

A vida
em uma
nova
dimensão

FLORIDA PENTHOUSES
SMART LIVING

A gold-colored graphic element consisting of a thin, curved line that starts under the word 'PENTHOUSES' and sweeps upwards and to the right, ending under the word 'SMART'.



natureza do caso

ambiente externo

A vocação imobiliária da Av. Luis Carlos Berrini é principalmente empreendimentos comerciais.

A Tishman Speyer, há aproximadamente 10 anos encontrou uma área interessante na rua Flórida, entre as Av. Marginal Pinheiros e Av. Luís Carlos Berrini para a construção de um edifício de escritórios.

Nesse período da segunda metade dos anos 90, o mercado de imóveis comerciais sofreu uma enorme redução de demanda. O tamanho dos estoques em oferta, além da retração econômica de então levaram a essa situação.

O Brasil passava por grandes ajustes econômicos. O Real completava um ano de existência e a economia, ainda muito sensível aos movimentos externos.

O capital estrangeiro que aqui chegava era, na sua maioria, volátil, com mega investidores especulando em títulos de dívida pública e nas bolsas de valores do mundo inteiro.

A Globalização, tão esperada, estava começando a dar seus primeiros passos: o muro de Berlim havia sido derrubado há seis anos, os países da antiga União Soviética ainda não haviam se consolidado como nações independentes, a própria Rússia não tinha se definido como uma democracia ou uma economia de mercado. A China era uma economia em observação, com tímidos movimentos dos grupos ocidentais para entender uma economia de mercado num país ainda politicamente comunista e praticante da ditadura de partido. Os acontecimentos da Praça da Paz ainda provocavam calafrios em todo o mundo ocidental.

Em 1999, a crise econômica da Rússia abala de tal forma a economia brasileira que o mercado imobiliário sofre fortemente seus reflexos. Havia que se pensar muito antes de investir em empreendimentos comerciais de grandes lajes. Os aluguéis não davam o retorno esperado e a taxa de vacância desses empreendimentos continuava alta.

O Brasil, então, vinha crescendo a taxas bastante pequenas. O País ainda “andava de lado”. O “boom” econômico esperado não aconteceu e o capital internacional entrava timidamente.

Eleições de 2002. O período pré-eleitoral gerou tal instabilidade que o dólar atingiu sua valorização máxima. A inflação ensaiou subir, mas foi controlada através do aumento da Selic. E os juros nunca foram tão altos. Investir em papéis do governo era retorno imbatível.

Ano de 2005. Novas esperanças começam a arrefecer em função dos acontecimentos políticos que envolvem o partido governista e seus aliados. As conturbações internas geram preocupação e instabilidade. A economia não cresceu, novamente, conforme o esperado e o PIB fica abaixo do previsto.

O setor de imóveis comerciais voltados a grandes e médias empresas mantinha o ritmo de crescimento lento.

Apesar disso, o desempenho chinês e a estabilidade da economia americana permitiram que o Brasil apresentasse um crescimento modesto, impulsionado pelas exportações de alguns bens industriais e o agro-negócio.

Com a estabilidade da moeda, seu valor de compra aumentando, a perspectiva de queda da taxa Selic e a valorização do Real perante o dólar, o setor financeiro e o mercado de capitais destinaram mais recursos para a área imobiliária através de financiamentos diretos ao consumidor, o que aqueceu o mercado residencial.

Sempre começando pelos produtos de maior padrão, os apartamentos voltados para as classes mais altas ganham espaço e parece interminável a capacidade da população em “consumir” esses produtos, adquiridos na planta, ainda por construir.

O mercado lança uma grande massa de produtos tradicionais, de 4 dormitórios, estilo neoclássico, em bairros tipicamente residenciais como Cidade Jardim, Morumbi, Panamby, Moema, Campo Belo, Alto da Lapa, Higienópolis, Perdizes, Pacaembu, Alto dos Pinheiros, entre outros.



a oportunidade

Com uma situação econômica que dificultava a absorção de empreendimentos de grandes lajes, voltados a empresas corporativas de grande ou médio porte, o terreno adquirido precisava encontrar uma nova vocação.

Era preciso detectar um nicho de mercado, encontrar um público diferenciado e desenvolver um produto alinhado a suas necessidades e desejos.

Neste sentido, levou-se em consideração o fato da cidade de São Paulo sofrer com seu crescimento desordenado e com a falta de investimentos em infraestrutura urbana. O tempo de viagem para atingir seus destinos pôde ser avaliado. Um acidente de trânsito, mesmo que pequeno, um semáforo que não está funcionando, um veículo quebrado numa via arterial, um dia chuvoso são suficientes para provocar congestionamentos imensos.

Sem falar na falta de segurança que preocupa as grandes metrópoles do mundo todo. Os seqüestros-relâmpagos, os assaltos, arrastões durante os congestionamentos são comuns.

O Brooklin é um bairro da zona sul de São Paulo que possui duas vocações diferentes e com localizações geográficas distintas.

Entre as Avenidas Santo Amaro e as proximidades da Av. Engenheiro Luís Carlos Berrini o bairro é residencial, com alguns bolsões de varejo, como é o caso da Rua Pe. Antonio José dos Santos, uma típica rua de comércio de bairro. Entre Av. Eng. Luís Carlos Berrini e a Av. Nações Unidas (Marginal do Rio Pinheiros) ele é predominantemente comercial.

A Av. Luís Carlos Berrini começou a sua vocação comercial na década de 80, quando o escritório de arquitetura Bratke & Collet iniciou a construção dos primeiros edifícios de escritórios, fugindo dos altos preços da Avenida Paulista e da Av. Brigadeiro Faria Lima, então os centros empresariais de São Paulo.

Com terrenos mais baratos, grandes áreas ainda inabitadas e pequenas construções residenciais ao longo da avenida, além do acesso fácil e rápido proporcionado pelas marginais e pela Av. dos Bandeirantes, a região apresentava todas as condições para ser o novo centro empresarial da região sul de São Paulo. Naquela época, a globalização ainda não havia acontecido, a abertura para os mercados internacionais ainda era um sonho, o Brasil começava a viver os ares democráticos do final do regime militar. A Internet não existia e nem se falava em inteligência predial.

São Paulo nesse início de século deixa de ser uma cidade industrial e torna-se uma mega cidade globalizada, fortemente ancorada em serviços.

Sua riqueza é pujante e se mostra no comércio altamente sofisticado de grifes internacionais, vida cultural intensa com mega arenas, teatros que comportam os grandes e sofisticados musicais trazidos da Broadway, a segunda maior frota de helicópteros e a maior frota urbana de automóveis do mundo. Essa mudança cultural radical introduz novos hábitos, novas necessidades.

A partir dessa mudança cultural é que nasce o conceito de Smart Living.



FLORIDA PENTHOUSES
SMART LIVING

a solução



O conceito Smart Living é uma nova dimensão de qualidade de vida e valorização. Ele incorpora o novo conceito de sofisticação: o poder usufruir. Smart living é um novo conceito de viver que envolve novos valores, como morar perto de tudo, mas com qualidade, tranquilidade e segurança.

O Flórida Penthouses concretiza a dimensão cosmopolita do Brooklin ao reunir trabalho, moradia e lazer numa das mais sofisticadas regiões empresariais da cidade, com infraestrutura de altíssima qualidade.

O empreendimento está localizado na rua Flórida, entre a Av. Luis Carlos Berrini e a Av. Nações Unidas (Marginal Pinheiros), a quadra dourada do bairro que nasceu para ser uma metrópole.

Na sua proximidade, o principal centro empresarial da cidade, o CENU Centro Empresarial Nações Unidas, o primeiro shopping de design de São Paulo, o shopping D&D que abriga as mais sofisticadas lojas de decoração e design do país, os shoppings Morumbi e Market Place, além da Sociedade Hípica Paulista, de excelentes escolas, ótimos restaurantes, casas de espetáculos e uma infinidade de atrações que, combinadas, projetam uma excepcional valorização para a região.

As ruas e praças arborizadas dão o tom humano a esse bairro que pulsa em ritmos diferentes. Durante o dia, são milhares de executivos que andam apressadamente na avenida, são carros transitando num vai e vem constante.

À noite, os ternos e pastas de trabalho são substituídos pelos trajes esportes, os carros já não trafegam em velocidade, as pessoas nas calçadas que não têm pressa. É a hora de usufruir as praças, as ruas arborizadas, a boa comida dos restaurantes, de usufruir os encantos desse bairro cosmopolita.

FLORIDA PENTHOUSES
SMART LIVING

O conceito do empreendimento

O empreendimento inteiro será composto por duas torres, uma com 34 andares e outra com 37 andares, dispostas em um terreno com 16 mil metros quadrados. São 321 unidades distribuídas em duas torres.

O Florida Penthouses é um empreendimento de vanguarda, elegante, sem preconceitos, arrojado.

Arquitetura dentro do conceito Smart Living

A arquitetura acompanha esse perfil cosmopolita do Brooklin e é adequada ao novo estilo de vida.

O empreendimento está cercado de edifícios que modificaram o skyline da Marginal Pinheiros, como o Cenu, o World Trade Center, o Robocop, o chamado Bolsinha. Assim, seu estilo contemporâneo, bem atual, com fachadas de linhas clean, coroadas por uma inédita cobertura piramidal, resultou num conjunto arquitetônico, com um arrojado look internacional de acordo com o perfil arquitetônico da região.

O conceito de Penthouse foi explorado em toda sua dimensão. A amplitude dos espaços, o pé direito duplo e o living interligado com um terraço de grandes proporções, dão a real sensação de se estar morando em uma casa. Esse espaço e conforto da casa somam-se à segurança e a vista privilegiada de um apartamento.

Os grandes terraços com pé direito duplo são recuados para maior privacidade. Eles foram planejados para abrigar vários e aconchegantes ambientes como churrasqueira, espaço gourmet, charutaria, espaço zen etc.

A variedade de tipos de apartamento permitiu que se atendesse aos mais diversos públicos. A intenção era conseguir levar aos executivos da região uma solução de moradia próxima ao local de trabalho, explorando ao máximo as qualidades do bairro. Assim, os apartamentos possuem plantas diferentes, quase que exclusivas para cada comprador.



Os Apartamentos Flamingo, com 96m² de área privativa, são os menores apartamentos e estão voltados principalmente para casais sem filhos. O apartamento tem 1 dormitório e mais 1 suíte com walking closet, um banheiro social, cozinha americana aberta para a sala, área de serviço integrada à cozinha, living para dois ambientes e um grande terraço, com aproximadamente 18m² e um banheiro de empregada.

Apartamentos Key West têm 139m² de área privativa. São 3 dormitórios, sendo duas suítes. Na suíte máster, um terraço de 1,4m x 3,4m, com vista para os jardins do empreendimento e para a Marginal Pinheiros amplia a noção de espaço. A sala para dois ambientes abre-se para o grande terraço, com 20m², um espaço multiuso a ser adequado às necessidades e desejos do comprador. A cozinha integrada ao living proporciona mais amplitude aos espaços. Já os apartamentos Bay side, que também têm 139m², porém com 3 suítes.

Os maiores apartamentos são os do tipo Boca Raton, com 192m². Eles têm 3 suítes e mais um dormitório e um banheiro social, além do lavabo. A cozinha pode ser aberta para o living. Com dependências de empregada, o quarto pode ser reversível. O imenso terraço integra-se ao ambiente social, dando-lhe mais amplitude e abre-se para a praça do empreendimento e para o Brooklin, onde ares cosmopolitas impregnam o espaço visual.

O conceito Smart Living quer dizer viver de forma inteligente. O Flórida Penthouses é um empreendimento inteligente que privilegia a qualidade de vida.

Viver com qualidade implica em ter todas as condições de “estar bem”. Assim, o empreendimento não poderia deixar de ter todos os elementos necessários para combater o stress do dia a dia de uma cidade como São Paulo.

Lazer

Vários conceitos e situações foram criados para concretizar o Smart Living:

Bem viver

O Paisagismo em estilo contemporâneo, explorando a beleza da geometria nas linhas e nos acessos, com vários espelhos de água, palmeiras, árvores, espaços definidos para uso infantil, praças, etc., criaram um térreo agradável, onde os sons da cidade não penetram.

Esportes

O empreendimento dispõe de uma completa infra-estrutura esportiva de alto nível.

O que você diria em ter o seu próprio campo de golfe no jardim do seu condomínio, junto à Marginal do Rio Pinheiros? O Flórida Penthouses terá no térreo, no jardim, um campo de golfe com seis buracos.

A área de esportes ao ar livre tem a quadra poliesportiva, a piscina e duas quadras de tênis.

Os esportes indoor estão no subsolo, que conta com a quadra de squash, fitness completo e raia aquecida para que os condôminos possam se manter em forma mesmo nos dias frios do inverno paulista.



Equilíbrio

Um Spa da L'Occitane a um simples toque do botão do elevador. Tranquilidade, relax, descontração. Tudo o que for necessário para cuidar de si mesmo e estar de bem com a vida.

O Florida Penthouses é o primeiro edifício no mundo a ter um Spa L'Occitane completo, que oferecerá todos os produtos da companhia e não somente uma sala de massagem.

Descontração

A piscina no térreo, com o bar e o solário irão contribuir para os momentos de descontração.

Lazer

Basta um simples toque do elevador para acessar um mundo de lazer, conveniências e cuidados pessoais, tudo sem tirar o carro da garagem.

Diferenciais

O Florida Penthouses Smart Living proporciona acesso a todas as facilidades para simplificar o seu dia a dia. Através da administração da Hubert, disponibiliza uma série de serviços pelo sistema “pay per use”.

Conciêrgerie: Seu acesso a qualquer serviço do mercado, com rapidez e eficiência, de acordo com sua necessidade.

Serviços delivery agendados como: banho e tosa de animais, costureira/alfaiate, floricultura, manutenção de eletrodomésticos, organização de rotina doméstica, recepção e acomodação de mudanças, sapataria, courier, tickets e transfer para shows, eventos e aeroportos.

Serviços residenciais: Limpeza avulsa, passadoras, copeiras e garçons para festa, bufês em domicílio, limpeza de estofados e carpetes, dedetização, entre outros.

Serviços pessoais: Personal trainer, aulas de tênis, baby siter, massagem terapêutica, aulas de idiomas, tratamentos estéticos corporais, etc.

Compra fácil: Produtos e marcas reconhecidas no mercado a preços especiais.

Emergencial: Assistência para os imprevistos do dia a dia: chaveiro, electricista, encanador, 24 horas e com atendimento imediato.

Clube Gourmet: organização de eventos culinários.

Serviço de arrumação avulso, programado e diário. O valor é cobrado de cada unidade que optar pelo serviço.

A utilização desses serviços tem pagamento individual, não gerando custos para o condomínio.



Proteção para viver com toda a tranquilidade:

O sistema de segurança preventiva, projetado para o Flórida Penthouse inclui:

Guarita Blindada

Espaço exclusivo de acesso dos moradores e seus visitantes, dos entregadores e prestadores de serviços identificados.

Modernos equipamentos eletrônicos de vigilância

Automação residencial:

O empreendimento será entregue com infra-estrutura (tubulação seca) para a futura instalação pelos proprietários de um sistema de automação que permite acessar remotamente as instalações de suas unidades, controlando a distância os parâmetros de funcionamento dos sistemas de iluminação, de ar condicionado, eletrodomésticos conectados ao sistema e receber o alarme de intrusão.

As Webcams permitem receber imagens do interior do apartamento através de câmeras instaladas na rede interna. Além disso, o condômino poderá ter uma rede de dados integrada à do condomínio, proporcionando acesso rápido à Internet, sem obstrução das linhas telefônicas.

A infra-estrutura vai ser dimensionada para o recebimento de cabeamento estruturado, que vai possibilitar versatilidade no layout, pois um mesmo ponto poderá ter várias funções, como dados, voz ou imagem. Os condôminos poderão criar cenários para festas, jantares, etc, através do sistema de iluminação.

Está nascendo um novo conceito em moradia. Smart Living. Uma nova dimensão de tempo e espaço. De conforto, requinte e sofisticação. De lazer e segurança. Uma nova dimensão de qualidade de vida e valorização. Inteligente e moderna.

a comercialização e comunicação

O Flórida Penthouses obteve uma velocidade de vendas espantosa. Foram 80% dos apartamentos vendidos em menos de dois meses, a um preço médio de R\$ 750.000,00. As primeiras 90 unidades foram vendidas no dia do lançamento.

O Evento Premium

Na verdade, essas unidades foram vendidas pelo sistema Evento Premium, utilizado pela Fernandez Mera Negócios Imobiliários.

A primeira base do Evento Premium é a utilização por um prazo consistente (em geral de 45 dias) para que todos os potenciais compradores possam ser convidados a conhecer os produtos à venda.



Os clientes chegam ao salão do evento, onde encontram diversas telas de plasma de 44 polegadas instaladas em pontos estratégicos de alta visibilidade, nas quais têm acesso ao espelho de vendas com todas as reservas realizadas.

Nas primeiras 3 horas, é dada a oportunidade para que o detentor da primeira reserva faça a sua negociação e tente fechar o negócio. Caso isso não ocorra, é chamado o cliente detentor da segunda reserva da unidade, e assim sucessivamente até que a unidade seja vendida.

Como esses eventos recebem entre 500 e 1.500 pessoas, atendidas por 300 corretores, o ambiente se torna animadíssimo: o chefe de vendas vai cantando as vendas e reservas realizadas pelo sistema interno de som do stand e convocando os novos candidatos.

Isso cria um clima animado e as telas de plasma, aos poucos, vão passando das bolinhas verdes (reservas condicionais) para as vermelhas (vendas realizadas). Esse ambiente festivo leva os clientes a ficarem ainda mais motivados para comprar.

Para que o ambiente não fique cansativo, há muitas mesas, ar condicionado, som ambiente e, 1 hora da tarde começa a ser servido o almoço, feito por um restaurante conceituado. Em paralelo, são realizadas atrações para crianças e adolescentes de todas as idades.

Os apartamentos decorados, as maquetes, os painéis e os vídeos são alvo de grande visitação e permitem que todas as dúvidas sejam esclarecidas.

No período da tarde chegam mais compradores. O movimento se intensifica novamente.

O preço da tabela de lançamento só é válido até a meia noite. No dia seguinte o evento recomeça, mas o preço está 3% mais alto. Na semana seguinte é realizado novo evento, mas o preço agora está 6% mais alto, até que, no final do primeiro mês do lançamento, o preço está 9% mais alto e, frequentemente as vendas já estão se encerrando.

O Evento Premium do Florida Penthouses foi realizado em outubro de 2005 e levou mil e quinhentas pessoas ao stand, com esse fabuloso resultado de 90 unidades vendidas nesse dia, e 222 unidades nos 45 dias seguintes, gerando um volume geral de vendas de aproximadamente 158 milhões de reais.

A segunda torre, cujo lançamento estava previsto para dali a seis meses, foi lançada a público 45 dias depois da primeira, em razão do enorme sucesso alcançado. Hoje, 82% de todas as unidades lançadas já estão vendidas.





A fim de que o lançamento dessa segunda fase de comercialização atingisse diretamente seu público potencial, a Tishman Speyer investiu na criação de uma campanha estrelada pela modelo internacional Ana Hickmann. Criada pela agência Archote, a estratégia foi associar a beleza e elegância de Ana Hickmann à sofisticação e versatilidade do Florida Penthouses. A campanha publicitária foi veiculada na internet, jornais e revistas de circulação nacional.

Essa campanha criou uma alta expectativa junto ao público de alto nível com relação ao padrão e à qualidade do produto, gerando uma resposta incomum em empreendimentos de alto padrão.

Os convidados para o evento com a presença de Ana Hickman, se identificaram imediatamente com a sofisticação do stand, o clima zen, a beleza dos apartamentos decorados por Patrícia Anastassiadis. Tudo isso os deixou surpresos com o preço de venda e a facilidade de pagamento, que levou a uma compra por impulso, difícil num produto como esse.

O stand de vendas:

O stand, grande e original, foi construído de forma a reproduzir o clima que as pessoas encontrarão dentro do Florida Penthouses.

Desde a entrada até o acesso aos apartamentos decorados, tudo foi planejado para introduzir o visitante nesse novo conceito, o “Smart Living”. Durante esse percurso, o visitante vai deixando os ruídos, o trânsito, a poluição e as tensões da cidade lá fora e entra num mundo de tranquilidade, beleza, perfumes, relax, prazer.

Na entrada, uma galeria cuja iluminação indireta cria um clima agradável, muito diferente das luzes agressivas e da poluição visual da cidade. É o primeiro passo para que o visitante comece a relaxar, a ser conduzido através do novo conceito de bem viver Smart Living.

Em seguida, quadros apresentam os incorporadores que assinam o empreendimento. A seriedade da Tishman Speyer e da Company agregam confiança. No próximo ambiente, um vídeo motivacional transmite o conceito Smart Living e cria uma nova sensação, uma expectativa positiva com relação ao produto, sempre dentro de um clima zen.

No grande salão, a vista da maquete e dos painéis que mostram particularidades do produto conscientiza o visitante sobre todo o conceito. E os apartamentos decorados, finalmente, concretizam o sonho criado no início.

A maquete, gigante e bem iluminada, tem um destaque em acrílico que coloca a piscina acima do nível do terreno e permite que se veja toda a área do fitness, a raia coberta e o spa, que estão no subsolo.

Saindo do grande salão, estão os apartamentos decorados: o de 96m² e o de 139m² com duas suítes.

A decoração da Anastassiadis Arquitetos captou o clima arrojado do empreendimento e o conceito Smart Living.

O Site do empreendimento:

Um dos veículos de comunicação ainda pouco usado pelo mercado imobiliário, a Internet tem se mostrado um ótimo canal. Afinal, em levantamento feito recentemente, 90% do público imobiliário acessa a Internet e tem e.mail. Principalmente quando se fala de um público de alto padrão, como é o caso dos compradores do empreendimento. Em muitos casos, a Internet é responsável por 20% das vendas realizadas.

Portanto, a Tishman Speyer resolveu por desenvolver um site na Internet com todas as informações sobre o produto.

O site apresenta, inicialmente, todo o conceito Smart Living. Ele se preocupa em levar ao internauta, não só as informações básicas do produto, o lado racional, mas, também, aborda as qualidades intangíveis do produto apresentando todo o clima que o envolve, o lado motivacional e aspiracional.

Outras peças de comunicação foram usadas como suporte à campanha. A função era despertar a curiosidade do público e induzi-los a procurar o site, o stand e comparecer ao Evento Premium.



conclusão

O Florida Penthouses ainda não está pronto. Ele está em início de construção, mas já é uma realidade pelo sucesso de vendas alcançado.

Dentro das várias áreas do marketing, ele é o resultado do estudo profundo do mercado a que se destina, da sua forma de viver, das suas aspirações e necessidades. Por isso, ele é importante por criar um novo conceito de moradia que quebra alguns dogmas do setor.

O produto é voltado para classe de renda alta, que compreende que morar com qualidade é morar próximo ao seu local de trabalho, em bairros com infraestrutura completa, onde tudo está próximo. A sofisticação coloca ao alcance de seus moradores todos os itens de conforto e lazer. Sua localização é no ponto alto da região, a chamada quadra dourada, perto de outros empreendimentos Premium, como o CENU e o Shopping D&D, o mais sofisticado Shopping de decoração e design de São Paulo, além de estar a poucos minutos do Shopping Iguatemi e da Daslu, dois centros de compra de altíssimo padrão, com todas as grifes mais famosas do mundo.

O Florida Penthouses inaugura uma nova era no setor imobiliário brasileiro, onde as grandes metrópoles oferecem uma vida desgastante pelo trânsito desordenado e pela poluição sonora e visual, o Florida Penthouses traz a solução de moradia em locais tipicamente voltados para a vocação comercial, com qualidade de vida, proximidade das atividades de seu público, moradias desenvolvidas para proporcionar bem estar, tranquilidade, prazer.

Como diria Domenico de Masi, o verdadeiro luxo é poder usufruir seu tempo, seu espaço, o ambiente criativo, o silêncio sem ruídos, a segurança não ostensiva, a diversão sem inibições, beleza sem exibicionismo, a convivência que supera a solidão, a tranquilidade. Isso é Florida Penthouses.





FLORIDA PENTHOUSES
SMART LIVING

