



“Melhor Nutrição para Melhor Saúde”

Ficha Técnica do Projeto

Tema do Projeto	Plano de Comunicação: “Vida Saudável - Bem-estar, Saúde e Nutrição”
Alunos (nome)	Lorena Cruz/ Rute Ferreira Morgado / Susana Isabel Monginho Canelas/Tiago João Gaspar Sampaio
Docente Orientador	Joaquim Vicente Rodrigues
Instituição(ões) de Ensino	ISCTE-IUL

Objetivos

Este plano de comunicação tem como principal mensagem a importância da adoção de hábitos alimentares adequados, que combinados com uma prática regular de atividade física e comportamentos de compra sustentáveis, permitem atingir um estilo de vida saudável.

Pretendemos **descomplexar a nutrição** através da oferta de soluções inovadoras que mudem a perceção que o consumidor tem da mesma. Isto é, tencionamos mostrar que a nutrição é mais do que a privação de alimentos considerados “frutos proibidos”. Passa por um plano integrado de ações que levam ao sentimento de bem-estar físico e mental de quem o leva a cabo.

Metodologia

Para auxiliar a coordenação entre o grupo foram definidos líderes para cada semana de trabalho, tendo estes como principais tarefas coordenar e motivar a equipa de trabalho, liderar as discussões e gerar o consenso dentro do grupo, certificar-se que o cronograma estava a ser cumprido e que o trabalho seguia o rumo pretendido e, ser a ponte entre o docente e o grupo, sendo capaz de fazer o ponto de situação semanal com o mesmo para uma análise de desvios e acompanhamento do projeto. Foram ainda realizadas três apresentações intercalares à turma por forma a expor o trabalho até então realizado e como forma de receber críticas e contributos numa partilha consistente e efetiva de *know-how*.

Ao passar para a fase da recolha de informação foi necessário definir a prioridade das informações a recolher, isto é, definir critérios de seleção da mesma. Após recolha propriamente dita procedeu-se à elaboração de fichas de leitura. Dentro da informação foram tidos em conta os seguintes critérios de seleção: rigor, relevância (para concretização do âmbito) e qualidade das fontes. Foram recolhidas informações a partir de Artigos Científicos, Estudos Estatísticos, Universidades e Politécnicos, Associações Governamentais e ONG’s a atuar na área da Nutrição, Planos de Comunicação para a Nutrição, ações realizadas por Grandes Retalhistas Alimentares e ações realizadas por Entidades Tuteladas pelo Ministério da Saúde.

Aspetos inovadores contidos no trabalho/projeto

Os principais aspetos inovadores presentes no nosso projeto são o uso de meios de comunicação eficazes que permitem abranger uma grande faixa da população portuguesa, o apoio nas novas tecnologias, e a associação de uma das maiores 20 empresas do país a esta causa social.

Principais conclusões

Como principal conclusão do nosso projeto realçamos o poder da comunicação na mudança de hábitos da população, poder este que na nossa opinião não pode ser subestimado.

Para garantir a implementação, sustentabilidade a longo prazo e adesão dos consumidores ao projeto será feita uma ação-piloto (a azul), levada a cabo pela rede de lojas Amanhecer do Grupo Jerónimo Martins. Foi-nos dada uma garantia de avaliação do projeto por parte da Direção de Marketing da Recheio / Amanhecer. Esta ação-piloto irá compreender apenas algumas das ações destinadas ao Pingo Doce visto que a dimensão e perfil do mercado e do target abrangido por ambas as cadeias não é coincidente.

