

Manual de marca

CDHU

Secretaria de
Desenvolvimento Urbano e Habitação



SÃO PAULO
GOVERNO DO ESTADO

SUMÁRIO

1 Introdução:

Nossa história.

Missão e valores principais.

2 Identidade Visual:

Desenvolvimento

Logotipo:

Principais versões do logotipo.

Diretrizes de espaçamento e tamanho mínimo.

Exemplos de uso correto e incorreto.

Régua de marcas.

Cores:

Paleta de cores principais e secundárias e códigos de cores (RGB, CMYK, Hex).

Tipografia:

Fontes primárias e secundárias.

3 Elementos Gráficos:

Ícones e ilustrações principais.

Estilo fotográfico e de imagens recomendadas.

4 Aplicações Básicas:

Exemplos de uso em materiais.

5 Tom de Voz e Linguagem:

Resumo do tom de voz da marca.

Exemplos de frases e palavras-chaves.

6 Diretrizes para Marketing e Publicidade:

Resumo de diretrizes para campanhas publicitárias.

Exemplos de materiais promocionais.

7 Contato e Suporte:

Informações de contato para dúvidas ou suporte adicional.

introdução

Nossa
história

A **CDHU - Companhia de Desenvolvimento Habitacional e Urbano do Estado de São Paulo** - empresa do Governo Estadual, vinculada à Secretaria Desenvolvimento Urbano e Habitação, é o maior agente promotor de moradia popular no Brasil. Tem por finalidade executar programas habitacionais em todo o território do Estado, voltados para o atendimento exclusivo da população de baixa renda - atende famílias com renda na faixa de 1 a 10 salários mínimos.

Além de produzir moradias, a CDHU também intervém no desenvolvimento urbano das cidades, de acordo com as diretrizes da Secretaria de Desenvolvimento Urbano e Habitação. Conheça melhor a Companhia, navegando por esta página.

A Empresa hoje conhecida como CDHU - Companhia de Desenvolvimento Habitacional e Urbano do Estado de São Paulo - foi fundada em 1949 e já teve vários nomes: CECAP, CODESPAULO e CDH. Recebeu sua atual denominação em 1989.

A história da intervenção do Governo do Estado na habitação popular começou efetivamente em 1967, quando a CECAP - Companhia Estadual de Casas Populares - inicia a produção de habitações para a população de baixa renda. De lá para cá, foram comercializadas milhares de unidades habitacionais em quase todas cidades do Estado de São Paulo. Esse número cresce a cada mês.

introdução

Missão e valores principais

Missão:

A missão da CDHU é promover o acesso à moradia digna para a população de baixa renda do Estado de São Paulo, contribuindo para a redução do déficit habitacional e a melhoria das condições de vida, através da construção de unidades habitacionais, regularização fundiária e urbanização de áreas precárias.

Valores Principais:

Inclusão Social: Garantir que todas as famílias, especialmente as de baixa renda, tenham acesso à moradia digna.

Sustentabilidade: Promover práticas de construção e urbanização que respeitem o meio ambiente e sejam sustentáveis a longo prazo.

Transparência: Atuar com transparência em todas as suas ações, prestando contas à sociedade e aos beneficiários dos programas habitacionais.

Qualidade: Assegurar a qualidade das habitações e dos serviços oferecidos, proporcionando conforto e segurança aos moradores.

Inovação: Buscar constantemente inovações em técnicas construtivas e soluções habitacionais que atendam às necessidades da população.

Parceria: Trabalhar em colaboração com municípios, comunidades e o setor privado para maximizar os resultados e ampliar o alcance dos programas habitacionais.

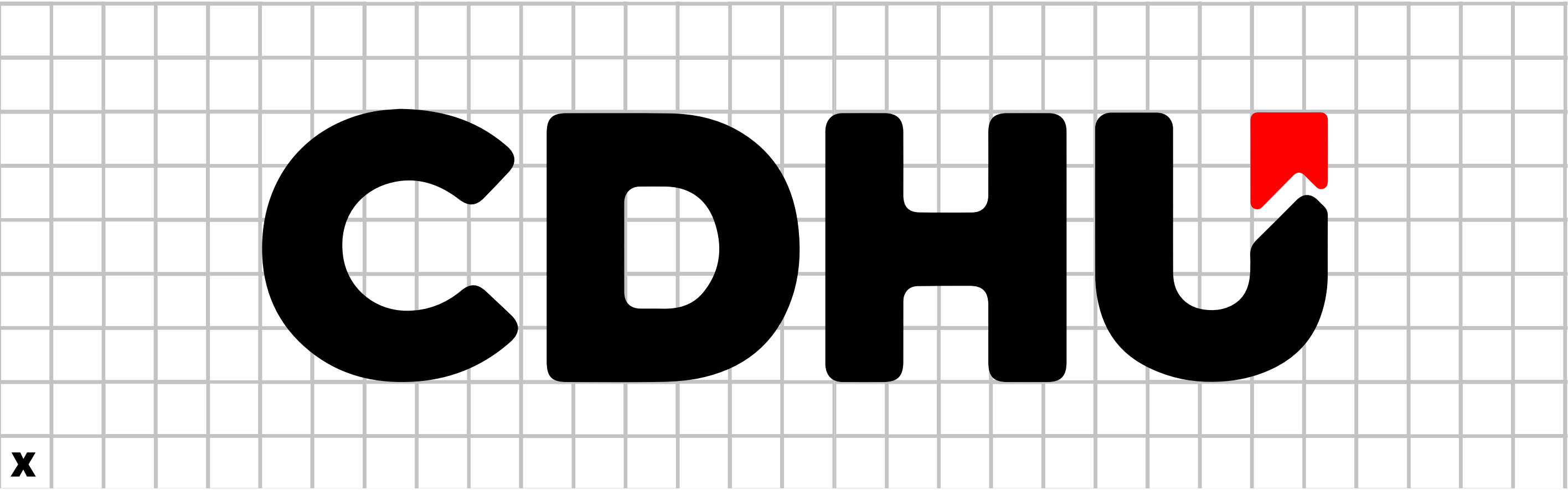
Responsabilidade Social: Comprometer-se com a melhoria das condições de vida das pessoas, atuando de forma ética e responsável.

***identidade
visual***

Desenvolvimento

CDHU

2



X

0,5 x de espaçamento entre letras

identidade visual

Logotipo:

Principais
versões do
logotipo

Padrão

CDHU

CDHU

COMPANHIA DE DESENVOLVIMENTO HABITACIONAL E URBANO

Negativo

CDHU

CDHU

COMPANHIA DE DESENVOLVIMENTO HABITACIONAL E URBANO

2

Logotipo:

Diretrizes de
espaçamento
e tamanho
mínimo

Fundamentais para garantir que o logotipo mantenha sua legibilidade, reconhecimento e integridade visual em todas as suas aplicações, contribuindo para uma identidade de marca forte e coesa.

Uso da letra “C” será o espaço de resguardo para a aplicação da marca.



Logotipo:
Diretrizes de
espaçamento
e tamanho
mínimo

Fundamentais para garantir que o logotipo mantenha sua legibilidade, reconhecimento e integridade visual em todas as suas aplicações, contribuindo para uma identidade de marca forte e coesa.

Uso de 1/4 da letra “C” será o espaço de aplicação do descritivo CDHU.



MEDIDAS REFERENTES À LARGURA. LOGO, SUA ALTURA É PROPORCIONAL

identidade visual

Logotipo:

Exemplos de
uso correto e
incorreto

Corretos

CDHU

COMPANHIA DE DESENVOLVIMENTO HABITACIONAL E URBANO

CDHU

COMPANHIA DE DESENVOLVIMENTO HABITACIONAL E URBANO

CDHU

COMPANHIA DE DESENVOLVIMENTO HABITACIONAL E URBANO

CDHU

COMPANHIA DE DESENVOLVIMENTO HABITACIONAL E URBANO

CDHU

COMPANHIA DE DESENVOLVIMENTO HABITACIONAL E URBANO

CDHU

COMPANHIA DE DESENVOLVIMENTO HABITACIONAL E URBANO

2

identidade visual

Logotipo:
Exemplos de uso correto e incorreto

Incorretos



identidade visual

Logotipo:

Régua de
marcas



CDHU



**SÃO
PAULO**

**GOVERNO
DO ESTADO**

SÃO PAULO SÃO TODOS

Secretaria de
**Desenvolvimento
Urbano e
Habitação**



CDHU

Secretaria de
Desenvolvimento Urbano e Habitação



SÃO PAULO
GOVERNO DO ESTADO

Quando utilizada, a marca de apoio terá sua altura limitada pela altura da marca CDHU, como retratado no exemplo a seguir.



**CIDADE DE
SÃO PAULO**

CDHU

Marca de apoio

*identidade
visual*

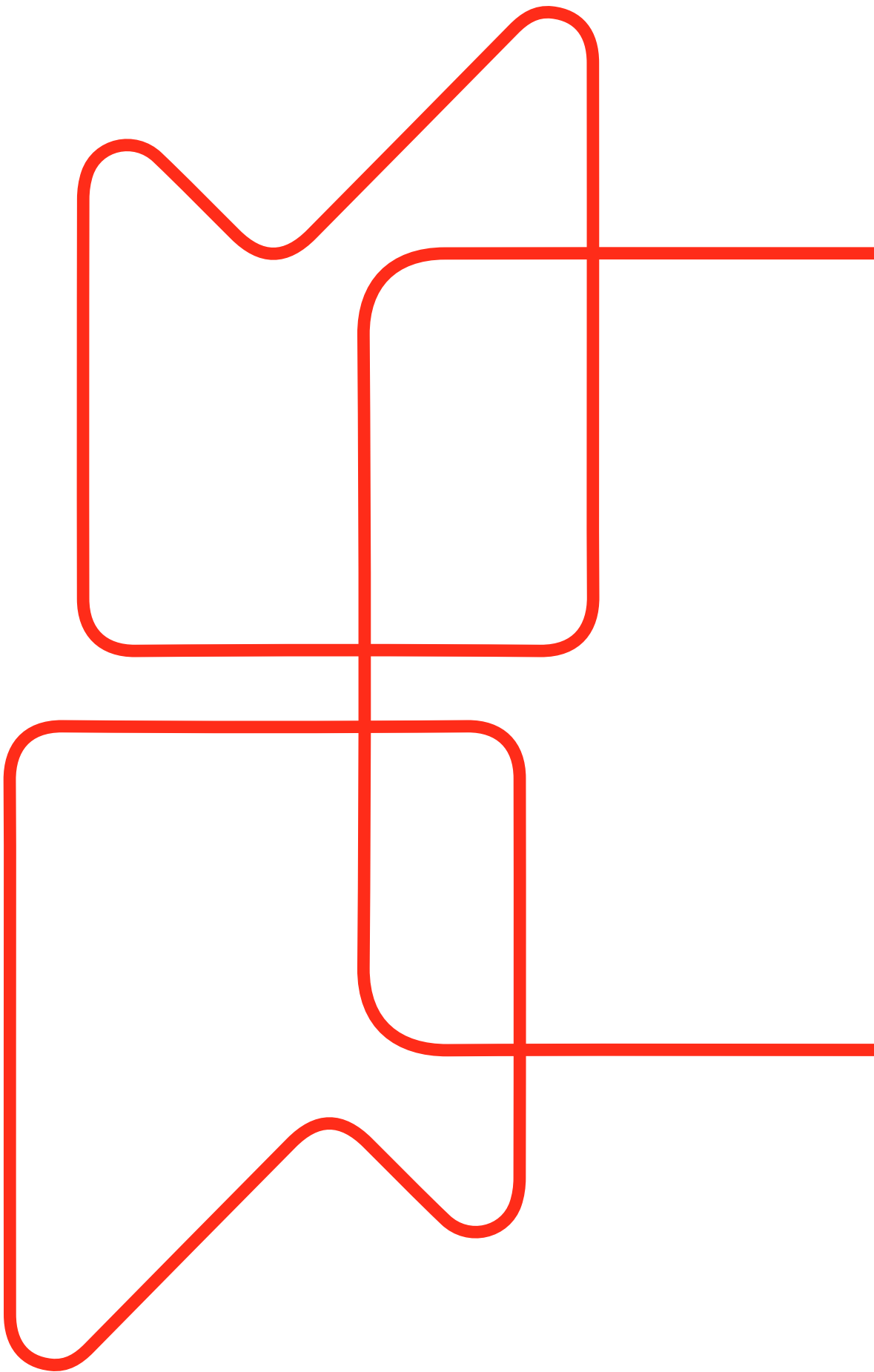
Logotipo:
Cores



HEX: #ff1100
R:255 G:17 B:0
C:0% M:93% Y:100 K:0%
Pantone: 2347 C



HEX: #000000
R:0 G:0 B:0
C:0% M:0% Y:0 K:100%
Pantone: black 6c





FONTE PRIMÁRIA

Axiforma

A B C D E F G H I J K L M N O P Q R S T U V W X Y Z 0 1 2 3 4 5 6 7 8 9

A B C D E F G H I J K L M N O P Q R S T U V W X Y Z 0 1 2 3 4 5 6 7 8 9

A B C D E F G H I J K L M N O P Q R S T U V W X Y Z 0 1 2 3 4 5 6 7 8 9

FONTE SECUNDÁRIA

Montserrat

A B C D E F G H I J K L M N O P Q R S T U V W X Y Z 0 1 2 3 4 5 6 7 8 9

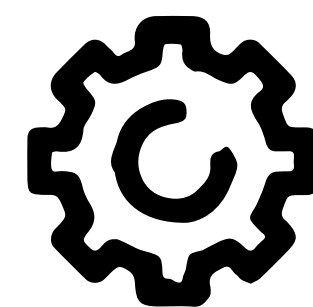
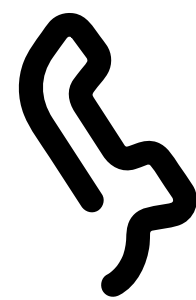
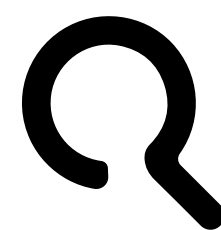
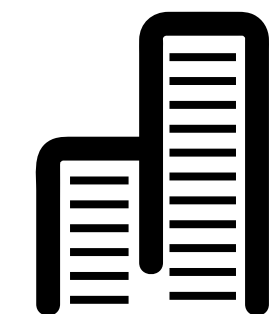
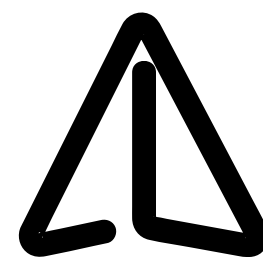
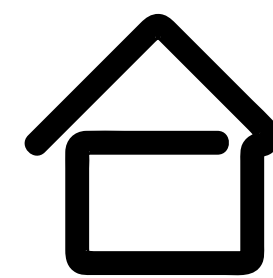
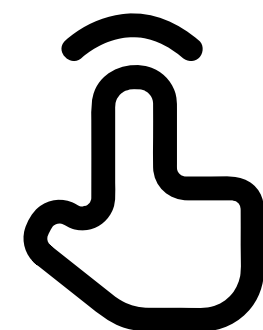
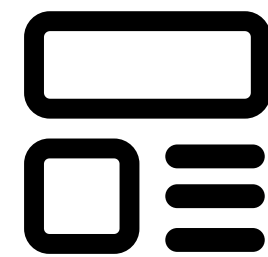
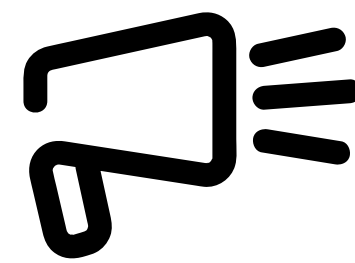
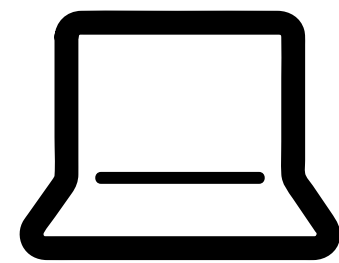
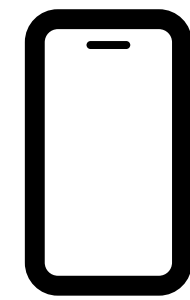
A B C D E F G H I J K L M N O P Q R S T U V W X Y Z

0 1 2 3 4 5 6 7 8 9

Caso não possua a fonte Montserrat em seu computador,
baixe clicando [aqui](#) e realize a instalação.

Elementos gráficos

Ícones e
ilustrações
principais

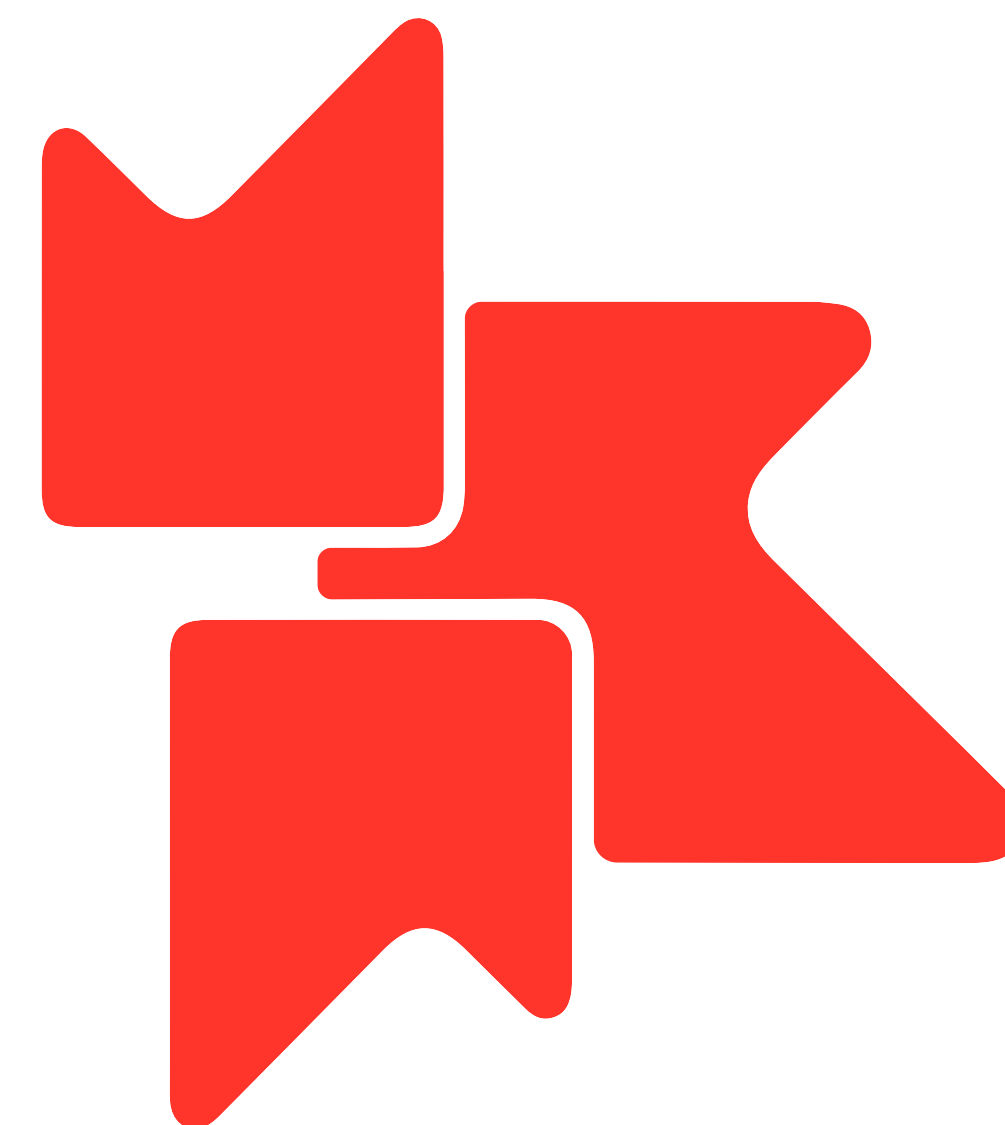
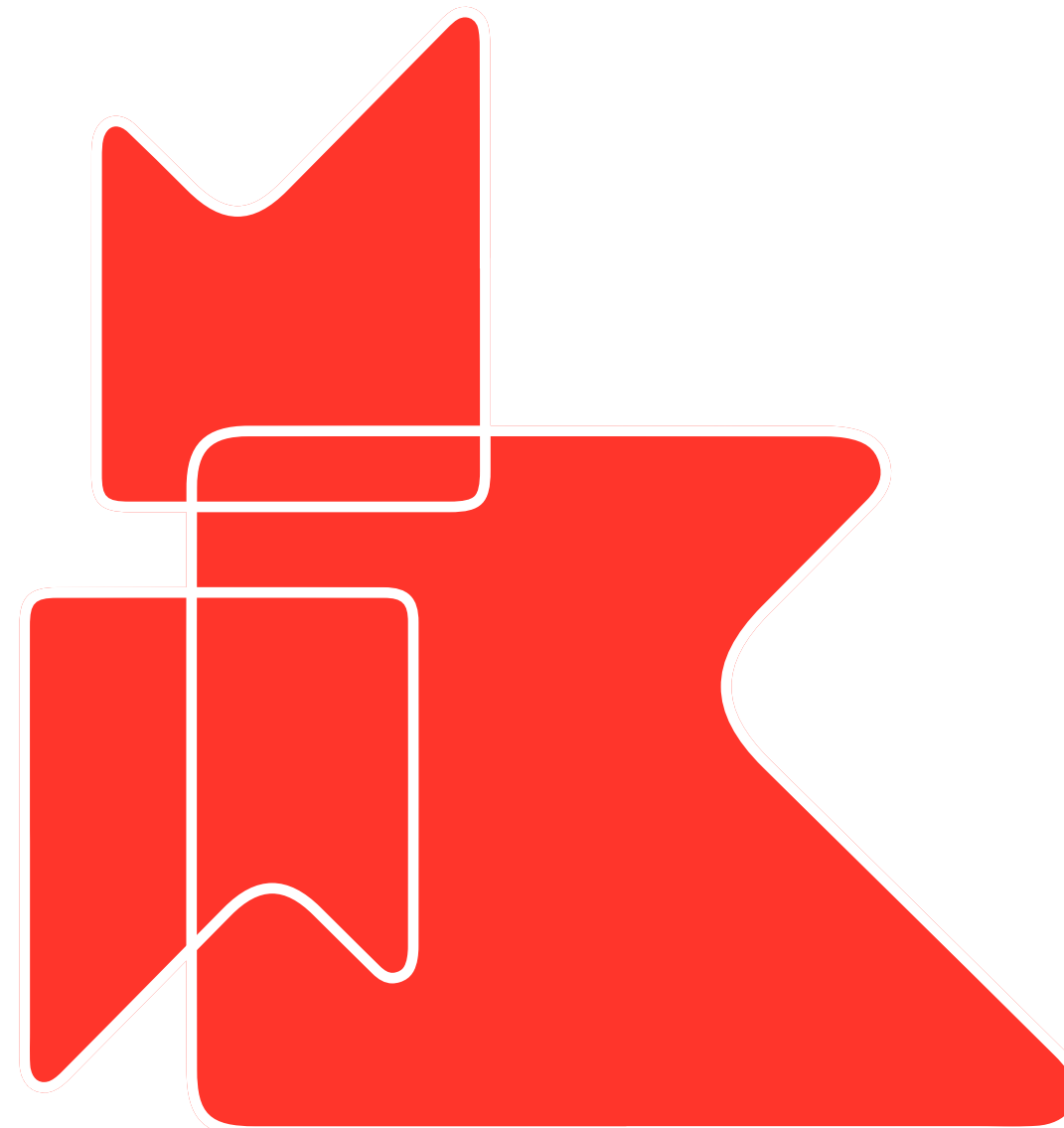
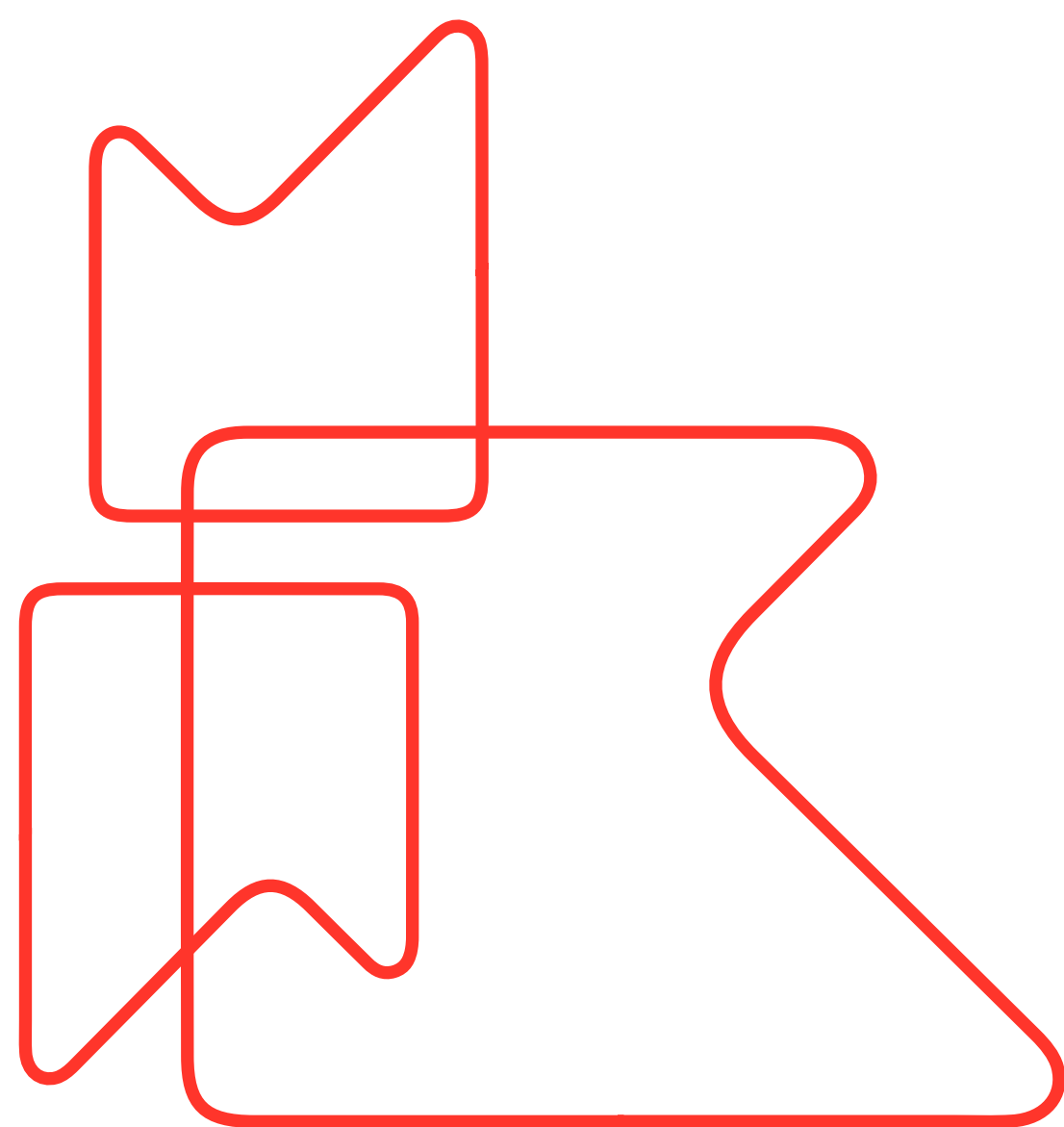


Elementos gráficos

Ícones e
ilustrações
principais



**Gráficos fazendo referência
ao ícone da marca.**



Elementos
gráficos

Estilo
fotográfico e
de imagens
recomendadas



Elementos gráficos

Estilo
fotográfico e
de imagens
recomendadas



Aplicações básicas

Exemplos
de uso em
materiais



4

Aplicações básicas

Exemplos
de uso em
materiais



4

Aplicações básicas

Exemplos
de uso em
materiais



Aplicações básicas

Exemplos
de uso em
materiais



Aplicações básicas

Exemplos
de uso em
materiais



Tom de voz e linguagem

Resumo do tom de voz da marca

1. Acolhedor e Empático:

Exemplo: "Estamos aqui para transformar vidas e construir sonhos. Juntos, podemos criar um futuro melhor para você e sua família."

Objetivo: Mostrar que a CDHU se importa com as necessidades e aspirações das pessoas, proporcionando um senso de acolhimento e apoio.

2. Claro e Informativo:

Exemplo: "Saiba como você pode se inscrever em nossos programas habitacionais e garantir uma moradia digna para sua família."

Objetivo: Fornecer informações claras e acessíveis, facilitando a compreensão dos processos e benefícios oferecidos pela CDHU.

3. Confiante e Confiável:

Exemplo: "Com mais de 70 anos de experiência, a CDHU é sua parceira na conquista da casa própria."

Objetivo: Reforçar a credibilidade e a confiabilidade da CDHU, transmitindo segurança aos beneficiários e parceiros.

4. Inspirador e Motivacional:

Exemplo: "Juntos, podemos transformar comunidades e construir um futuro mais justo e sustentável."

Objetivo: Motivar e inspirar as pessoas a participar dos programas e se envolver na causa da habitação social.

5. Inclusivo e Respeitoso:

Exemplo: "Acreditamos que todos merecem um lar seguro e confortável. Estamos aqui para garantir que isso se torne realidade para você."

Objetivo: Promover a inclusão e o respeito por todas as pessoas, independentemente de suas circunstâncias socioeconômicas.

6. Proativo e Engajado:

Exemplo: "Participe de nossas iniciativas e faça parte da mudança que queremos ver em nossas comunidades."

Objetivo: Encorajar a participação ativa e o engajamento da comunidade, mostrando que a CDHU está comprometida em trabalhar junto com os beneficiários.

Tom de voz e linguagem

Exemplos de frases e palavras-chaves

Refletindo o tom de voz ideal que é acolhedor, claro, confiante, inspirador, inclusivo e proativo.

Habitação digna: "Garantimos acesso à habitação digna para todas as famílias."

Transformar vidas: "Nosso compromisso é transformar vidas por meio da moradia."

Construir sonhos: "Estamos aqui para ajudar você a construir seus sonhos."

Futuro melhor: "Juntos, podemos criar um futuro melhor para todos."

Inclusão social: "Promovemos a inclusão social através de nossos programas habitacionais."

Sustentabilidade: "Investimos em práticas sustentáveis para um futuro mais verde."

Cuidado: "Cuidamos de cada detalhe para proporcionar a melhor experiência de moradia."

Acesso à moradia: "Facilitamos o acesso à moradia de qualidade."

Qualidade de vida: "Melhore sua qualidade de vida com uma nova casa."

Urbanização: "Urbanização que traz dignidade e infraestrutura para todos."

Regularização fundiária: "Programas de regularização fundiária para segurança jurídica."

Inovação: "Inovamos em técnicas construtivas para oferecer o melhor."

Compromisso: "Compromisso com o desenvolvimento habitacional sustentável."

Família: "Família é a base de tudo, e queremos cuidar da sua."

Desenvolvimento: "Desenvolvemos soluções habitacionais para um futuro melhor."

Diretrizes para marketing e publicidade

Resumo de
diretrizes para
campanhas
publicitárias

Para campanhas publicitárias eficazes e alinhadas com a identidade da CDHU, é essencial seguir diretrizes claras que garantam consistência, clareza e impacto positivo. Aqui estão as principais diretrizes a serem consideradas:

1. Objetivos Claros:

Defina objetivos específicos para cada campanha, como aumentar a conscientização sobre programas habitacionais, incentivar inscrições ou destacar histórias de sucesso.

2. Conheça seu Público-Alvo:

Entenda as necessidades, desejos e preocupações do público-alvo, que geralmente são famílias de baixa renda buscando moradia digna.

Adapte a mensagem e o tom de voz para ressoar com esse público de maneira empática e acolhedora.

3. Mensagem Clara e Concisa:

Mantenha as mensagens simples, diretas e fáceis de entender.

Destaque os benefícios claros dos programas habitacionais oferecidos pela CDHU.

4. Tom de Voz Consistente:

Utilize um tom acolhedor, empático, confiável, e inspirador.

Evite jargões técnicos ou linguagem muito formal que possa alienar o público.

5. Elementos Visuais Coesos:

Use a identidade visual da CDHU de maneira consistente, incluindo logotipo, paleta de cores, e tipografia conforme as diretrizes estabelecidas.

Garanta que todos os materiais visuais sejam de alta qualidade e profissionalmente projetados.

6. Incorporação de Testemunhos e Histórias de Sucesso:

Inclua histórias reais de beneficiários dos programas da CDHU para humanizar a campanha e criar uma conexão emocional.

Use fotos e vídeos autênticos que mostrem o impacto positivo das iniciativas.

7. Chamada para Ação (CTA) Clara:

Inclua CTAs diretas e fáceis de seguir, como “Saiba mais”, “Inscreva-se agora”, ou “Participe do nosso programa”.

Garanta que as instruções para a ação desejada sejam claras e acessíveis.

8. Diversificação de Canais de Comunicação:

Utilize uma combinação de canais offline (TV, rádio, jornais, eventos comunitários) e online (redes sociais, e-mail marketing, websites).

Adapte a mensagem para cada canal, mantendo a coesão e a consistência da campanha.

9. Acessibilidade e Inclusão:

Certifique-se de que todos os materiais publicitários sejam acessíveis para pessoas com deficiência.

Use legendas em vídeos, textos alternativos para imagens e materiais em formatos fáceis de ler.

10. Monitoramento e Ajustes:

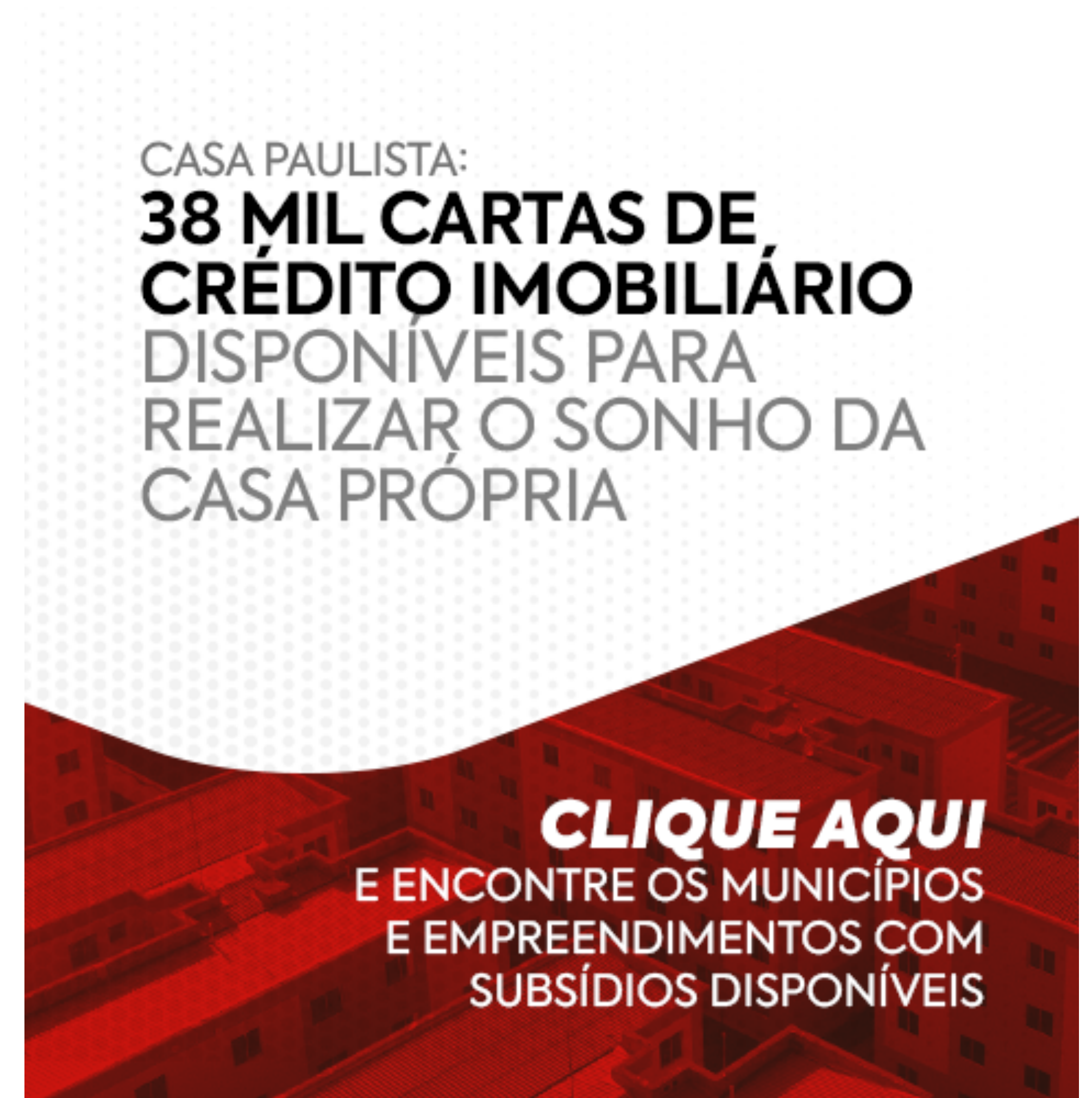
Acompanhe o desempenho da campanha através de métricas como taxa de engajamento, conversões e feedback do público.

Esteja preparado para ajustar a estratégia com base nos resultados obtidos.



Diretrizes para marketing e publicidade

Exemplos
de materiais
promocionais



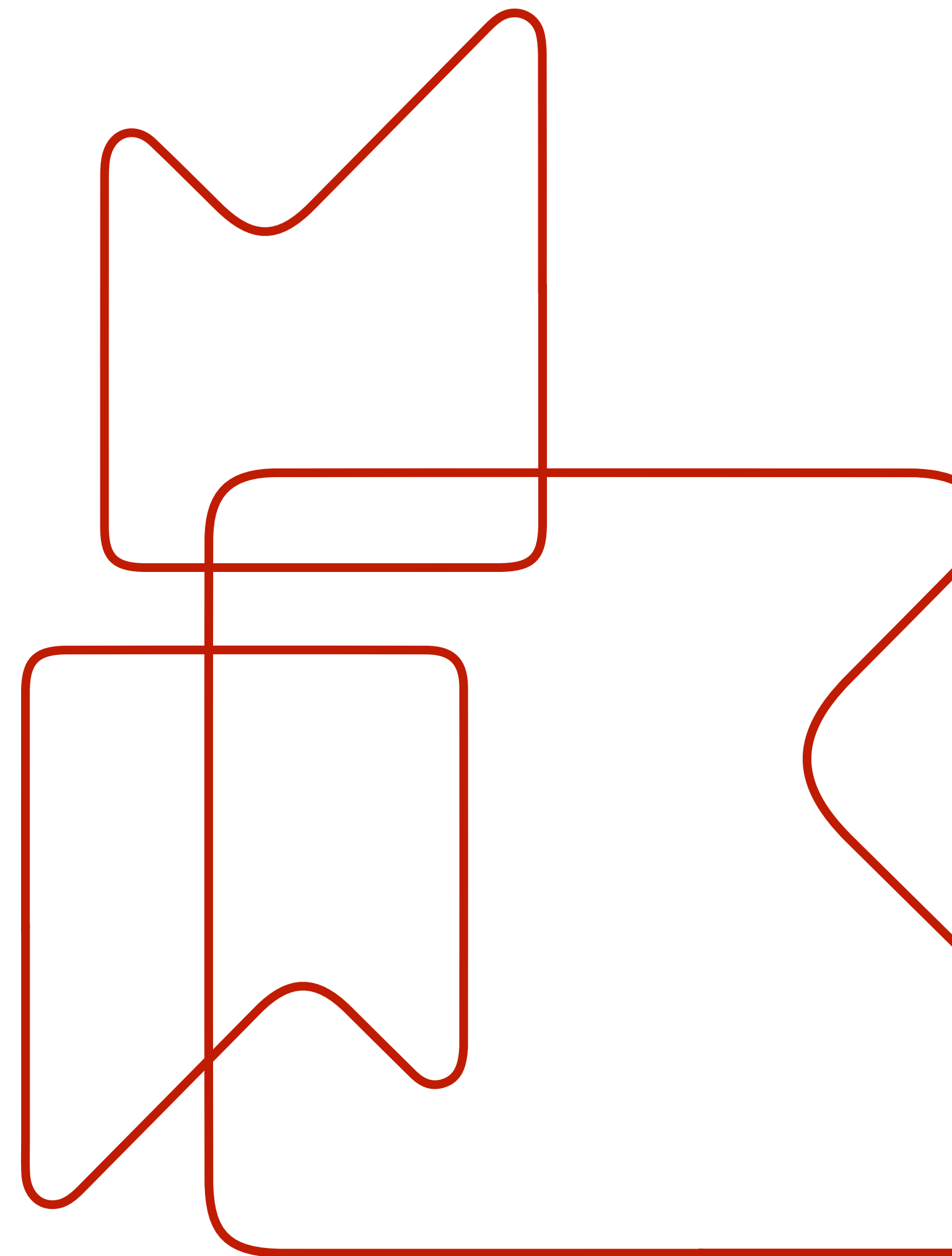
Contato e suporte

Informações
de contato
para dúvidas
ou suporte
adicional

TIRE SUAS DÚVIDAS CONOSCO



Clique aqui e nos
envie um e-mail.



Manual de marca

CDHU

Secretaria de
Desenvolvimento Urbano e Habitação



SÃO PAULO
GOVERNO DO ESTADO

JULHO.2024