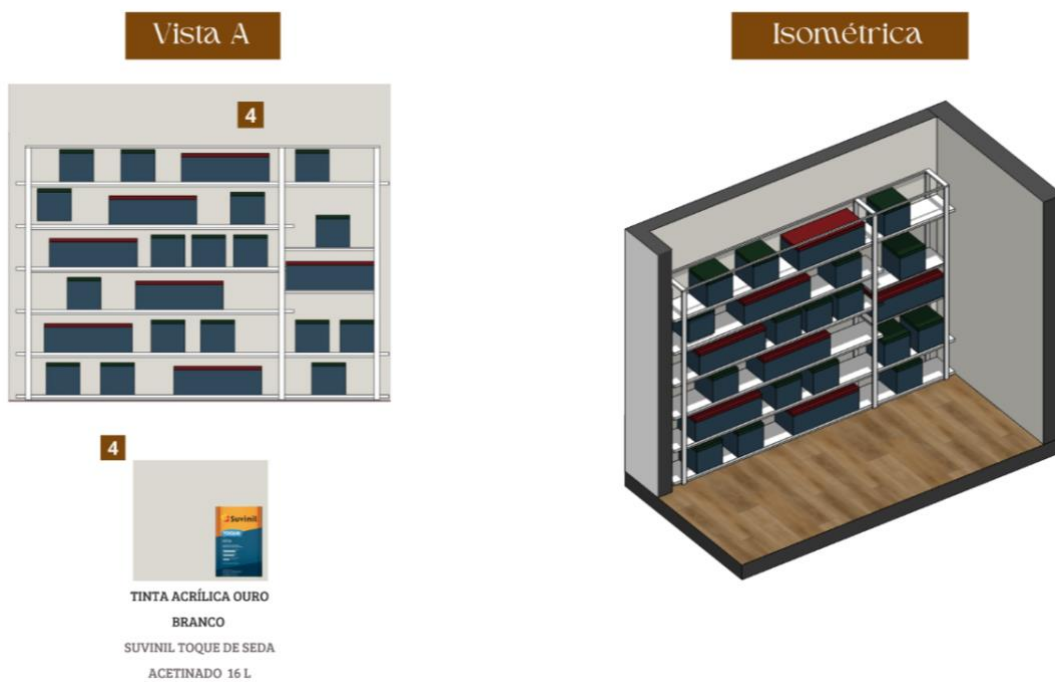
O último ambiente da loja é o estoque de produtos, se encontra ao lado direito no final do ambiente, lá foi usado nas paredes a tinta acrílica Suvinil toque de seda acetinado - Ouro Branco, no chão foi usado piso vinílico invento Isaac Quick- Step. Para a estocagem das joias foi usado estantes para as caixas de produtos como mostrado na imagem.

Figura 45 – Memorial Ilustrativo: estoque – layout e luminotécnico



Fonte: autoria própria, 2024.

Figura 46 – Vista A e perspectiva isométrica: estoque



Fonte: autoria própria, 2024.

Figura 47 – Render: estoque



Fonte: autoria própria, 2024.

21. CONSIDERAÇÕES FINAIS

Por meio deste trabalho, traçamos um caminho que mostra a importância do design de interiores para as inovações no mercado de luxo brasileiro. Aprofundamos não apenas nos aspectos de projeto, mas também em aspectos comerciais.

A estrutura da ideia proposta, evidencia o papel fundamental de um projeto de interiores bem elaborado, que traga elementos que remetam a elegância e modernidade, no objetivo de trazer um ambiente esteticamente agradável, confortável, exclusivo, seguro e que valorize as peças que serão comercializadas. E isso agregou valores ao trabalho e conhecimentos as membros do grupo, contribuindo para o crescimento profissional e pessoal de cada uma.

Com isso, é esperado que este trabalho inspire novos olhares sobre o papel do design de interiores no mercado de luxo brasileiro, promovendo a valorização da criatividade, da funcionalidade e do refinamento em projetos voltados para um público exigente e em constante busca por inovação. Esperamos também que o estudo possa servir como base para futuras pesquisas, incentivando o aprofundamento em soluções que atendam às demandas desse setor e ampliem a compreensão sobre as necessidades e preferências dos consumidores de luxo.

REFERÊNCIAS

ARCHDAILY, **H.Stern Nova Iorque / Studio Arthur Casas**, ArchDaily, 2015. Disponível em: [H.Stern Nova Iorque / Studio Arthur Casas | ArchDaily Brasil](#). Acesso em: 23 de abr. de 2024.

ARCHDAILY, **Joalheria Sauer Guarulhos / Estudio Tupi**, ArchDaily, 2020. Disponível em: [Joalheria Sauer Guarulhos / Estudio Tupi | ArchDaily Brasil](#). Acesso em: 23 de abr. de 2024.

BARRA da **Tijuca no Rio de Janeiro**. Rio de Janeiro. Disponível em: [Rio de Janeiro: história e fatos interessantes](#). Acesso em 07 de maio de 2024. Acesso em: 15 de gos. De 2024.

BRUNER, Marlon, **História da joalheria artesanal: uma jornada pela tradição e beleza**, Sol em Sagitário, 2020. Disponível em: <https://www.solemsagitario.com.br/historia-da-joalheria-artesanal-uma-jornada-pelatradiacao-e-beleza/>. Acesso: 07 de maio de 2024.

CONSÓRCIO EMBRACON, **Quais são as características do estilo de decoração clássica?**, Consórcio Embracón, [202-]. Disponível em: <https://www.embracon.com.br/blog/quais-sao-as-caracteristicas-do-estilo-dedecoracao-classica>. Acesso em: 21 de março de 2024.

ENTENDA a **importância de adicionar segurança de verdade no seu projeto arquitetônico!**, Santa Catarina: Imbraforte, [202-]. Disponível em: <https://www.imbraforte.com.br/blog/entenda-a-importancia-de-adicionar-seguranca-de-verdade-no-seu-projeto-arquitetonico>. Acesso em: 08 de maio de 2024.

ENTENDA **qual a importância da iluminação na proteção de um patrimônio**, São Paulo, Verzani e Sandrini. Disponível em: <https://www.verzani.com.br/blog/iluminacao-na-protecao-de-um-patrimonio/#:~:text=%C3%81reas%20mais%20escuras%2C%20sem%20adequada,momento%20mais%20adequado%20para%20agir>. Acesso em: 08 de maio de 2024.

ESTRATÉGIAS de Segurança Privada para Joalherias, Rio de Janeiro: Premium segurança, 2024. Disponível em: <https://premiumseguranca.com.br/segurancaprivada-para-joalherias/>. Acesso em: 08 de maio de 2024.

ESTRELA, Almir, **Como abrir uma joalheria: estratégias para o sucesso**, Contador agora, 2023. Disponível em: <https://www.contadoragora.com/abrir-umajoalheria>. Acesso em: 20 de março de 2024.

IBGE, **Rio de Janeiro**, Cidades.ibge.gov.br., 2022. Disponível em: [IBGE | Cidades@Rio de Janeiro | Rio de Janeiro | Panorama](#). Acesso em: 01 de nov. de 2024.

JONQUIÈRE, Mathilde, ***The lake, and The Sky: Fresco and marble mosaic floor***, MathildeJonquière, 2021. Disponível em: [MathildeJonquière-CartierGeneva\(mathildejonquiere.fr\)](#). Acesso em: 24 de abr. de 2024.

MARTIN, John, **Cartier – a maior e mais icônica joalheria do mundo**, Etiqueta Única, 2019. Disponível em: [Cartier- a maior e mais icônica joalheria do mundo - Etiqueta Unica](#). Acesso em: 12 de ago. 2024.

MIRO, **Moodboards**, Miro, [202-]. Disponível em: [Moodboard: o que é, como fazer + exemplos e modelos](#). Acesso em: 03 de dez. 2024.

MOINARD, Bétaille, **CartierGeneva**, MoinardBétaille, 2021. Disponível em: [CartierGeneva- Moinard- Bétaille \(moinard-betaille.com\)](#). Acesso em: 29 de abr. 2024.

O QUE É **Joalheria?**, Só escola, 2024, Disponível em: <https://resumos.soescola.com/glossario/o-que-e-joalheriaartesanal/#:~:text=A%20joalheria%20artesanal%20%C3%A9%20uma,e%20a%20at en%C3%A7%C3%A3o%20aos%20detalhes>. Acesso em: 06 de maio de 2024.

O QUE É **um ourives? conheça mais sobre este artista**, Alinare, 2022. Disponível em: <https://www.alinare.com.br/ourives/>. Acesso em: 25 de mar. de 2024.

QUAL A **diferença entre ourives e designer de joias?**, Michelle T., 2020. Disponível em: <https://michellet.com.br/diferenca-ourives-designer-joias/>. Acesso em: 25 de mar. de 2024.

REGUEIRA, Chico. **Barra da Tijuca lidera índice de progresso social do Rio seguida por bairros da Zona Sul; Cidade Nova, onde fica a prefeitura, é último**, g1.globo.com, 2023. Disponível em: [Barra da Tijuca lidera índice de progresso socialdo Rio seguida por bairros da Zona Sul; Cidade Nova, onde fica a prefeitura, é último| Rio de Janeiro | G1](#). Acesso em: 18 de agosto de 2024.

SIGMA ACESSORIA CONTÁBIL, **Mercado de joias no Brasil**, Sigma Assessoria Contábil, [202-]. Disponível em: [Mercado de jóias no Brasil – Sigma \(escritoriosigma.com.br\)](#). Acesso em: 27 de abr. de 2024.

SEBRAE, **Consumidor de joias busca design, personalidade e qualidade**, Sebrae Respostas, 2015. Disponível em: [Consumidor de joias busca design, personalidade e qualidade - Sebrae Respostas](#). Acesso em: 27 de abr. de 2024.

TAVERNA, Lucas. **Porta de Segurança Para Comércio e Joalherias**. Rio Grande do Sul: Insetec do Brasil, 2019. Disponível em: <https://insetecdobrasil.com.br/2019/01/25/prevencao-assaltos-comercio-joalherias/>. Acesso em: 08 de maio de 2024.

TIROLESA BONDINHO, **Rio De Janeiro: história e fatos interessantes**, Tirolesa bondinho. Rio de Janeiro, 2023. Disponível em: [Rio de Janeiro: história e fatos interessantes](#). Acesso em: 02 de nov. de 2024.

VIDELA, Ana Neuza Botelho. **Joalheria, arte ou design?**. 2016 – Dissertação (PósGraduação em Design) – Universidade Federal de Pernambuco Departamento de Design, Recife, 2016.

VIDROS **Blindados**. São Paulo: Safetyglass, [202-]. Disponível em: <https://www.safetyglass.com.br/vidros-blindados>. Acesso em: 08 de maio de 2024.

VIVA DECORA. **Marmorato: O que é, Como fazer e +75 ideias de Texturas para Parede**. Viva Decora, 2020. Disponível em: [Marmorato: O Que É, Como Fazer e +75 Ideias de Texturas para Parede](#). Acesso em: 08 de maio de 2024.