

Prêmio Master Imobiliário 2026
Categoria Comercialização

Helbor Neo Concept
redefine o conceito
de mixed-use

O Case



HELBOR
neo
CONCEPT

 **Helbor**
sinta-se em casa



HELBOR
neo
CONCEPT

Um **mixed-use** inovador, que atende a uma demanda reprimida em Mogi das Cruzes e está localizado exatamente sobre o maior shopping da cidade – em processo de expansão. Esse é o cenário em que nasce o **Helbor Neo Concept**: aqui, o projeto arquitetônico de volumetrias, vãos, fachada verde e muita personalidade dá forma a studios, apartamentos, lajes corporativas e salas comerciais. **Resultado: empreendimento 95% vendido em apenas um final de semana.**

 **Helbor**
sinta-se em casa
helbor.com.br

Após experimentar um período de estagnação em seu mercado imobiliário, Mogi das Cruzes vive um sólido momento de expansão e revigoração

A oferta de novos imóveis na cidade alcançou o ápice em 2024, com o lançamento de 2.799 unidades. A maior demanda é por apartamentos de dois dormitórios

Nos últimos anos, a cidade de Mogi das Cruzes se transformou no eixo central de uma série de endereços que dão vida à cidade. Um deles é o Mogi Shopping, uma espécie de ponto de encontro da efervescência local. Para se ter ideia de sua posição privilegiada, o principal centro de compras e lazer do município está cercado pela Estação Estudantes da Linha 11-Coral da Companhia Paulista de Trens Metropolitanos (CPTM), pelas universidades de Mogi das Cruzes (UMC) e Braz Cubas, pela Prefeitura Municipal, por uma unidade do Sesc e pelo Parque Centenário.



Contexto e Natureza do Case

Não por acaso, a expansão de Mogi das Cruzes aconteceu em paralelo com o seu revigoramento imobiliário. Segundo a Geoimóvel Inteligência Imobiliária, em 2015 foram lançadas 432 unidades em Mogi. A oferta de novos imóveis enfrentou uma queda nos três anos seguintes e o cenário só foi revertido em 2019, com o lançamento de 1.088 unidades, chegando ao ápice em 2024 (2.799).

De acordo com o levantamento, as unidades de dois dormitórios, padrão e econômicas, registram maior volume de vendas, ao passo que a melhor oportunidade de liquidez encontra-se nas unidades de um dormitório, nos studios e nas moradias econômicas de dois quartos, uma vez que oferecem demanda alta e o estoque é praticamente inexistente. A procura é pequena nos apartamentos de quatro dormitórios, com estoque atingindo 73%. Os imóveis de três dormitórios também apresentam demanda menor e o estoque é bem mais baixo: 18,5%.

Os imóveis que atraem grande interesse e com a melhor relação entre vendas e estoque são os que possuem áreas úteis entre 31 e 60 m², indicando alta liquidez. Já as unidades a partir de 81 m² apresentam



Mogi Shopping



Universidade Mogi das Cruzes



Parque Centenário



Centro Universitário Braz Cubas



Supermercado Alabarce

73%
É o estoque de
apartamentos de
quatro dormitórios

demanda inferior em relação à oferta, com estoque de 68%. As salas comerciais, por sua vez, viviam uma situação de marasmo. A Geoimóvel identificou na cidade doze empreendimentos com oferta de unidades com esse fim, mas o último lançamento foi em 2013, criando uma demanda reprimida.

Oportunidade detectada: demanda por solução mixed-use

Diante de um quadro geral de 9.691 unidades de 60 empreendimentos lançadas nos últimos dez anos, a Helbor Empreendimentos S.A., empresa que nasceu em Mogi das Cruzes, vislumbrou uma ótima oportunidade de lançar o Neo Concept, um edifício inovador. Trata-se de uma torre mista que reúne 347 apartamentos residenciais, espaços corporativos e salas comerciais, com áreas que vão de 27 a 159 m², projeto inspirador e com identidade única. E o melhor: com entrega prevista para 2029, o Helbor Neo Concept está sendo implementado sobre o Mogi Shopping, proporcionando aos futuros moradores

Em uma ação ousada, a Helbor definiu o preço do m² em R\$ 15,5 mil

e frequentadores do prédio toda a rede de serviços e lazer presentes no centro comercial. A Helbor optou por um empreendimento situado em um patamar acima dos já existentes na cidade, que têm valor médio de R\$ 9.037 o m². Construído em área de 102.739,75 m², o valor do Neo Concept é de R\$ 15,5 mil o m², e o ticket médio dos imóveis chega a R\$ 689.856. Os preços espantaram os interessados? Pelo contrário. No fim de semana de lançamento, 95% das unidades foram comercializadas, demonstrando que havia um público ávido por esse tipo de oferta.

OS IMÓVEIS DO NEO CONCEPT

347 UNIDADES

136 salas comerciais
e espaços corporativos

112 studios

99 apartamentos

AS ÁREAS DE CADA IMÓVEL

Studios

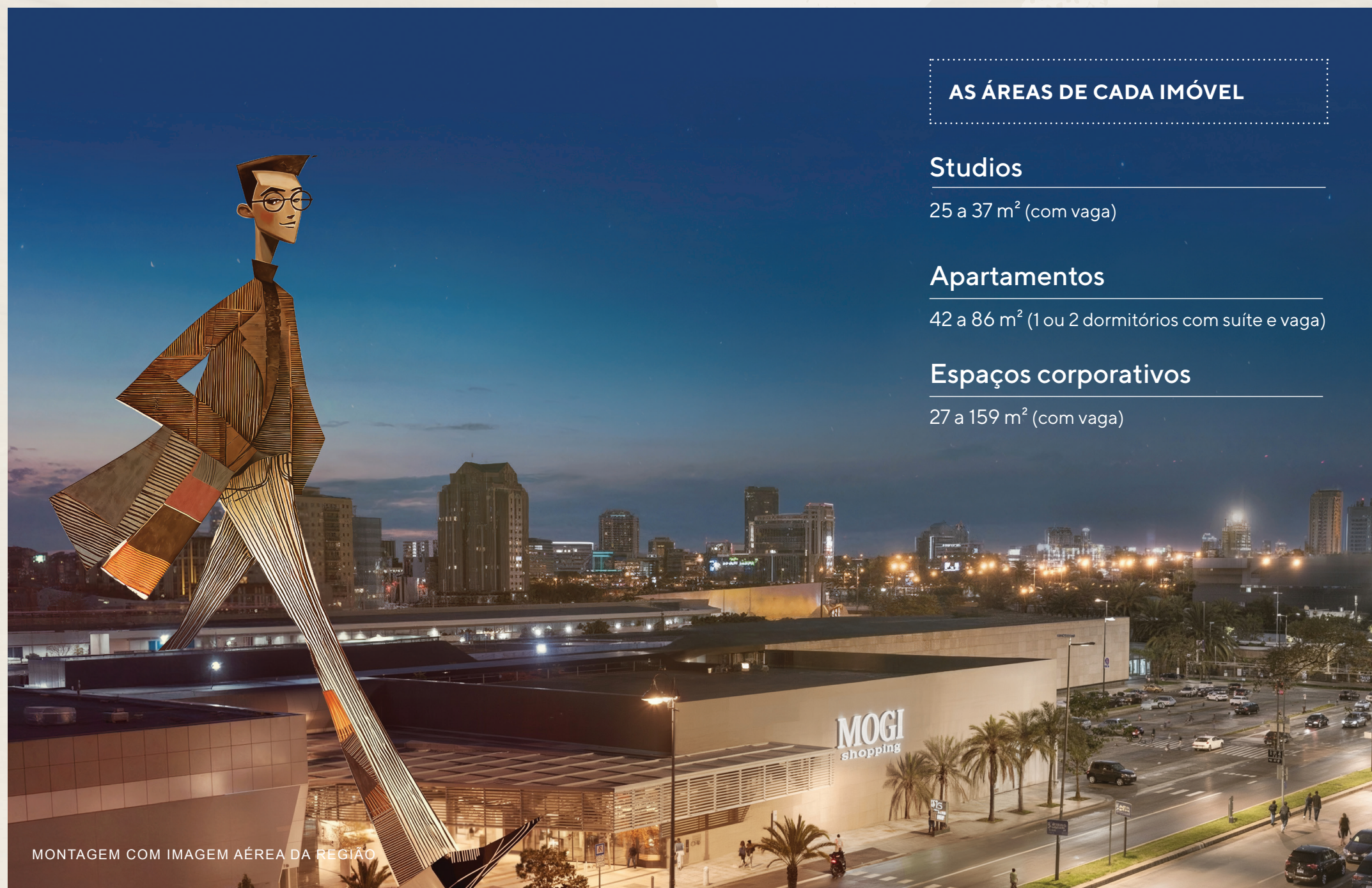
25 a 37 m² (com vaga)

Apartamentos

42 a 86 m² (1 ou 2 dormitórios com suíte e vaga)

Espaços corporativos

27 a 159 m² (com vaga)



MONTAGEM COM IMAGEM AÉREA DA REGIÃO

A novidade não é a solução do mixed-use, mas o esforço para criar um projeto em que personalidade e qualidade arquitetônica andassem lado a lado com a funcionalidade

Com concepção inovadora, o Neo Concept apresenta quatro vãos ao longo da torre, como se fossem pequenos edifícios sobrepostos

Lúcio Costa costumava dizer que os prédios de Brasília deveriam ter uma altura máxima para que as mães, de seus apartamentos, pudessem chamar e ser ouvidas pelos filhos enquanto brincavam no térreo. O projeto do Neo Concept reinterpreta o conceito que o famoso arquiteto e urbanista aplicou na Capital Federal.

Imagine cinco pequenos edifícios sobrepostos, mas com respiros entre eles, espaços arejados, entrada de luz natural e varandas comunitárias planejadas para a convivência de moradores e clientes dos espaços comerciais que transitam pela torre. E tudo com a praticidade proporcionada por um vizinho ilustre: o Mogi Shopping, por



Problema/Oportunidade que originou o projeto

35 mil
pessoas circulam
pelo Mogi Shopping
diariamente

onde circulam, em média, 35 mil pessoas diariamente. Para se ter ideia da pujança do centro comercial de Mogi, o Morumbi Shopping, na Zona Sul da capital paulista, receber cerca de 45 mil visitantes por dia.

O empreendimento já nasceu com a importante chancela da Helbor. A empresa tem contribuição importante na transformação urbana de Mogi das Cruzes devido aos empreendimentos que alavancaram o desenvolvimento imobiliário da cidade nos últimos anos. Havia, porém, uma lacuna a ser preenchida: um edifício com imóveis e salas comerciais de médio e alto padrões, na medida certa para os usuários.

Como criar um mixed-use que tivesse personalidade?

O maior desafio do time de projetistas foi justamente elaborar um desenho criativo e sem concessões, estabelecendo conexão entre a torre mista desprovida de piso térreo e o shopping, na qual um conceito ajuda a realimentar o outro. Outra intenção é fazer o Neo Concept ser reconhecido de longe e apontado como ruptura e referência arquitetônica da cidade. A expansão horizontal do Mogi Shopping, inaugurado há mais de três décadas, e a construção da torre mista partem fundamentalmente do entendimento do lugar. Trata-se de um espaço nobre, que converge para uma série de destinos que mantêm a cidade em atividade constante. O projeto deveria refletir esse caráter pulsante. O Neo Concept tomou forma a cada esboço de layout, pesquisas de reves-timentos e as fases de amadurecimento de novas soluções. Ele se revelou um trabalho totalmente inovador, ao reunir quatro “vazios” ao longo da torre, jardins comunitários e espaços de encontro, que definem o DNA do edifício. Como ele não tem propriamente o térreo, caberá às praças suspensas a função de abrir um espaço comum e de circulação das pessoas, com a parte de lazer sendo deslocada para os pisos superiores.



Potencial de locação

Com localização privilegiada, os imóveis do Helbor Neo Concept já nascem com forte potencial de locação, se convertendo em oportunidade atrativa de negócios aos proprietários e investidores. Veja os valores médios de aluguel praticados em Mogi das Cruzes:

Studios

Valor da locação: R\$ 1.200 a R\$ 1.800
Condomínio: R\$ 300 a 700
Valor do pacote: R\$ 1.590 a R\$ 3.590

Residencial

Valor da locação: R\$ 2.000 a R\$ 3.500
Condomínio: R\$ 400 a R\$ 850 (médio padrão)
R\$ 650 a R\$ 1.500 (alto padrão)
Valor do pacote: R\$ 1.950 a R\$ 3.950

Fontes: ZAP, Viva Real, Imóveis WEB, Quinto Andar

Imóveis comerciais (valor do m²)

Vila Mogilar (Nova Mogilar):
Prime (Classe A/A+) R\$ 75 a R\$ 110 (até 50 m²);
R\$ 55 a R\$ 80 (51 m² a 100 m²); R\$ 35 a R\$ 65
(acima de 100 m²)

Parque Monte Líbano / Vila Oliveira

Alto Padrão (Clínicas/Serviços): R\$ 40 a R\$ 65,00
(até 50 m²); R\$ 35 a R\$ 50 (51 m² a 100 m²)

Centro Intermediário

R\$ 30 a R\$ 50 (até 50 m²); R\$ 25 a R\$ 40 (51 m² a 100 m²);
R\$ 20 a R\$ 35 (acima de 100 m²)

Expansão (Braz Cubas, César de Souza, Jundiapéba)

Popular/Comércio Essencial: R\$ 20 a R\$ 35 (até 50 m²);
R\$ 18 a R\$ 30 (51 m² a 100 m²); R\$ 15 a R\$ 25 (acima de 100 m²)

Fontes: Imóvel WEB, Quinto Andar, Chaves na Mão e Parceiro Imóvel

Airbnb

Studio e apartamento de 1 dorm.: R\$ 120 a 300 / diária.
Apartamento de 2 dorms.: R\$ 180 a R\$ 450 / diária
Taxa de serviço: 14% a 16%
Taxa de limpeza: R\$ 80 a R\$ 200

Fonte: Airbnb



STAND DE VENDAS DENTRO DO MOGI SHOPPING



FOTO DO DECORADO

A importância do Alto Tietê no Estado

A região do Alto Tietê, localizada na parte leste da Região Metropolitana de São Paulo, desempenha papel estratégico nos desenvolvimentos econômico, social e ambiental do Estado. Formada por doze cidades, a área é um polo de produção agrícola que, além de suas próprias cidades, atende fortemente a capital paulista. Se não bastasse a produção de alimentos, a expansão industrial e comercial gera empregos, atrai investimentos e movimentação na cadeia logística. O Alto Tietê se beneficia

por sua localização estratégica. As rodovias que cortam a região — como Ayrton Senna, Presidente Dutra, Dom Pedro, Carvalho Pinto e Mogi-Bertioga — servem para ligar a cidade de São Paulo ao interior e ao litoral. Isso facilita o escoamento da produção e a mobilidade das pessoas, consolidando os eixos logístico e turístico sem prejuízo aos mananciais do Sistema Produtor Alto Tietê (SPAT), compostos pelas cinco represas da cabeceira do Rio Tietê que abastecem a Região Metropolitana.

Cidades do Alto Tietê e número de habitantes

Guarulhos: 1,3 milhão
Mogi das Cruzes: 468 mil
Itaquaquecetuba: 380 mil
Suzano: 310 mil
Ferraz de Vasconcelos: 200 mil
Poá: 120 mil
Arujá: 95 mil
Santa Isabel: 60 mil
Biritiba Mirim: 35 mil
Guararema: 32 mil
Salesópolis: 18 mil
Igaratá: 11 mil



O empreendimento, com grandes soluções urbanísticas e arquitetônicas, tinha o desafio de dialogar com vários compradores e investidores para, mesmo sendo altamente atrativo, alcançar vendas à altura de seu potencial de mercado

Mais do que ampliar áreas construídas, o projeto do Helbor Neo Concept pretende melhorar a experiência do espaço coletivo, reforçar vínculos com a cidade e estabelecer um conjunto arquitetônico capaz de combinar vitalidade urbana, diversidade de usos e identidade contemporânea para Mogi das Cruzes.

Os quatro “vazios” idealizados na torre, que abrigam praças suspensas, jardins comunitários, espaços de encontro e contemplação, formam a personalidade do edifício. No entanto, o processo de concepção do Helbor Neo Concept vai muito além dos espaços que permeiam o edifício. É uma equação perfeita que alia o surgimento da torre mista com a ampliação do Mogi Shopping, que se articula em dois vetores complementares. **1) expansão do plano horizontal:** o aumento das áreas comerciais do shopping, de caráter público; **2) a criação de um eixo vertical:** uma nova torre de uso misto, de caráter privado.



Expansão do plano horizontal

A ampliação do térreo acontece em direção ao lado norte da quadra, voltado à Rua Álvaro Pavan e à via férrea, área atualmente ocupada em grande parte por estacionamentos. Prevista em até duas etapas, a obra não pretende apenas repetir o modelo existente, mas renovar a estrutura original, introduzindo um eixo horizontal aberto, que rompe com a circulação tradicional de um conjunto comercial.

O novo espaço assume a configuração de uma alameda urbana de aproximadamente 145 metros de comprimento e 13 metros de largura, semelhante à de uma rua com espaços comerciais, conectando o complexo a importantes polos do entorno: a oeste, a Universidade de Mogi das Cruzes e a Estação Estudantes da CPTM; a leste, cinemas, restaurantes externos e o Sesc Mogi das Cruzes.

Ao longo do novo boulevard, alternam-se ambientes descobertos com áreas verdes, espaços cobertos com entrada de luz natural e zonas de iluminação controlada. Quiosques e 40 novos estabelecimentos de convivência completam o revigorado conjunto, reforçando a ideia de uma verdadeira rua de pedestres integrada ao Mogi Shopping.

Eixo Vertical — Torre de uso misto

A verticalização do projeto é um desdobramento estratégico, capaz de estimular novos usos e intensificar a relação com a vizinhança. A torre mista não se resume a um empilhamento de pavimentos. A ausência de um ter-



A perfeita equação
que originou o
projeto se articula em
dois vetores complementares

reno destinado exclusivamente ao edifício — implantado sobre a estrutura do shopping — impôs o desenvolvimento de um volume esculpido com vazios generosos e inovadores.

Esses “vazios” acomodam praças suspensas, jardins comunitários e espaços de encontro que recriam, nas alturas, a relação de proximidade que edifícios de menor porte estabelecem com o solo. Quatro níveis da torre oferecem áreas coletivas de descanso e convivência, replicando o sentido de comunidade em um edifício vertical.

No geral, os tons suaves e neutros predominam, em composição com madeiras claras, porcelanatos e pedras também em tons claros. Os visitantes serão recebidos por uma escada escultural, com degraus que se prolongam em faixas de forrações com folhagens contrastantes. No espaço corporativo da torre mista, alguns terraços são uma espécie de continuação dos escritórios e formam coworking ao ar livre, ambientados entre muita vegetação. Na área residencial, os terraços abrigam lounges, com espécies floríferas, aromáticas, frutíferas e temperos.

Dessa forma, a equação Mogi Shopping e torre mista constitui um conjunto urbano integrado, em que os eixos horizontal e vertical se completam, um se beneficiando do outro. Se, por um lado, a alameda amplia a dimensão pública do shopping, criando mais conexões com a cidade, do outro a torre introduz novos modos de habitar e trabalhar.

• 3 elevadores nas unidades residenciais, que atendem do 2º subsolo ao 31º pavimento (sem parada nos pavimentos comerciais)

Raio X do Helbor Neo Concept

2º SUBSOLO

Residencial: vagas para automóveis, áreas operacionais e áreas técnicas.

Comercial: vagas para automóveis, áreas operacionais e áreas técnicas.

1º SUBSOLO (nível da Rua Álvaro Pavan)

Residencial: portaria com WC, delivery, vagas para automóveis, áreas operacionais e áreas técnicas.

Comercial: vagas para automóveis, áreas operacionais e áreas técnicas.

TÉRREO (nível Alameda Mogi Shopping)

Acesso para as áreas residencial e comercial.

1º PAVIMENTO

Deck Parking: residencial e comercial sem acesso.

2º PAVIMENTO

Comercial: 8 salas de escritórios.

Residencial Interno: salão de festa, WC, apoio

Externo: terraço infantil descoberto, jardim.

3º AO 8º PAVIMENTOS

Comercial: 18 salas de escritórios.

Residencial: sem acesso ao pavimento.

9º PAVIMENTO

Comercial: 4 salas corporativas.

Residencial: sem acesso ao pavimento.

10º AO 13º PAVIMENTOS

Comercial: 4 salas corporativas.

Residencial: sem acesso ao pavimento.

14º PAVIMENTO

Residencial: 11 unidades, sendo 1 unidade

de 1 dormitório, 3 unidades de 2 dormitórios, e 7 studios

Lavanderia, coworking e terraço.

15º AO 19º PAVIMENTOS

Residencial: 14 unidades por pavimento, sendo 4 unidades de 1 dormitório, 2 unidades de 2 dormitórios e 8 studios.

20º PAVIMENTO

Residencial: 12 unidades, sendo 5 unidades de 1 dormitório, 2 unidades de 2 dormitórios, e 5 studios.

Terraço.

21º AO 24º PAVIMENTOS

Residencial: 12 unidades por pavimento, sendo 5 unidades de 1 dormitório, 2 unidades de 2 dormitórios, e 5 studios.

25º PAVIMENTO

Residencial: 14 unidades, sendo 4 unidades de 1 dormitório, 2 unidades de 2 dormitórios e 8 studios.

Terraço.

26º AO 29º PAVIMENTOS

Residencial: 14 unidades, sendo 4 unidades de 1 dormitório, 2 unidades de 2 dormitórios, e 8 studios.

30º PAVIMENTO

Residencial interno: salão de jogos, brinquedoteca, academia, área técnica e WC, e terraço de lazer coberto.

Residencial externo: jardim de lazer infantil descoberto.

31º PAVIMENTO

Residencial: piscina com deck, sauna, WC e solário.

32º PAVIMENTO

Barrilete e casa de bombas de incêndio.

33º PAVIMENTO

Reservatório superior.



2º Pavimento Lazer Residencial

Sustentabilidade

O Helbor Neo Concept está em fase de certificação com o Selo AQUA-HQE, que abrange três etapas: pré-projeto, projeto e execução. O empreendimento — inclusive em suas unidades não residenciais — já passou pela auditoria de pré-projeto e, atualmente, se encontra na etapa de fase projeto.



31º Pavimento Lazer Residencial

A certificação AQUA-HQE (Alta Qualidade Ambiental — Haute Qualité Environnementale) é um selo internacional de caráter ambiental para construções sustentáveis, baseado na norma francesa HQE e adaptado à realidade brasileira. Ela avalia o desempenho ambiental dos empreendimentos em todo o seu ciclo de vida,



30º Pavimento Lazer Residencial

• 4 elevadores das unidades comerciais (salas e lajes corporativas) que atendem do 2º subsolo ao 13º pavimento

• 1 elevador de emergência, com uso compartilhado entre as unidades residenciais e comerciais

desde a concepção, passando pela execução, uso e operação. O objetivo da certificação é promover construções que proporcionem conforto, saúde, eficiência energética e hídrica, além de reduzir impactos ambientais por meio de 14 categorias de desempenho organizadas em quatro pilares: **Gestão do Empreendimento, Qualidade Ambiental da Edificação, Conforto e Saúde dos Usuários**, considerando também os contextos locais e o entorno da edificação.

A Helbor Empreendimentos S.A. é um Empreendedor AQUA, ou seja, ela firmou o compromisso com a Fundação Vanzolini, instituição responsável pela aplicação da certificação AQUA-HQE no Brasil, para que todos os seus empreendimentos recebam o selo.



Certificado Residencial



Certificado Comercial







Piscina no rooftop



Acesso residencial



Lounge



Lobby residencial



Brinquedoteca



Fitness com vista



Sala de jogos



Coworking



Studio



Living apartamento 01



Living apartamento 02



Living gourmet 01



Living gourmet 02



Antes mesmo de ser apresentado ao mercado, o Helbor Neo Concept começou a ser fortemente divulgado pelas redes sociais e pelo boca a boca. Os investimentos em marketing nem foram necessários no lançamento, porque o empreendimento se vendeu por si só

Com o poder de promover transformações residenciais, comerciais e logísticas na cidade, o entorno do Mogi Shopping passou a ser considerado um lugar aspiracional por moradores e comerciantes.

.....

Não demorou, portanto, para a divulgação de um empreendimento de apartamentos residenciais compactos, salas comerciais e espaços corporativos anexo ao shopping criar um represamento crescente de interessados.



Mas esqueça os folhetos distribuídos nos cruzamentos da cidade, anúncios e investimentos pesados em propaganda. Surpreendentemente, o Helbor Neo Concept dispensou os métodos comuns de ações de marketing ao ser lançado e adotou, primordialmente, a antiga prática do boca a boca para enumerar as qualidades de seu empreendimento. A partir daí, a Helbor deu início a uma estratégia bastante agressiva e inusitada de vendas. A cidade sempre trabalhou, historicamente, com preço médio de, no máximo, R\$ 12 mil o m². No entanto, a empresa subiu a régua do Neo Concept para R\$ 15,5 mil o m².

Prazo de compra

A empresa impôs um ritmo de vendas frenético. No estágio de preparar a documentação necessária para a aquisição, o cliente já deveria fazer um depósito inicial, via Pix, de R\$ 5 mil a fim de “segurar” a unidade desejada. Depois de enviar o contrato por e-mail, a companhia determinou um prazo de três horas para a assinatura, caso contrário, a venda perderia a validade.

O procedimento tinha o objetivo claro de evitar o risco de o interessado levar o contrato para casa e, passados alguns dias, desistir da compra. O plano da Helbor mostrou-se acertado: a procura foi superior à oferta, a ponto de 200 pessoas ficarem na fila de espera. Com isso, formou-se uma demanda reprimida sem a necessidade de estratégias de vendas mirabolantes.

Além do boca a boca, a Helbor se valeu de suas empresas de vendas e da plataforma de 50 mil corretores parceiros cadastrados. Apostando na força catalisadora do Mogi Shopping, um estande com apartamento decorado foi montado lá dentro e recebeu 1.500 visitas durante três meses de exposição. Em apenas um mês, no entanto, as unidades já estavam 100% vendidas, comprovando o sucesso do lançamento.

ESTRATÉGIA SIMPLES

- A HELBOR se valeu da relação entre corretores e clientes, e da ótima imagem que ela tem na cidade em razão dos outros empreendimentos, que ajudaram na expansão de Mogi. Assim, um ano antes do lançamento, o corpo de vendas fomentou por meio do boca a boca e das redes sociais a divulgação do projeto do Neo Concept junto à população e aos compradores em potencial.

- NO MOGI SHOPPING, a Helbor montou um apartamento decorado dentro do estande espelhado, a fim de atender aos clientes em busca de informações do empreendimento e detalhes do contrato.

- O INVESTIMENTO EM MARKETING incluiu ações como meeting com corretores, evento de lançamento no Mogi Shopping, contratação de agência de publicidade e produção de vídeos de apoio.

- ALÉM DA HELBOR VENDAS — uma das empresas do grupo —, a comercialização dos imóveis da torre mista teve a participação das parceiras Lopes EG e Corretor On, em um total de 500 corretores envolvidos.



neo
CONCEPT

Implementação/Execução



O ritmo de vendas
foi frenético e o interessado
teve de decidir sobre a
compra rapidamente

SUA NOVA ERA COMEÇA AQUI



Aptos
42 a 86m²
1 ou 2 dorms. com suite

Studios
25 a 34m²

Com apartamentos amplos e bem
desenhados, Helbor Neo Concept é pra
quem quer morar num lugar onde tudo
gira em torno do bem-estar da família.



Ao redor: Tudo.
No centro de tudo: Você.



347

Unidades vendidas

45 a 60 anos

Faixa etária da maioria dos
compradores (107 unidades)

R\$ 335.000

Investimento no apartamento decorado

95%

Dos imóveis comercializados
no fim de semana de lançamento

R\$ 268.000

Investimento na maquete

R\$ 241.222.470

VGv do empreendimento

R\$ 1.413.000

Investimentos em marketing

R\$ 689.856

Ticket médio

500

Corretores envolvidos na comercialização

289

Unidades vendidas para os moradores de Mogi

1.500

Visitantes no estande

2029

Previsão de entrega da torre

R\$ 1.456.000

Investimentos no estande do Helbor Neo Concept
(incluindo aluguel do Mogi Shopping e tela de LED)

Imobiliárias envolvidas:

Helbor Vendas, Lopes EG e Corretor On



EXPEDIENTE

Produção do Case

Scribas Produção de Conteúdo

Edição

Jorge Tarquini

Reportagem e redação

Mário Sérgio Venditti

Direção de Arte

Camilla Sola

Revisão

Rafael Ligeiro

Produção Editorial

Cristina Redoschi





helbor.com.br