

UNIVERSIDADE DE LISBOA
FACULDADE DE BELAS-ARTES



**O DESIGN DE INTERIORES COMO UMA
ESTRATÉGIA DE MARKETING PARA OS
ESPAÇOS DE RESTAURAÇÃO**
Projeto do Restaurante Pizzaria La Fontana

ANEXOS

Filipa Ferreira Cipriano

Trabalho de Projeto
Mestrado em Design de Equipamento
Especialização em Urbano e Interiores

Trabalho de Projeto orientado pelo Prof. Doutor Raul Cunha

2022

Anexo I – Parâmetros Avaliativos para a Realização da Análise Quantitativa aos Ambientes dos Espaços de Restauração

Comida servida	Apresentação do prato	Observar se existem fotografias dos pratos servidos
	Complementaridade de pratos	Observar se existem fotografias de apresentação de vários pratos em simultâneo
	Momento de confeção	Observar se existem fotografias ou vídeos da preparação dos pratos, parâmetro apenas aplicável ao Instagram
	Momento de degustação	Observar se existem fotografias dos clientes a provarem os pratos
Zonas exteriores	Esplanada	Observar se existem fotografias da esplanada, zona exterior que permite ao cliente desfrutar de uma refeição nela
	Fachada	Observar se existem fotografias da fachada do espaço de restauração
Mobiliário	Distribuição	Observar se existem fotografias do modo como está distribuído o mobiliário (mesas e cadeiras) no espaço interior
	Diversidade	Observar se nas fotografias apresentam as várias zonas do restaurante e/ou se existe diversidade no mobiliário apresentado
Balcão	Bar	Observar se nas fotografias existe algum bar que possibilite ao cliente beber uma bebida antes ou depois da refeição
	Cozinha aberta	Observar se nas fotografias existe a presença de uma cozinha aberta que permita ao consumidor visualizar a prepararem as refeições
Iluminação	Iluminação geral	Observar se nas fotografias a iluminação geral tem importância visual
	Iluminação de destaque	Observar se nas fotografias aparece iluminação de destaque
Foco Visual	Teto	Observar se nas fotografias o teto apresenta uma importância visual
	Revestimento	Observar se nas fotografias os revestimentos presentes nas paredes apresentam uma importância visual
	Pavimento	Observar se nas fotografias o pavimento apresenta uma importância visual ou funcional para a determinação de áreas
	Elemento de destaque	Observar se nas fotografias existe algum elemento que tenha um grande destaque visual, este pode ser uma parede, uma parte do teto ou algum componente integrado no espaço
Acessórios e detalhes	Na mesa	Observar se nas fotografias existe algum acessório (como uma jarra ou uma vela) presente em cima das mesas
	No espaço	Observar se nas fotografias existe acessórios e decoração no espaço que além de tornar o ambiente confortável sublinha o conceito do restaurante
Cor e acabamentos	Contrastes de cor	Observar se nas fotografias existe algum contraste de cor no ambiente, este pode ser através de um revestimento, mobiliário, ...
	Texturas e padrões	Observar se nas fotografias o ambiente geral proporcionado pelos materiais, acabamentos e cores selecionados apresentam uma coerência no ambiente

Anexo II – Modelo desenvolvido com os parâmetros necessários para a análise dos casos de estudo

Zonas/elementos em análise		Parâmetros de análise
Conceito		Identificar qual é o conceito diferenciador
Área Exterior	Esplanada	Identificar se tem ou não esplanada e a sua localização
	Fachada/Entrada	Identificar como é a fachada e se tem algum elemento visual que prenda a atenção do consumidor
Área Interior	Layout espacial	Identificar como organizam o espaço e a disposição das mesas. Observar o número médio de clientes por mesa.
	Mobiliário	Identificar o tipo de mobiliário existente, se existe variedade na seleção e os materiais usados no mesmo. Analisar se o espaço de restauração pretende rotatividade ou não a partir das mesas e cadeiras escolhidas.
	Cor	Selecionar a paleta de cores do espaço, o seu significado para o conceito e <i>storytelling</i> . Identificar os elementos predominantes onde essa cor aparece.
	Materiais e texturas	Identificar os materiais usados no pavimento e revestimentos, a sua interligação entre si. Assim como o seu impacto para a percepção do <i>storytelling</i> e fidelização do restaurante.
	Iluminação	Identificar se a iluminação aplicada manipula os efeitos visuais do espaço por parte do consumidor.
Elementos para o registo fotográfico	Elementos decorativos	Descrever se existem ou não elementos decorativos no espaço e nas mesas. Categorizá-los e segmentar com base no conceito do espaço de restauração em análise.
	Loiça	Descrever as cores principais da loiça utilitária e a sua influência para realçar os alimentos apresentados. Analisar a sua influência com a cor do tampo da mesa.
Despertar os sentidos para o consumo	Aroma	Identificar se existe ou não algum aroma no espaço de restauração. Se existir, relacioná-la com o <i>storytelling</i> que o espaço de restauração pretende transmitir e analisar o seu impacto para o aumento do consumo alimentar.
	Música	Identificar se existe ou não alguma música no espaço de restauração. Se existir, identificar o estilo de mesa, relacioná-la com o <i>storytelling</i> que o espaço de restauração pretende transmitir e analisar o seu impacto para o aumento do consumo alimentar.

Anexo III – Mapa de acabamentos do projeto de requalificação do Restaurante Pizzaria – La Fontana

Nome	Material	Marca	Referência	Dimensões (cm)
Sala Italiana				
Pavimento	Cerâmico a imitar madeira	Revigrés	Montana Cherry	20x90
Revestimento	Cerâmico a imitar pedra	Leroy Merlin	Artens Cook Ivory	32x48
	Cerâmico	Revigrés	Oxford Cool	7,5x30
	Painel Canelado	The Surface Studio		
	Cerâmico	Harmony	Bow Clay	15x45
	Tijoleira	Soladrilho	Forra italiana	7,5x23
	Pedra		Mármore Travertino	
	Tinta interior	CIN	VynilMatt- Vermelho Nirvana #3213	
	Tinta interior	CIN	VynilMatt- Branco #0501	
Iluminação	Tinta interior	CIN	VynilMatt – Champanhe #1858	
	Candeeiro Suspenso	Eglo	Sabinar	28
	Downlight led	Philips	Slim Corte	11
	Aplique parede	Bella Iluminação	Arandela Linea Cromado	
Têxteis	Aplique parede	Vical Home	Lâmpada de Parede ref.27990	15x25x42
	Toalha de mesa	Bestgift	Toalha de mesa de restauração - Xadrez	120x120
Equipamento	Armário de trabalho	Ggm Gastro	Armário de trabalho ECO em Aço Inoxidável – Portas de correr	120
	Armário de trabalho	Ggm Gastro	Armário de trabalho ECO em Aço Inoxidável – Portas de correr	180
	Mesa de refrigeração	Ggm Gastro	Mesa de refrigeração de bebidas de bar – com 4 portas de vidro, suporte e aldrava para o	269

			café	
	Mesa de trabalho	Ggm Gastro	Mesa de trabalho em aço inoxidável com 4 prateleiras	150x60
Sala Portuguesa				
Pavimento	Cerâmico a imitar madeira	Revigrés	Montana Cherry	20x90
Revestimento	Tijolo vazado	Prellis	Grelha Gótica	20x10x10
	Tinta interior	CIN	VynilMatt- Branco #0501	
	Tinta interior	CIN	VynilMatt – Champanhe #1858	
Iluminação	Downlight led	Philips	Slim Corte	11
	Aplique parede	Vical Home	Lâmpada de Parede ref.27990	15x25x42
Têxteis	Toalha de mesa	Bestgift	Toalhas de mesa restauração antinódoa – Liso Branco	120x120
	Tecido para banco	Tecidos.com.pt	Tecido para estofos veludo - bege	
Zona exterior				
Pavimento	Tijoleira	Soladrilho	Fita (chanfro 45°)	8,1x23,6
	Lajeta Lavada	Leroy Merlin	Seixo mesclado	60x40
	Pedra decorativa	Leroy Merlin	Gravilha calcária	1-2
Revestimento	Cerâmico a imitar pedra	Revigrés	Fórum 1	30x60
	Cerâmico a imitar pedra	Revigrés	Fórum 2	30x60
	Tinta exterior	CIN	Nováqua HD – Navy Blue #E722	
	Tinta exterior	CIN	Nováqua HD – Branco #0501	
Iluminação	Aplique de parede	Simes	Streamline Wall Mounted	
	Candeeiro de parede exterior	Leroy Merlin	Inspire Monza Descendente E27 Alumínio Branco	
Têxteis	Toalha de mesa	Bestgift	Toalhas de mesa restauração antinódoa – Liso Branco	90x90
	Tecido para almofada	Tecidos.com.pt	Tecido para Exterior Riscas Toldo Essenzia Bege	
	Tecido para almofada	Tecidos.com.pt	Tecido para Exterior Diamante – Cor de Areia	
	Tecido para banco	Tecidos.com.pt	Outdoor tecido para espreguiçadeiras	

			liso – azul real	
Instalações Sanitárias				
Pavimento	Cerâmico	Revigrés	Globe Branco	60x60
Revestimento	Cerâmico	ABK	Play Dots Multiwhite	20x20
	Tinta interior	CIN	VynilMatt – Champanhe #1858	
Loiça Sanitária	Lavatório sobre a bancada	Roca	Round	
	Lavatório Suspenso	Roca	Meridian	
	Torneira eletrónica	Roca	Loft (para encastrar)	
	Sanita Compacta Rimeless	Roca	Round	
	Mictório	Roca	Euret urinol suspenso com entrada de água superior	
Iluminação	Downlight led	Philips	Slim Corte	11

Anexo IV – Relatório de estágio no Grupo Pestana

Introdução

Entre 09 de Dezembro de 2021 e 09 de Março de 2022, a autora realizou o estágio curricular no departamento de Manutenção, Projetos e Construção da empresa Grupo Pestana, cuja sede localiza-se na Rua Jau, nº54, 1300-314, na cidade de Lisboa. O presente trabalho consiste no relatório de estágio executado no âmbito do Mestrado em Design de Equipamento com Especialização em Urbano e Interiores lecionado na Faculdade de Belas Artes da Universidade de Lisboa.

O Grupo Pestana é o maior grupo multinacional de origem portuguesa no setor do turismo, estando presente em 16 países distribuídos pelo continente europeu, africano e americano. Além do seu envolvimento no ramo hoteleiro, esta empresa também incorpora outras áreas de negócio como o imobiliário turístico, o turismo vocacional, o golfe, os casinos, bem como a indústria de bebidas alcoólicas e não alcoólicas.

Este estágio teve como principais objetivos, a aplicação dos conhecimentos e ferramentas apreendidos durante o mestrado assim como a aquisição de novas competências através do contacto direto com o mercado de trabalho e o entendimento dos desafios que surgem a nível profissional. Por essa razão durante o período de estágio o trabalho realizado foi supervisionado pela arquiteta Rita Soares e pelo engenheiro Diogo Tamen.

1. Entidade de Acolhimento

1.1 História

O Grupo Pestana foi fundado em 1972 por Manuel Pestana com a abertura do seu primeiro hotel, o atual Pestana Carlton Madeira. Após terminar o curso de gestão em 1976, Dionísio Pestana (filho de Manuel Pestana) aceita o desafio de assumir a operação na Madeira com o intuito de tornar o hotel novamente viável dada à instabilidade sentida a nível económico após a “Revolução dos Cravos”. Na década de 90, o Grupo Pestana expande-se para Portugal Continental, tendo comprado vários hotéis localizados na costa algarvia, tornando-se assim o principal grupo turístico do país.

Em 1998, o Grupo Pestana expande-se internacionalmente com a compra de um hotel em Moçambique e em 1999 a internacionalização prossegue para a América do Sul, através da compra de hotéis no Brasil, Venezuela e Argentina. No ano de 2001 é inaugurado o primeiro hotel de luxo, o Pestana Palace Lisboa, este encontra-se integrado na marca Pestana Collection Hotels.

Decorria o ano de 2003 quando o Governo português concedeu ao Grupo Pestana a gestão da rede das Pousadas de Portugal, esta destaca-se pela inclusão dos hotéis com um carácter histórico localizados em Portugal continental e ilhas. Em 2010, a empresa conseguiu concretizar um dos objetivos a longo prazo, a abertura dos primeiros hotéis na Europa, nomeadamente o Pestana Chelsea Bridge em Inglaterra e o Pestana Berlin Tiergarten na Alemanha. No ano de 2013, o Grupo Pestana torna-se na primeira cadeia hoteleira portuguesa a inaugurar um hotel nos Estados Unidos, especificamente em South Beach, Miami.

Dada a quantidade de hotéis que o Grupo Pestana tinha em posse em 2015 houve a necessidade de uma segmentação e *rebranding* da empresa. Esta nova identidade gráfica resultou em três marcas – Pestana Hotels & Resorts, Pestana Collection Hotels e Pestana Pousadas de Portugal. No ano de 2016, realizou-se uma colaboração com o jogador de futebol português, Cristiano Ronaldo, criando assim uma quarta marca – Pestana CR7 Lifestyle Hotels – esta pretende ser vocacionada para os *Millenials* e atualmente conta

com quatro hotéis localizados nas cidades do Funchal, Lisboa, Madrid e Nova York.

O ano de 2020 ficou marcado pela abertura do primeiro hotel do grupo em Nova York e a chegada desta empresa aos 100 hotéis. No ano que decorre, 2022, o Grupo Hoteleiro Pestana celebra 50 anos a 20 de Novembro. Através do olhar visionário do fundador Manuel Pestana e o do seu filho Dionísio Pestana tornaram possível a expansão internacionalmente deste grupo hoteleiro, tornando-se um guardião da cultura portuguesa, a par com o acolhimento que o grupo oferece nas melhores localizações pelo mundo fora.

Atualmente Dionísio Pestana é acionista e presidente da marca Pestana, este considera que “Ao longo dos anos houve muitas mudanças, mas a fórmula tem sido sempre a mesma: valores familiares, empreendedorismo, resiliência, trabalho árduo, inovação e sustentabilidade.” (Pestana, s.d.)

1.2 Segmentação da marca hoteleira

Como referido anteriormente o Grupo Pestana segmentou os seus hotéis em quatro marcas, estas diferenciam-se umas das outras através dos valores e experiências que pretendem transmitir, assim sendo existe a:

- Pestana Hotels & Resorts – Esta marca insere mais de 50 hotéis requintados de quatro e cinco estrelas. Apresenta fantásticos resorts com localizações centrais e únicas nas cidades mais cosmopolitas do mundo.
- Pestana Pousadas de Portugal – Esta marca inclui 34 pousadas que propõem a experiência imersiva de pernoitar nas propriedades mais históricas e icónicas do país, tanto podem ser castelos, palácios, fortes, mosteiros ou conventos.
- Pestana Collection Hotels – Esta marca apresenta uma premiada seleção de 7 unidades que oferecem ao hóspede o melhor conforto e hospitalidade. Todas as propriedades encontram-se inseridas em luxuosos edifícios e monumentos com localizações privilegiadas, oferecendo experiências únicas e enriquecedoras em propriedades históricas.

- Pestana CR7 Lifestyle Hotels – Esta marca apresenta a perfeita combinação entre a experiência hoteleira do Grupo Pestana e o estilo de vida de Cristiano Ronaldo.



Figura 1 – Logótipos de cada marca do Grupo Pestana
Fonte: Website Meios e Publicidade

Pestana, esta mudança reflete coerentemente o novo posicionamento que pretendem comunicar ao cliente, transmitindo que o tempo do hóspede é o seu bem mais valioso. Ao consumi-lo nas unidades Pestana beneficia de viver os melhores momentos da sua vida, por essa razão o slogan da marca ser “*The time of your life*”.

Relativamente à nova identidade gráfica esta apresenta a letra P estilizada que simboliza não só a inicial da palavra Pestana, mas simultaneamente a pausa que o hóspede vai beneficiar. Este *rebranding* permite a uniformização das submarcas do ramo hoteleiro do grupo, tendo sempre o “P” estilizado, mas alternado a sua cor, o “P” da Pestana Hotels & Resorts é azul, o da Pestana Pousadas de Portugal é vermelho e o da Pestana Collection Hotels dourado (ver Figura 1).

1.3 Outras áreas de negócio

Além do ramo hoteleiro o Grupo Pestana apresenta negócios em outras áreas, em especial programas de fidelização que oferece aos seus membros as melhores opções de férias em resorts localizados na costa algarvia e na Madeira ou então um dos vários hotéis e pousadas espalhados pelo mundo.

Outra área de negócio é a célebre marca de golfe que oferece, cinco campos no Algarve e um em Sintra, de classe mundial instalados em resorts fantásticos, estes incluem vários campeonatos que os hóspedes podem

participar. O Pestana Residences é a área de negócio deste grupo hoteleiro que combina o conhecimento técnico na elaboração de projetos imobiliários com a experiência e percurso de sucesso no ramo turístico, é de salientar que o desenvolvimento de projetos imobiliários pode ter tanto fins turísticos (uso apenas para férias através do seu aluguer) como residenciais (uso diário e que se encontram maioritariamente em ambientes citadinos).

Desde 1985 o Grupo Pestana tem em posse o Casino da Madeira, este tem uma arquitetura mundialmente admirada cujo projeto é do famoso e premiado arquiteto, Oscar Niemeyer, este casino é o melhor lugar da Madeira para entretenimento sofisticado como jogos e espetáculos noturnos.

Fundada em 1872 e desde 1994 integra o portfólio Pestana, a Empresa de Cervejas da Madeira (ECM) é uma das firmas mais valorizadas da ilha, fabricando cerveja, refrigerantes, sumos, águas e vinhos.

1.4 Estratégias de Negócio

A estratégia de negócio do Grupo Pestana visa na construção e/ou conversão de hotéis, terrenos ou edifícios já existentes que se localizam no centro da cidade ou em locais com uma vasta procura turística, estes podem estar geograficamente localizados tanto na Europa como na América do Norte e do Sul. Em relação à sua segmentação no mercado este tanto pode ser *upscale*, *upper upscale* (em mercados muito específicos) ou hotéis com um passado histórico.

Para uma compreensão detalhada da estratégia de negócio, a figura 2 apresenta os parâmetros da estratégia e requisitos presentes no website do Grupo Pestana.

Estratégia	Zona Geográfica	Segmento de Mercado
<ul style="list-style-type: none"> - Principais cidades urbanas e turísticas da Europa; - Cidades da América do Norte e Sul; - Investimento, arrendamento e/ou gestão de hotéis urbanos. 	<ul style="list-style-type: none"> - Principais cidades urbanas e turísticas da Europa; - Cidades da América do Norte e Sul. 	<ul style="list-style-type: none"> - Upscale; - Upper upscale (em mercados muito específicos); - Hotéis históricos.
Modelo de Negócio	Perfil das Propriedades Alvo	Pontos Fortes
<ul style="list-style-type: none"> - Propriedade/parcerias - Contratos de arrendamento de longa duração - Contratos de gestão 	<ul style="list-style-type: none"> - Hotéis existentes, terrenos ou edifícios a converter em hotel - Propriedades/hotéis integrados em complexos imobiliários - Localizados no centro da cidade ou em zonas de procura turística. 	<ul style="list-style-type: none"> - Eficiência nos custos de desenvolvimento para construção nova ou reconversões; - Disponibilidade para partilhar risco de investimento; - Conhecimento profundo do investimento e da operação hoteleira; - Forte relacionamento com proprietários, parceiros e instituições financeiras.

Figura 2 – Estratégias de Negócio do Grupo Pestana
Fonte: Website Pestana Group

1.5 Sustentabilidade

O Grupo Pestana colocou em prática o programa PLANET GUEST, Pestana *Sustainability Program*, este permite comunicar a posição da empresa como um coletivo de pessoas que honra e estima o ambiente, a sociedade e a ética corporativa. O mote “*Somos apenas hóspedes do Planeta*” exprime o respeito pelo planeta e a consciência que a valorização dos recursos naturais é decisiva para o futuro do negócio.

Este programa não visa somente a valorização ambiental, mas também beneficia a componente social, abrangendo atividades de apoio às comunidades locais, promoção da educação, cultura e responsabilidade social

interna assim como projetos de empreendedorismo e a preservação do património classificado.

2. Estágio

O estágio curricular decorreu através do protocolo entre o Grupo Pestana e a Faculdade de Belas Artes da Universidade de Lisboa tendo a duração de 3 meses, este iniciou-se a 09 de dezembro de 2021 e terminou a 09 de março de 2022.

Durante o período de estágio todo o trabalho desenvolvido foi acompanhado pela Arquitecta Rita Soares e pelo Engenheiro Diogo Tamen. Dada as condições pandémicas o estágio foi realizado em regime híbrido, estando dois dias úteis presencialmente no escritório e os restantes por teletrabalho, este regime permitiu entender o funcionamento de uma empresa, a valorização do trabalho em equipa, bem como o processo técnico e burocrático para a execução de um projeto arquitetónico.

Ao longo do estágio providenciou-se apoio técnico à arquiteta Rita Soares durante o desenvolvimento do projeto do Madeira Acqua Residences que se localiza na cidade do Funchal, Madeira. Neste projeto efetuou-se o cálculo das áreas úteis de cada apartamento; a identificação em plantas de materiais, roupeiros, cozinhas e vãos interiores; a elaboração dos respetivos desenhos técnicos; a quantificação de cozinhas e vãos interiores. Devido às burocracias existentes para a construção de um edifício torna o desenvolvimento do projeto um processo labiríntico, desta forma não foi possível determinar de forma linear um cronograma para o estágio.

2.1 Espaço de Intervenção

O Madeira Acqua Residences localiza-se perto da Praia Formosa e foi inaugurado no início dos anos 70 com o nome de Hotel Madeira Palácio pelo grupo hoteleiro Hilton, o seu projeto original é do arquiteto Carlos Ramos, as

zonas exteriores são da autoria do arquiteto paisagista Gonçalo Ribeiro Teles e os interiores assinados pelo arquiteto Daciano da Costa.

Após a sua história de êxito e charme durante 35 anos, o Hotel Madeira Palácio foi alvo de diferentes intervenções que mantiveram sempre o princípio do Y, até ao ano de 2007 quando fecharam as suas portas e desde aí esteve ao abandono, em 2021, o Grupo Pestana comprou o hotel ao banco. Este apresenta três componentes com diferentes objetivos de negócios, uma parte é o bloco habitacional que está pronto a ser vendido, a outra parte é a conversão do antigo hotel em apartamentos e a terceira componente que será a mais demorada, é a ampliação das instalações hoteleiras do Pestana Bay.

O condomínio Madeira Acqua Residences possui 181 apartamentos desde T1 a T4 e com áreas que variam entre os 70m² e os 420m² (ver Figura 4). Além disso, tem várias áreas comuns como a piscina infinita, piscina de crianças, zonas de convívio, ginásio, sala de condomínio e estacionamento para visitantes (ver Figura 3).



Figura 3 – Visualização 3D da fachada exterior do edifício
Fonte: Website Madeira Acqua



Figura 4 – Visualização 3D da sala de um dos apartamentos
Fonte: Website Madeira Acqua

2.2 Caracterização do Projeto

Durante o período de estágio os principais *softwares* usados foram o Autocad, para o tratamento e detalhamento de plantas bem como a elaboração dos desenhos técnicos, assim como o Excel para o detalhe e quantificação dos elementos necessários em obra.

A primeira tarefa desenvolvida em estágio foi a quantificação das áreas úteis de cada apartamento, primeiro através das plantas em Autocad realizou-se o cálculo da área útil de cada divisão e depois introduziu-se esses dados no Excel onde posteriormente realizava-se a soma de todos os valores para determinar a área útil do apartamento (ver Figura 5). Como o condomínio tem vários blocos foi necessário entender o número de apartamentos assim como a tipologia da planta de cada piso para a identificação dos apartamentos e posterior cálculo das suas áreas.

Piso 4 - Área Útil dos Apartamentos			
Bloco A			
Apartamento	Divisão	Área Útil	Total
T1 - E	Sala e Kitchenette	25,14 m ²	102,93 m ²
	Hall	4,30 m ²	
	Casa de Banho	3,23 m ²	
	Suíte	13,12 m ²	
	Varanda	37,73 m ²	
	Terraço	19,41 m ²	
T2 - F	Sala e Kitchenette	22,52 m ²	107,99 m ²
	Hall	7,13 m ²	
	Lavandaria	1,35 m ²	
	Suíte	10,83 m ²	
	Casa de Banho	2,34 m ²	
	Suíte	14,65 m ²	
	Casa de Banho	4,94 m ²	
	Varanda	19,23 m ²	
Terraço	25,00 m ²		
T2 - G	Sala e Kitchenette	22,20 m ²	109,35 m ²
	Hall	6,87 m ²	
	Lavandaria	1,60 m ²	
	Suíte	10,81 m ²	
	Casa de Banho	2,25 m ²	
	Suíte	15,16 m ²	
	Varanda	20,32 m ²	

Figura 5 – Captura de ecrã de parte do mapa de áreas do Bloco A
Fonte: Elaborado pela autora

Após o cálculo das áreas, a tarefa seguinte incidiu na identificação em cada apartamento dos acabamentos, para isso foi fornecido a planta estilizada do apartamento modelo com a respetiva legenda de acabamentos (ver Figura 6) e replicou-se nos restantes apartamentos. De seguida, efetuou-se a identificação das tipologias de roupeiros existentes, na realização dos seus desenhos técnicos incluindo a identificação dos módulos que o compõem (ver Figura 7) e posterior identificação em planta. Para esta tarefa a arquiteta Rita

Soares forneceu o documento que apresentava o interior de cada módulo tipo para que existisse um equilíbrio no desenho do interior dos roupeiros.

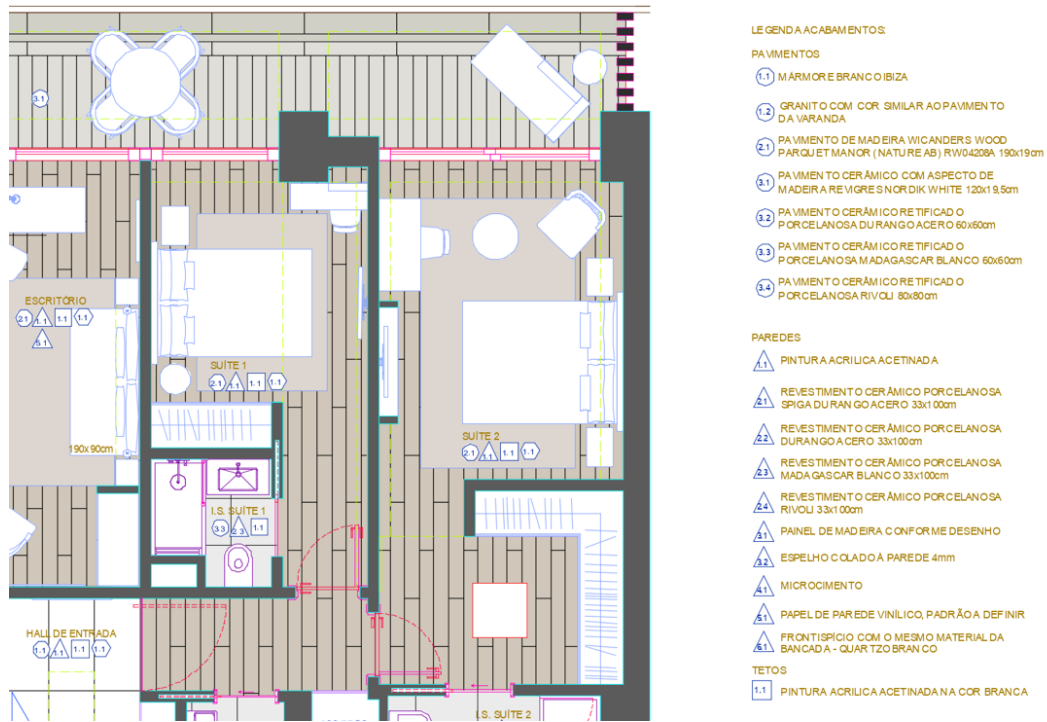
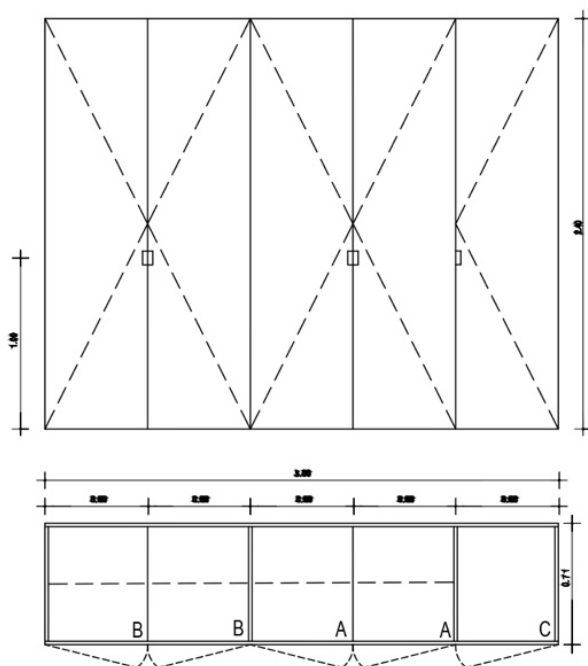


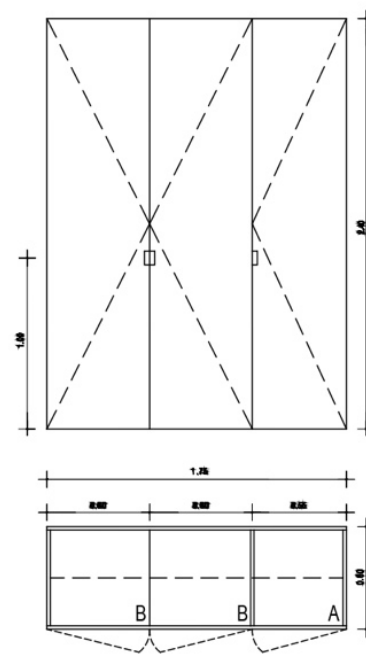
Figura 6 – Parte do documento com a planta estilizada e a legenda dos acabamentos do apartamento modelo
Fonte: Grupo Pestana

Posteriormente, executou-se a identificação da cozinha de cada apartamento, para isso foi necessário a realização de um mapa no Excel onde determinava a sua tipologia, as medidas gerais, o número de módulos e o apartamento onde será implementada (ver Figura 8). Após a identificação das cozinhas, selecionou-se as que se repetiam mais pelos apartamentos para realizar os seus respetivos desenhos técnicos (ver Figura 9).

A tarefa seguinte consistiu na identificação dos vãos interiores dos apartamentos, para isso foi necessário a criação de uma legenda que categorizasse o tipo de porta, o género de abertura e as suas dimensões. Com base na legenda identificou-se em planta cada vão interior dos apartamentos e catalogou-se no mapa de vãos interiores realizado no Excel. Após terminar a



ROUPEIRO 12



ROUPEIRO 13

Figura 7 – Desenho técnico do roupeiro 12 e do roupeiro 13 com a respetiva identificação dos módulos
Fonte: Elaborado pela autora

Nome	Tipologia	Medidas Gerais	Número de Módulos	Apartamento
Cozinha 1	L	297 x 250 x 63	8	Piso 5 a 10 / Bloco A / T1 - E
Cozinha 2	U	163 x 315 x 170 x 63	9	Piso 5 a 10 / Bloco A / T2 - F; Piso 4 / Bloco A / T2 - F
Cozinha 3	U	122 x 315 x 161 x 63	8	Piso 5 a 10 / Bloco A / T2 - G
Cozinha 4	U	165 x 315 x 161 x 63	9	Piso 5 a 10 / Bloco A / T2 - H; Piso 4 / Bloco A / T2 - H
Cozinha 5	U	163 X 315 X 173 X 63	8	Piso 5 a 10 / Bloco A / T2 - I
Cozinha 6	Linear	333 x 63	6	Piso 5 a 10 / Bloco A / T2 - J
Cozinha 7	L	329 x 236 x 63	9	Piso 5 a 10 / Bloco A / T3 - D
Cozinha 8	U	230 x 285 x 163 x 63	8	Piso 5 a 10 / Bloco A / T3 - C
Cozinha 9	U	223 x 226 x 160 x 63	9	Piso 5 a 10 / Bloco A / T2 - B
Cozinha 10	U	183 x 315 x 163 x 63	9	Piso 5 a 10 / Bloco A / T2 - A
Cozinha 11	Península	378 x 117 x 63	7	Piso 5 a 10 / Bloco B / T3 - O
Cozinha 12	Linear com Ilha	354 x 63	6	Piso 5 a 10 / Bloco B / T3 - N; Piso 4 / Bloco B / T3 - N; Piso 3 / Bloco B / T3 - N; Piso 2 / Bloco B / T3 - N
Cozinha 13	L com Ilha	190 x 330 x 63	7	Piso 5 a 10 / Bloco B / T2 - M; Piso 4 / Bloco B / T2 - M; Piso 3 / Bloco B / T2 - M
Cozinha 14	Península	378 x 115 x 63	7	Piso 5 a 10 / Bloco B / T3 - P; Piso 4 / Bloco B / T3 - P; Piso 3 / Bloco B / T3 - O; Piso 3 / Bloco B / T3 - P
Cozinha 15	U	355 x 229 x 227 x 63	8	Piso 4 / Bloco B / T3 - Q; Piso 4 / Bloco B / T3 - R; Piso 3 / Bloco B / T3 - Q; Piso 3 / Bloco B / T3 - R
Cozinha 16	U	326 x 252 x 252 x 63	12	Piso 5 a 10 / Bloco C / T3 - K
Cozinha 17	L	310 x 315 x 63	8	Piso 5 a 10 / Bloco C / T4 - L; Piso 4 / Bloco C / T4 - L
Cozinha 18	L	225 x 315 x 63	7	Piso 4 / Bloco A / T1 - E
Cozinha 19	U	160 x 315 x 173 x 63	9	Piso 4 / Bloco A / T2 - G
Cozinha 20	U	163 x 315 x 189 x 63	9	Piso 4 / Bloco A / T2 - H
Cozinha 21	Península	324 x 230 x 63	7	Piso 4 / Bloco A / T1 - E

Figura 8 – Captura de ecrã de parte do mapa das cozinhas
Fonte: Elaborado pela autora

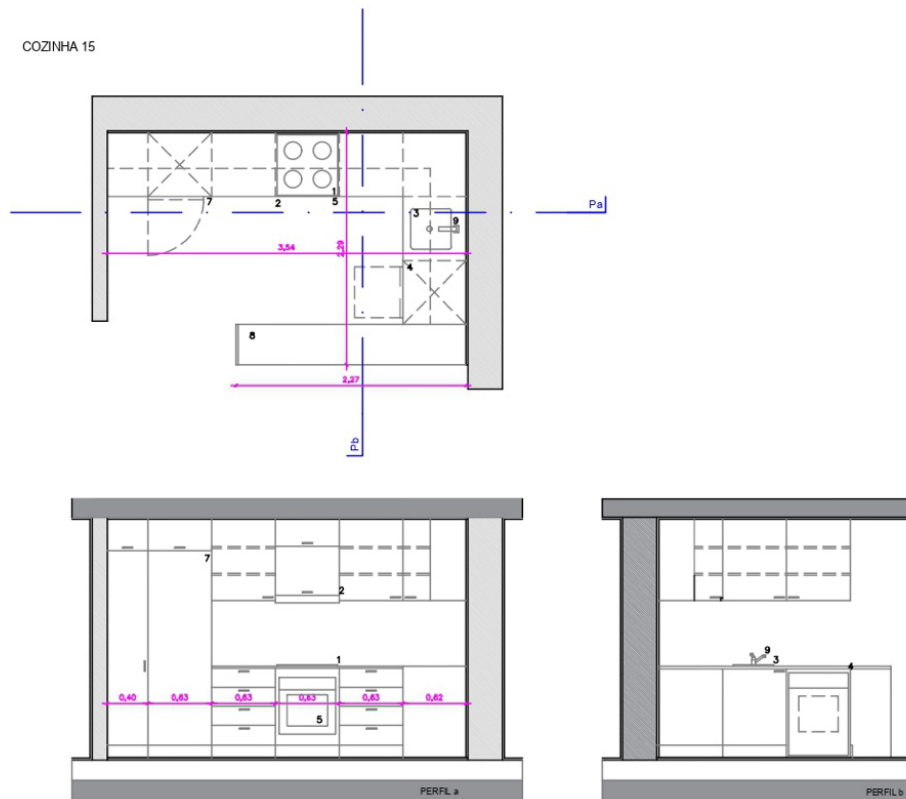


Figura 9 – Desenho técnico da cozinha 15
 Fonte: Elaborado pela autora

Por último, efetuou-se a identificação dos vãos exteriores dos apartamentos e os respetivos desenhos técnicos. De seguida, colocou-se os desenhos técnicos dos vãos exteriores em perspectiva explodida face à planta, assim ao observar a planta de um dado apartamento é possível entender o tipo de janelas usados e o estilo de abertura. Após a realização de todas as tarefas que envolviam a identificação, o detalhamento e a quantificação dos elementos para produção chegou-se a uma planta cujo resultado reflete todo o trabalho desenvolvido durante o estágio (ver Figura 11).

No último dia de estágio, a arquiteta Rita Soares e o engenheiro Diogo Tamen tiveram durante a tarde uma reunião na Faculdade de Belas Artes com o intuito de esclarecimento de dúvidas sobre o projeto lançado aos alunos do 1ºano do ano letivo 2021/2022 no âmbito da unidade curricular Design Urbano e de Interiores II do mestrado em Design de Equipamento, por essa razão convidaram a autora deste relatório a acompanhá-los com o intuito de dar o seu testemunho e esclarecimento de dúvidas relativamente ao estágio desenvolvido no Grupo Pestana.

Piso 4 - Vãos Interiores dos Apartamentos			
Bloco A			
Apartamento	Legenda	Tipologia	Quantidade
T1 - E	VI 1.1	Porta de Abrir Esquerda (0,80m)	1
	VI 2.2	Porta de Entrada Direita (0,90m)	1
	VI 3	Porta de Correr (0,80m)	2
T2 - F	VI 1.1	Porta de Abrir Esquerda (0,80m)	1
	VI 1.2	Porta de Abrir Direita (0,80m)	1
	VI 2.1	Porta de Entrada Esquerda (0,90m)	1
	VI 3	Porta de Correr (0,80m)	2
	VI 4	Porta de Correr (0,70m)	1
	VI 5	Porta de Correr (0,75m)	1
T2 - G	VI 1.1	Porta de Abrir Esquerda (0,80m)	1
	VI 1.2	Porta de Abrir Direita (0,80m)	1
	VI 2.2	Porta de Entrada Direita (0,90m)	1
	VI 3	Porta de Correr (0,80m)	3
T2 - H	VI 1.1	Porta de Abrir Esquerda (0,80m)	1
	VI 1.2	Porta de Abrir Direita (0,80m)	1
	VI 2.1	Porta de Entrada Esquerda (0,90m)	1
	VI 3	Porta de Correr (0,80m)	3
T2 - I	VI 1.1	Porta de Abrir Esquerda (0,80m)	1
	VI 1.2	Porta de Abrir Direita (0,80m)	1
	VI 2.2	Porta de Entrada Direita (0,90m)	1
	VI 3	Porta de Correr (0,80m)	3
T1 - S	VI 1.1	Porta de Abrir Esquerda (0,80m)	1
	VI 1.2	Porta de Abrir Direita (0,80m)	1

Figura 10 – Captura de ecrã de parte do mapa dos vãos interiores
 Fonte: Elaborado pela autora



Figura 11 – Parte da planta do Bloco A, Piso 4 com todos os elementos identificados
 Fonte: Elaborado entre a autora e o Grupo Pestana

Conclusão

A Faculdade de Belas Artes tem uma parceria com o Grupo Pestana que permite aos alunos do Mestrado em Design de Equipamento com Especialização em Urbano e Interiores terem uma formação teórico-prática de acordo com os requisitos de projeto a nível profissional. No 1ºano essa formação ocorre através da unidade curricular de Design Urbano e de Interiores II, para isso o Grupo Pestana lança aos alunos um projeto de alguma unidade hoteleira que será construída ou requalificada em breve, permitindo aos estudantes terem a possibilidade de projetar as suas áreas interiores. Dado ser um projeto real e não algo fictício como é muitas vezes trabalhado em âmbito académico possibilita aos alunos a visita ao espaço para levantamento de medidas bem como a observação das necessidades e/ou conflitos funcionais que possam gerar durante a estadia dos clientes. No primeiro ano da autora o projeto proposto foi a requalificação das áreas comuns da Pousada de Sagres, tendo o seu grupo desenvolvido a zona da entrada e receção da mesma, para isso preservou-se parte dos aspetos arquitetónicos do edifício como os arcos, o pavimento em lioz rosa e os azulejos de corda seca.

Durante o 2ºano a autora foi a selecionada para a realização do estágio curricular no Grupo Pestana, isso deixou-a concretizada por aprender mais sobre o desenvolvimento de projeto com um dos maiores grupos hoteleiros. No decorrer dos três meses de estágio pode compreender mais sobre a determinação e especificação dos diferentes elementos para enviar para produção e posteriormente para obra. Antes da realização do estágio sentia que este era um dos seus pontos fracos durante o desenvolvimento de projeto, apesar disso conseguiu fortalecer os seus conhecimentos e ferramentas, ganhando experiência e estímulo para entrar no mercado de trabalho.

Webgrafia

Briefing. (19 de Maio de 2015). *"The time of your life" é no grupo Pestana*. Consultado em Setembro de 2022. Disponível em Briefing <https://www.briefing.pt/marketing/33244-the-time-of-your-life-e-no-grupo-pestana.html>

Construir. (26 de Maio de 2022). *Pestana Hotel Group lança Madeira Acqua Residences*. Consultado em Setembro de 2022. Disponível em Construir: <https://www.construir.pt/2022/05/26/pestana-hotel-group-lanca-madeira-acqua-residences>

Madeira Acqua Residences (s.d.). *Homepage*. Consultado em Setembro de 2022. Disponível em <https://madeiraacqua.com/>

Pestana, D. (s.d.). *Fundadores*. Consultado em Setembro de 2022. Disponível em <https://www.pestanagroup.com/pt/pestana-group/founders/>