



PRÊMIO JATOBÁ

HABITABILITY

Brand Publishing MRV&CO

MRV&CO

A MRV&CO é uma plataforma de soluções habitacionais composta por seis empresas que atuam em diversos nichos do mercado imobiliário com propostas distintas e também complementares. Está presente em 163 cidades brasileiras e 20 norte-americanas, com 33 mil colaboradores diretos e indiretos no Brasil e 300 nos Estados Unidos. A empresa nasceu há 43 anos como MRV Engenharia, hoje a maior construtora do América Latina. Em cada grupo de 150 brasileiros, um mora num MRV.

É uma companhia que prioriza a inovação e a sustentabilidade como princípios para concretizar sua visão 2030: crescimento do negócio, compromisso com a coletividade e cuidado com o planeta. As ações corporativas do grupo

MRV&CO são totalmente alinhadas com a agenda ESG (conjunto de práticas ambientais, sociais e de governança de uma organização). A empresa age com a clareza de que é preciso muito mais do que discurso. É vital para o negócio promover uma jornada que alinhe lucro, ética e transparência.

Foi durante a pandemia de Covid-19, que a equipe MRV&CO consolidou a percepção de que o brand publishing - que ajuda a marca a pensar como um veículo de mídia, com planejamento, tecnologia, conteúdo, distribuição, gestão de dados e integração com outras frentes de comunicação - poderia gerar um espaço de debate necessário para fomentar ideias inovadoras sobre o futuro do habitar.

A resposta para o desafio foi a criação do Habitability.

Mais que um portal de notícias, é uma **plataforma de conteúdo independente** criada para promover discussões inteligentes e maduras sobre o futuro do habitar. Estava aberto, assim, o espaço de voz para ideias, iniciativas, estudos e debates sobre o que devemos fazer agora por um planeta melhor.

O Habitability é a primeira plataforma de informação, desenvolvida por uma organização do setor de construção civil no Brasil, a promover reflexões sobre o futuro do habitar. Um **projeto inédito, com conteúdo 100% autoral feito por comunicadores** que fomentam ideias e conversas sobre o modo como vivemos e como queremos estar futuramente.

Com uma linha editorial ampla, democrática e independente, a plataforma explora assuntos diversos que conectam o habitar à inclusão, à inovação e à sustentabilidade.

O projeto nasceu com **objetivos estratégicos** bem definidos: conectar a marca MRV&CO às discussões de vanguarda sobre o habitar. Para isso, era preciso ter autonomia e liberdade para se distanciar de uma autorrefêrencia, propondo reflexões sobre temas que nem sempre o mundo corporativo, incluindo a própria MRV&CO, está maduro o suficiente para encarar.

Onze meses após o lançamento do Habitability pode –se dizer que a autonomia é real. Uma liberdade que se fortalece a cada dia e caminha apoiada na atuação dos CEOs da empresa, Rafael Menin e Eduardo Fischer, dois entusiastas do Habitability.

Com o **canal**, o propósito **editorial** e os **recursos** (financeiros e outros) bem definidos, chegou o momento de colocar a mão no massa. O time de Marketing Institucional concluiu que um portal multimídia seria a melhor solução tecnológica por comportar diferentes formatos de texto, imagem, áudio, vídeo, webstories, inclusive preparando o terreno para a introdução de outros formatos e movimentos midiáticos que venham a surgir.

O design contemporâneo da plataforma conversa com a proposta de inovação e sustentabilidade do MRV&CO. O logotipo traz a assinatura "Com vista para o futuro", revelando já na home qual a missão do Habitability.

HABITABILITY.

COM VISTA PARA O FUTURO

No dia a dia, o portal segue três diretrizes:

- 1) o pensamento editorial** para garantir que a plataforma entregue conteúdos que cumpram seu propósito e, ao mesmo tempo, promovam o engajamento do público;
- 2) o desenvolvimento tecnológico contínuo** para acesso rápido e para oferecer a melhor experiência ao usuário;
- 3) a inteligência de dados**, com métricas consistentes não somente para analisar o desempenho da plataforma, como também para melhorar as entregas de conteúdo.

DEFINIÇÃO DAS PAUTAS

Para garantir a isenção, a pluralidade e o caráter único do veículo, a pauta do Habitability é amplamente discutida. O processo é bem parecido com o de veículos tradicionais. Semanalmente, a equipe se reúne para ouvir e falar sobre temas relevantes e apropriados ao perfil da plataforma.

As reuniões de pauta funcionam também como ótimas oportunidades de a equipe reforçar o entendimento interno sobre a importância da independência editorial da plataforma. Assim, a clareza de que o Habitability não é um canal institucional amadurece cada vez mais.

PALCO PARA GRANDES IDEIAS

Estudos, cases e análises de especialistas sobre o futuro do habitar são a essência do que irá se transformar em conteúdo no Habitability. Nesse caldeirão de boas ideias, já foram entrevistados nomes como o do arquiteto e urbanista dinamarquês Jan Gehl, autor do livro "Cidade para as Pessoas".

Gehl é referência mundial em urbanismo e inspirou a criação de projetos como as cidades inteligentes. Ele defende que o planejamento urbano é um caminho para as pessoas serem felizes. Com 90 anos, o urbanista se dispôs a conversar com um veículo não tradicional do Brasil para divulgar suas ideias, o que revela o potencial de uma plataforma como o Habitability.

Há outros importantes exemplos de conteúdos que merecem ser citados, como a matéria "**ODS11: Conheça o Objetivo da ONU para as cidades**", texto que liderou o ranking das notícias mais lidas do site, com quase 350 mil visualizações ao longo de cinco meses. E outros, como "**O bom urbanista olha para o futuro sem abandonar hábitos da região**" e "**Como os carros elétricos vão mudar as cidades?**".

PODCAST

Já nos primeiros meses do Habitability no ar, foi possível posicionar a plataforma como indutora de conversas essenciais para o futuro das cidades, das pessoas e do planeta. A boa receptividade do público e dos convidados permitiu, em junho de 2022, dar mais um passo, oferecendo uma experiência ainda mais rica. Assim, estreou o podcast Habitability.

Semanalmente, nas principais plataformas de áudio e no Youtube, entra no ar uma nova conversa inspiradora. A mediação fica por conta de Luiz Pacete, editor de tecnologia e inovação da Forbes Brasil e ex-repórter da revista IstoÉ Dinheiro e da organização Repórteres Sem Fronteira.

PERÍODO DE PROJETO

O Habitability foi lançado no dia **14 de outubro de 2021**. Desde junho do mesmo ano, a equipe vinha trabalhando no projeto e no desenvolvimento da plataforma.

Com um time amadurecido e concluídos os ajustes da primeira etapa, em junho de 2022 veio a segunda fase do projeto, com o lançamento do podcast Habitability.

Para novembro de 2022 está prevista a primeira edição do Prêmio Habitability,

que irá reconhecer iniciativas de impacto positivo para o futuro do habitar, marcando a terceira fase do projeto.

Como veículo vivo com as inquietações típicas do ambiente de inovação, outros passos já começam a ser planejados, considerando o objetivo de fortalecer ainda mais a plataforma como **hub de conteúdo**.

O investimento mensal na plataforma Habitability é de R\$ 35.151,69. Esse valor inclui todo o desenvolvimento tecnológico inicial, manutenção e atualização da plataforma, produção de conteúdo e consultoria técnica em análise de dados. Os investimentos na implantação da plataforma foram diluídos no custo mensal. A equipe interna conta com dois profissionais dedicados, locados na área de brand publishing da MRV&CO.

Uma agência parceira, a Barões Digital Publishing, apoia a produção do conteúdo e a análise de dados, além de ser responsável pelo suporte e atualização tecnológica da plataforma. O custo da produção do podcast é de R\$ 20.685,00, contabilizado a partir de junho de 2022.

A equipe investe também no impulsionamento das notícias do Habitability publicadas nas mídias sociais **MRV&CO**. Esse investimento varia mês a mês e é compartilhado com outros impulsionamentos da empresa nas mídias sociais. Como é um investimento opcional, consideramos que ele não integra a produção do portal, objeto desse case.

Dessa forma, o investimento na plataforma e no podcast (que inclui vídeo e apresentador) fica assim distribuído:

- Portal: R\$ 35.151,69
- Wepod (podcast + vídeocast + host podcast): R\$ 20.685,00

RESULTADOS

O maior valor do Habitability gerado para a MRV&CO não pode ser tangibilizado em 11 meses. Trata-se de um projeto de longo prazo, criado para fortalecer o propósito da empresa de atuar como uma marca inovadora, comprometida com as discussões sobre um mundo melhor, mais inclusivo e sustentável para todos.

A tecnologia digital, porém, permite medir a aderência do público aos conteúdos oferecidos pelo Habitability. Os números dos primeiros meses apontam que a plataforma alcançou quase **um milhão de usuários** (989,0 mil) e **1,8 milhão** de visualizações de página, entre outubro de 2021 e setembro de 2022.

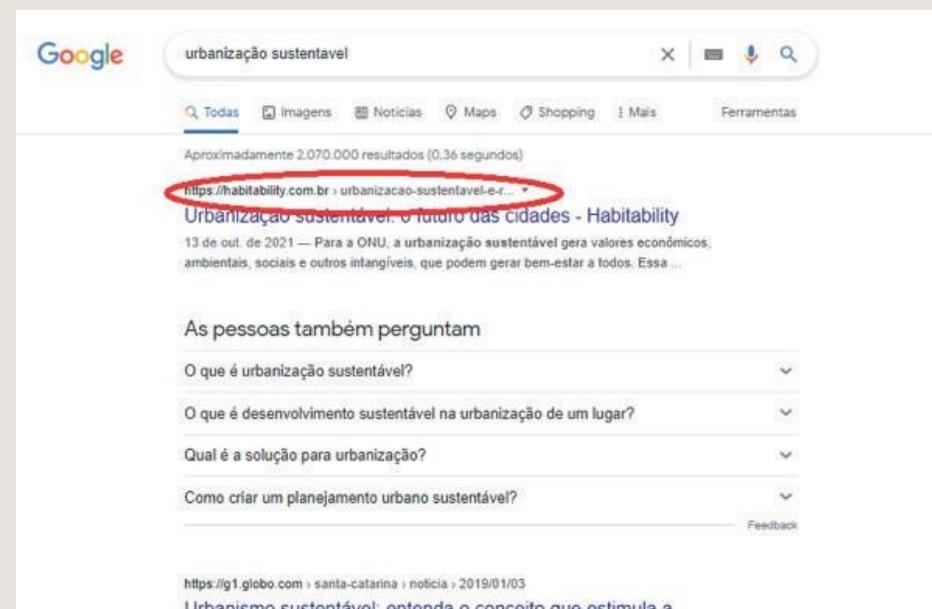


Um dos resultados que vale a pena ser destacado é o **posicionamento no Google**, fruto do trabalho focado em SEO (sigla em inglês para otimização de mecanismos de busca). Essa é uma métrica bastante relevante porque mostra a qualidade e a credibilidade do conteúdo.

Numa busca simples por termos como "urbanização sustentável" e "cidades mais sustentáveis do Brasil", por exemplo, o Habitability é o primeiro portal a aparecer para o internauta, à frente, inclusive, de grandes sites de notícias, como o G1.

A plataforma conseguiu indexar no Google **1.311 palavras** até o mês de junho de 2022, sendo 11 delas no top 3 e 51 palavras entre a 4ª e a 10ª posi-

ções, totalizando mais de 60 termos na primeira página do Google. Na prática, isso significa que o maior motor de busca do mundo considera o conteúdo do Habitability relevante e de qualidade.



Busca no Google em junho de 2022: Habitability é a primeira referência em urbanização suste