

Relatos de Soluções
de Problemas de Comunicação





Case Operação Baixas Temperaturas – Prefeitura de São Paulo

Cenário

O período do ano compreendido entre maio e setembro é marcado pela ocorrência de baixas temperaturas na cidade de São Paulo que, em alguns dias, chegam a atingir números inferiores a 10 °C. Estes dias de inverno mais rigoroso representam uma situação de alto risco para a população mais vulnerável que mora nas ruas da cidade.

A população de rua da capital paulista é estimada em mais de 24 mil pessoas, segundo dados de 2019. São indivíduos sem moradia regular, que utilizam os logradouros públicos como espaço de moradia e sustento, vivendo em situação de extrema pobreza com, em muitos casos, fragilidade nutricional e quadro de saúde debilitado, que pode evoluir a óbito em caso de exposição ao frio intenso.

Para lidar com esta questão, todos os anos, a administração municipal realiza a Operação Baixas Temperaturas, que monitora a previsão meteorológica e adota medidas para minimizar os impactos das ondas de frio sobre a população de rua, com abordagens sociais e de saúde para identificar e acolher pessoas em situação de vulnerabilidade. Diante da dimensão do problema, a participação da população é fundamental. Qualquer cidadão pode acionar a Prefeitura através do telefone 156 e solicitar a abordagem social, caso encontre alguém dormindo na rua em dias frios.

Diante disso, a agência foi convocada para realizar uma ação de comunicação com um objetivo determinado: despertar a solidariedade ativa do paulistano para que esteja atento em dias de baixas temperaturas, acionando a Prefeitura pelo 156 quando presenciar pessoas em situação de vulnerabilidade expostas ao tempo frio.

Desafio

Segundo o Centro de Gerenciamento de Emergências Climáticas da Prefeitura de São Paulo, o ano de 2019 teria um inverno com temperaturas acima da média. Porém, ondas de frio chegariam periodicamente, o que poderia provocar temperaturas abaixo dos 13 °C, determinando a decretação de Estado de Alerta para o frio intenso na cidade, deflagrando as ações da Operação Baixas Temperaturas.

Por não ser possível ter uma previsão completa dos dias de risco durante os 4 meses de campanha, o acompanhamento do clima deveria ser constante. Neste sentido, a comunicação não poderia ser estática. Era necessário contar com uma campanha dinâmica, que privilegiasse o imediatismo da informação para alertar os cidadãos sobre a proximidade de período de baixas temperaturas, lembrando à população que, naqueles dias, era necessário ficar atenta às pessoas em situação de vulnerabilidade ao frio nas ruas da cidade.

Solução

Para atender aos objetivos propostos no briefing, criamos uma campanha que buscava comover a população através do olhar de compaixão das pessoas em situação de vulnerabilidade. Para isso, selecionamos quatro moradores de rua da cidade de São Paulo e os fotografamos em close, sem recursos de figurino e maquiagem para preservar



o realismo da situação em que eles viviam. As fotos dos nossos quatro protagonistas estamparam a campanha apoiadas pelo conceito “Não seja frio neste inverno”, sempre acompanhado do comando “Ligue 156 se encontrar alguém dormindo na rua”.

Durante o período da Operação Baixas Temperaturas, a agência acompanhou diariamente a previsão do tempo junto ao Centro de Gerenciamento de Emergências da Prefeitura de São Paulo e, sempre que havia indicação da proximidade de uma onda de frio, iniciava um novo período de veiculação da campanha. A cada evento de frio intenso, as ruas de São Paulo foram tomadas por cartazes de mobiliário urbano, vinhetas eletrônicas nos painéis digitais dos vagões e estações do Metrô, filme de TV de 30”, filme de 15” para cinema, spots de rádio de 30”, além de banners de internet, posts para redes sociais e vinheta de 15” para Instagram Stories.

No período da noite, quando as temperaturas costumam ser mais baixas, a mídia ganhava um reforço especial em meios que pudessem impactar as pessoas que circulavam pela cidade. Das 19h às 5h da manhã, veiculamos um banner takeover no Waze, com geolocalização nas áreas de concentração de moradores de rua, com o alerta: “Frio intenso em SP” e o lembrete para ligar 156 caso encontrasse alguém dormindo na rua. Na programação noturna das rádios, veiculamos um spot informativo de 30”, comunicando que a cidade estava em Estado de Alerta para Baixas Temperaturas e que era preciso ficar atento às pessoas em situação de vulnerabilidade ao frio.

Resultados do Case

A Operação Baixas Temperaturas de 2019 recebeu, em seus 122 dias de duração, um total de 48.211 solicitações de acolhimento a pessoas em situação de rua pelo telefone 156. Um acréscimo de 16.284 solicitações em relação à operação do ano anterior, o que representa um aumento de 51% no número de solicitações.

O Facebook, maior rede social da atualidade, foi a plataforma que apresentou o retorno mais representativo da campanha. As nossas postagens tiveram um alcance de mais de 2,4 milhões de pessoas na cidade. Em todas as redes sociais, a nossa comunicação apresentou alto índice de engajamento, totalizando 3.120.733 de interações com as peças da campanha.

São dados que comprovam que a campanha integrada da Operação Baixas Temperaturas da Prefeitura de São Paulo foi extremamente bem-sucedida. Engajamos e informamos a população e, o mais importante, salvamos vidas.

João Henrique Coutinho Brito
Diretor de Atendimento
Lua Propaganda Ltda.

Luciana Nogueira
Coordenadora de Publicidade
Subsecretaria de Comunicação
Prefeitura de São Paulo



Relato 1 – Peça 1

Agência: Lua Propaganda Ltda.

Cliente: Prefeitura Municipal de São Paulo

Produto: Institucional

Peça: Filme para TV

Título: Celular

Duração da peça: 30”

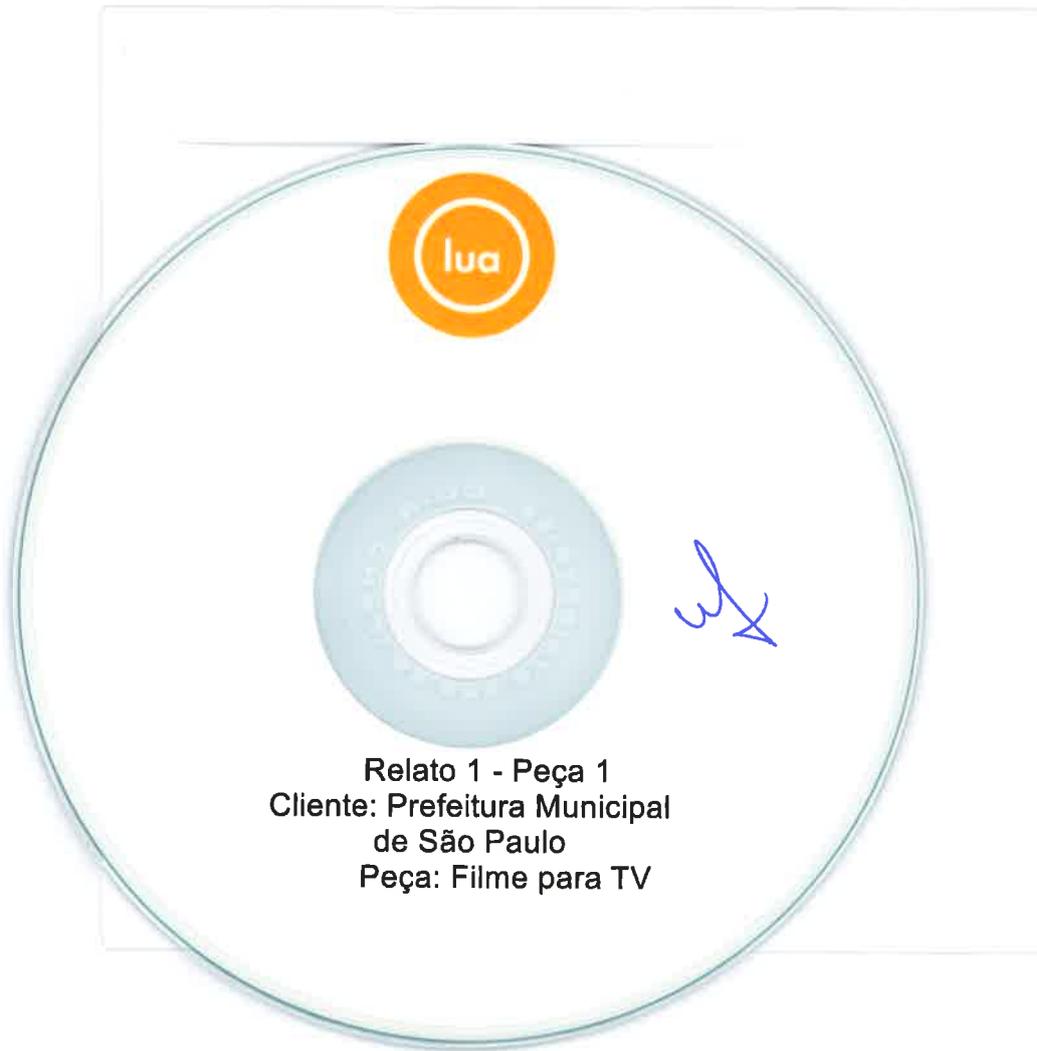
Data de produção: 10/6/2019

Período de veiculação: 24/6/2019 a 5/8/2019

Veículo de comunicação: TV Globo, SBT, Rede Record, TV Bandeirantes, RedeTV, Gazeta e TV Cultura

Problema que se propôs a resolver:

Com o objetivo de despertar a solidariedade ativa do paulistano para acionar a Prefeitura pelo 156 caso encontrasse alguém dormindo na rua em noites frias, lançamos um filme de TV que mostra um homem andando pelas ruas do centro de São Paulo, aparentemente, focado em seu celular e indiferente ao seu redor. Ao passar por um morador de rua, ele se aproxima do homem vulnerável e podemos ver que, na verdade, ele usa o celular para solicitar o acolhimento da Prefeitura.



Relato 1 - Peça 1
Cliente: Prefeitura Municipal
de São Paulo
Peça: Filme para TV

Handwritten signatures in blue and red ink.



Relato 1 – Peça 2

Agência: Lua Propaganda Ltda.

Cliente: Prefeitura Municipal de São Paulo

Produto: Institucional

Peça: Spot de rádio

Título: Alerta

Duração da peça: 30"

Data de produção: 14/6/2019

Período de veiculação: 5/7/2019 a 5/8/2019

Veículo de comunicação: Rádios Band FM, Nativa FM, Transcontinental FM, Gazeta FM, 105 FM, Feliz FM, TOP, Jovem Pan, Disney, Energia 97, Mix, Alpha, 89 FM, Antena 1, Nova Brasil, Kiss FM, Globo FM, CBN, BandNews, Bandeirantes, Trânsito, Eldorado, Capital, Trianon e Transamérica

Problema que se propôs a resolver:

Nos períodos de frio intenso, durante a noite, quando as temperaturas costumam ser mais baixas, a mídia ganhava um reforço especial em meios que pudessem impactar as pessoas que circulavam pela cidade, como o rádio. Das 19h às 5h da manhã, veiculamos um spot informativo de 30", comunicando que a cidade estava em Estado de Alerta para Baixas Temperaturas e que era preciso ficar atento às pessoas em situação de vulnerabilidade ao frio.



Handwritten blue initials 'JM' and a red signature.



Relato 1 – Peça 3

Agência: Lua Propaganda Ltda.

Cliente: Prefeitura Municipal de São Paulo

Produto: Institucional

Peça: Instagram Stories

Título: Não seja frio

Dimensões da peça: 1080 px x 1920 px

Data de produção: 19/6/2019

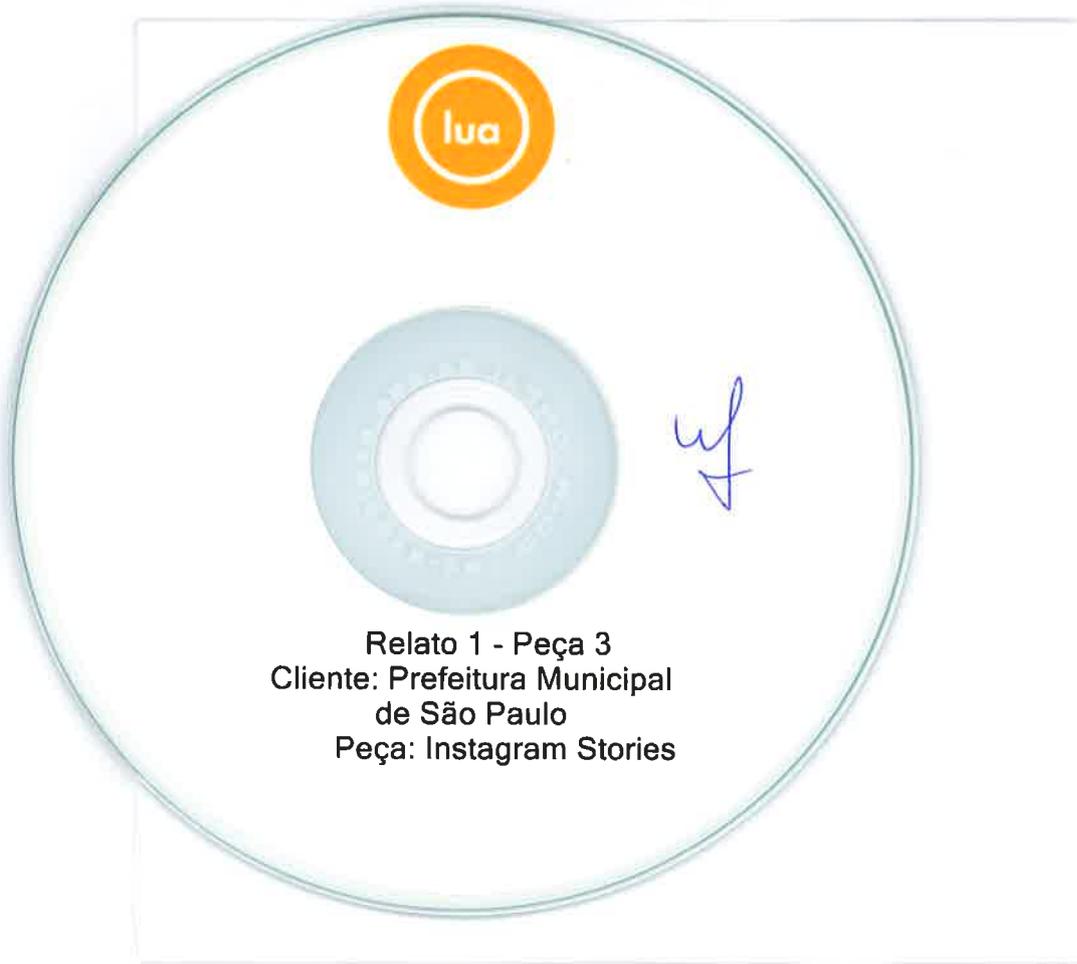
Período de veiculação: 25/6/2019 a 6/9/2019

Veículo de comunicação: Instagram

Problema que se propôs a resolver:

Com o objetivo de despertar a solidariedade ativa do paulistano, criamos uma campanha que buscava comover a população através do olhar de compaixão das pessoas em situação de vulnerabilidade. Para isso, selecionamos quatro moradores de rua da cidade de São Paulo e os fotografamos em close, sem recursos de figurino e maquiagem para preservar o realismo da situação em que eles viviam. As fotos dos nossos protagonistas foram animadas em uma vinheta de 15” com uma trilha marcante, apoiada por lettering com o conceito “Não seja frio neste inverno”, sempre acompanhado do comando “Baixe o app 156 se encontrar alguém dormindo na rua”. Nas mídias digitais mobile, estimulamos que a solicitação do acolhimento fosse feita através do aplicativo 156.

Handwritten initials in blue and red ink, including a large blue 'P', a blue 'SA', and a red 'X'.



uf

uf ~~X~~



Relato 1 – Peça 4

Agência: Lua Propaganda Ltda.
Cliente: Prefeitura Municipal de São Paulo
Produto: Institucional
Peça: Relógio de rua
Título: Não seja frio neste inverno
Dimensões da peça: 118,5 cm x 175 cm
Data de produção: 18/6/2019
Período de veiculação: 25/6/2019 a 15/7/2019
Veículo de comunicação: JCDecaux

Problema que se propôs a resolver:

Com o objetivo de despertar a solidariedade ativa do paulistano, criamos uma campanha que buscava comover a população através do olhar de compaixão das pessoas em situação de vulnerabilidade. Para isso, selecionamos quatro moradores de rua da cidade de São Paulo e os fotografamos em close, sem recursos de figurino e maquiagem para preservar o realismo da situação em que eles viviam. As fotos dos nossos protagonistas estamparam os cartazes de relógio da cidade apoiadas pelo conceito “Não seja frio neste inverno”, sempre acompanhado do comando “Ligue 156 se encontrar alguém dormindo na rua”.



Relato 1 – Peça 5

Agência: Lua Propaganda Ltda.
Cliente: Prefeitura Municipal de São Paulo
Produto: Institucional
Peça: Abrigo de ônibus
Título: Não seja frio neste inverno
Dimensões da peça: 120 cm x 175 cm
Data de produção: 18/6/2019
Período de veiculação: 25/6/2019 a 15/7/2019
Veículo de comunicação: Ótima

Problema que se propôs a resolver:

Com o objetivo de despertar a solidariedade ativa do paulistano, criamos uma campanha que buscava comover a população através do olhar de compaixão das pessoas em situação de vulnerabilidade. Para isso, selecionamos quatro moradores de rua da cidade de São Paulo e os fotografamos em close, sem recursos de figurino e maquiagem para preservar o realismo da situação em que eles viviam. As fotos dos nossos protagonistas estamparam os cartazes de abrigo de ônibus da cidade apoiadas pelo conceito “Não seja frio neste inverno”, sempre acompanhado do comando “Ligue 156 se encontrar alguém dormindo na rua”.

(Handwritten signature)
(Handwritten initials)



Case Lançamento do VN Humberto I – Incorporadora Vitacon

Cenário

Nos últimos anos, o Brasil vem enfrentando uma das piores crises da sua história. A grande retração econômica pela qual o país passa atualmente afeta diretamente o poder de compra do brasileiro. Com a construção civil, não foi diferente. Apesar de alguns recentes sinais de melhoria, o medo do desemprego e a instabilidade da economia fizeram com que as pessoas “fugissem” de compromissos de longo prazo, afetando sensivelmente a procura por imóveis.

Nesse cenário de instabilidade, a Vitacon tem buscado reforçar os seus diferenciais de mercado. A incorporadora, fundada em dezembro de 2009, nasceu com a missão de reinventar a cidade e o mercado imobiliário, com soluções sob medida para o novo estilo de vida urbano. Todos os seus lançamentos estão próximos às regiões que concentram trabalho, estudo, lazer e transporte e oferecem serviços de mobilidade inovadores para os seus condôminos, como carros e bicicletas compartilhados.

Além disso, os apartamentos da Vitacon prezam pela inteligência de espaço. A incorporadora possui expertise em apartamentos compactos e áreas comuns diferenciadas. Em todos os seus prédios são oferecidos diversos serviços criados para simplificar o dia a dia dos seus moradores, como sala de utensílios compartilhados, com itens como escada, ferramentas e cadeiras extras, e guarda-entregas refrigerado, para receber as compras de supermercado on-line, que necessitem de refrigeração.

Por meio do reforço dos seus diferenciais, a Vitacon busca encorajar os consumidores a adquirirem seus imóveis, mostrando que, apesar da crise, este é o momento ideal para fazer um bom negócio ao adquirir um produto exclusivo e diferenciado.

Desafio

Em sua primeira campanha para o cliente, a agência teve a tarefa de lançar o VN Humberto I, o primeiro residencial universitário do país, com 323 apartamentos localizados nas proximidades da Faculdade de Belas Artes e da Escola Superior de Propaganda e Marketing, na Vila Mariana, em São Paulo.

O desafio era comunicar os diferenciais da Vitacon e, ao mesmo tempo, lançar um conceito inédito no mercado, mostrando para investidores e potenciais futuros moradores que, mesmo em época de crise, o inédito formato de Student House era uma grande oportunidade para morar ou investir.

Solução

Para alavancar as vendas desse novo lançamento, era preciso impactar um público diverso: o jovem universitário, potencial morador do empreendimento; seus pais, os reais compradores dos apartamentos; e os investidores, que deveriam perceber essa iniciativa da Vitacon como um negócio rentável para aplicar o seu dinheiro.



A Lua então posicionou o VN Humberto I como um lugar perfeito para os jovens, pela proximidade das faculdades e do metrô, atraindo também os pais dos universitários, ao perceberem que, ao comprar uma unidade nesse empreendimento, poderiam proporcionar aos seus filhos maior comodidade enquanto eles cursam o ensino superior. Os investidores também foram impactados, ao entenderem a alta demanda dos estudantes da região, que se renovam a cada semestre letivo que se inicia nas faculdades do entorno, fazendo com que os apartamentos tenham um alto valor de revenda.

Desta forma, a estratégia criativa foi baseada numa explosão de cores vibrantes para retratar a dinâmica do dia a dia dos universitários, que estão sempre com uma rotina repleta de atividades (faculdade, estágio, balada, esportes etc.). Essa explosão também representou a mobilidade proporcionada pelo empreendimento, o dinamismo de poder fazer tudo o que se precisa a pé, de bike ou de metrô, já que o imóvel tem uma localização privilegiada.

O partido gráfico esteve amparado pelo conceito:

PARA INVESTIR NO FUTURO, VOCÊ NÃO PRECISA IR LONGE. A POUCOS PASSOS DA ESPM, BELAS ARTES E DO METRÔ VILA MARIANA.

A campanha foi composta por peças nos meios on-line e off-line, com forte presença nas redes sociais, impactando os jovens, assim como anúncios nos jornais de maior circulação na cidade, atingindo os pais e os investidores. A campanha foi complementada por peças de não mídia, como folhetos e broadside, do empreendimento que deram suporte ao trabalho dos corretores de vendas.

Resultados do Case

O lançamento do VN Humberto I foi um grande sucesso de vendas, superando as metas do cliente. Lançado em 24 de junho de 2017, o empreendimento vendeu 190 unidades em apenas 15 dias, o que representou 59% do total das unidades disponíveis.

Os dados comprovam que a escolha do público-alvo, assim como as estratégias de mídia e a criação adotadas foram eficazes, resultando no expressivo número de apartamentos vendidos em tão pouco tempo.

Os resultados deixam claro que, em tempos de crise, uma boa comunicação ainda faz toda a diferença.

Maria de Fátima Maia Azevedo
Sócia-Diretora
Lua Propaganda Ltda.

Stephanie Dornelles
Gerente de Marketing
Vitacon Participações S.A.



Peça 1 - Relato 2

Agência: Lua Propaganda Ltda.

Cliente: Vitacon Participações S.A.

Peça: Reprint

Título: Reprint Humberto I

Dimensões da peça: 40 cm x 40 cm

Data de produção: 2/7/2017

Período de veiculação: 5/7/2017 a 30/9/2017

Veículo de comunicação: entregue para potenciais compradores que desejavam conhecer o empreendimento

Problema que se propôs a resolver:

A VITACON tem como principal desafio planejar e desenvolver empreendimentos inovadores e diferenciados que melhoram a vida das pessoas, oferecendo soluções sob medida. Para comunicar esses diferenciais, divulgando o empreendimento Humberto I, que está localizado ao lado das faculdades ESPM, Belas Artes e metrô Vila Mariana, foi produzido um reprint com as principais informações do empreendimento, que deu suporte ao trabalho dos corretores de vendas na abordagem a possíveis investidores.

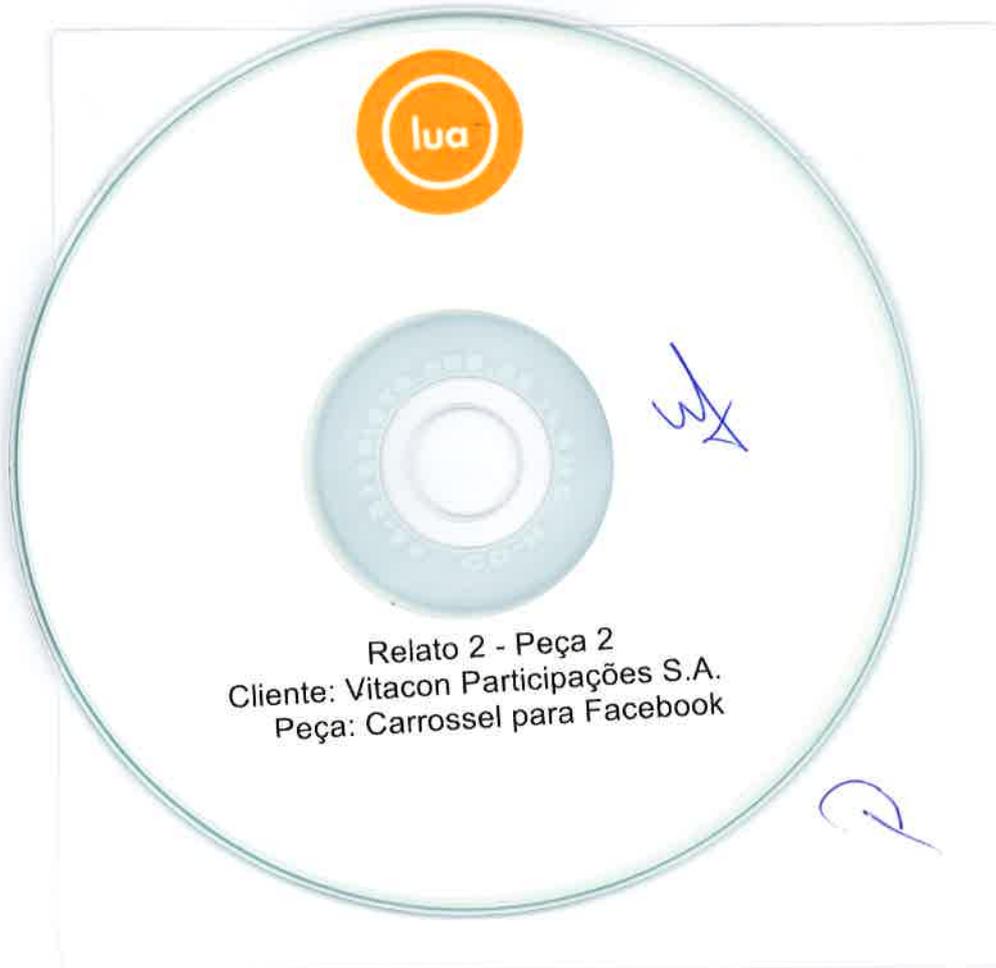


Peça 2 - Relato 2

Agência: Lua Propaganda Ltda.
Cliente: Vitacon Participações S.A.
Peça: Carrossel para Facebook
Título: Conheça o VN Humberto I
Dimensões da peça: 600 px x 600 px
Data de produção: 13/7/2017
Período de veiculação: 15/7/2017
Veículo de comunicação: Facebook

Problema que se propôs a resolver:

A campanha de lançamento do Humberto I foi composta por peças nos meios on-line e off-line, com forte presença nas redes sociais com o objetivo de impactar o público jovem. Neste carrossel para Facebook, aproveitamos o formato dinâmico da peça para apresentar os diferenciais do empreendimento nos cinco cards que valorizavam a sua localização privilegiada, ao lado das faculdades ESPM, Belas Artes e metrô Vila Mariana, e reforçar a expertise da VITACON em apartamentos compactos, destacando os studios de 16 a 25 m², com o espaço ideal que um estudante universitário precisa.



AS X



Peça 3 - Relato 2

Agência: Lua Propaganda Ltda.
Cliente: Vitacon Participações S.A.
Peça: Anúncio de jornal
Título: Humberto I - Bailarina
Dimensões da peça: 24,6 cm x 40 cm
Data de produção: 3/8/2017
Período de veiculação: 5/8/2017
Veículo de comunicação: Jornal O Estado de S. Paulo

Problema que se propôs a resolver:

Para impactar os pais dos estudantes universitários e possíveis investidores que podiam adquirir uma unidade do empreendimento Humberto I para disponibilizar para locação, criamos um anúncio de jornal valorizando a alta demanda dos estudantes da região, que se renovam a cada semestre letivo que se inicia nas faculdades do entorno, fazendo com que os apartamentos tenham um alto valor de revenda e grande procura para locação.

A peça teve como elemento principal uma jovem envolta por uma explosão de cores vibrantes para retratar a dinâmica do dia a dia dos universitários, que estão sempre com uma rotina repleta de atividades. Essa explosão também representou a mobilidade proporcionada pelo empreendimento, o dinamismo de poder fazer tudo o que se precisa a pé, de bike ou de metrô, já que o imóvel tem uma localização privilegiada.



Peça 4 - Relato 2

Agência: Lua Propaganda Ltda.

Cliente: Vitacon Participações S.A.

Peça: Painel

Título: VN Humberto I

Dimensões da peça: 5 m x 2,5 m

Data de produção: 26/7/2017

Período de veiculação: 1/8/2017 a 30/8/2017

Veículo de comunicação: painel colocado próximo ao aeroporto de Ribeirão Preto

Problema que se propôs a resolver:

Muitos estudantes que cursam o ensino superior na cidade de São Paulo são provenientes de cidades do interior do estado, que saem da casa dos seus pais em busca de uma qualificação diferenciada na grande metrópole. Para impactar essas famílias do interior, que custeiam a permanência dos seus filhos na capital durante os estudos, veiculamos um painel apresentando o Humberto I próximo ao aeroporto de Ribeirão Preto, uma das principais cidades emissoras de estudantes universitários para a cidade de São Paulo. A peça trazia um convite para aquelas pessoas que estariam viajando para a capital: "Chegando a São Paulo, venha nos conhecer".



Peça 5 - Relato 2

Agência: Lua Propaganda Ltda.
Cliente: Vitacon Participações S.A.
Peça: Anúncio de jornal
Título: Humberto I - Skatista
Dimensões da peça: 24,6 cm x 40 cm
Data de produção: 9/7/2017
Período de veiculação: 12/7/2017
Veículo de comunicação: Jornal Folha de S. Paulo

Problema que se propôs a resolver:

Para impactar os pais dos estudantes universitários e possíveis investidores que podiam adquirir uma unidade do empreendimento Humberto I para disponibilizar para locação, criamos um anúncio de jornal valorizando a alta demanda dos estudantes da região, que se renovam a cada semestre letivo que se inicia nas faculdades do entorno, fazendo com que os apartamentos tenham um alto valor de revenda e grande procura para locação.

A peça teve como elemento principal um jovem skatista envolto por uma explosão de cores vibrantes para retratar a dinâmica do dia a dia dos universitários, que estão sempre com uma rotina repleta de atividades. Essa explosão também representou a mobilidade proporcionada pelo empreendimento, o dinamismo de poder fazer tudo o que se precisa a pé, de bike ou de metrô, já que o imóvel tem uma localização privilegiada.



Esta folha encerra o item Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação da Proposta Técnica, com todas as páginas numeradas sequencialmente e rubricadas pelo representante legal.

São Paulo, 18 de março de 2021.

Maria de Fátima Maia Azevedo

Maria de Fátima Maia Azevedo

Sócia-Diretora

CPF: 408.417.234-00

RNE: W637904-C





sp
rua fidêncio ramos, 195
conjunto 126
vila olimpica
são paulo - sp
04551-010
tel.: 11 2344-1450

pr
av. cândido de abreu, 776
conjunto 1001
centro civico
curitiba - pr
80530-000
tel.: 41 3015-4677



Maria do Carmo, 57 anos

**NÃO SEJA
FRIO NESTE
INVERNO.
LIGUE 156**

se encontrar alguém
dormindo na rua.



**CIDADE DE
SÃO PAULO**

RELATOS DE SOLUÇÕES
DE PROBLEMAS DE COMUNICAÇÃO
Relato 1 – Peça 4
Cliente: Prefeitura Municipal de São Paulo
Peça: Relógio de rua
Dimensões originais: 118,5 cm x 175 cm

W

D

Handwritten signature



1º P.
rua fidêncio ramos, 195
conjunto 126
vila olimpica
são paulo - sp
04551-010
tel.: 11 2344-1450

PR
av. cândido de abreu, 776
conjunto 1001
centro civico
curitiba - pr
80530-000
tel.: 41 3015-4677

Reginaldo da Silva, 57 anos

**NÃO SEJA
FRIO NESTE
INVERNO.
LIGUE 156**
se encontrar alguém
dormindo na rua.

**CIDADE DE
SÃO PAULO**

RELATOS DE SOLUÇÕES
DE PROBLEMAS DE COMUNICAÇÃO
Relato 1 – Peça 5
Cliente: Prefeitura Municipal de São Paulo
Peça: Abrigo de ônibus
Dimensões originais: 120 cm x 175 cm



sp
rua fidêncio ramos, 195
conjunto 126
vila olímpia
são paulo - sp
04551-010
tel.: 11 2344-1450

pr
av. cândido de abreu, 776
conjunto 1001
centro cívico
curitiba - pr
80530-000
tel.: 41 3015-4677

Reprint - Miolo

PERSP. FACHADA RUA HUMBERTO I

STUDIOS DE 21 A 41 M²

vitastay.com.br
Plug e alugue num clique.
Tecnologia de locação completa.

INFORMAÇÕES TÉCNICAS

ARQUITETURA
AGRES ARQUITETURA

DESIGN FACHADA
GORIOS NETO

DECORAÇÃO E PAISAGISMO
CONSUELO JORGE

TOTAL UNIDADES
323 UNIDADES RESIDENCIAIS +
37 SALAS COMERCIAIS DE 23 A 74 M²
+ 7 LOJAS

TIPOLOGIAS RESIDENCIAIS
STUDIO SINGLE - 16 A 22 M²
STUDIO DOUBLE - 25 A 41 M²
GARDEN - 26 A 31 M²

ENDEREÇO
RUA HUMBERTO I, 1.005

PLANTA DE 21 M²

PREPARADO PARA AR-CONDICIONADO SPLIT

TOMADA USB

PISO ENTREGUE EM TODA A UNIDADE

AQUECIMENTO DE AGUA CENTRAL

PLANTA DE 31 M²

TOMADAS USB

PISO ENTREGUE EM TODA A UNIDADE

AQUECIMENTO DE AGUA CENTRAL

PREPARADO PARA AR-CONDICIONADO SPLIT

Planta ilustrativa. Móveis, objetos de decoração, louças, metais e revestimentos de piso e parede são sugestões de decoração, não fazendo parte integrante do contrato e do memorial descritivo. Os materiais de acabamento que serão entregues fazem parte do contrato e do memorial descritivo. Projeto executivo em desenvolvimento, podendo sofrer pequenas alterações durante as compatibilizações técnicas. Imagens meramente ilustrativas. *Terraço técnico para colocação de equipamentos de ar-condicionado.

RELATOS DE SOLUÇÕES
DE PROBLEMAS DE COMUNICAÇÃO
Relato 2 – Peça 1
Cliente: Vitacon Participações S.A.
Peça: Reprint
Dimensões originais: 40 cm x 40 cm



sp
 rua fidêncio ramos, 195
 conjunto 126
 vila olímpia
 são paulo - sp
 04551-010
 tel.: 11 2344-1450

pr
 av. cândido de abreu, 776
 conjunto 1001
 centro cívico
 curitiba - pr
 80530-000
 tel.: 41 3015-4677

WN CASA
 HUMBERTO I

APROVEITE AS CONDIÇÕES IMPERDÍVEIS DE LANÇAMENTO.

PARA INVESTIR NO FUTURO, VOCÊ NÃO PRECISA IR LONGE. A POUCOS PASSOS DA ESPM, BELAS ARTES E DO METRÔ VILA MARIANA.

VISITE OS DECORADOS

RUA HUMBERTO I, 1.005

STUDIO SINGLE
 A PARTIR DE **21 M²**

STUDIO DOUBLE
 A PARTIR DE **41 M²**

3181-8398
 vnhumberto.com.br

Incorporação registrada sob R.01 na matrícula 123.660 em 7/6/2017 pelo 1º Cartório de Registro de Imóveis de São Paulo. Imagens meramente ilustrativas e informações preliminares sujeitas a alteração sem aviso prévio. Os materiais de acabamento que serão entregues fazem parte do contrato e do memorial descritivo. Projeto executivo em desenvolvimento, podendo sofrer pequenas alterações durante as compatibilizações técnicas. Na entrega do empreendimento, a vegetação poderá apresentar diferenças de tamanho e porte, mas estará de acordo com o projeto paisagístico do empreendimento. As vistas apresentadas em todas as imagens ilustrativas são meramente elucidativas, não sendo as fotografias exatas do local do empreendimento. Intermediações: Andre Meiler. Av. Hélio Pellegrino, 1701, Vila Olímpia, São Paulo/SP. CRECI 166616. Abyara Brokers Intermediação Imobiliária. Av. República do Líbano, 1110, Ibirapuera, São Paulo-SP. CRECI 20.363.

RELATOS DE SOLUÇÕES DE PROBLEMAS DE COMUNICAÇÃO
 Relato 2 – Peça 3
 Cliente: Vitacon Participações S.A.
 Peça: Anúncio de jornal
 Dimensões originais: 24,6 cm x 40 cm

Handwritten signatures in blue and red ink.

Handwritten signatures in red and blue ink.



VN C.A.S.A HUMBERTO I

INVISTA NO FUTURO. A POUCOS PASSOS DA ESPM,
BELAS ARTES E ESTAÇÃO VILA MARIANA DO METRÔ - SP.
CHEGANDO A SÃO PAULO, VENHA NOS CONHECER.

STUDIOS 21 M² A 41 M²

VISITE SHOWROOM
RUA HUMBERTO I, 1.005
VILA MARIANA, SÃO PAULO
VNHUMBERTO.COM.BR

QUER SABER MAIS?
11 3181-8398



Incorporação registrada sob o nº 01 na matrícula 121.660 em 02/06/2010 pelo 1º Cartório de Registro de Imóveis de São Paulo. Inspecionamos os projetos e informações preliminares sujeitos a alteração sem aviso prévio. Os materiais de acabamento que serão entregues fazem parte do conteúdo e do memorial descritivo. Projeto arquitetônico em desenvolvimento, podendo sofrer alterações durante as consultorias técnicas. Na entrega do empreendimento, a vistoriação poderá apresentar diferenças de tamanho e cor, não estando de acordo com o projeto arquitetônico e do empreendimento. As vistas apresentadas em todos os materiais ilustrativos são meramente ilustrativas, não sendo as fotografias exatas do local do empreendimento. Intermediação: André Muler, Av. Repórter Tereza Rangel, 1100, Vila Olímpia, São Paulo/SP. CREA/SP 09626. Abyara Brokers Intermediação Imobiliária Av. República do Brasil nº 1100, Jardim Paulista, São Paulo/SP. CREA/SP 20.963

sp
rua fidência ramos, 195
conjunto 126
vila olímpia
são paulo - sp
04551-010
tel.: 11 2344-1450

pr
av. cândido de abreu, 776
conjunto 1001
centro cívico
curitiba - pr
80530-000
tel.: 41 3015-4677

RELATOS DE SOLUÇÕES
DE PROBLEMAS DE COMUNICAÇÃO
Relato 2 – Peça 4
Cliente: Vitacon Participações S.A.
Peça: Painel
Dimensões originais: 5 m x 2,5 m



sp
 rua fidêncio ramos, 195
 conjunto 126
 vila olímpia
 são paulo - sp
 04551-010
 tel.: 11 2344-1450

pr
 av. cândido de abreu, 776
 conjunto 1001
 centro cívico
 curitiba - pr
 80530-000
 tel.: 41 3015-4677



VN CASA
 HUMBERTO I

FAÇA PARTE DESTE
 SUCESSO DE VENDAS.
 CONDIÇÕES IMPERDÍVEIS

STUDIO
 👤 SINGLE
 A PARTIR DE
16 M²

STUDIO
 👤 DOUBLE
 A PARTIR DE
25 M²

AO LADO DAS FACULDADES ESPM,
 BELAS ARTES E METRÔ VILA MARIANA

_VILA
 MARI
 ANA_

VISITE DECORADOS

RUA
 HUMBERTO I,
 1.005

3181-8398
 vnhumberto.com.br

Realização
Hines

Incorporação e intermediação
VITACON

Incorporação registrada sob R.01 na matrícula 123.660 em 7/6/2017 pelo 1º Cartório de Registro de Imóveis de São Paulo. Imagens meramente ilustrativas e informações preliminares sujeitas a alteração sem aviso prévio. Os materiais de acabamento que serão entregues fazem parte do contrato e do memorial descritivo. Projeto executivo em desenvolvimento, podendo sofrer pequenas alterações durante as compatibilizações técnicas. Na entrega do empreendimento, a vegetação poderá apresentar diferenças de tamanho e porte, mas estará de acordo com o projeto paisagístico do empreendimento. As vistas apresentadas em todas as imagens ilustrativas são meramente elucidativas, não sendo as fotografias exatas do local do empreendimento. Intermediações: Andre Meiler, Av. Hélio Pellegrino, 1701, Vila Olímpia, São Paulo/SP. CRECI 166616. Abyara Brokers Intermediação Imobiliária. Av. República do Líbano nº 1110, Ibirapuera, São Paulo-SP. CRECI 20.363.

Handwritten signatures and initials in blue and red ink.

RELATOS DE SOLUÇÕES
 DE PROBLEMAS DE COMUNICAÇÃO
 Relato 2 – Peça 5
 Cliente: Vitacon Participações S.A.
 Peça: Anúncio de jornal
 Dimensões originais: 24,6 cm x 40 cm