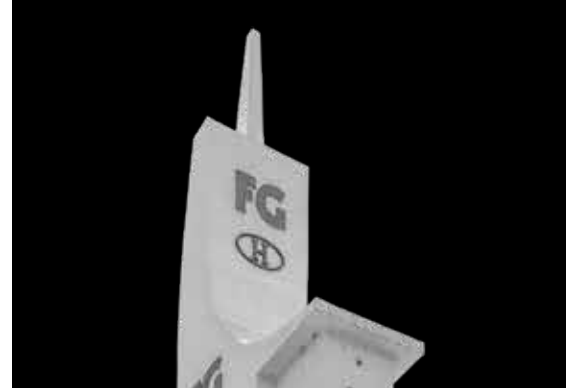


Finottato

Ed. 09 • Março 2023



ACIMA DO ALTO

Altevir Baron, Diretor de Marketing e Mercado da FG Empreendimentos, apresenta o conceito de alto padrão da construtora.

MARIANA MAISONNAVE

A arquitetura como vocação e meio de concretizar sonhos.

GRAZIE SCHMITT

Atriz fala sobre as bases que a fizeram construir sua identidade.



L A N Ç A M E N T O

Piso vinílico em placa

QUADRATTA *PRO*

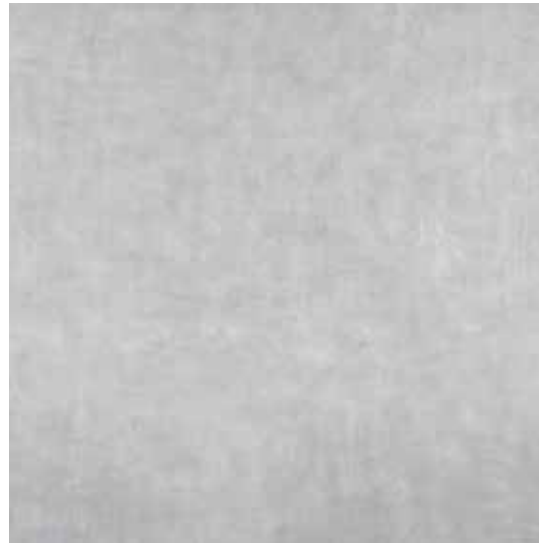
Espessura · 3 mm



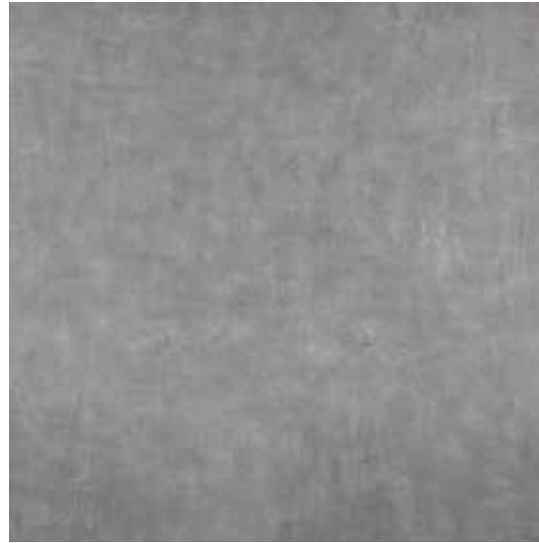
91 x 91 cm

O estilo industrial se conecta ao realismo das pedras e do concreto por meio de estampas ricas em detalhes, que retratam com perfeição a originalidade de cada superfície.

Finottato



CINZA CIDADE



CINZA FECHADO



CINZA GRANITO



CIMENTO MODERNO

REDAÇÃO

Daniele Pena

FOTO CAPA

Divulgação FG Empreendimentos

FOTOGRAFIAS

Paulo Lopes

Roger Gobeth

Jennifer K. Liu

Mariana Boro

Fabio Jr. Severo

Lio Simas

Divulgação FG Empreendimentos

Banco de Imagens

ARTE E DIAGRAMAÇÃO

Paulo Lopes

DIREÇÃO GERAL

Rafael Roecker



FINOTTATO

www.finottato.com.br

conteudo@finottato.com.br

facebook.com/finottato

instagram.com/finottato

SAC

Capitais e Regiões Metropolitanas

4007 1353

Demais localidades

0800 600 1353



FG

Apresenta o conceito de alto padrão da construtora.

CARTA AO LEITOR

O bom da vida é o encontro com as pessoas ao longo da caminhada, pois sempre levamos um pouco delas com a gente e deixamos um pouco de nós, com elas.

Para esta edição, ouvimos histórias e experiências de profissionais incríveis. Essa troca foi enriquecedora e agora, temos o prazer de compartilhar com você.

Esperamos que a sua leitura seja tão motivadora, que inspire o seu dia e de todos ao seu redor.

Abraços,
Equipe Finottato.

06



GRAZIE SCHMITT
Bases, encontros e escolhas.

12



PROJETOS
Vinílicos para ambientes diversos.

18



UNIVERSIDADE
FINOTTATO
2 anos transformando vidas além da base.

30



MARIANA
MAISONNAVE
Vocação: Arquiteta.

34



INSPIRAÇÕES
2023

36



PESQUISA &
DESENVOLVIMENTO

SUMÁRIO

Grazie Schmitt

nos conta sobre

A portrait of a woman with long, wavy brown hair, smiling slightly. She is wearing a dark-colored top with a red and green floral pattern. The background is a plain, light-colored wall.

BASES, ENCONTROS E ESCOLHAS

Tudo certo para trocarmos uma ideia por meio de uma ligação, já que estávamos por aqui em Santa Catarina, e ela, recém-chegada no Rio de Janeiro por conta de um novo trabalho na televisão.

Com a voz calma e a simpatia que dava pra sentir pelo som de quem falava sorrindo, Graziella Schmitt, gaúcha da cidade de Três de Maio, já sabia desde muito cedo o que queria ser quando crescesse. Segundo sua mãe, declarou ainda bem pequenininha - aos 3 anos de idade - em frente à tela da TV: "Mamãe, eu quero ser igual a ela", enquanto apontava para a atriz Glória Pires.

Essa vontade se fez presente durante toda a infância da Grazie, que montava esquetes na escola e apresentações para a família, no salão de festas de sua casa. E ela não só atuava, também organizava, distribuía os personagens e se envolvia completamente nas "produções". Quando tinha 12 anos, a família que morava em Porto Alegre teve que mudar de endereço para o Rio de Janeiro, por conta do emprego do pai. Animada com a notícia, ela conta que o primeiro pensamento que veio a sua cabeça foi que lá, ela faria teatro: "Eu estava indo pro Rio de Janeiro e sabia que lá tudo acontecia em relação à arte e ao entretenimento. Em Porto Alegre existiam cursos de teatro e alguns grupos, mas dentro do meu universo infantil não sabia disso... o meu único contato com esse mundo era por meio da televisão", e por associação as produções importantes aconteciam no Rio de Janeiro.

No mesmo ano da mudança, muitas novidades: a tão esperada matrícula no curso de teatro aconteceu, início de encenação em alguns espetáculos amadores também e a abertura da seleção para o emprego dos sonhos de 10

em cada 10 meninas da época. "... como desde criança eu curtia muito a Xuxa, porque ela faz parte da minha geração, fiquei encantada com aquela possibilidade. Conversei com os meus pais, que ficaram um pouco reticentes pois não queriam que eu comesse a trabalhar tão cedo. Mas uma grande amiga da minha mãe me via ensaiando junto à filha dela e comentava que eu levava jeito, e convenceu os meus pais para que eu participasse do teste". Por insistência da Grazie e da amiga de sua mãe, ela concorreu com mais 2.500 meninas e garantiu a tão sonhada vaga de ajudante da Xuxa: paqueta. E aos 13 anos, a Grazie viu as portas de um novo mundo se abrirem diante de seus olhos.

"Passei no teste e digo que comecei uma carreira profissional a partir dali, porque trabalho com a Xuxa não é brincadeira não. Ela trabalha de verdade e a gente a acompanhava em tudo. De domingo a domingo a agenda era cheia e de muitos desafios, eu tive que aprender diversas coisas, por exemplo: a dançar. A Marlene (Matos) queria um

Com a voz calma e simpatia que dava pra sentir pelo som de quem falava sorrindo, Graziella Schmitt, gaúcha da cidade de Três de Maio, já sabia desde muito cedo o que queria ser quando crescesse.

grupo de bailarinas, então eu tive que entrar no ballet, no jazz. Quando eu não estava trabalhando ou estudando - a escola era prioridade para a diretora do programa - eu estava dentro da sala de alguma aula de dança: ballet, jazz, sapateado, dança de salão. Foi muito trabalho, mas também foi incrível. Foi um tempo onde eu pude aprender e estabelecer algumas bases para a minha carreira que eu carrego até hoje". Foram 5 anos intensos de muitas experiências e uma rotina cheia de gravações dos programas, ensaios, gravações no estúdio musical e ainda, nos finais de semana acompanhavam a Xuxa nos shows que ela fazia pelo Brasil e até no exterior. "Marlene Matos e a Xuxa trabalhavam e buscavam excelência, elas foram uma ótima escola!" comemora.

E toda essa bagagem a preparou para assumir vários papéis na TV e no teatro. Ao encerrar os trabalhos como ajudante de palco da Rainha dos Baixinhos, a Grazie cursava Jornalismo e 2 anos depois migrou para Artes Cênicas, nascia então uma atriz.

Elencar o papel mais desafiador e o que mais gostou de fazer não é fácil pois, "... todo trabalho



tem os seus desafios” justifica. Dar vida a uma personagem, segundo ela, é extremamente prazeroso, fica complicado escolher, pois cada uma tem as suas particularidades. Mas tem algumas que são especiais. Na televisão ela elegeu a Vivi (Malhação – seriado TV Globo), por ter sido a personagem que a ensinou a relaxar em cena “...eu percebi que estar em cena é um lugar que quanto mais à vontade e mais a gente se diverte, melhor fica, não só para quem tá fazendo, mas para quem assiste”. E a Grazie se divertiu tanto, que foi um sucesso e sua personagem ficou por 2 anos no ar.

No teatro, Sabrina foi quem marcou a vida da atriz: “... eu amei demais fazer! Foi uma personagem de um espetáculo que fiz em 2008, intitulado ‘Limpe todo o sangue antes que manche o carpete’”, sucesso de crítica teatral, do dramaturgo e amigo Jô Bilac – muito aclamado no Brasil. A personagem foi um grande desafio para a atriz “... me tirou completamente da minha zona de conforto. Eu visitei um lugar que ainda não conhecia como

atriz, a experiência foi muito boa. Eu tenho muito carinho pela Sabrina”.

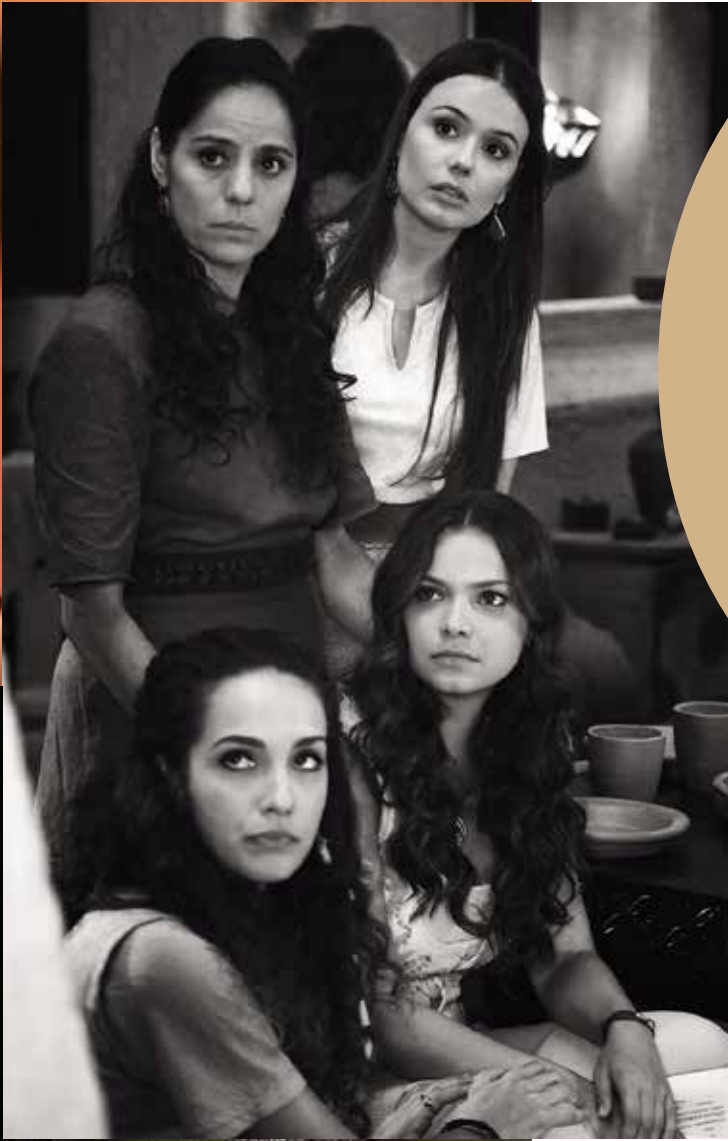
TV, teatro, que tal novela em outro continente? A Grazie foi parar lá em Portugal, para viver a protagonista Paula na novela Belmonte: “Passei 11 meses naquela terra que eu amo de paixão!”. Ela tem um carinho especial pelos nativos também: “Depois que você faz amizade com os portugueses você vira família para eles, são muito acolhedores!” Sobre o período, resumiu: “E olha só, que interessante. Eu, uma brasileira, fui para Nova Iorque representar uma novela portuguesa” nos contando que, a novela recebeu indicação ao Emmy em 2014 “... essa experiência toda foi incrível: o elenco era maravilhoso, a história era muito boa, nosso autor era ótimo – Artur Ribeiro –, a personagem gostosa de fazer e por fim, a indicação ao Emmy! O que fechou com chave de ouro, foi tudo muito lindo, foi um trabalho muito especial para mim!”

Apesar de muitos papéis marcantes, existe uma que tem um lugar especial em seu coração,

segundo a artista. Trata-se da Dana, da novela recente “O Rico e Lázaro”, personagem que começou pequena e ganhou força ao longo da trama “... foi muito forte, tinham cenas muito intensas e profundas, me permitiu trabalhar com uma grande paleta de cores. Ela era uma menina pura, bem solar, e de repente viveu uma situação em que a colocou em um contexto de bastante sofrimento; (...) como atriz foi muito desafiador, eu fiquei muito feliz com as cenas e com o resultado”, vibra.

Tantas personagens fortes e elaboradas, exigem um equilíbrio emocional para não absorver suas histórias de vida. A saída é manter a saúde mental em dia. A Grazie nos contou que hoje ela aprendeu a não ficar com as emoções despertadas durante as interpretações. Elas são sentidas sim, no momento da cena, mas ficam por lá no momento do: CORTA!

Assim como ela aprendeu que os sentimentos das personagens pertencem unicamente a elas, a conciliação da vida profissional com a familiar



G

também fez parte de um processo de aprendizado. Quando a Constance, sua primeira filha, chegou, alguns trabalhos eram feitos pontualmente, o que dava para se organizar deixando a pequena com alguém. Com 8 meses da menina, a Grazie já estava se preparando para voltar à ativa e então veio a pandemia que permitiu que o mesmo ritmo continuasse.

Com a normalidade, veio também a preparação para o retorno pra valer da profissão, inclusive no momento da conversa, a Grazie estava iniciando uma temporada no Rio de Janeiro para gravar uma série da TV Record. Como o Paulo, seu marido, trabalha em São Paulo (onde fica a residência da família), se revezará durante a semana entre a capital paulista e o Rio.

Para ter uma rede de apoio com as duas pequenas – Constance de 3 anos e Chloé, de 1 aninho – o casal optou por ficar na casa dos pais da Grazie: “ ...



achamos melhor porque é mais um suporte que eu tenho com as duas crianças, além da escola. A princípio, minha estadia vai durar de 4 a 8 meses, ou seja, achamos que para elas seria bom, pois não estamos nos mudando de casa, estamos na casa dos avós o que torna algo mais leve". Como ela vai iniciar uma nova fase, em um ritmo mais frenético, a preocupação é ter a melhor estrutura para que as meninas vivam este período da forma mais confortável possível, nos contou Grazie. O amor em todas as esferas da sua vida, faz da atriz uma pessoa exigente, que consegue equilibrar os pratos com maestria – deu para sentir durante a conversa. Ela sempre encontra tempo para estudar, contracenar e ser mãe: "... eu gosto das coisas organizadas (...) enquanto eu estou aqui conversando com vocês, estou com a porta fechada, focada na gente. O mesmo acontece quando eu estou com as crianças, eu gosto que elas tenham um tempo de qualidade comigo, em que eu possa olhar nos olhos das minhas filhas e elas saibam que eu estou ali verdadeiramente e inteiramente com elas", e completa: "Estamos vivendo um tempo onde as conexões têm se perdido muito, em que as pessoas estão focadas no celular, pensando no que precisam fazer depois, sem presença no momento e essas ações acabam tornando as relações frágeis. Temos que fazer um movimento oposto a isso, de quando estivermos com as pessoas, estarmos presentes". A Grazie e seu marido ministram cursos sobre comunicação, onde abordam com profundidade sobre a busca pela presença inteira, verdadeira e consciente. Movimentos e mudanças nunca foram problema para a atriz, sempre fez parte da sua vida e ela é agradecida por tudo ter acontecido no momento apropriado.

Foto: Jennifer K. Liu





Quarto Chloé e Constance
Projeto: Andrea Melo
Estampa Palma - Linha Premier



E por falar em mudanças, um pouco antes de ir para o Rio, a família mudou de endereço, em São Paulo. Como no antigo tinha o piso vinílico, o casal já tinha em mente colocar também no novo apartamento: "... vai ser o melhor piso para as nossas crianças pois é confortável (...) pensamos: 'não tem como colocar um piso frio, se daqui a pouco a Chloé vai dar seus passinhos e a Constance caminha descalço o dia inteiro', nós gostamos de andar descalços. Além do vinílico ser superconfortável nesse aspecto da temperatura, ele também é gostoso de pisar e até para ficar deitado. Eu também gosto muito de alongar e fazer os meus exercícios. E com as crianças, brincamos muito no chão. Tem que ser vinílico, pois é o piso que vai acolher as necessidades da nossa família". Com essa convicção, iniciaram a busca pelas marcas e chegaram até a Finottato, através da arquiteta que projetou o lar da Grazie. Como eram duas crianças pequenas na casa, o desejo era não passar por uma obra e sim, utilizar um revestimento que fosse de fácil instalação: "... e o modelo clicado caiu como uma luva! (...) Foi perfeito, em 3 dias a minha casa era outra! (...) eu fiquei impressionada. Eu não precisei tirar o piso antigo, coloquei o vinílico por cima. A acústica do piso é ótima, a experiência foi muito boa e ficou tão lindo, encaixou tão bem!"

E assim, com essa energia boa, de alguém que nos doou com tanto carinho e atenção um pouco do seu tempo, para dividir conosco vivências e o seu amor pela vida, profissão e família, nos despedimos da Grazie, essa pessoa linda e generosa, que adoramos conversar.

PROJETOS

Vinílicos para ambientes diversos.

Na hora da criação dos ambientes são muitos os tipos de revestimentos, materiais e itens de decoração.

Apesar das infinitas opções, sempre têm aquelas que são como um curinga, é o caso do vinílico, que fica bem em diferentes tipos de projetos, por sua versatilidade tanto nos quesitos técnicos, quanto estéticos.

Tecnicamente falando, as características físicas que o produto possui, permitem o uso – nas diferentes formas e paginações – em todos os tipos de ambientes.

O pouco peso da régua ou placa permite a colocação em parede e no teto; a flexibilidade dá liberdade para fazer um bom acabamento, por exemplo, em formas arredondadas é possível envolvê-las sem deixar vincos na peça.

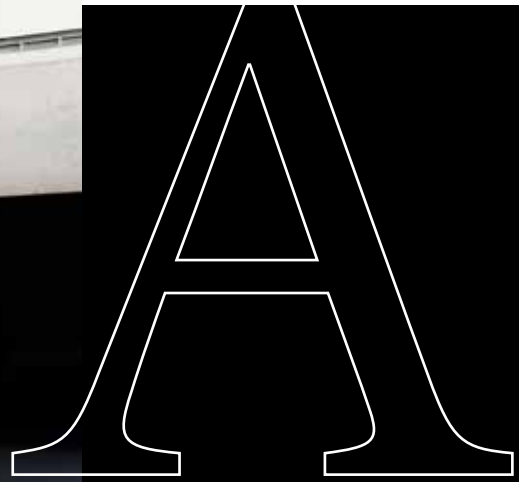
No quesito estética, as estampas possibilitam a combinação com diversos estilos e auxiliam a despertar sensações. Como por exemplo, quem busca o aconchego, um ambiente quente, usa um padrão amadeirado. Já para quem gosta do estilo industrial, e tem preferência por estampas cimentícias, é possível trabalhar o conceito sem renunciar ao conforto térmico, pois o frio ficará somente no campo visual.

Melhor do que falar, é mostrar imagens do vinílico em múltiplas formas dentro de projetos tão diversos.

“As características físicas que o produto possui, permitem o uso em todos os tipos de ambientes.”



Foto: Paulo Lopes



No apartamento projetado pela arquiteta Ana Clara Almeida Stock Franzoni, a escolha foi pelo uso do vinílico nos quartos, e no banheiro da suíte um revestimento frio.

O vinílico por ser versátil, possibilita o casamento perfeito entre os dois revestimentos tão diferentes, sem o uso de perfil de transição.

Ana Clara Almeida Stock Franzoni

Arquiteta e Urbanista

@amoraarquitectura

Foto: Paulo Lopes

Estampa Venezia – Linha Personnalité

A parte íntima do apartamento modelo do Don Residence (AMC Construtora) recebeu o aconchego da estampa amadeirada, e para o encontro com o porcelanato do banheiro, foi utilizado perfil metálico, que funciona muito bem como acabamento.

Don Residence – AMC Construtora

@amconstrutora

Foto: Paulo Lopes

Estampa Doce de Caju – Linha Nativa





R

O showroom do empreendimento Reserva Residence, da AMC Construtora, tem uma atmosfera que remete conforto e bem-estar, mesmo sendo um ambiente comercial térreo.

Reserva Residence – AMC Construtora

@amconstrutora

Foto: Paulo Lopes

Estampa Juba de Leão – Linha Imponente



A arquiteta Mariana Maisonnave projetou a reforma do Instituto de Fraturas, clínica de ortopedia e cirurgia, com o intuito de torná-la um lugar moderno sem ares de hospital.

Arq. Mariana Maisonnave

@marianamaisonnave

Foto: Lio Simas

Estampa Cinza Nevoeiro – Linha Quadratta





M

O vinílico também pode assumir uma nova configuração, graças à facilidade de recorte nas régua/placas.

A parede da sala de jogos do empreendimento Magnifique Tower, da FG Empreendimentos, ganhou uma paginação diferente.

FG Empreendimentos

@fgempreendimentos

Foto: Divulgação FG Empreendimentos

Estampa Cinza Nevoeiro – Linha Quadratta

Dois estilos diferentes de vinílico, foi a solução criativa para delimitar o espaço destinado às esteiras na academia, também do Magnifique Tower.

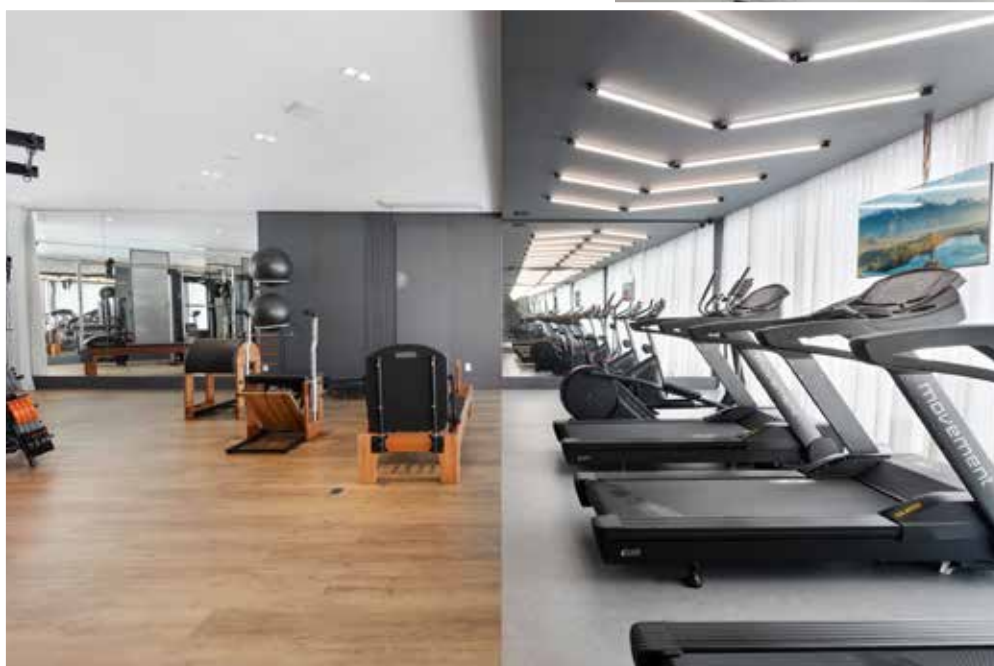
FG Empreendimentos

@fgempreendimentos

Foto: Divulgação FG Empreendimentos

Estampa Cinza Urbano – Linha Quadratta (cimentício)

Estampa Caravela – Linha Imponente (amadeirado)



L A N Ç A M E N T O

ACABAMENTOS CINZA

P o l i e s t i r e n o

Elegância e sobriedade que combinam
com diversos estilos de decoração.



painel ripado
perfis de acabamento
rodapés

Finottato



U | UNIVERSIDADE
Finottato

*"Talent is 1% inspiration e 99% transpiração."
(Thomas Edison)*

UNIVERSIDADE FINOTTATO

2 anos transformando
vidas além da base.

Nem parece, mas em junho deste ano fará 2 anos que a Universidade Finottato nasceu! (Viva!).

Nasceu da vontade de estarmos mais presentes na vida de quem interage diretamente com o universo do vinílico, e mais que isso: de sermos meio de aprendizado e evolução profissional e pessoal.

Queríamos fazer parte do processo de quem já trabalha, ou daquele que desejasse, com a instalação do piso vinílico e, principalmente, daqueles que tivessem vontade de aperfeiçoar e transformar o entorno em que vivem, com o compartilhamento de experiências e conteúdos deste revestimento tão versátil e dinâmico.

Como faríamos isso? Dando subsídios e oportunidades para o desenvolvimento profissional e junto, o crescimento pessoal, com o objetivo de gerar impacto social: o aluno se profissionaliza e cria um negócio que possibilita dividir seus conhecimentos com sua equipe.

E com esse sentimento, em junho de 2020 inauguramos a Universidade Finottato e um propósito já escancarado na assinatura "Transformação além da base", com a finalidade de impactar vidas por meio da capacitação profissional.

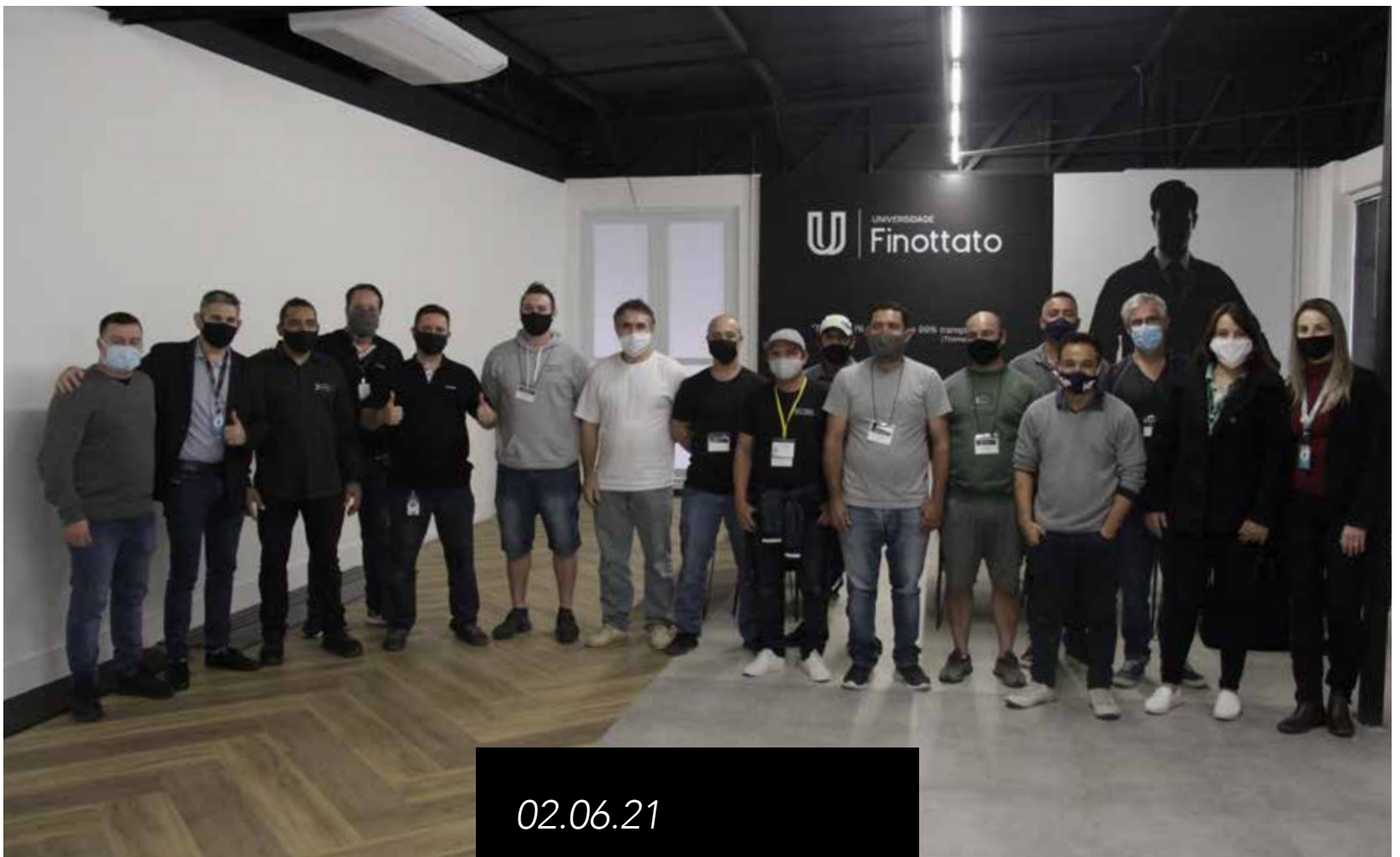
Para receber todos, construímos um centro de treinamento, com uma área de 160 m², onde são oferecidos cursos relacionados ao mercado de revestimento com foco no vinílico, que podem ser feitos não só por quem coloca a mão na massa para instalá-lo, mas também por todos que trabalham com o produto, como: arquitetos, engenheiros, decoradores e varejistas.

Desde o início, decidimos que o conhecimento deveria ser acessível, que não ficaríamos limitados fisicamente. Iríamos transpor os muros físicos da empresa, levando a Universidade de modo itinerante aos espaços de parceiros, para dar oportunidade a todos que não pudessem vir até

a nossa sede e que como a gente, tem o desejo de transformar o conhecimento em algo palpável, concreto.

Do primeiro encontro até hoje, foram 26 treinamentos, sendo 11 realizados por intermédio da Universidade itinerante, e mais de 300 profissionais que, diretamente, tiveram suas vidas transformadas além da base.

Um projeto tão querido e que já faz parte do DNA da marca é de suma importância para o contexto social de forma macro. Alexandre Palhares, nosso gerente nacional, ressalta a relevância da Universidade Finottato: "Buscamos a consolidação da capacitação da mão de obra que interfere diretamente no resultado final estético do produto instalado. A partir do momento em que multiplicamos orientações técnicas relacionadas ao vinílico e promovemos a reciclagem do profissional que está inserido no universo dos revestimentos, este consegue entregar um melhor



02.06.21

Primeira turma da Universidade Finottato.

resultado para quem especifica e consome. E com isso, conseguimos fomentar o consumo do piso vinílico junto ao mercado, o que impacta também no contexto social, pois vai gerar cada vez mais negócios para quem deseja tornar-se profissional e especializar-se".

Foi o caso de um de nossos parceiros, que participou da nossa primeira aula, Alexandre Nunes da Silva, da empresa NF Vinílicos: "Sou marceneiro, por profissão, estava em uma época em que a procura pelos meus serviços estava baixa e um conhecido precisava de ajuda com instalação de vinílico. Fiz alguns trabalhos com ele e percebi que também poderia agregar na minha empresa".

Ao identificar esse nicho, nos procurou com o propósito de especialização: "Precisava ser especialista, dominar o produto assim como a marcenaria, e encontrei na Universidade Finottato a especialização que procurava".

E quando falamos o quanto interfere no negócio e transformação, o depoimento do Alexandre vai ao encontro do que desejamos: "O impacto é muito positivo! Conseguimos absorver todo o aprendizado, chegando mais preparados aos nossos clientes, levando maior conhecimento, melhor produto e uma mão de obra de alto padrão".

U

Para aqueles que têm vontade de mergulhar em nossos treinamentos, mas está esperando um empurrãozinho, ele deixa o recado: "Para entrar no mercado é necessário conhecer não só o produto, mas também os procedimentos corretos, ferramentas e insumos de instalação, e para isso, nada melhor do que um treinamento com quem entende muito do assunto".

E os próximos passos?

Nosso desejo é chegar cada vez mais perto do maior número de pessoas que queiram seguir junto com a gente, levando conhecimento e nossa especialidade para elas, promovendo intercâmbio de experiências, afinal, aprendemos muito a cada novo treinamento.

E também, continuar com o canal direto criado com os cursos, permanecendo sempre aberto para os retornos e opiniões de quem está em contato direto com o nosso produto.

Tudo isso, comemorando muitos e muitos aniversários, seguindo o propósito inicial do projeto: foco na formação de novos empreendedores, oferecendo ensino e capacitação para desenvolvimento e independência econômica, para que eles gerem oportunidades e melhorem não só suas vidas, mas também as de outras pessoas, criando uma corrente sustentável e do bem. Transformando a vida de todos, além da base.

Por trás da marca Finottato, que está no mercado há mais de 10 anos, existe uma base sólida que dá sustentabilidade ao negócio.

A Komgroup, que completará seu 30º aniversário, é detentora de mais 4 marcas: Komeco, Komdelli, Uzoo e Bello Piso.





PISO VINÍLICO

Elementar

natural

autêntico

É tempo de reconexão com o simples.



personal

Finottato

FG

O conceito de alto padrão da construtora.



Em uma sede ampla e sofisticada, fomos acompanhados até uma sala para bater um papo com Altevir Baron, Diretor de Marketing e Mercado que, há 12 anos está à frente de uma das mais importantes construtoras do Brasil: FG Empreendimentos.

A casa da FG não poderia estar localizada em melhor lugar: Balneário Camboriú. A linda cidade turística recebe visitantes do mundo inteiro e tem muitos motivos para isso: famosa por suas praias, detentora de refinada gastronomia, lugares sofisticados e célebres festas.

Com mais de 140 mil habitantes, a população mais que dobra durante a alta temporada e recebe quase 4 milhões de visitantes durante os 3 principais meses.

Desde 2001, ano de sua fundação, a FG já entregou mais de 50 empreendimentos, com o DNA de projetos voltados para o mercado de luxo e construções imponentes.

Para contar um pouco do que é a FG, Baron nos recebeu em sua sala, com um aperto de mão firme e jeito de quem gosta de contar uma boa história.

Recebemos também as boas-vindas da Dona Ana: “Aceitam um café, uma água?”. Logo em seguida a propaganda: “O café da Dona Ana é o melhor, eu adoro!” complementou nosso entrevistado. Aceitamos a oferta, e foi com essa simpatia e um clima descontraído que iniciou nossa conversa.

Líder de um mercado seletivo e exclusivo, a FG se relaciona com um público muito particular. Imaginamos que, estão a uns degraus acima do chamado alto padrão, qual seria o título específico para o nicho em que a construtora está inserida?

O conceito de alto padrão está em constante transformação, assim como o mercado e a maturidade do consumidor.

O alto padrão, bem como o luxo e o novo luxo, sempre foi reconhecido por produtos finais caros, com materiais reconhecidos pelo público que compra lá na ponta. Hoje focamos no valor agregado e não no custo.

O que define o mercado hoje também vai além dos valores tangíveis, no aspiracional, no que

tange a memória afetiva e a qualidade de vida.

Então podemos afirmar que, o alto padrão está diretamente associado ao como se vive. Quais seriam as características que o determina?

Sim. Qualidade de vida hoje é um grande commodity.

O que determina a escolha é a busca pelo sonho, pela realização, pelas experiências. O luxo é essa busca pelo bem-estar de forma integral.

Pensando nos nossos clientes, no bem-estar e no uso de materiais, nós agregamos a qualidade em tudo. Sempre pensando na experiência.

Por exemplo, eu tenho projetos de R\$1 milhão e meio – que vamos lançar futuramente aqui em Balneário Camboriú – e tenho apartamentos de R\$45 milhões, ambos de altíssimo padrão.

Isso quer dizer que o preço final não define o segmento e sim quando se atende ao propósito de quem vai utilizar.

Qual o perfil de quem adquire um empreendimento da grife FG?



Magnifique Tower

Balneário Camboriú

Quando pensamos em cliente final, há algumas expressões já bem conhecidas como: triple A, cliente AAA. Estamos falando de pessoas que consomem ticket médio alto, que destoam da grande parte da população e são privilegiadas, que alcançaram determinado sucesso nas suas vidas, em suas carreiras profissionais, nas suas vidas empreendedoras. Construíram meios de produção que possibilitam desfrutar de produtos e serviços diferenciados.

Esse público é composto por: empresários, artistas, profissionais liberais, médicos, advogados e empreendedores de um modo geral. Esse triple A consome os produtos de ticket maior, mas lembrando que não é só isso sinônimo de alto padrão, também pode ser ticket reduzido, desde que seja levado em consideração o conforto e a qualidade, atendendo ao propósito do cliente final.

Reforçando, a definição de alto padrão é limitada quando atrelada apenas ao produto que a empresa comercializa. Na construção de alto nível, diz respeito ao contexto: onde o prédio está

sendo construído, quais são os atributos daquele bairro e do município, o que ele pode gerar para a qualidade de vida, em suma, é a experiência como um todo. O lugar que você mora se une a tudo isso? Tem correlação com a biofilia, com os serviços oferecidos? É mais do que tijolo, areia e acabamento. É o conjunto de valores, que no nosso caso, levado em conta por um público que tem acesso a produtos e serviços diferenciados, que estão à parte da média da sociedade brasileira.

Como a FG se comunica com um perfil tão seleto? Qual o apelo para gerar conexão?

Nós classificamos essa comunicação de 2 maneiras.

Temos uma carteira estruturada com mais de 3 mil clientes que já possuem experiência com os produtos FG e com a atmosfera de Balneário Camboriú, que é a nossa casa, 98% do que produzimos está aqui — apesar de que temos prédios em Itajaí, Jaraguá, Blumenau, mas construídos no início da história da construtora.



Altevir Baron

Diretor de Marketing e Mercado da FG
Instagram: @abaronmkt
altevir.baron@fgempreendimentos.com.br

Para esse público que já é nosso cliente, trabalhamos com uma comunicação mais específica, como: acompanhamento de obras, relacionamento, eventos realizados durante o ano para reuni-los aqui na cidade, coquetéis, convites para lançamentos e todas as comunicações formais ligadas ao marketing e ao posicionamento que dizem respeito à relação empresa-cliente.

Para a busca de novos negócios, que são potenciais clientes ou prospects, temos uma estratégia baseada em um tripé: venda do destino Balneário Camboriú, força da marca FG e o próprio produto.

Explica por gentileza sobre essas 3 estratégias.

A primeira estratégia de comunicação é a venda de destino.

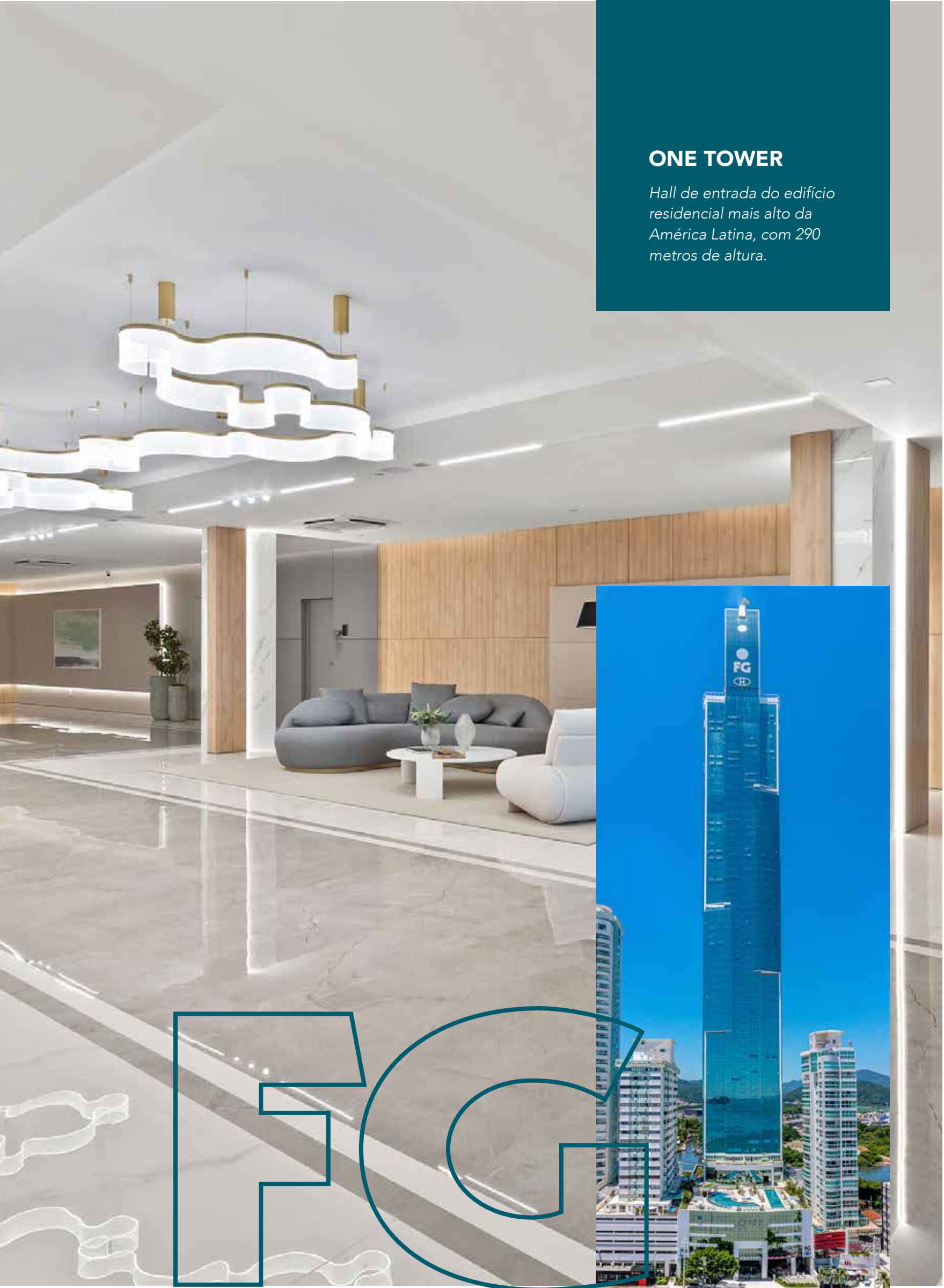
90% de todas as nossas vendas são para pessoas que residem em outros estados como Paraná, Mato Grosso, São Paulo, Rio Grande do Sul, entre outros — hoje já temos até regiões um pouco mais distantes comprando em Balneário Camboriú. Por isso, fazemos um trabalho de divulgação da cidade: seu entorno, seu contexto, suas belezas naturais, seus atributos como cidade, seu modelo de governança junto à Prefeitura, seu modelo de trabalho que engloba a qualidade da construção civil das grandes construtoras que estão aqui e tornam a cidade muito bonita. Isso precisa ser reverberado pois, muitos sabem o que é a cidade, mas nunca estiveram aqui. Então é muito comum a circulação da publicidade sobre Balneário assinada pela FG, da FG divulgando a cidade, do município falando sobre a FG e ainda, matérias patrocinadas pela construtora. Essas táticas são implementadas por entendermos que Balneário Camboriú se consolida como destino, um lugar desejado por muitas pessoas no Brasil e até fora.

A segunda estratégia é a instituição empresa FG: sua solidez, seus méritos, seu reconhecimento, seu lastro construtivo.

Em um prazo médio de 5 anos de obras, um prédio inteiro é vendido no primeiro ano. Os 4 anos restantes são puramente de construção, os quais os clientes aguardam para receber seus projetos. Funciona assim, eu começo a pagar e depois eu recebo; para que isso dê certo, é preciso haver uma relação de transparência, de governança corporativa, de credibilidade e de lastro de entrega. Nossa empresa hoje é auditada pela Ernst & Young, isso gera muita credibilidade para o público que compra um contrato e aguarda.

A terceira estratégia são os produtos comercializados.





ONE TOWER

Hall de entrada do edifício residencial mais alto da América Latina, com 290 metros de altura.



Para entregar um produto de excelência, realizamos pesquisas, nos inspiramos no que há de melhor no mundo e escolhemos fornecedores que estejam em consonância com o padrão FG. Um exemplo disso são os acabamentos Finottato. Por que vocês são uma das nossas fornecedoras? Porque passaram por um alto rigor de qualificação e foi aprovada para nos suprir com um produto que compõe um contexto de vários itens na formação de um processo, para que a gente consiga lá na ponta entregar o que há de melhor. Seja no design, na qualidade, no acabamento, na esbeltez do prédio, no processo de tecnologia de engenharia e de arquitetura, na usabilidade, no que diz respeito a serviços, na humanização das nossas plantas que é atrelada à qualidade de vida e ao comportamento das pessoas dentro de um condomínio. Tudo isso não é obra do acaso, é baseado em pesquisas, em uma história de mais de 30 anos de experiência construtiva, de mais de 50 prédios, e a soma dessa experiência gera uma vantagem competitiva, muito bem reconhecida pelo público.

Essa fórmula e o modelo de negócio estruturado atendem com muita satisfação e fazem com que quem adquire um apartamento, seja parceiro da construtora, sem a necessidade de fazer grandes aportes financeiros. O comprador entra como parceiro e em um período de tempo recebe o empreendimento valorizado, geralmente pelo dobro do preço, pois Balneário Camboriú tem uma valorização única no Brasil.

Olhando para o Brasil como um todo e para o mundo, o que chama a atenção é a altura dos empreendimentos, o que faz muito parte do branding, da bandeira da FG. Para chegar às grandes alturas desejadas, o processo de construção é diferente dos empreendimentos comuns, certo? Como isso acontece?

Dos 10 maiores prédios existentes no Brasil, sete contam com a assinatura da FG.

Balneário Camboriú é reconhecida pelas alturas dos prédios. É o que fica bem evidente, mas se você observar, existem mais coisas, como: hoje, o m² de Balneário Camboriú é o mais valorizado com liquidez, quando você tem isso, a altura vira um detalhe. A qualidade construtiva e o destino também compõem essa conta. Então, o que existe é uma soma de tudo.

Os prédios mais altos realmente desafiam a lógica humana, principalmente em uma perspectiva empírica, de você olhar e indagar "como isso fica de pé?". Para isso acontecer, a FG importa tecnologia, por exemplo: do Canadá, Inglaterra, Austrália, Cingapura, Japão, Dubai. Dos lugares onde já existem os grandes arranha-céus no mundo, com suas experiências já consolidadas.

"O conceito de alto padrão está em constante transformação, assim como o mercado e a maturidade do consumidor."





Não temos nenhum problema em admitir que alguns lugares do mundo detêm a tecnologia de ponta, com toda a segurança necessária e nós importamos essa tecnologia e adaptamos a nossa regionalização (ao tipo de solo, etc.). Existe uma equipe de desenvolvimento de produto, de engenheiros, arquitetos, supervisionados por consultorias internacionais que homologam e certificam as ideias e que nos ajudam a estruturar do ponto de vista técnico, essa altura, essa grandeza dos empreendimentos; para que ao mesmo tempo seja uma obra de arte, uma poesia da engenharia civil e possa gerar também toda a segurança para o desfrute de um cenário que Balneário Camboriú pode oferecer por meio de um apartamento alto: uma vista para o mar no seu 68º, 79º, 50º andar. Quando falamos 20º andar, para nós é baixo. Existem muitas cidades no Brasil em que o plano diretor é de apenas 18 andares. Assim como tem público para apartamentos mais altos, tem também para os mais baixos, ambos possuem características muito boas.

E a altura é determinante na busca do imóvel? Há uma grande procura por andares mais altos?

Nem sempre quanto mais alto, melhor. No apartamento do 30º andar, você perde o contato com aquilo que está acontecendo lá embaixo, não consegue identificar o carro que está passando. Tem pessoas que gostam de estar mais perto da praia, escutar o barulho das ondas, abrir a janela e ver as pessoas caminhando; por outro lado, os apartamentos mais altos não têm essa visibilidade e é para quem já gosta de altura, não se sente mal, aproveita de uma perspectiva de visão mais privilegiada que o andar mais baixo não proporciona. Então veja, temos público para todos os andares e o nosso desafio, claro, é construir prédios altos pois a cidade tem a identidade de prédios altos. Mas o nosso grande desafio é embarcar tecnologia, qualidade e acima de tudo, altíssimo padrão em todas as obras que entregamos, independente da altura. E embarcar tecnologia significa fazer o alto padrão naqueles múltiplos conceitos que falamos no início da nossa conversa.

Viver, estar dentro de um FG, ter um FG, é sinônimo de uma variação de experiências positivas, associada ao conceito de qualidade, que vai muito além de preço de metro quadrado.

Já sabíamos, mas depois da nossa conversa com Baron, ficou mais evidente o porquê da construtora ter conquistado tantos prêmios e da FG ser uma renomada grife de imóveis de alto padrão, que consagrou Balneário Camboriú como destino nacional.

Fotos: Divulgação FG Empreendimentos





VOCAÇÃO: ARQUITETA

M a r i a n a M a i s o n n a v e

M

Sorriso largo e olhinhos estreitos ao sorrir, foi assim que a arquiteta Mariana Maissonave nos recebeu em seu escritório, para dividir conosco um pouco da sua trajetória.

Nascida e criada em Florianópolis, ela nos contou como a sua relação com a arquitetura começou, ainda criança. Por volta dos 10 anos, seus olhos brilharam ao visitar com o seu pai a Mostra Casa Cor na cidade “Eu fiquei encantada, apaixonada por aquilo e eu falei para o meu pai ‘um dia eu farei isso aqui’. Lembro que, durante a construção da casa dos meus pais, eu acompanhei tudo. Sonhei com o projeto do meu quarto, como toda criança, mas eu de fato vivi muito aquilo. Na época, mesmo com o quarto com cheiro de cola eu já queria dormir lá, ficar olhando e imaginando como tudo ficaria. Eu queria participar de tudo”, nos contou como quem repetisse os mesmos olhos daquele tempo: brilhando.

Na adolescência, ao chegar na fase em que era preciso optar por qual faculdade cursar, naquele momento em que é complicado ter certezas, hesitou. Como gostava da matéria de português, cogitou a possibilidade de cursar Direito ou Jornalismo, por sorte, escolheu a Arquitetura: “... com certeza, se eu tivesse optado por Direito ou Jornalismo eu não seria tão feliz - a Arquitetura me realiza! A gente trabalha muito, dorme pouco, não é tudo glamouroso como é mostrado nas redes sociais, é bem longe disso. Mas é uma delícia! Eu amo a transformação, eu amo essa parte de interiores”.

E foi a transformação de um apartamento de um amigo, que considera um dos divisores de águas da sua carreira e por esse motivo, eleito seu projeto preferido: uma cobertura em Jurerê Internacional. A arquiteta relatou que gostou de fazer o projeto pois, além da amizade, havia uma relação já existente com o local: “... eu cheguei a conhecer como era antes, convivemos ali e depois eu fui convidada a fazer a transformação. Então foi muito especial acompanhar algo que eu já havia experimentado anteriormente”.



Foto: Fabio Jr. Severo



Foto: Lio Simas

O estilo era provençal, decoração herdada do antigo proprietário e quando o amigo da Mari adquiriu o imóvel, a convidou para juntos fazerem a mudança, que foi por completo. “Juntos, escolhemos o que fazia sentido ficar, pois tinha muita coisa bacana, e o que sair. Foi uma reforma com pequenas mudanças estruturais, itens de decoração foram trocados e o lugar ficou diferente por completo!” O décor mais rebuscado deu lugar a um estilo moderno, mais contemporâneo.

E por falar em estilo, como um artista que pincela sua assinatura em suas obras, a arquiteta imprime o minimalismo em suas criações. “O nosso estilo vai mudando com o nosso viver. O meu fica cada dia mais minimalista, eu sinto isso. Quanto mais eu experimentava a arquitetura e entrava no mundo de interiores, eu percebia o quão eu me identificava com esses espaços mais claros, limpos e o quanto eu achava isso esteticamente mais bonito, mais confortável aos olhos. Mas o meu minimalista não se inclina para aquele lado do frio, eu gosto do aconchegante, e eu faço isso com a inclusão de itens que tragam calor ao projeto, como: madeira, tecidos em tramas naturais...”.

E quando o cliente procura o artista, mas não tem consonância com a linguagem dele? A Mari fez analogia com o namoro, de que é preciso que ambas as partes cheguem à conclusão de que vão dar certo juntos. E é na primeira reunião que ela procura entender os desejos, os gostos, e até trocam referências. Já aconteceu de após essa análise, ela ter que dispensar projeto por ter a consciência de que um profissional mais alinhado ao estilo do cliente, o atenderia melhor. Tudo sempre com muito cuidado, que deu para sentir no falar da Mariana enquanto nos contava. Teve um caso em que ela somente notou que não tinha dado o match durante o desenrolar da execução: “é delicado ir contra à preferência da cliente, à realização pessoal, ao sonho dela. A arquitetura é pessoal, é sonho! Então eu prefiro atender alguém que já busca pela minha linguagem, porque assim eu consigo trabalhar da melhor forma. A pessoa vai ficar feliz, eu vou ficar feliz. Isso não quer dizer que não serei flexível e atender aos desejos, pois é o meu papel fazer exatamente o que o cliente quer: função, cores, estética. Se ele ao menos se identificar comigo, é melhor para ambos”, completou a arquiteta.

Antes disso, recém-formada, a arquiteta aceitou um grande teste. Sabe aquele dito popular “mar calmo nunca fez bom marinheiro”? A Mariana se tornou uma boa marinheira após a execução de um projeto bem desafiador: uma grande obra em um prédio muito antigo. O tempo era curto, tinha que ser durante o horário comercial, era necessário mexer na estrutura do local, entre outras exigências que faziam do projeto ainda mais complexo. Embora com todos os percalços,



Foto: Mariana Boro

o objetivo foi alcançado com sucesso e o resultado foi satisfatório.

Ainda bem. E quando está em mares mais calmos, na falta de ondas de inspiração? "Eu corro atrás da inspiração!" responde com uma gargalhada. Como empresária, é necessário trabalhar em todas as frentes, é preciso pensar no financeiro, na divulgação, na imagem, então muitas vezes fica-se no campo racional e para um artista, virar a chave e imergir em um mundo mais subjetivo é essencial para conseguir criar. "Quando eu estou em um ritmo muito intenso, em que tenho que executar obras, fazer tudo girar e ser comercial, às vezes dá sim um bloqueio criativo e aí eu vou viajar para me inspirar e me reconectar. É um jeito de sair do modo automático". E completa "... a gente coloca aquilo que vive nos projetos".



Foto: Mariana Boro

E é através de tudo que ela viu, de todas as experiências vivenciadas, do seu amor pela arquitetura e o mais importante, de ter atendido ao sonho daquela menina que sentiu seu coração pular e se encantar com o mundo que se abriu diante de seus olhos, na primeira vez em que visitou uma mostra de interiores.



Foto: Mariana Boro

Ganhou a menina, a Mariana e todos, por poderem presenciar projetos tão belos e significativos.

INSPIRAÇÕES

2023

A BUSCA PELO CONFORTO.

Incluir em casa itens que potencializem o conforto e o bem-estar já é tendência. E as mantas, são ótimas aliadas para quem quer ficar aquecido, seja na hora de trabalhar no home office ou de assistir a um filme, relaxado no sofá.



Manta microfibra UZOO



MULTIFUNCIONAL PARA ORGANIZAR.

Espaços menores pedem soluções inteligentes para ocupar o mínimo possível do cômodo. Um grande aliado é o móvel multifuncional, que deixa o ambiente clean e organizado.

VEJA COMO O DIA ESTÁ LINDO LÁ FORA!

Após um longo período de reclusão, as pessoas estão buscando espaços que possibilitem atividades ao ar livre. Produtos e infraestruturas que promovam essas atividades, são cada vez mais procurados.



Capacho Aqua-S UZOO para área de piscina



AMADEIRADO E MÁRMORE: COMBINAÇÃO ANTAGÔNICA

Para deixar os ambientes com aquela carinha de aconchegante, nada melhor do que trazer a estampa amadeirada para o cenário. Além de fazer alusão a materiais naturais, contribui para criação de uma atmosfera de bem-estar. Como um curinga, funciona muito bem em composições com diversas cores, texturas e até com outros tipos de revestimentos. Com o mármore, por exemplo, o amadeirado forma um contraste interessante de temperatura e tonalidade.

ELE CONTINUA EM ALTA!

O painel ripado esteve muito presente em diversos projetos em 2022 e neste ano, sua estrela continuará a brilhar. O ripado é ideal para quem gosta de carimbar o ambiente com um ar contemporâneo e charmoso. A sugestão é usar os que são feitos em poliestireno, assim a instalação é mais limpa, rápida e a manutenção superfácil.



PARA CADA ESPAÇO UMA IDENTIDADE.

Há uma movimentação, mesmo que ainda tímida, para a volta dos cômodos separados nas casas. As pessoas têm passado mais tempo em suas residências fazendo diferentes atividades, antes feitas fora, por isso, a necessidade de espaços individualizados e funcionais. Para ajudar a dar identidade aos ambientes, aromatizadores. A francesa Carrière Frères criou a paleta botânica, uma versão de vela perfumada para pequenos locais como: armários e gavetas.



Tapete Yoga UZOO

PESQUISA & DESENVOLVIMENTO

Idealizar um lugar só nosso, com a nossa cara é um trabalho muito gostoso que envolve muitos processos, para que saia do jeito que queremos. Para compor o espaço, uma imensidão de produtos, um mar sem fim! Na hora da escolha, nas prateleiras das lojas físicas e nos e-commerce, não imaginamos o quanto há de pessoas e processos envolvidos para que os produtos estejam ali, prontinhos para comprarmos. É como disse algum pensador das redes sociais: "quem vê close, não vê corre"! No nosso caso: quem vê produto pronto, não vê todo o processo por trás dele! E é natural não se dar conta disso, pois não faz parte do dia a dia essas questões acerca da cadeia produtiva de um bem de consumo.

Embora em algumas empresas exista um processo a ser seguido, é importante ressaltar que não há uma regra universal, cada corporação tem um jeito peculiar de conduzir a criação dos seus produtos. E é sobre isso a nossa conversa. Queremos compartilhar com você um pouco do processo de desenvolvimento dos produtos Finottato, desde o nascimento até o momento que chegam as mãos dos consumidores.

A Finottato tem uma área especialmente destinada a esse fim, é o departamento de desenvolvimento de produto, o P&D (Pesquisa e Desenvolvimento). E para explicar como tudo se desenrola, contamos com a ajuda do Rafael Roecker, nosso gerente de Produto e Marketing.

Formado em Design de Produtos, Rafael tem





Criamos produtos e produzimos algo que efetivamente vai fazer a diferença na vida das pessoas.

mais de 15 anos de experiência na criação e desenvolvimento de produtos, dos quais, mais de 10 à frente dos departamentos de criação da marca. Segundo ele, ter um departamento específico de criação e desenvolvimento de produto é um grande diferencial que uma marca pode ter: "Estamos constantemente conectados com o nosso público de forma que conseguimos entender seus anseios e necessidades. Com essas informações idealizamos novos conceitos, criamos produtos e produzimos algo que efetivamente vai fazer a diferença na vida das pessoas. Dessa forma, participamos de todo o processo produtivo, para assim entregarmos com excelência produtos de ótima qualidade".

A equipe de P&D é composta por Designers de Produto, que fazem a gestão do fluxo de processo de cada criação, método que consiste em 4 etapas.

Antes de se materializar qualquer coisa, imaginamos, ficamos no campo subjetivo. É a fase muito parecida com o que na linguagem da comunicação chamamos de brainstorming, onde temos uma enxurrada de insights provenientes de outros setores internos da empresa, do mercado, de uma série de curadoria de informações e visitas a feiras ao redor do mundo para apurar as tendências. Tudo, absolutamente tudo, serve como referência para a criação de um novo membro do portfólio.

A PESQUISA é o pontapé inicial do processo. É o momento da validação dos insights, realizada por meio do monitoramento de mercado, análise de novas tecnologias e de tendências. As referências são coletadas por meio de pesquisa de campo, no PDV, entrevista com especificadores e outros. É importante ressaltar que, um novo produto ou uma nova linha precisa ter um objetivo estratégico, como por exemplo abrir um novo nicho ou preencher alguma lacuna no mercado; claro, buscando sempre o incremento nas vendas e a prosperidade do negócio. Além disso, é preciso que siga as premissas básicas: estética, qualidade e competitividade.

Feito isso, a gente dá mais um passo adiante, agora para o DESENVOLVIMENTO. Aqui, determinamos o posicionamento, criação, validação de materiais e processos e testes, ou seja, o processo de design como um todo.

Chegou a hora da EXECUÇÃO, momento da aprovação, naming, embalagem, produção, etc. Após um rigoroso controle de qualidade... o LANÇAMENTO! Onde acontecem todas as ações



Foto: Paulo Lopes

O caminho do produto até chegar a sua mão



01 - PESQUISA



02 - DESENVOLVIMENTO

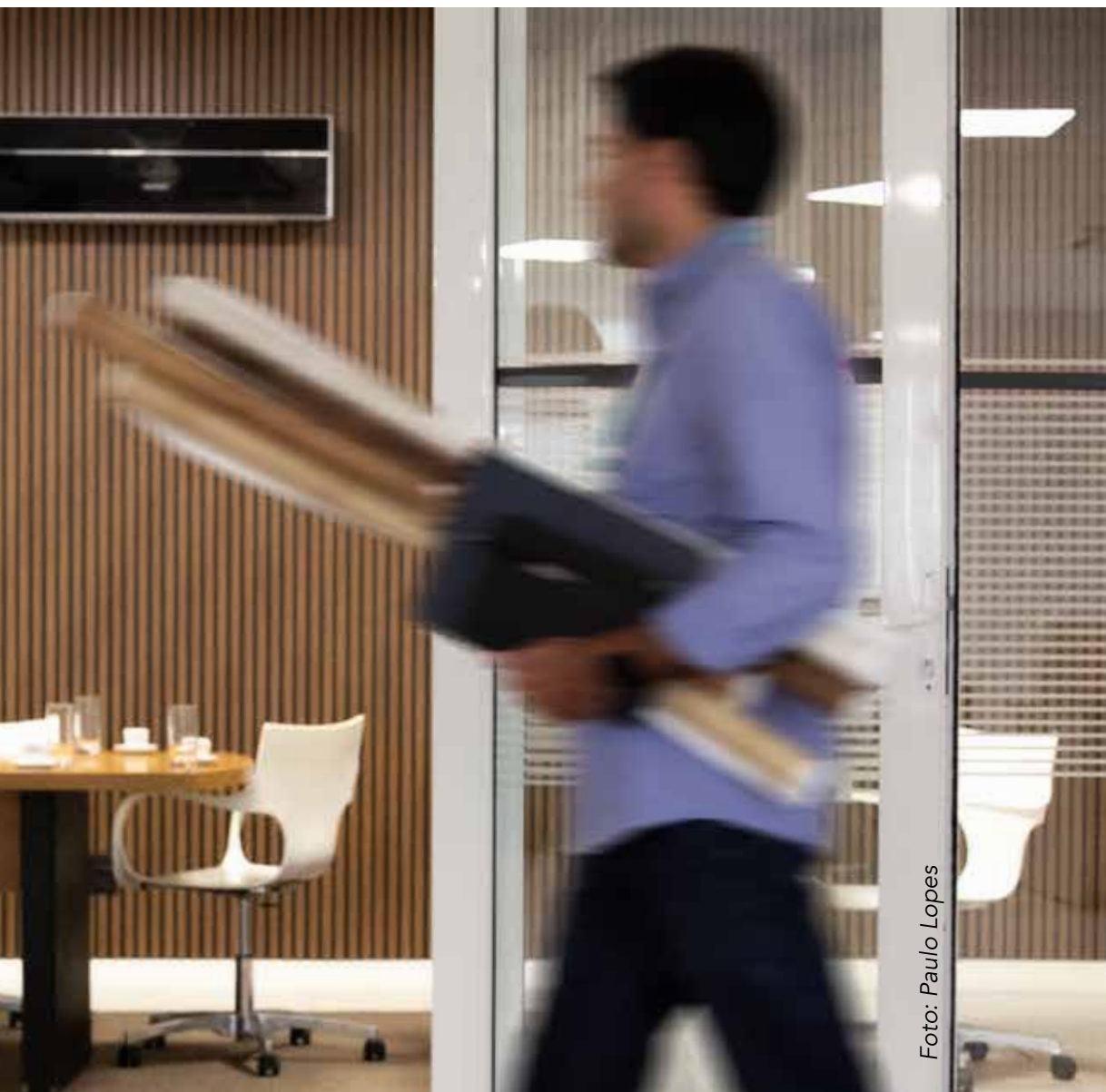


Foto: Paulo Lopes



Rafael Roecker

Gerente de P&D e Marketing

rafael.roecker@finottato.com.br



de comunicação criadas para introduzir o produto ao mercado, os treinamentos, eventos e por fim, o monitoramento.

Após todas essas etapas, o trabalho continua! Com frequentes análises e validações dos resultados por meio do acompanhamento de performance, aceitação e percepção de valor da marca.

Esse entendimento de todo o processo de criação e inovação, só é possível por termos um departamento especialista em desenvolvimento de produtos. Isso significa economia de recursos, de tempo e a segurança de um olhar que atenda exatamente a necessidade do consumidor, devido ao conhecimento tático do mercado .



03 - EXECUÇÃO



04 - LANÇAMENTO



05 - MONITORAMENTO



finottato

www.finottato.com.br

Finottato

3080110213

