



IPG Politécnico
|da|Guarda
Polytechnic
of Guarda

RELATÓRIO DE ESTÁGIO

Licenciatura em Design de Equipamento

Rafaela Filipa Pacheco Luís

Outubro | 2013





Escola Superior de Tecnologia e Gestão

Instituto Politécnico da Guarda

RELATÓRIO DE ESTÁGIO

RAFAELA FILIPA PACHECO LUÍS

GRAU DE LICENCIADO

DESIGN DE EQUIPAMENTO

OUTUBRO/2013

Agradecimentos

Em primeiro lugar, gostaria de agradecer a todas as pessoas que contribuíram para a realização do meu estágio, dando-me sempre energia para levar as minhas aspirações até ao fim.

Agradeço a todos os colaboradores do grupo Menina Design, que me acolheram e receberam de braços abertos, de uma forma intensa e carinhosa, ajudando-me sempre quando necessário, e aos responsáveis da marca que colocaram sempre variados desafios às minhas capacidades e que acreditaram que eu iria conseguir superar as expectativas.

Agradeço também à minha orientadora de estágio, Professora Doutora Luísa Campos, que me acompanhou em diversas situações ao longo do meu percurso académico enquanto aluna do curso de Design de Equipamento e, mais de perto, ao longo do desenrolar do estágio.

Por fim, agradeço a toda a minha Família por toda a devoção e palavras de ânimo ao longo destes três anos, por me apoiarem e me proporcionarem a concretização do meu sonho.



Ficha de Identificação

Aluno: Rafaela Filipa Pacheco Luís

Número de Aluno: 1010177

Instituição: Escola Superior de Tecnologia e Gestão - Instituto Politécnico da Guarda

Curso: Design de Equipamento

Empresa: Menina Design Group – MDG

Sede da Menina Design Group

Travessa Marques de Sá, 68

4435-324 | Rio Tinto

Telefone: +351 224 881 669

Fax: +351 224 887 170

Studio Office / Atelier

Palácio das Artes - Fábrica de Talentos

Largo de S. Domingos nº16-22

4050-545 | Porto

Telefone: +351 222 015 850

Fax: +351 222 015 850

Supervisor de Estágio: Rute Estrela

Categoria na Empresa: *Design Thinker*, Assistente pessoal CEO

Início do Estágio: 12 de Agosto de 2013

Conclusão do Estágio: 27 de Setembro de 2013

Duração do Estágio: 280 horas

Professor Orientador: Luísa Campos, Professor Coordenador da ESTG/IPG

Plano de Estágio Curricular

O plano de estágio contemplava conhecer a marca a KOKET da empresa Menina Design Group de modo a saber projectar conceitos com a linguagem dessa marca; fazer uma especialização em produto, desenvolvendo a parte técnica, e fazendo desenhos bi e tridimensionais; acompanhar a produção de peças KOKET; realizar testes dos produtos desenvolvidos através de maquetes; e fazer fotomontagens das peças desenvolvidas.

As actividades mencionadas no meu plano de estágio não foram cumpridos na totalidade, devido a ter recebido um convite por parte da direcção da Menina Design para desenhar uma nova colecção de tipo *limited edition*, que ocupou o tempo destinado à realização das maquetes.

Resumo do Trabalho

O estágio teve início no dia 12 de Agosto e terminou a 27 de Setembro de 2013. Decorreu na empresa Menina Design Group, na qual trabalhei para a marca KOKET.

No decorrer do estágio tive oportunidade de estar presente em dois espaços da empresa: no Palácio das Artes inicialmente, que é o estúdio *office* / atelier, e, na parte final, nas instalações da PREGGO.

Foram realizados três projectos de equipamento, três projectos de comunicação, seis projectos de *marketing* e ainda cinco ideias de produtos para a *limited edition* KOKET.

O primeiro desafio de projecto de equipamento foi a criação de um sofá individual cujos factores predominantes de inspiração e de construção foram a linguagem e o conceito da marca KOKET.

O segundo desafio de projecto de equipamento foi a criação de um sofá para 2 pessoas cujos factores predominantes de inspiração e de construção foram dar seguimento a uma família de produtos Enchanted, seguindo a linguagem e o conceito da marca.

O terceiro desafio de projecto de equipamento foi a criação de uma cadeira de sala de jantar cujos factores predominantes de inspiração e de construção foram dar seguimento ao desafio anterior de produtos Enchanted.

Os três projectos foram esboçados em papel e modelados virtualmente em *software* da Autodesk – AutoCad 2D e 3D. Para uma melhor apresentação aos elementos da equipa de *design* do produto os projectos foram trabalhados a nível de *renderes* em *software keyshot*. Para construir um ambiente no qual ficasse enquadrada a peça de iluminação utilizei o Adobe Photoshop.

Quanto aos outros desafios de projectos de comunicação, foi-me proposta a alteração de dois produtos já existentes na colecção KOKET, entre os quais a cadeira de maquilhagem Chandra para cadeira de sala de jantar e a mesa de apoio Yasmine com tampo de mármore para tampo de vidro preto.

Índice

Capítulo I- Localização e Apresentação da Empresa	1
1.1 Introdução	2
1.2 Apresentação da empresa	3
1.3 A cidade do Porto	3
1.4 Património natural	3
1.5 Monumentos	4
1.6 História da cidade do Porto	8
Capítulo II- A Empresa	9
2.1 A empresa	10
2.2 Objectivos da empresa	10
2.3 A história da empresa	11
2.4 Instalações	12
2.5 Mercados	12
2.5.1 A Boca do Lobo®	13
2.5.2 A DelightFull.....	13
2.5.3 A BRABBU	14
2.5.4 A KOKET	14
Capítulo III- Trabalho Desenvolvido	16
3.1 Objectivos e metodologia	17
3.2 O Dia-a-dia na empresa	18
Capítulo IV- O Trabalho Desenvolvido a Nível de Produto	19
4.1 O Sofá Amália.....	20
4.1.1. Primeiro <i>briefing</i> interno.....	20
4.1.2. Segundo <i>briefing</i> interno.....	21
4.1.3. Tereiro <i>briefing</i> interno.....	22
4.1.4. Quarto <i>briefing</i> interno.....	22
4.1.5 . Último <i>briefing</i> interno.....	23
4.2 O sofá Enchanted.....	25
4.2.1. Primeiro <i>briefing</i> interno.....	25
4.2.2. Segundo <i>briefing</i> interno.....	26

4.2.3. Terceiro <i>briefing</i> interno.....	26
4.2.4. Quarto <i>briefing</i> interno.....	27
4.2.5. Último <i>briefing</i> interno.....	27
4.3 A cadeira Enchanted.....	30
4.3.1. Primeiro <i>briefing</i> interno.....	30
4.3.2. Segundo <i>briefing</i> interno.....	30
4.3.3. Terceiro <i>briefing</i> interno.....	31
4.3.4. Último <i>briefing</i> interno.....	32
Capítulo V- O Trabalho Desenvolvido Nível de Comunicação	33
5.1 A cadeira de sala de jantar Chandra	34
5.2 A mesa de apoio Yasmine	36
5.3 A cadeira de jantar Chandra.....	37
Capítulo VI- O Trabalho de Marketing	38
6.1 <i>WEBCHANNELS</i>	39
6.1.1 TUMBLR.....	39
6.1.2 FANCY.....	39
6.1.3 ISSUU.....	40
6.1.4 BEHANCE.....	41
6.2 Plataformas online.....	42
6.2.1 HOUZZ.....	42
6.2.2 BOUF.....	42
Capítulo VII- Trabalho em Curso	44
7.1 Coleção Limited Edition “Love Slave Collection”	45
Capítulo VIII- Conclusão	48
8.1 Conclusão	49
Capítulo IX- Bibliografia	51
8.1 Bibliografia.....	52
Capítulo X- Anexos	A
Anexo 1 – Sofá Amália.....	B
Anexo 2 – Sofa Enchanted	C
Anexo 3 – Cadeira Ecnhanted.....	E



Anexo 4 - Desenhos TécnicosG



Capítulo I

Localização e Apresentação da Empresa

1.1 Introdução

O presente relatório descreve as principais actividades desenvolvidas durante o estágio curricular do curso de Design de Equipamento e encerra o processo que conduz à aquisição do grau de licenciado.

Inicialmente faz-se uma breve caracterização da cidade onde a empresa se insere, procedendo ao seu enquadramento histórico, geográfico e cultural. Seguidamente, após uma caracterização sumária da instituição, desde a sua localização e sector de actividade até à organização interna da mesma, apresentam-se as actividades realizadas no desenrolar do estágio. Quanto a estas, procuro descrever objectiva e detalhadamente tanto os dois principais projectos de produto realizados, como os restantes trabalhos de comunicação, procurando indicar as aprendizagens efectuadas, as dificuldades encontradas e o modo como foram superadas ao longo do período de estágio. Incluo também os projectos em curso que irei continuar durante o período de um ano de contrato que fiz com a empresa.

No final, apresenta-se uma conclusão relativa a todas as actividades levadas a cabo durante o estágio, de forma a fazer uma avaliação do mesmo, tendo em consideração a aprendizagem feita e a consolidação das matérias curriculares. Em anexo é apresentada informação suplementar relativa aos projectos desenvolvidos durante o estágio.

1.2 Apresentação da empresa

O estágio curricular foi realizado na empresa Menina Design Group (MDG) e enquadra-se na unidade curricular com o mesmo nome do 3º ano do curso de Design de Equipamento da Escola Superior de Tecnologia e Gestão do Instituto Politécnico da Guarda. A empresa está sediada em Rio Tinto, no distrito do Porto, e tem estúdio no Palácio das Artes – Fábrica de Talentos, localizado em pleno Centro Histórico da cidade do Porto.

1.3 A cidade do Porto

A cidade do Porto, onde se localiza a sede da empresa, está localizada a noroeste da Península Ibérica. É uma cidade cujo município homónimo é de 41,66 km² de área, tendo, em 2011, uma população de 237 584 habitantes.

É banhada pelo mar, o oceano Atlântico, e nele vai desaguar o rio Douro depois de ter passado pelos verdes socalcos onde amadurecem as uvas do vinho do Porto.

É uma metrópole, constituída por municípios adjacentes, e conta com cerca de 1 286 000 habitantes, o que a torna a maior do noroeste peninsular e a segunda maior de Portugal, após a Grande Lisboa.

1.4 Património natural

A cidade do Porto possui um património geológico de valor enorme, presente na foz do Douro, algo que não é comum existir em meio urbano visto que é um local onde se pode observar a interacção entre a base de toda a vida: a água, a fauna e a flora. Este é, também, um espaço de interacção entre o mundo natural e os cidadãos, tendo sido criado um passeio geológico com carácter didáctico-pedagógico que permite a visita de um grande número de pessoas.



Fig.1 – Conjunto de imagens representativas da foz do Douro.

1.5 Monumentos

O Porto é uma cidade que é feita também pelos seus monumentos, entre os quais os que mais se destacam são resumidamente descritos a seguir.

A residência do Bispo do Porto, localizado no Paço Episcopal, apresenta a grandiosidade de um palácio do século XVIII, tendo sido projectado pelo arquitecto Nicolau Nasoni. Este viria a ser também responsável pela construção da Torre dos Clérigos, com 75,6 metros de altura e um interior decorado com uma talha em estilo barroco e rococó.

A Igreja de S. Francisco, virada para o Rio Douro, é a única igreja construída somente em estilo gótico na cidade do Porto. Edificada no início do século XIV, tornou-se num dos monumentos mais emblemáticos da cidade. Ao lado, o Palácio da Bolsa, também sede da Associação Comercial do Porto, é um dos monumentos do norte do país com maior número de visitantes. Foi construído na segunda metade do século XIX, ostentando um estilo neoclássico.

Com o objectivo de defender a zona costeira dos piratas, o Forte de S. Francisco Xavier, conhecido como Castelo do Queijo, foi edificado no século XVII. Comparativamente a este, o Forte de S. João Baptista, iniciado durante o reinado de D. Sebastião, tinha como objectivo inicial ser ou um mosteiro ou uma igreja. Porém, com a Guerra da Restauração e os receios de uma invasão espanhola, foi transformado em forte. Durante as Revoltas Liberais, entre 1832 e 1833, auferiu de grande importância militar quando se deu o cerco do Porto, pois serviu de posto para reabastecimento de mantimentos e armas.



Fig. 2 - Forte de S. Francisco Xavier.
Fonte: <http://florbytesemmemoria.blogs.sapo.pt/59259.html>

A Sé do Porto caracteriza-se por ser um edifício românico dos séculos XII e XIII, com a aparência de uma grande fortaleza, mas que no período barroco foi sujeito a algumas remodelações. No seu interior existe um espólio admirável que pode ser apreciado por todos os seus visitantes. Estão, de igual forma, expostas esculturas religiosas dos séculos XIV e XVIII e livros litúrgicos de entre os séculos XV e XIX.



Fig.3 – Sé do Porto.
Fonte: <http://papagaio.files.wordpress.com/2007/02/porto-se.jpg>

A Muralha Fernandina veio substituir uma antiga cerca medieval no século XIV, pois esta já se mostrava pequena para o acelerado desenvolvimento que a cidade apresentava. A Muralha Fernandina começou a ser construída no reinado de D. Afonso IV, em 1336, e apenas ficou concluída 40 anos depois, já no reinado de D. Fernando, daí o seu nome.

A Avenida dos Aliados, ladeada por um conjunto de edifícios dos anos 20 a 40 do século XX, é fechada, a sul, pelo edifício das Cardosas, do século XIX, e, a norte,

pelo edifício da Câmara Municipal do Porto. Ao centro desta avenida chama-se Praça da Liberdade e nela se ergue a estátua do rei D. Pedro IV, inaugurada em 1866.



Fig. 4 – Avenida dos Aliados.

Fonte: <http://umdiaeusonhei.blogspot.pt/2010/09/torre-dos-clerigos-monumento-nacional.html>

O edifício da Faculdade de Ciências foi erguido no decorrer do século XIX, segundo projecto do arquitecto José da Costa e Silva, alterado mais tarde pelo arquitecto Carlos Amarante. De estilo neoclássico, expõe a influência do estilo introduzido pela construção, na cidade, do Hospital de Santo António.

Com o imponente projecto do arquitecto António Correia da Silva, no ano de 1920, foram iniciadas as obras do novo edifício dos Paços do Concelho, onde se situa, no presente, a Câmara Municipal do Porto. No entanto, só em 1955 foi dado o último impulso para a conclusão das obras, já sob a direcção do arquitecto Carlos Ramos, tendo o edifício sido inaugurado no ano de 1957. A sua construção é de estilo neoclássico e apresenta inúmeras semelhanças com os palácios onde têm sede as câmaras municipais do norte da França e da Flandres. O salão do interior do palácio, Passos Perdidos, é o espaço de maior destaque em todo o edifício, sendo revestido a mármore negro e decorado com duas figuras simbolizando a Honra e a Concórdia.



Fig. 5 – Câmara municipal.

Fonte: <http://www.cm-porto.pt/gen.pl?sid=cmp.sections/700>

A Ponte D. Luís I (figura 5) nasceu devido ao aumento da circulação rodoviária de pessoas e mercadorias entre as duas margens do rio Douro, sendo datada de 1886 e a mais antiga ponte da cidade ainda em actividade.



Fig. 6 – Ponte D. Luís.

Fonte: <http://www.themahotels.pt/blog/index.php/ponte-de-dom-luis-porto/>

Rio acima, encontra-se a Ponte Dona Maria Pia, que foi construída entre 1876 e 1877 pela empresa de Gustave Eiffel. Foi a primeira ponte, em todo o país, a fazer a ligação ferroviária entre duas margens, neste caso as margens norte e sul do Douro.

A Ponte da Arrábida é a principal ligação entre a cidade do Porto e a margem Sul do Douro. Aquando da sua construção, em 1963, possuía o maior arco do mundo. Já a Ponte do Freixo foi construída em 1995 com o objectivo de minimizar o fluxo de trânsito nas pontes da Arrábida e D. Luís I.

A mais recente de todas é a Ponte do Infante, nome conferido em homenagem a D. Henrique. Construída na zona histórica, faz a ligação entre o Bairro das Fontaínhas, Porto, e a Serra do Pilar, em Vila Nova de Gaia.



Fig. 7– Ponte do Infante.

Fonte: <http://en.structurae.de/structures/data/index.cfm?id=s0004697>

1.6 História da cidade do Porto

A área ocupada hoje pelo Porto foi cenário da vida humana desde o Paleolítico Superior. Não existe ainda consenso sobre onde surgiu o núcleo da antiga cidade. Denominada pelos romanos como Portus Cale, esta cidade tem origem pré-romana e parece que devemos a ela o nome do nosso país, Portugal.

A romanização da cidade estava completa três séculos após o seu início, existindo ainda hoje vestígios de uma Villa romana em Campanhã e de uma povoação junto à foz do Douro.

Durante o Renascimento a cidade foi berço do Infante D. Henrique, um dos navegadores mais importantes do início da era dos Descobrimentos. A cidade teve um crescimento económico acentuado nos séculos XIV e XV, nomeadamente devido às várias feiras que se realizavam na época, levando a um melhoramento da qualidade de vida dos locais, tendo sido construídas praças e ruas mais alargadas.

No ano de 1517, devido às inúmeras riquezas, privilégios, autonomia e tradição que caracterizavam a cidade e que a tornavam alvo de cobiça, o Porto perdeu privilégios graças ao foral de 20 de Junho e às políticas de centralização dos poderes e serviços implementada por D. Manuel. Nos finais do século XVIII, a retoma económica e o aumento da população resultaram no crescimento da cidade para fora das suas muralhas, uma tendência que continua até aos nossos dias.

Capítulo II

Empresa

2.1 A empresa

Segundo informação fornecida pela empresa sobre o seu próprio funcionamento e organização, a Menina Design Group (MDG) é um grupo empresarial português que escolheu o *design* como factor estratégico e diferenciador para o desenvolvimento de negócios, tendo elevado o *design* português à escala mundial. É movido por pessoas motivadas, persistentes e com vontade de vencer, que partilham a mesma visão daquilo que Portugal necessita: ambição, inovação, conhecimento, persistência e oportunidades. É reconhecida como uma organização de experiência comprovada no domínio do *design*, estando presente em mais de 50 países, o que despertou o meu interesse, por ser uma empresa criativa, com atitude revolucionária e com uma poderosa visão sobre o futuro.



Fig. 8 – Logotipo da empresa.

Fonte: <http://www.meninadesign.pt/>

2.2 Objectivos da empresa

A Menina Design Goup, especialmente através da fundação de Design por ela recentemente criada, tem por objectivo geral dar a conhecer e levar o *design* português a nível mundial. Com uma equipa de excelência, luta todos os dias para conquistar o mundo através do *design* e, a cada passo dado, mantém os olhos postos no futuro. Da mesma forma, impulsiona o *design* através de uma dinâmica empresarial que permite desenvolver e promover processos de inovação que criem uma rede de comunicação entre *designers*, *marketeers* e indústria.

O caminho da empresa para a inovação apoia-se num pensamento estratégico de *design* e é alavancado através do *marketing*. Por sua vez, o gosto pelo desconhecido permite ao grupo apresentar regularmente novas propostas ao mercado.

2.3 A história da empresa

A Menina Design foi fundada em 2003 por dois jovens acabados de sair da faculdade, Amândio Pereira e Ricardo Magalhães, ambos *designers*, o primeiro de produto e o segundo de interiores. Foi nos interiores que deram o primeiro passo. Com a MDI - Menina Design Interiores encontraram uma forma de obter retorno rápido de tudo em que investiam. Em pouco tempo sentiram necessidade de criar peças novas que fossem motivo de diferenciação dos seus projectos. Tiveram algumas dificuldades no início, pois os marceneiros e os próprios fornecedores rejeitavam as peças, dizendo que seria impossível a sua produção. Fundaram então a PREGGO, uma unidade de produção com uma equipa sem limites à criatividade dos *designers*, disposta a tornar os projectos de sonho em realidade.

Era constituída por pessoas, na altura desempregadas, que já tinham perdido toda a esperança de poderem vir a trabalhar na sua paixão, que era a marcenaria, cuja arte estaria prestes a desaparecer com a sua geração.

Em 2005 nasce a Boca do Lobo®, actualmente a marca mais forte dentro do grupo e provavelmente a melhor referência do *design* português, com forte reconhecimento nos mercados internacionais. Logo no primeiro ano esteve exposta no *Harrod's*, em Londres, foi capa de centenas de revistas e de um livro e ganhou prémios reconhecidos internacionalmente.

Em 2008 criaram uma nova marca de produto, com a vertente de iluminação - Delightfull. Neste momento, com apenas uma colecção, Heritage, a DelightFull está presente nos mercados mais competitivos, como os Estados Unidos da América e o Reino Unido. Inspirada nos anos 50, 60, 70 e 80 do século XX, durante 2011 teve um crescimento acentuado, estando pela primeira vez exposta em feiras com *stand* próprio.

Uma vez que uma empresa portuguesa de *design* vive muito do seu *marketing*, a Menina Design aliou-se a outras marcas sob a égide da Portugal Brands, um movimento de marcas portuguesas cujo objectivo é promover o *design* e outros produtos portugueses no mundo. Esta estratégia resultou numa grande projecção das marcas nacionais, em geral, e da Menina Design, em particular.

Em 2010 foram também criados dois *blogs* distintos: *ClubDelux*, um *blog* de partilha da cultura do luxo, e *Design Gallerist*, um *blog* de *design* contemporâneo tendo em vista mais tarde transformar-se numa galeria de venda *online* das peças de *design*



mais cobiçadas em todo o mundo. No mesmo ano foi lançada a primeira pedra para a Fundação do *Design*, um projecto de cariz social, de grande importância, tendo como objectivo ser uma casa para *designers* e *marketeers*, para que se fizesse a ponte entre o ensino e a indústria.

2.4 Instalações

No que respeita às instalações, a empresa Menina Design Group tem sede na zona industrial de Rio Tinto, num escritório dentro das instalações da PREGGO.

As instalações são constituídas por uma linha de construção de móveis com sete marceneiros, uma secção de colocação de folha de ouro e polimento, um espaço de acabamentos com secção de lixagem, duas cabines, uma de pintura e outra de tapa poros, uma secção de montagem e embalagem e um departamento de engenharia.

Tem também ao seu dispor uma sala de reuniões, uma sala onde se encontra o departamento de vendas e outra sala para funcionários administrativos da empresa.

Possui ainda um *Studio Office / Atelier* instalado, como referido anteriormente, no edifício Palácio das Artes - Fábrica de Talentos, situado no Largo de S. Domingos, em pleno Centro Histórico da cidade do Porto. Neste espaço existem salas para *designers* e *marketeers*. Os *marketeers* estão localizados num andar inferior e os *designers* estão localizados no sótão do edifício do Palácio das Artes.

2.5 Mercados

A Menina Design Group encontra-se no mercado com as seguintes marcas de mobiliário (KOKET, Boca do Lobo®, DelightFull e BRABBU), serviços (Menina Design Interior e PREGGO), formação (Portugal Brands, ClubDelux, Design Gallerist e Fundação do Design) e *website*.

A nível internacional os principais clientes são oriundos de Inglaterra, França, Qatar, Estados Unidos da América, Hong Kong e Rússia, tendo como principais compradores lojas de mobiliário e decoração, *designers* de interiores, amantes de *design*, decoradores de interiores, arquitetos e hotéis de luxo.

2.5.1 A Boca do Lobo®

A Boca do Lobo® é uma marca de *design* de mobiliário que tem como objetivo criar mobiliário exclusivo com alma e identidade únicas. Entende e interpreta o passado através da tecnologia e do *design* contemporâneo. Cria peças que nos transportam para memórias do passado, de forma a oferecer aos clientes peças únicas e intemporais com personalidade e excelência dignas de uma peça de arte. Disponibilizam três colecções com estilos completamente distintos: *Soho Collection*, *Colors Collection* e *Limited Edition Collection*.



Fig. 9 – Logotipo da marca Boca do Lobo®.
Fonte: www.bocadolobo.com

2.5.2 A DelightFull

A DelightFull é uma marca jovem que cria peças de iluminação únicas, devido à paixão empregue pelos seus *designers* e o *know how* dos seus artesãos. É guiada pelas melhores referências de iluminação do século XX, sem nunca esquecer o presente. Cria peças únicas e cheias de personalidade.

A DelightFull cria e produz peças de iluminação que apresentam uma gama variada dentro de quatro tipologias de peças: chão, tecto, mesa e parede. Consegue dar resposta a encomendas de serviços por medida, daí que faça projectos de iluminação e criação de peças *custom made*.

A DelightFull representa o passado dos anos 40, 50, 60 e 70 de uma forma descontraída. As peças são resultado de um casamento entre o melhor da iluminação *vintage* e as melhores técnicas contemporâneas, criando *fresh classics*.



Fig. 10 – Logotipo da marca DelightFull.
Fonte: www.delightfull.eu

2.5.3 A BRABBU

A BRABBU é uma marca de *design* que representa uma forma intensa de habitar, respondendo a um estilo de vida exigente e cosmopolita com uma carga emocional que a liga às forças da natureza, reinterpretando essa natureza.

A BRABBU dispõe de uma oferta integrada de peças de mobiliário, estofos, iluminação, tapetes, arte e acessórios que transmitem o espírito da mãe natureza, dando a possibilidade de criar ambientes repletos de memórias e de experiências sensoriais. Combina a linguagem cosmopolita com a pureza dos materiais, texturas, cores e cheiros da natureza e de diferentes culturas.



Fig. 11 – Logotipo da marca BRABBU.
Fonte: www.brabbu.com

2.5.4 A KOKET

A KOKET é cliente externa da MDG e foi a marca na qual o meu estágio se inseriu.

A KOKET é uma marca de *design* concebida por mulheres e para mulheres, possuindo uma visão sedutora, luxuriosa, requintada, exótica e mais exclusiva que as marcas presentes no mercado.

Com influências na moda, flora, fauna, artes decorativas e época romântica, a KOKET pretende, de certa forma, seduzir e provocar um conjunto de emoções, ou seja, que ao “desembrulhar” uma peça, as suas utilizadoras possam sentir a mesma paixão, desejo e euforia que quando recebem uma jóia, estando por isso o seu interesse voltado também para os pequenos pormenores que levarão a tornar a peça criada única e objecto de “devoção”.

No futuro a KOKET pretende tornar-se não apenas mundial mas também memorável, como a marca que não só produz peças de mobiliário requintado, luxurioso e luxuoso como ainda a principal incentivadora da sedução e paixão no meio casa.



KOKET[®]
LOVE HAPPENS

Fig. 12 – Logotipo da marca BRABBU.
Fonte: www.bykoket.com

Capítulo III

Trabalho desenvolvido

3.1 Objectivos e metodologia

Este relatório tem por objectivo principal descrever todas as vivências decorridas e desenvolvidas em contexto laboral na empresa Menina Design Group no período de estágio curricular.

O plano de estágio inicial contemplava a realização de projectos de *design* de equipamento/produto, tendo em conta materiais, medidas ergonómicas e antropométricas, psicologia da cor, funcionalidade, métodos de produção, clientes e fornecedores. Contudo, para além da realização de projectos de *design* de equipamento, realizei também projectos de *redesign* de projectos já existentes, construção de uma nova colecção, trabalho de *marketing* a nível das *webchannels* FANCY, ISSU, BEHANCE, TUMBLR e STUMBLEUPON e ainda a actualização das plataformas online como o HOUZZ e o BOUF.

A construção de um produto iniciava-se com uma pesquisa, seguida de um tempo de reflexão, organização e esquematização das ideias com esboços iniciais; eram realizados ajustes a partir de um *briefing*, faziam-se esboços finais e modelações virtuais. Voltava a fazer-se um *briefing* as vezes que fossem necessárias para melhorar possíveis problemas ou falhas de desenho, fazendo de seguida novos esboços, modelações virtuais e *renders* sempre que necessário. Por fim era construído um protótipo para identificar eventuais falhas técnicas. Os trabalhos de *design* de equipamento foram realizados em *software* AutoCad, Inventor e Adobe Photoshop.

3.2 O dia-a-dia na empresa

O primeiro contacto que estabeleci com a empresa foi promovido pela *designer* Juliana Guiomar, colaboradora interna da empresa, que me apresentou o espaço, a equipa e o tipo de trabalho desenvolvido pelo Grupo Menina Design e suas marcas.

Também me foram apresentados os horários e as regras da empresa e foram-me propostos trabalhos a fazer nas 280 horas contempladas para o período de estágio.

O meu horário de trabalho no Palácio das Artes era das 8:30 até às 13:00 horas e das 14:00 até às 18:00 horas.

Como a todos os colaboradores da empresa Menina Design Group, foi-me pedido que enviasse todos os dias, pela manhã, para o CEO e para a responsável da marca, os objectivos diários do meu trabalho, para que, no final do dia, pudesse apresentar um *status* diário, com todo o material desenvolvido, podendo assim, o trabalho ser acompanhado por esses responsáveis da empresa. Todas as sextas-feiras tinha ainda de enviar um *status* semanal que tinha como objectivo dizer o que havia sido feito e o que não tinha conseguido concluir e fazer propostas para o que deveria executar na semana a seguir.

Havia ainda a apresentação de um relatório semanal do *marketing* que tinha de realizar todas as sextas-feiras com a identificação dos objectivos semanais relativos às *webchannels* FANCY, ISSU, BEHANCE, TUMBLR E STUMBLEUPON.

Capítulo IV

O Trabalho Desenvolvido a Nível de Produto

4.1 O Sofá Amália

Foi-me feita a proposta de criar um sofá individual que se enquadrasse na marca KOKET, seguindo a linguagem da marca. O método de trabalho seguido resultou da combinação entre a metodologia usada na empresa e a ministrada durante a formação académica.

Após ter-me sido proposto fazer um sofá individual, iniciei a pesquisa sobre o mundo da marca, tendo por finalidade conhecer o que a inspira, o que traz valor acrescentado para o produto, o que é vendável ou não, as empresas concorrentes, quais os principais clientes. Fiz, assim, uma análise diacrónica e sincrónica da marca e das marcas concorrentes. Analisei também os produtos concorrentes e todos os produtos que a marca possui no mercado.

Após as pesquisas executadas, que resultou na identificação da necessidade, comecei por desenvolver alguns estudos que conduzissem a possíveis soluções, tendo sempre em conta um conceito que fundamentasse e validasse as minhas ideias. A empresa Menina Design considera este aspecto como um ponto importante no desenvolvimento de qualquer trabalho: o conceito desencadeia novas ideias e um caminho a seguir, definindo e caracterizando o projecto.

4.1.1. Primeiro *briefing* interno

No primeiro *briefing* interno, a KOKET apresentou como conceito base o coração de Viana em filigrana (Fig. 13). Esta referência fazia parte da “Design Minds KOKET”, que é um conjunto de fotografias de objectos de diversas proveniências, que servem de inspiração e referência a novos produtos, a que também se chama *moodboard*.



Fig. 13 – Coração de Viana em filigrana – Referência da KOKET para o desenvolvimento do projecto.

Fonte : KOKET.

Também me comunicaram que deveria proceder à modelação do produto e comunicá-lo. Essa comunicação deveria ser feita através de várias vertentes, como redes sociais e fotomontagens para incluir em vários tipos de publicidade.

Este projecto/ esboço foi efectuado inicialmente à mão livre, depois de modo virtual, através da ferramenta Autodesk INVENTOR, e depois em Photoshop na fase de construção de ambiente.

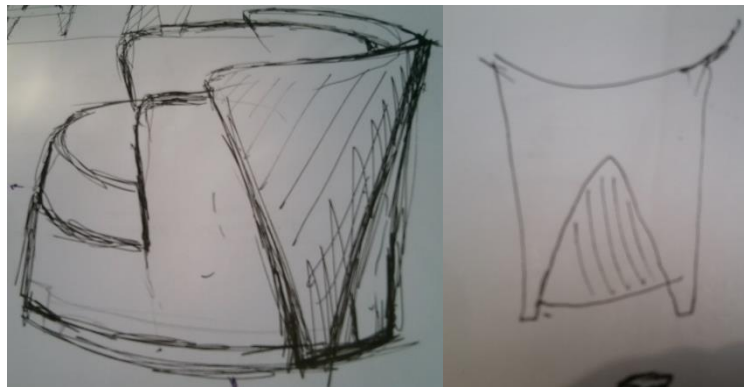


Fig. 14 – Primeiros esboços.

Fonte: Elaboração própria.

4.1.2. Segundo *briefing* interno

Após ter reunido todas as informações referentes à solução apresentada e tendo ainda em conta medidas *standard* fornecidas no livro de Panero, *Dimensionamento Humano para Espaços Interiores*, a equipa da empresa analisou-a de uma forma clara e objectiva, tendo referido que o conceito usado na criação desta solução não seria o mais indicado, visto que era uma ideia um pouco agressiva a nível de formas, mas gostaram do jogo entre o metal, que seria em filigrana, e o veludo, propondo-me tornar a forma mais elegante, mais feminina, para que se enquadrasse na marca e tivesse potencial para o mercado.

Foi-me pedido para seguir a metodologia da marca e propuseram-me voltar a analisar os produtos da “design minds KOKET” de forma a inspirar-me em formas mais femininas. Após a sua análise teria certamente melhores resultados, de uma forma mais rápida e assertiva. Assim, efectuei a modelação em 3D e fui detectando os erros referidos no início e corrigindo-os.

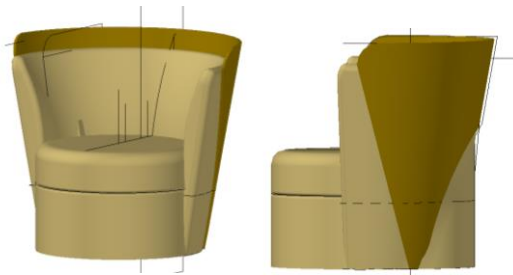


Fig. 15 – Segunda proposta desenvolvida a partir da análise da “design minds KOKET”.

Fonte: Elaboração própria.

4.1.3. Terceiro *briefing* interno

Na terceira apreciação do projecto, em modelação 3D que tinha tido por base produtos da “design minds KOKET”, verificou-se que este produto estaria enquadrado na marca, mas que faltava acrescentar valor, pois este era destinado a um público-alvo bastante específico, com poder económico e gostos exclusivos.

Para que o produto se destinasse ao referido público, teria de seguir uma linguagem que se conjugasse bem visualmente com os restantes produtos da marca, pois um dos objectivos era criar um ambiente KOKET elegante.

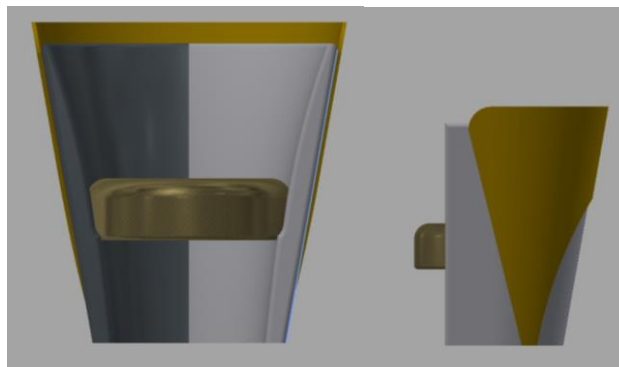


Fig. 16 – Terceira ideia desenvolvida a partir da *moodboard*.

Fonte: Elaboração própria.

4.1.4. Quarto *briefing* interno

Na terceira versão o sofá ficou ainda mais enquadrado na marca, já tinha mais valor acrescentado, mas a malha que usei era muito pesada o que causava “ruído” no produto. Esta técnica tinha a benesse de ser mais barata a nível da produção mas a nível de formas era muito mais pesada.



Fig. 17 – Sofá: solução malha mais pesada.

Fonte: Elaboração própria.

4.1.5. Último *briefing* interno

Foi-me proposto, como fase final, usar a técnica da filigrana pois iria tornar a peça muito mais elegante e leve, apesar de ser uma técnica mais dispendiosa a nível de custo de produção.



Fig. 18 – Sofá: solução final.

Fonte: Elaboração própria.



Fig. 19 – Sofá final: Vista de trás.

Fonte: Elaboração própria.

Depois de ter chegado à versão final do sofá, levei a cabo uma fotomontagem em que usei características urbanas fantasiosas, atributos de um ambiente KOKET, a qual poderia ser usada na comunicação com vista à comercialização do mesmo.



Fig. 20 – Fotomontagem de um ambiente KOKET com o sofá.

Fonte: Elaboração própria.

4.2 O sofá Enchanted

Relativamente ao segundo projecto, foi-me proposto executar um produto que se conjugasse com uma peça já existente na colecção, Neste caso a peça que decidi abordar foi a Enchanted| side table, pela suas formas desafiadoras elegantes e imaginárias.



Fig. 21 – Enchanted side table.

Fonte: <http://bykoket.com/guilty-pleasures/casegoods/enchanted-side-table.php>.

4.2.1. Primeiro *briefing* interno

Após a proposta realizei uma pesquisa de “famílias” de peças já existentes dentro da marca o que resultou na identificação da necessidade. Comecei, assim, por examinar as formas e desenvolvi alguns estudos.

Em seguida tive uma reunião com a orientadora da marca, Rute Estrela, onde me propus fazer um sofá Enchanted de dois lugares.

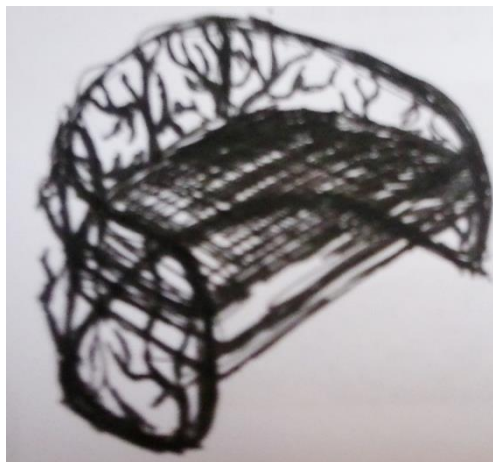


Fig. 22 – Sofá Enchanted: Primeiro esboço.

Fonte: Elaboração própria.

4.2.2. Segundo *briefing* interno

Depois de ter reunido todas as informações referentes à solução apresentada e tendo em conta medidas *standard* presentes no livro de Panero, realizei esta nova proposta em 3D. A equipa da empresa analisou-a de uma forma clara e concisa, referindo que o sofá não poderia ser executado desta forma pois, para além de ser perigoso, enquadrava-se mais em mobiliário de exterior, algo em que a marca não se enquadrava. Propuseram então colocar mais estofos e almofadas de forma a enquadrar-se melhor na linguagem da marca.

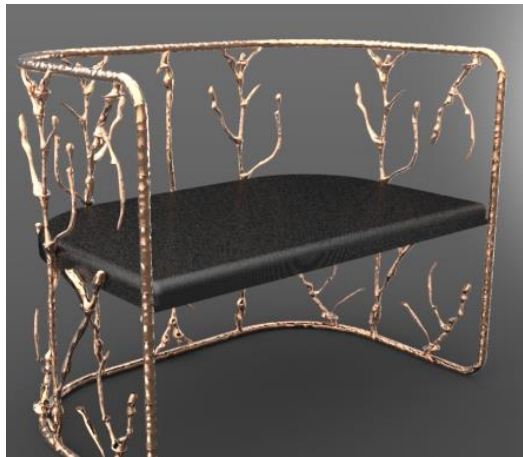


Fig. 23 – Segunda proposta para o sofá Enchanted desenvolvida a partir da análise do esboço.

Fonte: Elaboração própria.

4.2.3. Terceiro *briefing* interno

Tendo por base a “design minds KOKET”, na terceira apreciação ao projecto, em modelação 3D e Photoshop, verificou-se que este produto estaria enquadrado na marca, mas faltava-lhe mais estofos, de forma a não se tornar perigoso. Também lhe faltava curva, visto que na sua vista lateral estava muito recto demais o que desenquadrava da marca a peça.



Fig. 24 – Terceira ideia para o sofá Enchanted desenvolvida com almofadas e estofo.

Fonte: Elaboração própria.

4.2.4. Quarto *briefing* interno

Na quarta versão o sofá Enchanted ficou ainda mais enquadrado na marca, mas verificou-se que a grelha posta à frente do sofá causava muito “ruído” no produto e as curvas eram demasiado acentuadas.



Fig. 25 – Sofá Enchanted: solução com grelha frontal.

Fonte: Elaboração própria.

4.2.5. Último *briefing* interno

Foi-me proposto, como fase final, retirar a barra de baixo que dava a sensação de os ramos nascerem da terra e criar, em vez dela, um rebordo de ramos entrelaçados como forma de não quebrar por completo a linguagem da peça.



Fig. 26 – Versão final do sofá Enchanted: Vista frontal.

Fonte: Elaboração própria.



Fig. 27 – Versão final do sofá Enchanted: Vista de trás.

Fonte: Elaboração própria.

Depois de ter chegado à versão final do sofá Enchanted, levei a cabo uma fotomontagem em que usei características urbanas fantasiosas, atributos de um ambiente KOKET, a qual poderia ser usada na comunicação com vista à comercialização do mesmo.



Fig. 28 – Fotomontagem, feita pelo estagiário, de um ambiente KOKET com o sofá.

Fonte: Elaboração própria.

4.3 A cadeira Enchanted

Relativamente ao terceiro projecto, foi-me proposto continuar a executar um produto que fosse “família” da mesa Enchanted e que se relacionasse com o sofá criado anteriormente com o mesmo efeito.

4.3.1. Primeiro *briefing* interno

Após a proposta realizei uma nova pesquisa de “famílias” de peças já existentes dentro da marca o que resultou na identificação da necessidade.

Em seguida dei início a uma reunião com a orientadora da marca, onde me propus fazer uma cadeira de jantar Enchanted.



Fig. 29 – Cadeira Enchanted: Primeiro esboço.

Fonte: Elaboração própria.

4.3.2. Segundo *briefing* interno

Depois de ter reunido todas as informações referentes à solução apresentada, e já realizada esta nova proposta em modelação 3D e Photoshop, a equipa da empresa analisou-a de uma forma clara e concisa, referindo que a cadeira necessitava de mais estofos de forma a não se tornar perigosa e a poder enquadrar-se com o sofá desenvolvido.



Fig. 30 – Segunda proposta para o cadeira Enchanted desenvolvida a partir da análise do esboço.

Fonte: Elaboração própria.

4.3.3. Terceiro *briefing* interno

Tendo por base o sofá desenvolvido anteriormente, na terceira apreciação ao projecto, em modelação 3D e Photoshop, verificou-se que este produto estaria enquadrado na marca, mas que o anel na parte central do espaldar estava a preencher demasiado o objecto e que eu deveria tornar os ramos mais idênticos ao do Enchanted original para que se enquadrasse melhor dentro da “família”.



Fig. 31 – Terceira ideia para a cadeira Enchanted desenvolvida com mais estofa.

Fonte: Elaboração própria.

4.3.4. Último *briefing* interno

No último *briefing* interno, ao apresentar a solução final, acharam que estava enquadrada na marca e dessa forma ficou definida a forma final da cadeira Enchanted.



Fig. 32 – Versão final da cadeira Enchanted: Vista frontal.

Fonte: Elaboração própria.



Fig. 33 – Versão final da cadeira Enchanted: Vista de trás.

Fonte: Elaboração própria.

Capítulo V

O Trabalho Desenvolvido Nível de Comunicação

Neste capítulo foi-me dado o desafio de modificar, através do Photoshop, algumas características de peças já existentes na colecção: as peças Chandra| chair e Yasmine| side table. Foi-me ainda proposto realizar uma fotomontagem para uma cliente.

5.1 A cadeira de sala de jantar Chandra

Propuseram-me modificar, em Photoshop, a Chandra| chair, que é uma cadeira de maquilhagem, para uma cadeira de sala de jantar. Seria apenas necessário modificar a altura das costas como se pode verificar nas imagens que se seguem.



Fig. 34 – Vista frontal da cadeira de sala de jantar Chandra antes (lado esquerdo) e após (lado direito).

Fonte: Elaboração própria.



Fig. 35 – Vista em pormenor da cadeira de sala de jantar Chandra antes(lado esquerdo), após(lado direito).

Fonte: Elaboração própria.



Fig. 36 – Vista de trás da cadeira de sala de jantar Chandra antes (lado esquerdo) e após (lado direito).

Fonte: Elaboração própria.



Fig. 37 – Vista de trás da cadeira de sala de jantar Chandra antes (lado esquerdo) e após (lado direito).

Fonte: Elaboração própria.

5.2 Mesa de apoio Yasmine

O segundo desafio que me propuseram quanto à parte de comunicação foi a alteração em Phoshop do tampo da mesa Yasmine| side table, cujo o tampo original é em mármore preto, para um tampo de vidro preto em Potoshop como se pode verificar nas imagens que se seguem.



Fig. 38 – Vista da Yasmine|side table antes (lado esquerdo) e após (lado direito).

Fonte: Elaboração própria.



Fig.39 – Vista em pormenor da Yasmine|side table antes (lado esquerdo) e após (lado direito).

Fonte: Elaboração própria.

5.3 Fotomontagem para cliente

Como meu terceiro desafio, foi-me dada uma fotografia enviada de um compartimento da casa de uma cliente e o objectivo era substituir a consola e seus elementos de decoração, por objectos KOKET. Assim, inseri o Orchidea/ console e o Rêve| mirror, os quais completei com elementos de decoração entre os quais duas jarras com orquídeas e dois bustos femininos.



Fig. 40 – Fotomontagem para uma cliente antes (lado esquerdo) e após (lado direito).

Fonte: Elaboração própria.

Capítulo VI

O Trabalho de Marketing

Realizei trabalho de *marketing* para promover a marca KOKET em várias *webchannels* com diferentes características e ainda em duas plataformas online destinadas a vendas de produtos da marca, as quais vou referir de seguida.

6.1 **WEBCHANNELS**

6.1.1 **TUMBLR**

TUMBLR é uma *webchannel* que se destina à partilha de peças e inspirações da marca. Permite que os seus usuários possam publicar textos, imagens, vídeos, *links*, citações, som em áudio e diálogos escritos. Dou como exemplo do trabalho que levei a cabo nesta *webchannel* a imagem que se segue, chamando a atenção para o facto de as imagens das *webchannels* que se seguem serem de fraca resolução, pelo que se aconselha a que se sigam os *links* fornecidos nas figuras respectivas.

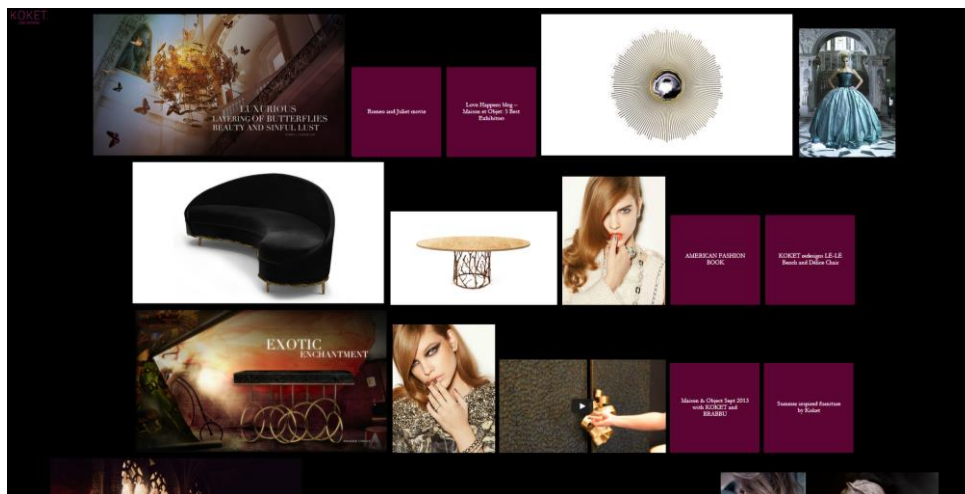


Fig. 41 – Exemplo do trabalho que levei a cabo nesta *webchannel*.

Fonte: <http://bykoket.tumblr.com/>.

6.1.2 **FANCY**

A *webchannel* Fancy destina-se a um serviço de catalogação visual semelhante ao Tumblr. A ideia é permitir que os usuários consigam criar uma colecção de objectos/peças que eles gostam, adicionando-os a um banco de dados gigante que é um site com as colecções de moda, fotografia, imagens de *design* gráfico, mobiliário e itens peculiares que fazem parte da sua linguagem.

Como exemplo do trabalho que executei nesta *webchannel* apresento a imagem que se segue.

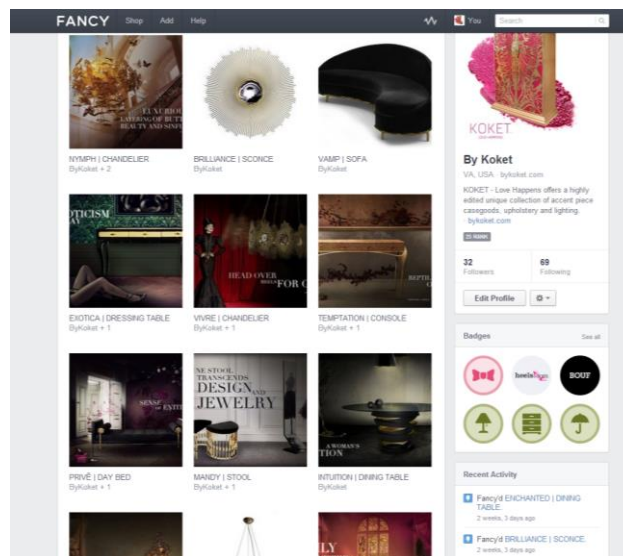


Fig. 42 – Exemplo do trabalho que levei a cabo nesta webchannel.

Fonte: <http://fancy.com/ByKoket>.

6.1.3 ISSUU

A webchannel ISSUU tem um público-alvo mais profissional, é um site de publicação digital gratuito que preserva a experiência de ler uma publicação impressa. Como uma banca de jornal digital com mais de 14 milhões de revistas e 70 milhões de leitores activos, este site permite a partilha das fichas de produto e dos catálogos da marca.

Quanto ao meu trabalho na webchannel ISSUU junto em seguida a imagem exemplificativa.

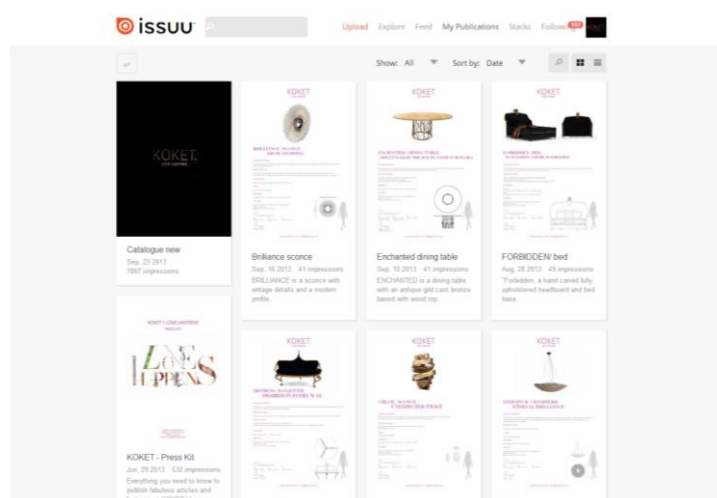


Fig. 43 – Exemplo do trabalho que levei a cabo nesta webchannel.

Fonte: <http://issuu.com/home/publications>.

6.1.4 BEHANCE

A *webchannel* BEHANCE funciona como um portefólio online para profissionais criativos em várias indústrias, incluindo fotografia, *design* gráfico, ilustração e moda.

Dou como exemplo do trabalho que levei a cabo nesta *webchannel* a imagem que se segue.

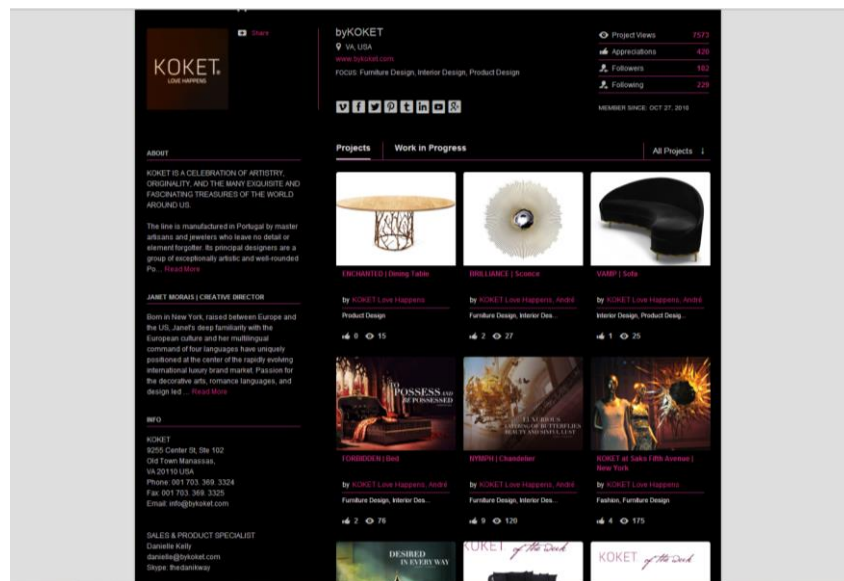


Fig. 44 – Exemplo do trabalho que levei a cabo nesta *webchannel*.

Fonte: <http://www.behance.net/bykoketportfolio>.

6.2 Plataformas online

6.2.1 HOUZZ

HOUZZ é uma plataforma online que funciona como um portfólio para profissionais criativos em várias indústrias, incluindo fotografia, *design* gráfico, ilustração e moda.

Dou como exemplo do trabalho que levei a cabo nesta plataforma online a imagem que se segue.

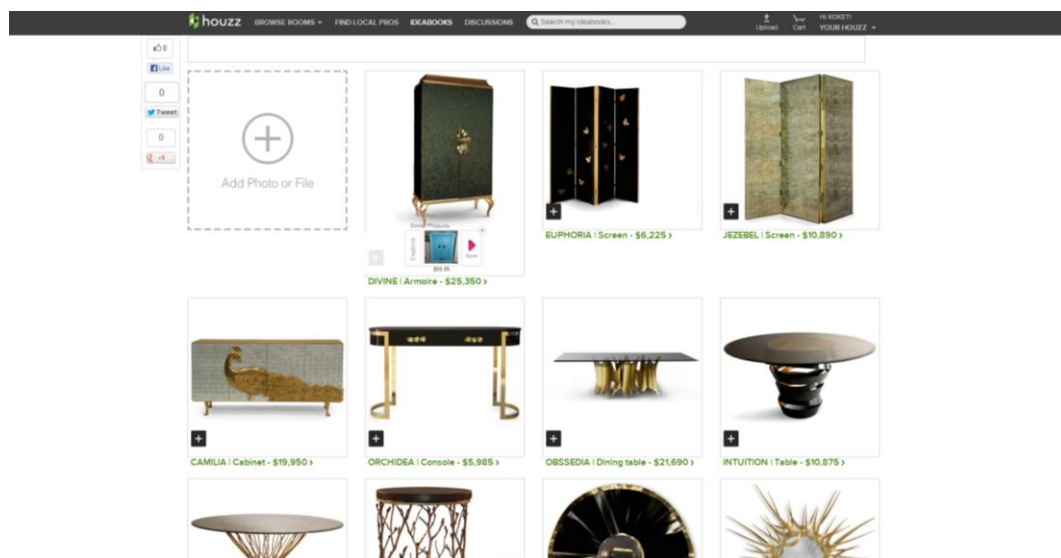


Fig. 45 – Exemplo do trabalho que levei a cabo nesta plataforma online.

Fonte: <http://www.houzz.com/ideabooks/1911084>.

6.2.2 BOUF

A plataforma online BOUF funciona como um portfólio online para profissionais criativos em várias indústrias, incluindo fotografia, *design* gráfico, ilustração e moda.

Dou como exemplo do trabalho que levei a cabo nesta plataforma online a imagem que se segue.

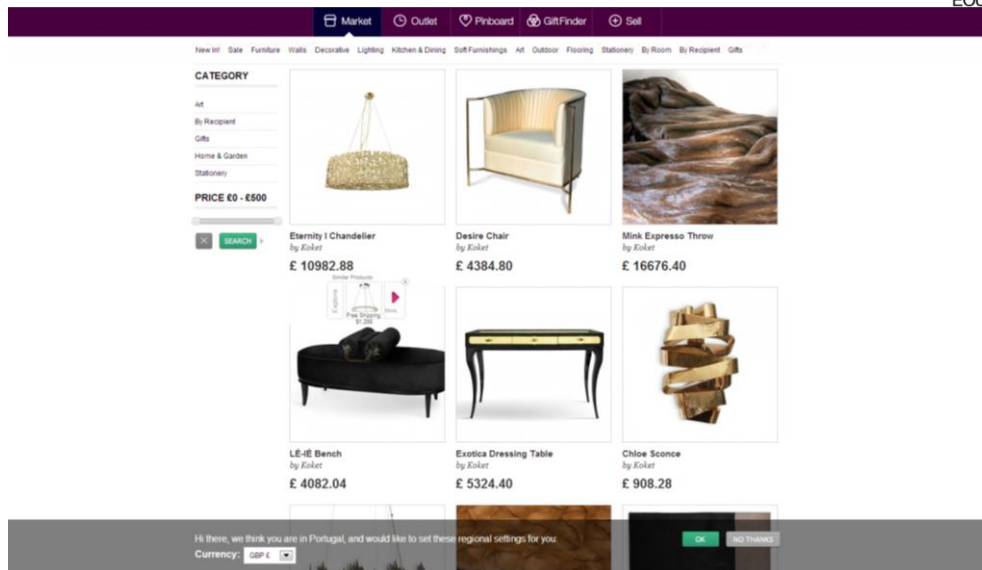


Fig. 46 – Exemplo do trabalho que levei a cabo nesta plataforma online.

Fonte: <http://www.bouf.com/buy?filter=koket>.

Capítulo VII

Trabalho em Curso

7.1 Coleção Limited Edition “Love Slave Collection”

Neste capítulo foi-me proposto como desafio a realização de uma edição limitada, que apelidei de Limited Edition “Love Slave Collection”. Para tal teria de mostrar capacidade de inovar em materiais, de forma a elevar o *design* da marca KOKET a um nível superior. Como tal pensei na inserção de pêlo, correntes ou rendas, materiais que, para além do potencial para serem materiais KOKET, são cada vez mais materiais procurados nos mercados.

Passo em seguida a colocar imagens das ideias e inspirações tidas em conta para cada uma das criações a que irei dar continuidade quando entrar no mundo laboral da marca.



Fig. 47 – Esboço de cristaleira KOKET (imagem do lado direito) e inspiração (imagem do lado esquerdo).

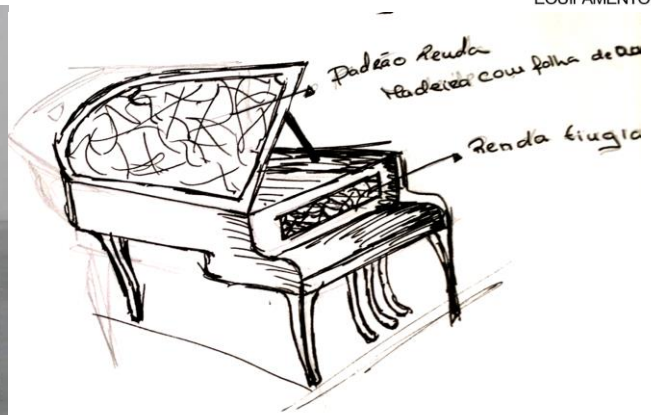


Fig. 48 – Esboço do piano de cauda KOKET (imagem do lado direito) e inspiração (imagem do lado esquerdo).

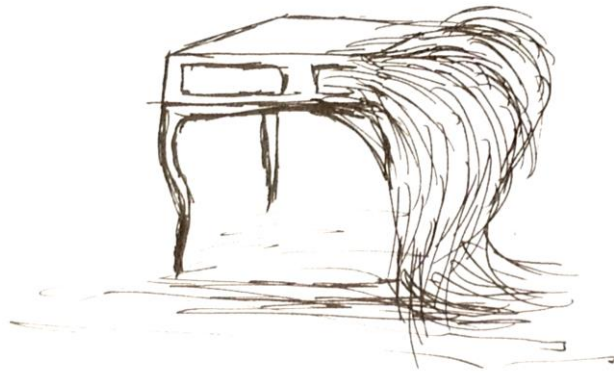


Fig. 49 – Esboço da consola KOKET com pêlo (imagem do lado direito) e inspiração (imagem do lado esquerdo).

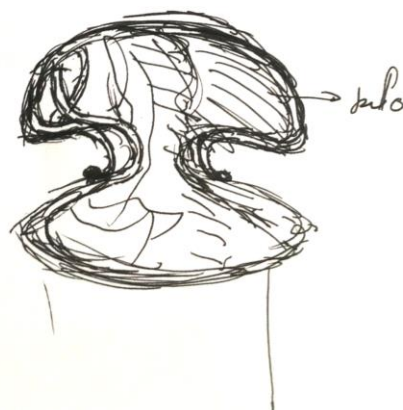


Fig. 50 – Esboço da cadeira KOKET com pêlo (imagem do lado direito) e inspiração (imagem do lado esquerdo).



Fig. 51 – Esboço cadeira KOKET imagem do lado direito e inspiração (imagem do lado esquerdo).

Capítulo VIII

Conclusão

8.1 Conclusão

Durante o estágio foi possível realizar dezassete desafios: três projectos de produto, três projectos de comunicação, seis projectos de *marketing* web e ainda cinco projectos de continuação.

Os três projectos de *design* de produto foram de grande importância devido a terem sido feitos para uma marca de *design* com projecção internacional. Os outros três produtos, de *design* de comunicação também foram um projecto de uma enorme importância devido ao facto de não só poder contactar directamente com clientes da marca mas também tinha poder praticar a nível do programa Photoshop que permite que as peças sejam comunicadas de uma forma muito mais realista no *site* com maior rapidez. Quanto aos outros desafios, entre os quais os seis projectos de marketing e os cinco projectos de continuação, penso que estes foram de suma importância não para o presente da marca mas para o futuro desta e tornar-se-ão essenciais para um bom estabelecimento no mercado da Menina Design Group e também para o reforço da posição da KOKET no mercado mundial.

Como base em todos os trabalhos, a pesquisa foi um ponto de partida de grande importância, tendo sempre como objectivo final encontrar a melhor solução para os desafios com que me deparei no decorrer do estágio. Desta forma, consegui encontrar soluções e melhorá-las.

O trabalho desenvolvido no período de estágio teve um peso essencial na minha formação académica, na medida em que trabalhei para uma marca de *design* exclusivo e ao mesmo tempo contactei com todos os profissionais da empresa, o que me fez aprender e adquirir conhecimentos de vários tipos naquele ramo.

Este estágio permitiu-me pôr em prática todos os conhecimentos adquiridos durante a formação académica. No entanto, tive de levar a cabo vários estudos sobre gestão de marca e análise de mercados que não tinha adquirido durante o curso. Também senti falta de ter estudado 3D Studio Max e de mais formação em Photoshop. No final posso afirmar que adquiri um conjunto de experiências novas que me enriquecerão no futuro enquanto *designer*.

Com a realização deste estágio aprendi ainda que o *design* sozinho é uma ferramenta frágil perante a quantidade enorme de concorrentes, mas que em conjunto com outras partes cooperantes, como o *marketing*, podemos pôr em prática todas as



nossas ideias de forma a poderem a serem vendidas cada vez mais e melhor indo ao encontro da necessidade de crescimento da indústria.

Capítulo IX

Bibliografia

9.1 Bibliografia

Panero, Julius (2002). *Dimensionamento Humano para Espaços Interiores*. Barcelona: Editorial Gustavo Gili.

Webgrafia

<http://amen.no.sapo.pt/Breve%20Historia%20da%20Cidade%20do%20Porto.htm>

<http://curiosity.jp/works/en/product/>

<http://www.arudin.com/category.html?id=8>

<http://www.collett-zarzycki.com/#>

<http://www.craigspencerdesign.com.au/aitken.php>

<http://www.dauidsutherlandshowroom.com/showroom/los-angeles>

<http://www.vanderstraeten.fr/>

<http://www.karl.com/>

<http://moveisclassico.blogspot.pt/2013/05/moveis-classicos.html>

<http://ashleyid.com/>

Capítulo X

Anexos

Anexo 1- Sofá Amália



Anexo 2- Sofá Enchanted



KOKET.

LOVE HAPPENS



ENCHANTED | SOFA INFLUENCED BY THE HAUTE-TASTE FOR FLORA

PRODUCT DESCRIPTION

Our artisans have masterfully captured the alluring essence of an enchanted forest with this sofa. Its antique gilded branch like structure can't help but mesmerize the beholder.

PRODUCT FEATURES

Seat Cushion: KOKET Fabric Collection or COM/COL (7mts required | 8.00 yards).
Base: Cast brass with oxidized gold-plated.
Pillows included.

DIMENSIONS

W 173cm | 68.1" D 78cm | 30.7" H 78cm | 30.7"
Seat height: 45cm

LEAD TIME

Production time is 8 weeks minimum
KOKET Collection.
Delivery time is not included.



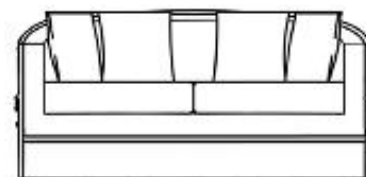
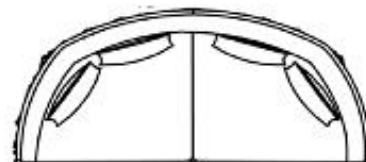
Packaging (cm/inch)

W	D	H
178cm / 70.1"	83cm / 32.7"	83cm / 32.7"



Weight

84kg / 185Lb



www.bykoket.com | info@bykoket.com

Anexo 3- Cadeira Enchanted



KOKET.



ENCHANTED | DINING CHAIR

PRODUCT DESCRIPTION

Our artisans have masterfully captured the alluring essence of an enchanted forest with this dining table. Its antique gilded branch like structure can't help but mesmerize the beholder.

PRODUCT FEATURES

Cast brass with oxidized gold-plated frame that create an elegant contrast against the upholstered chair seat & back.

PRODUCT OPTIONS

Upholstery: KOKET Fabric Collection; or COM/COL.
Legs: Cast brass with oxidized gold-plated

DIMENSIONS

W. 47cm | 18,5" D 50cm | 19,7" H 100cm | 39,4"

LEAD TIME

Production time is between 12 to 16 weeks for KOKET Collection.
Delivery time is not included.



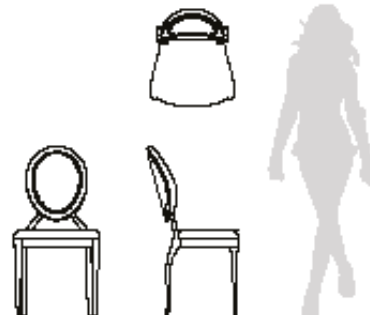
Packaging (cm/inch)

W	D	H
52cm 20,5"	55cm 21,7"	105cm 41,3"



Weight

3kg / 6,6Lb

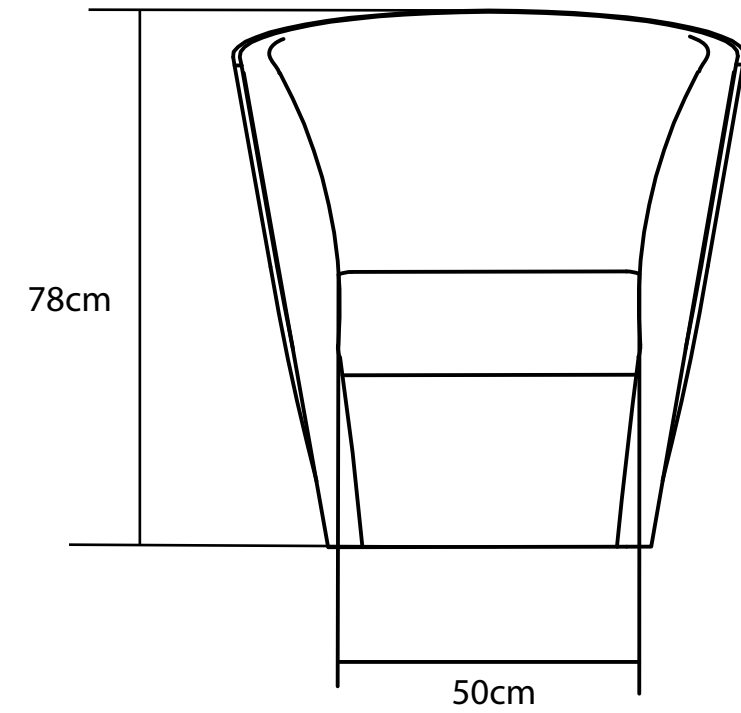
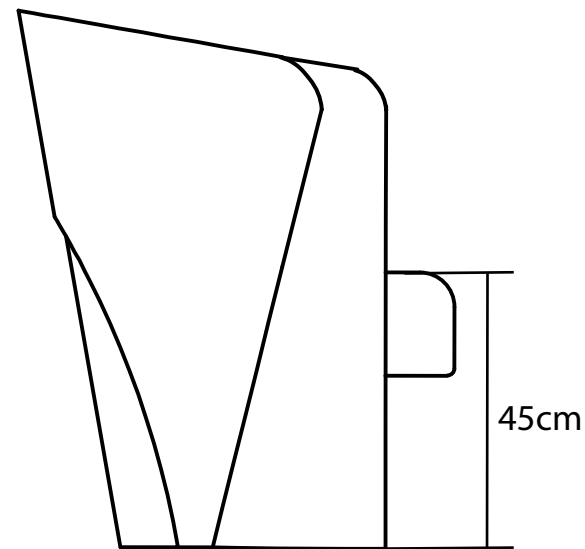
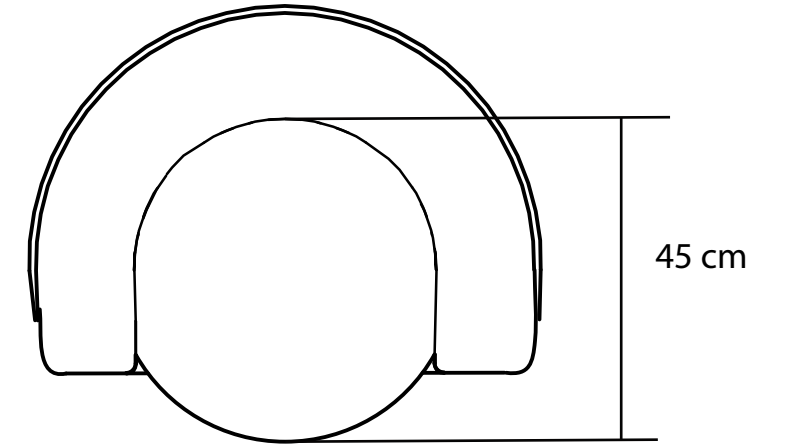
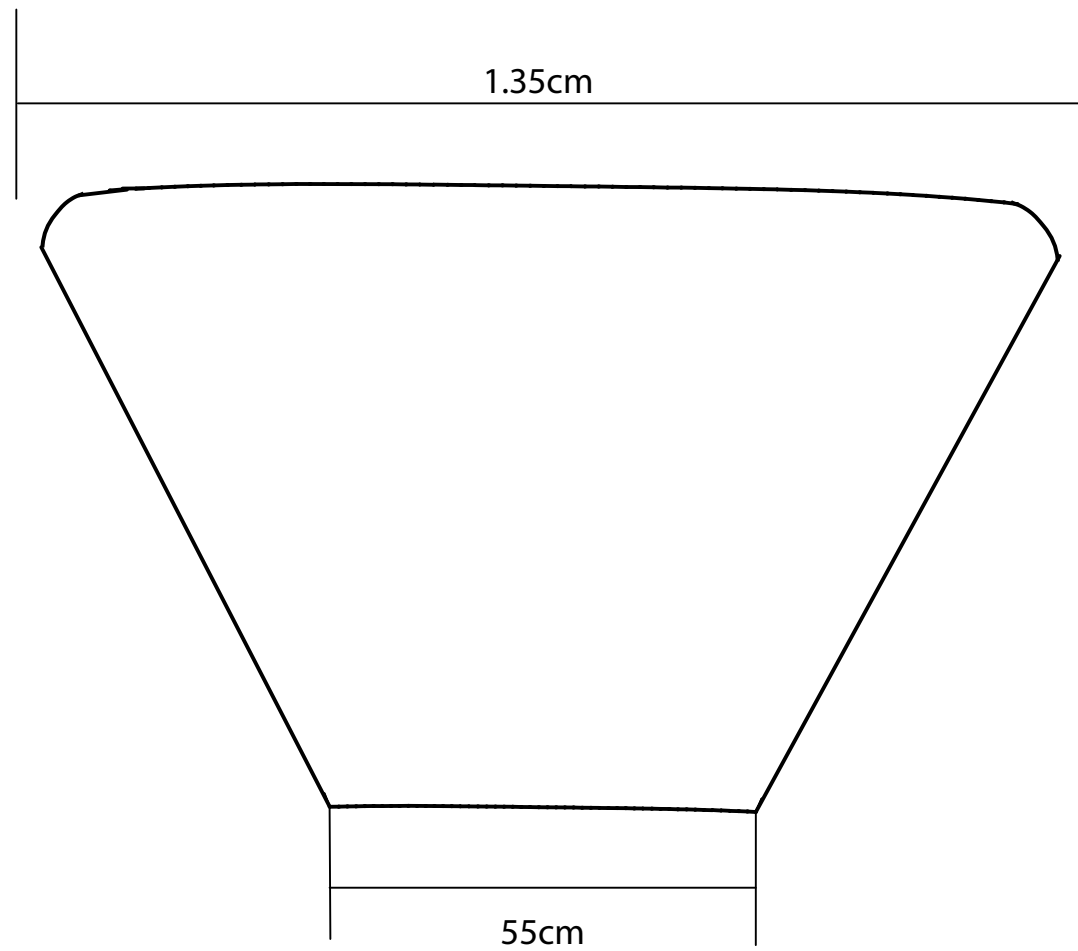


www.bykoket.com | inf@bykoket.com

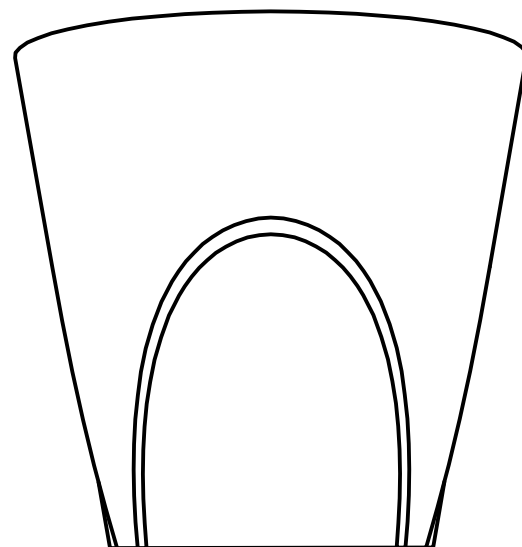


Anexo 4- Desenhos Técnicos

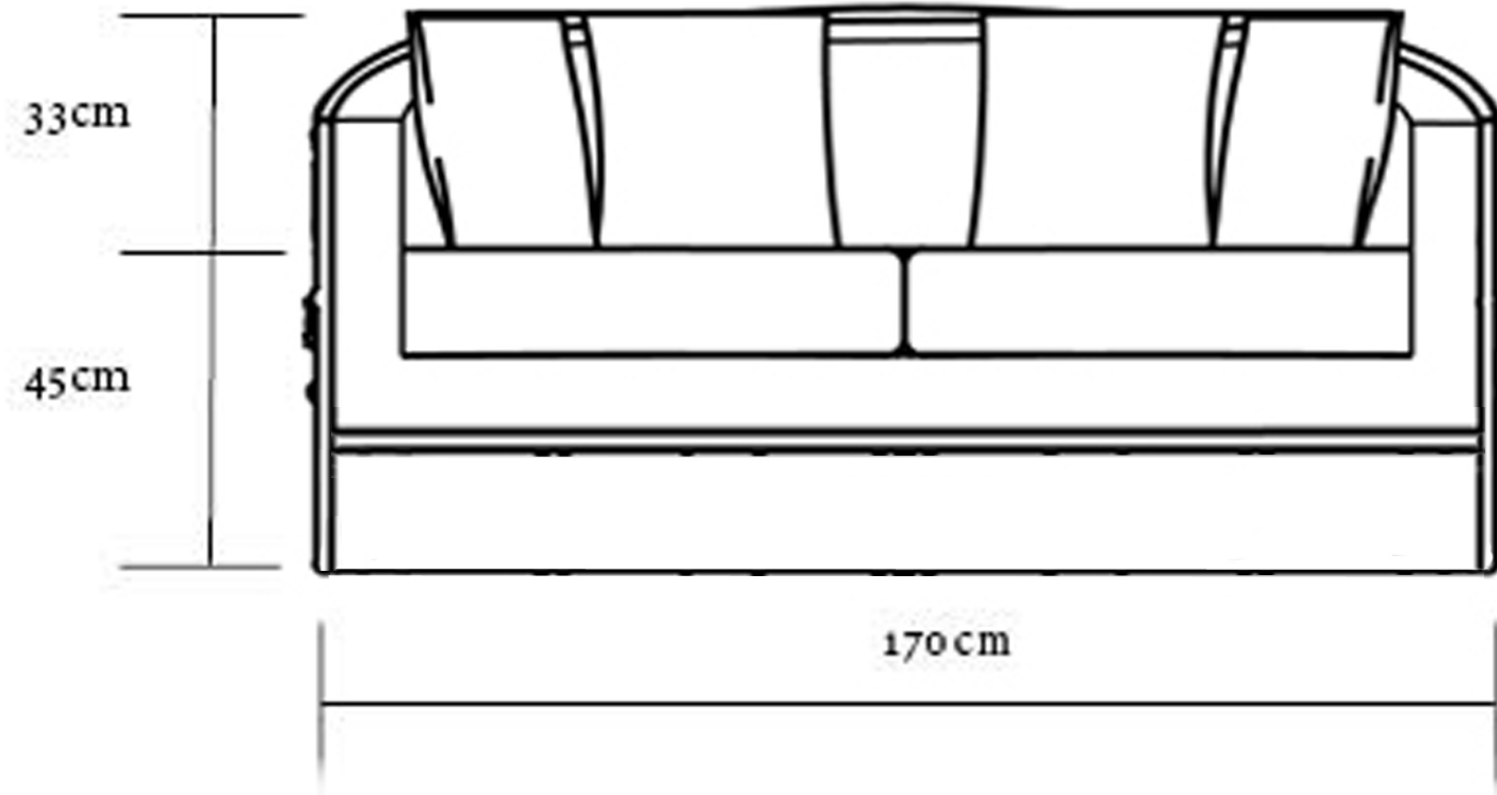
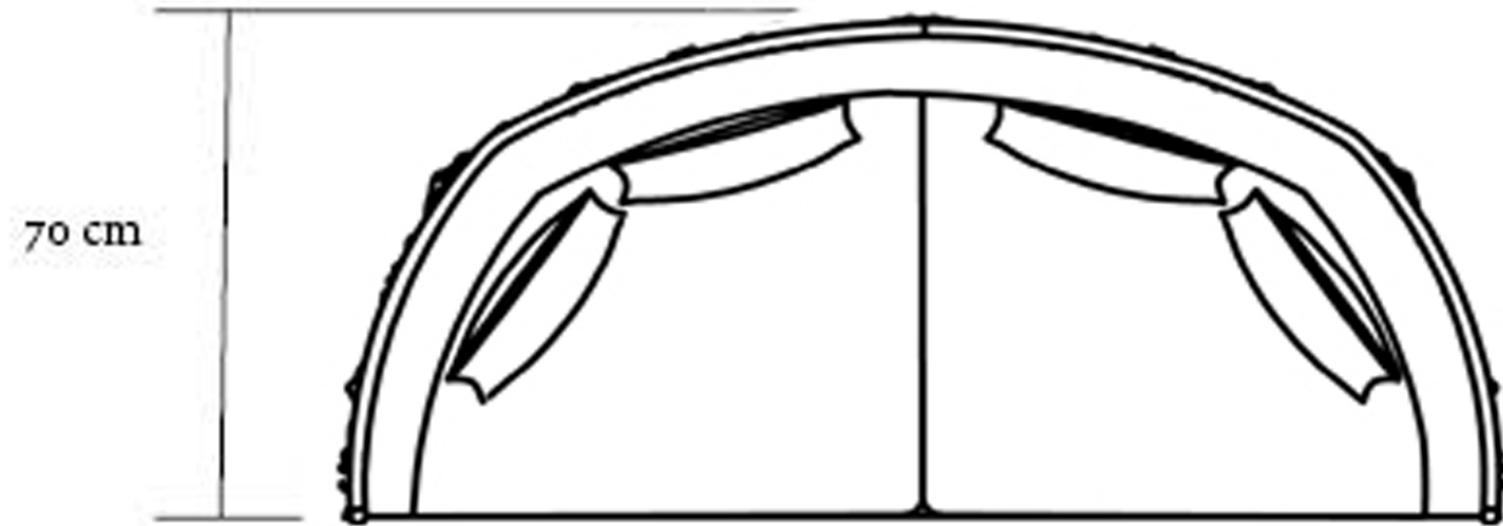
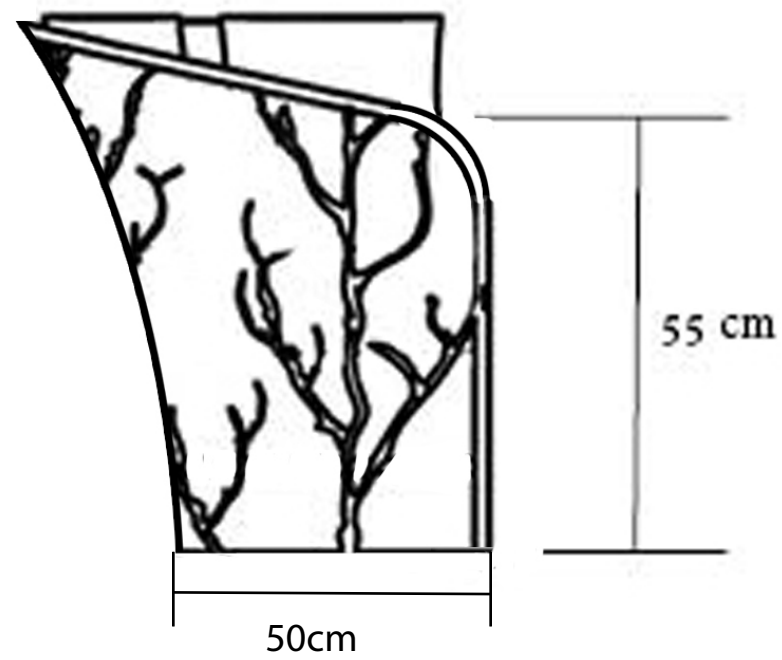
Planificação do metal do espaldar



Vista de trás



DRAWN	Rafaela Luis	27-09-2013		
CHECKED			TITLE	
QA			Desenho técnico do Sofá Amália	
MFG				
APPROVED			SIZE	DWG NO
			A3	
			SCALE 1/10	REV
				SHEET 1 OF 1



DRAWN	Rafaela Luis	27-09-2013		
CHECKED			TITLE	
QA			Desenho técnico do Sofá Enchanted	
MFG				
APPROVED			SIZE	DWG NO
			A3	
			SCALE 1/10	REV
				SHEET 1 OF 1