

# 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***

---

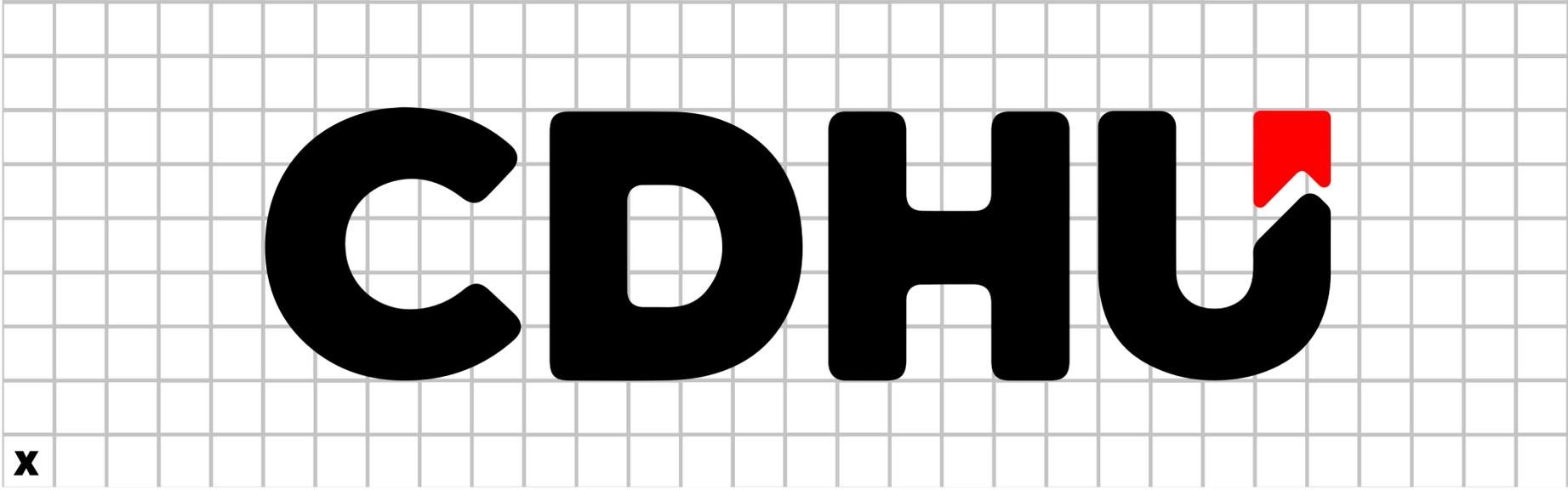
Desenvolvimento

**CDHU**

**2**

**identidade visual**

Desenvolvimento



**X**  
0,5 x de espaçamento entre letras



**identidade visual**

Logotipo:

Principais versões do logotipo

Padrão



COMPANHIA DE DESENVOLVIMENTO HABITACIONAL E URBANO

Negativo



COMPANHIA DE DESENVOLVIMENTO HABITACIONAL E URBANO



# **identidade visual**

## 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.**



# identidade visual

## 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**



# identidade visual

Logotipo:

Exemplos de uso correto e incorreto

## Incorretos

Distorção



CDHU  
COMPANHIA DE DESENVOLVIMENTO HABITACIONAL E URBANO

Distorção



CDHU  
COMPANHIA DE DESENVOLVIMENTO HABITACIONAL E URBANO

Distorção



CDHU  
COMPANHIA DE DESENVOLVIMENTO HABITACIONAL E URBANO

Fundo incompatível



CDHU  
COMPANHIA DE DESENVOLVIMENTO HABITACIONAL E URBANO

Contorno



CDHU  
COMPANHIA DE DESENVOLVIMENTO HABITACIONAL E URBANO

Monocor incorreto



CDHU  
COMPANHIA DE DESENVOLVIMENTO HABITACIONAL E URBANO



# 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*

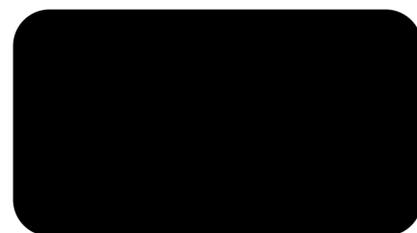
---

Logotipo:

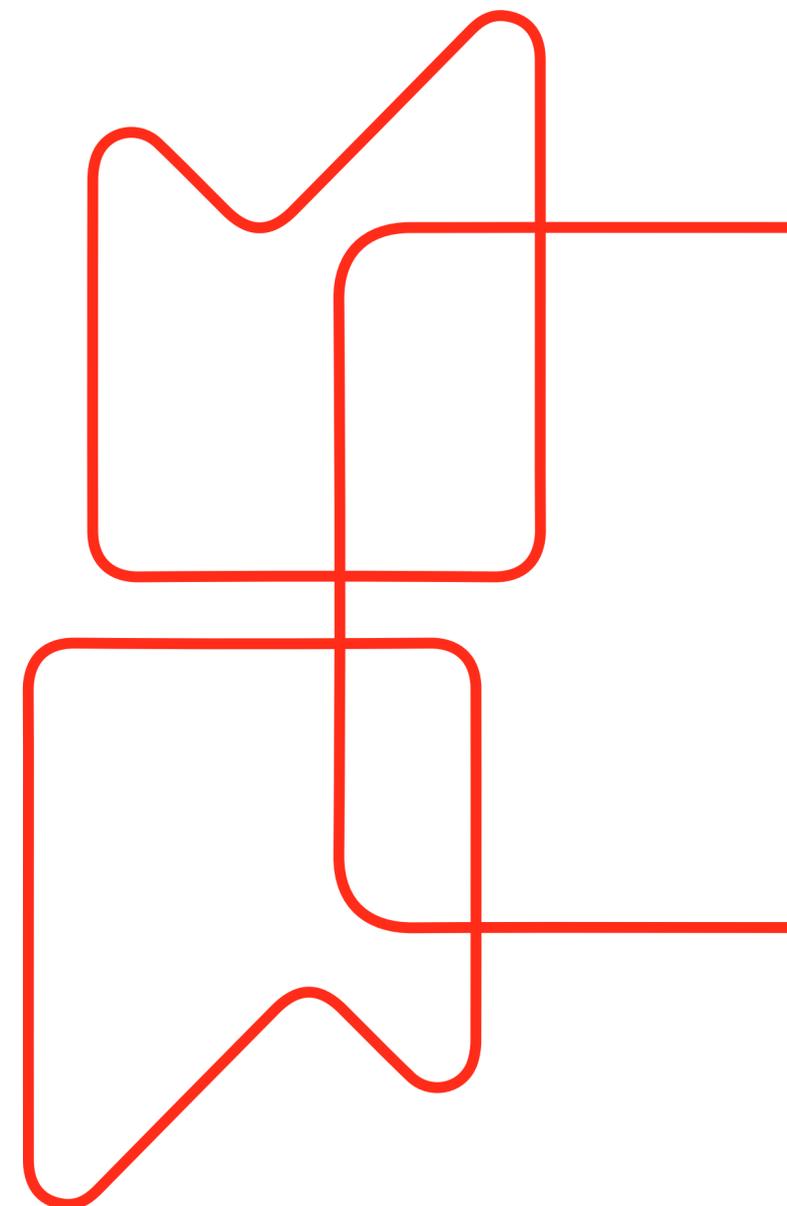
Cores



**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**



Tipografia:

Fontes  
primárias e  
secundárias.

**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**

MYRIAD

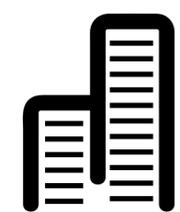
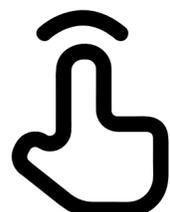
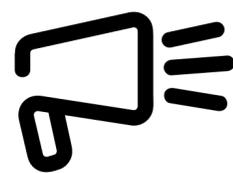
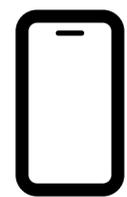
---

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**

# Elementos gráficos

Ícones e ilustrações principais



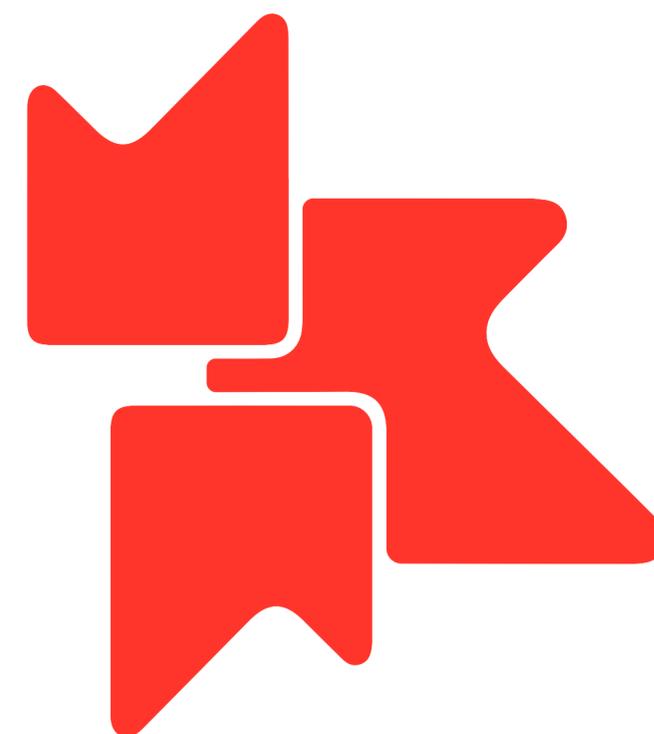
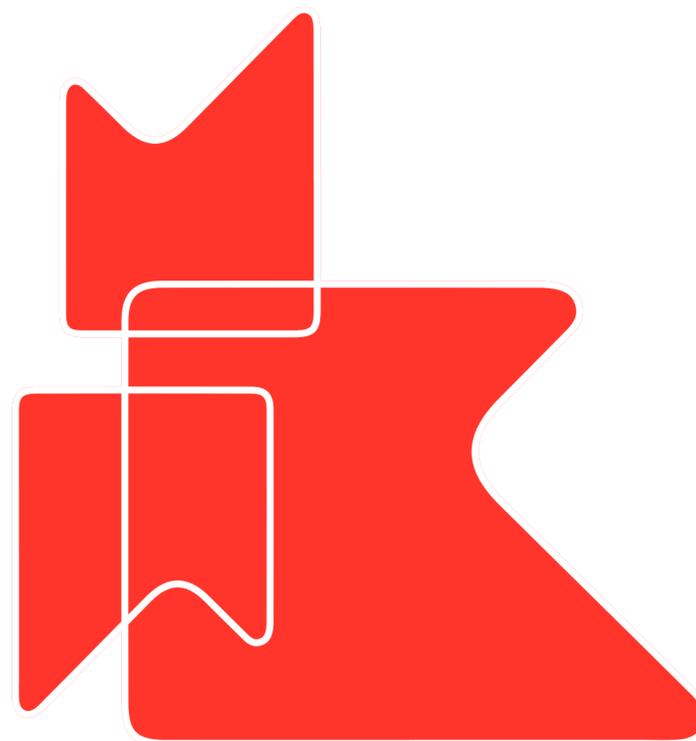
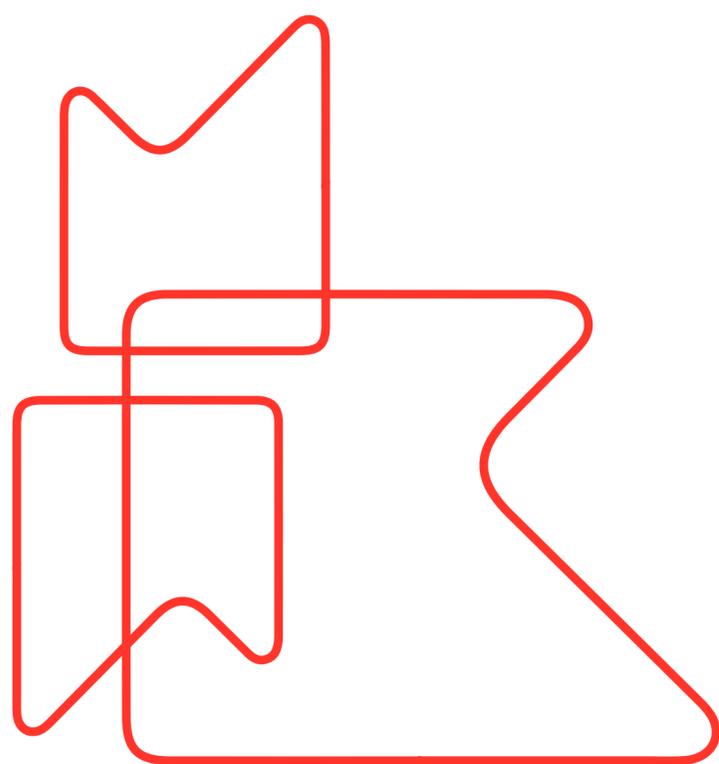
## **Elementos gráficos**

---

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



4

# Aplicações básicas

Exemplos de uso em materiais



4

# 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."



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

Investir em moradia  
é investir no futuro das  
próximas gerações.

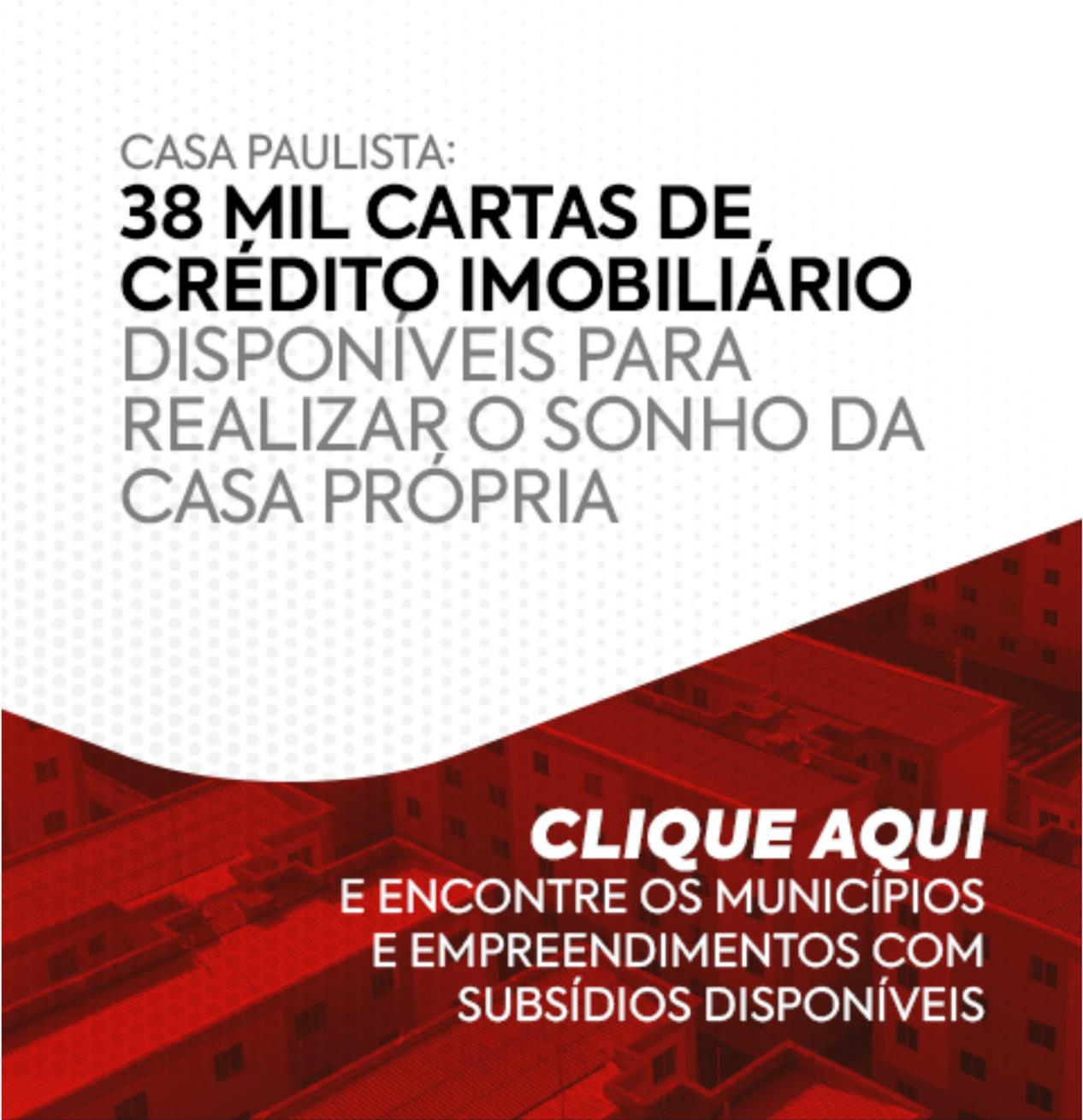
**CDHU**  **SÃO PAULO**  
GOVERNO  
DO ESTADO  
SÃO PAULO SÃO TODOS  
Secretaria de  
Desenvolvimento  
Urbano e  
Habitação



A photograph of a man in a yellow shirt handing a set of keys with a CDHU logo to a woman. The background is a blurred outdoor setting.

CASA PAULISTA:  
**38 MIL CARTAS DE  
CRÉDITO IMOBILIÁRIO**  
DISPONÍVEIS PARA  
REALIZAR O SONHO DA  
CASA PRÓPRIA

**CLIQUE AQUI**  
E ENCONTRE OS MUNICÍPIOS  
E EMPREENDIMENTOS COM  
SUBSÍDIOS DISPONÍVEIS



## **Contato e suporte**

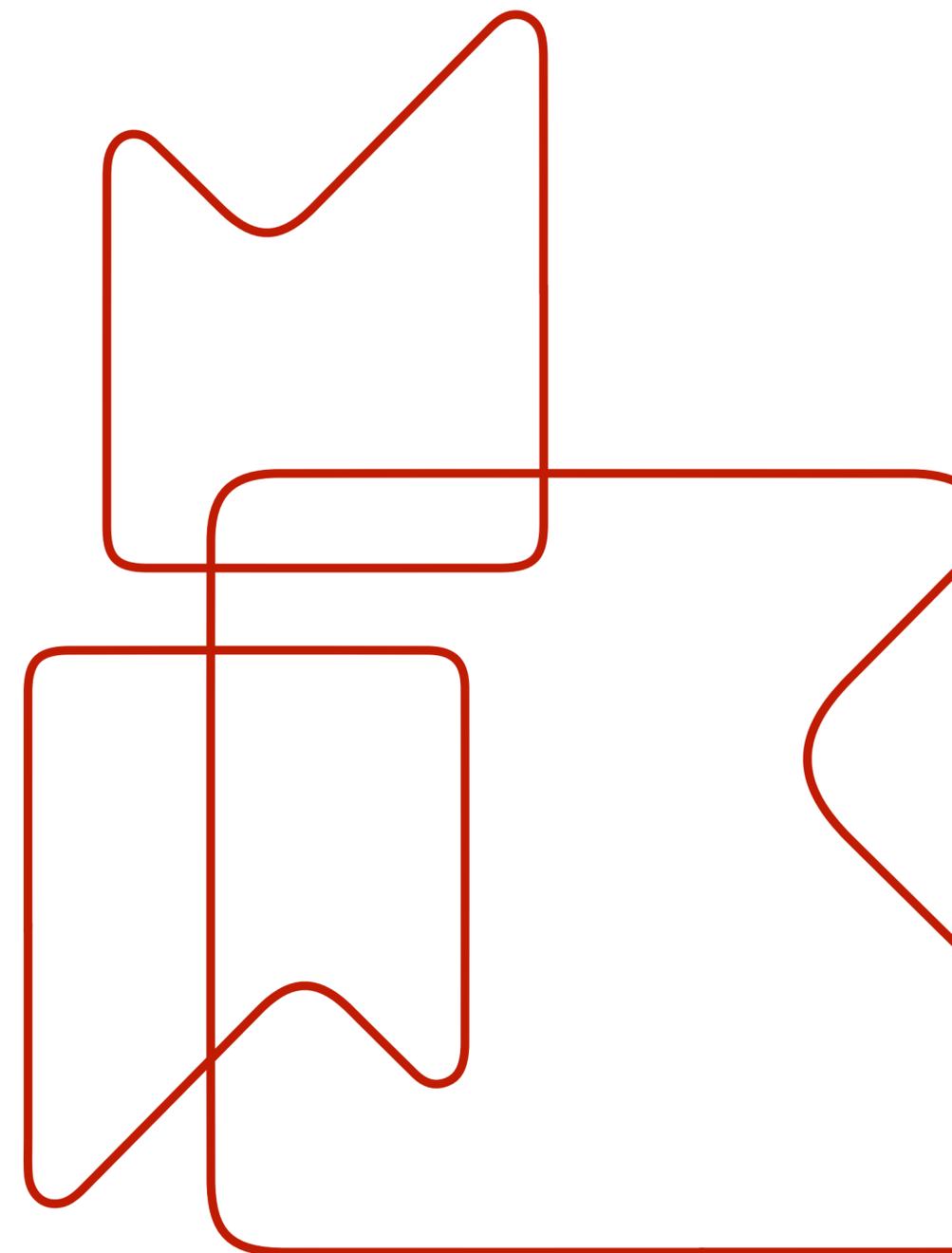
---

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**