



CATOLICA
ESCOLA SUPERIOR DE BIOTECNOLOGIA

PORTO

Avaliação do impacto do programa Nutrium Corporate Wellness na literacia
nutricional em meio laboral

por

Mariana Ferreira

Janeiro de 2023



CATÓLICA
ESCOLA SUPERIOR DE BIOTECNOLOGIA

PORTO

Avaliação do impacto do programa Nutrium Corporate Wellness na literacia
nutricional em meio laboral

Relatório de Estágio apresentado à Escola Superior de Biotecnologia da Universidade
Católica Portuguesa para obtenção do grau de Mestre em Biotecnologia e Inovação

por
Mariana Ferreira

Orientação (Universidade): Professora Doutora Elisabete Pinto

Coorientação (Empresa): José Alves

Janeiro 2023

RESUMO

O presente relatório de estágio tem como objetivo descrever todas as atividades realizadas no período de estágio, no âmbito da unidade curricular Dissertação de Mestrado para obtenção do grau de Mestre em Biotecnologia e Inovação, pela Escola Superior de Biotecnologia, da Universidade Católica Portuguesa. O meu estágio curricular foi desenvolvido na empresa Nutrium, onde tive a oportunidade de integrar a equipa de marketing.

Ao longo do período de estágio foram desenvolvidas atividades que me permitiram aumentar os conhecimentos nas áreas de marketing digital e nutrição. Trabalhar e aprender sobre uma área tão distante da área de formação base, como é o marketing digital, permitiu-me expandir as minhas competências e crescer de forma pessoal e profissional. Foi um privilégio contribuir com o meu conhecimento em nutrição para o sucesso da equipa e fazer parte de uma mudança tão importante na empresa.

Sinto-me privilegiada pelos meses que passei na empresa e estou confiante que a Nutrium vai ter um impacto imenso na saúde dos colaboradores pelo mundo. De forma geral, os objetivos do estágio foram cumpridos e este período foi imprescindível ao meu crescimento, como nutricionista e como pessoa.

Palavras-chave: Nutrium, Marketing Digital, Nutrição, Estágio Curricular.

ABSTRACT

This internship report aims to describe all the activities carried out during the internship period, within the scope of the Master's Dissertation curricular unit to obtain a Master's degree in Biotechnology and Innovation, by the Escola Superior de Biotecnologia, from Universidade Católica Portuguesa. My curricular internship was placed at Nutrium, where I had the opportunity to join the Marketing team.

During the internship period, the activities I did allowed me to increase my knowledge in the areas of digital marketing and nutrition. Working and learning about an area so different from the area of my degree, such as digital marketing, allowed me to expand my skills and grow personally and professionally. It was a privilege to contribute with my knowledge in nutrition to the team's success and to be part of such an important change in the company.

I feel blessed for the months I have spent with the company, and I am confident that Nutrium will have a huge impact on the health of employees around the world. In general, the goals of the internship were accomplished, and this time was essential for my growth, as a nutritionist and as a person.

Key words: Nutrium, Digital Marketing, Nutrition, Curricular Internship.

AGRADECIMENTOS

Em primeiro lugar, agradeço à minha família, em especial aos meus pais e aos meus irmãos, por acompanharem e me apoiarem com excelência em todas as etapas da minha vida. Sempre me motivaram para ser a melhor versão de mim mesma e alcançar os meus objetivos. Obrigada por todo o amor e que sejam sempre os mais presentes até ao fim. Agradeço também aos meus amigos, aos que estiveram perto de mim neste período e aos que estiveram longe, mas conseguirem estar presentes com o apoio que eu precisava.

À minha orientadora interna Professora Elisabete Pinto, agradeço pelo seu apoio, ajuda e disponibilidade ao longo destes meses e de todo o Mestrado. É uma inspiração trabalhar com profissionais que fazem tanto pela nutrição em Portugal e ainda contribuem para a formação de outros profissionais. Dada a minha situação extraordinária de entrada neste Mestrado apenas no 2º semestre, a Professora fez-me sempre sentir bem acolhida e em casa. Foi um gosto enorme ter ganho tanto na minha formação e a nível pessoal com a Professora.

Por fim, agradeço à Nutrium. Todos, sem exceção, acolheram-me de braços abertos e fizeram-me sentir a pessoa mais sortuda do mundo. É um privilégio trabalhar todos os dias com pessoas que me inspiram tanto e que são tão ambiciosas por este propósito de tornar a vida das pessoas mais saudável por todo o mundo. É um orgulho acompanhar o que a Nutrium tem alcançado, fazer parte desta jornada e ainda contribuir para uma missão tão nobre e que me diz tanto. Faço um agradecimento especial à equipa de marketing: José Alves, Inês Ribeiro, Francisca Ramos, Manuela Abreu, Laila Oliveira, Pedro Pereira e Patrícia Vale. Mudaram a minha vida de formas que não imaginam e a Nutrium não seria a mesma sem o vosso contributo tão individual e especial. Todo o apoio diário, conhecimento transmitido e carinho que me deram tornaram-me uma pessoa melhor e vou ser eternamente grata por tudo o que me proporcionaram.

ÍNDICE

i.	Resumo.....	2
ii.	Abstract.....	3
iii.	Agradecimentos.....	4
iv.	Lista de Figuras.....	6
v.	Lista de Abreviaturas.....	7
1.	Capítulo 1: Introdução.....	8
2.	Capítulo 2: Desenvolvimento	
i.	A Nutrium.....	9
ii.	Objetivos do estágio	
a.	Objetivos Gerais.....	11
b.	Objetivos específicos.....	12
iii.	Descrição do estágio	
a.	Caraterização do estágio: local, duração, orientação e contextualização.....	12
b.	Atividades desenvolvidas.....	14
c.	Reflexão crítica e trabalhos futuros.....	31
3.	Capítulo 3: Conclusões gerais.....	33
4.	Referências bibliográficas.....	34
5.	Apêndices.....	36
6.	Anexos.....	50

-Lista de Figuras

Figura 2.1: Software de nutrição Nutrium

Figura 2.2: Aplicação móvel Nutrium

Figura 2.3: Logotipo Nutrium Care

Figura 2.4: Blog do Nutrium na plataforma Ghost em português

Figura 2.5: Novo blog do Nutrium na plataforma WordPress em Inglês

Figura 2.6: Stand da Nutrium no XXI Congresso de Nutrição e Alimentação da APN

Figura 2.7: Presença na cerimónia Wellbeing Awards da Workwell

Figura 2.8: Página web do programa Nutrium Care

-Lista de Abreviaturas

APN: Associação Portuguesa de Nutrição

CRM: Customer Relationship Management

ICOR: Inquérito às Condições de Vida e Rendimento

SaaS: Software as a Service

SEM: Search Engine Marketing

SEO: Search Engine Optimization

WHO: World Health Organization

1. Capítulo 1: Introdução

A realização de um estágio curricular é imprescindível e totalmente diferenciadora na formação de um aluno. É o primeiro contato do estudante com o mercado de trabalho e permite colocar os conhecimentos adquiridos em prática, desenvolvendo capacidades de resiliência, adaptação e resposta a problemas. É uma mais-valia não só profissional, pela experiência na área e angariação de contatos, como também pessoal, pelo crescimento e capacidades que proporciona.

A 28 de janeiro de 2022 foi publicado o Ato do Nutricionista em Diário da República. Este define os atos profissionais e tem como objetivo garantir as boas práticas, a qualidade da prestação dos serviços e o cumprimento das expectativas dos cidadãos no que respeita ao trabalho realizado pelos nutricionistas portugueses. De acordo com o regulamento, o *“ato do nutricionista consiste nas atividades de avaliação, diagnóstico, prescrição, intervenção e monitorização alimentar e nutricional, bem como planeamento, implementação, gestão, comunicação, inovação, segurança e sustentabilidade alimentar e nutricional dirigida a pessoas, grupos, organizações ou comunidades. Constituem ainda ato do nutricionista, as atividades técnico-científicas de investigação, ensino, formação, educação, gestão e organização no âmbito da alimentação e nutrição.”* (Ordem dos Nutricionistas, 2022). Assim, o nutricionista é um profissional de saúde que pode atuar em várias áreas; desde a nutrição clínica, à nutrição comunitária e saúde pública, ensino, investigação científica, alimentação coletiva e até tecnologia alimentar. Para além destas áreas, cada vez mais se tem reconhecido a importância da área de marketing digital como área de atuação dos nutricionistas. É primordial haver uma participação ativa e consciente destes profissionais no âmbito da área de publicidade e marketing, garantindo a comunicação da informação com rigor e baseada em evidência científica.

Alinhando esta necessidade com a formação adquirida na cadeira de Gestão, Marketing e Empreendedorismo do Mestrado em Biotecnologia e Inovação, foi proposta a realização do estágio curricular, com duração de 6 meses, na equipa de marketing da empresa Nutrium.

O presente relatório de estágio tem como objetivo descrever e apresentar as atividades realizadas durante o período de estágio e ainda abordar a importância e necessidade de programas de bem-estar nas empresas, relacionando a baixa literacia nutricional em Portugal com os maus hábitos da população e ainda o estado de saúde a nível nacional.

2. Capítulo 2: Desenvolvimento

i. A Nutrium

A história da Nutrium teve origem durante a Licenciatura em Engenharia Informática na Universidade do Minho de André Santos, CEO e Co-Founder da empresa. Durante os estudos, o André procurou sempre melhorar a sua experiência e formação, através de atividades que promovessem a criatividade, resiliência e capacidade de liderança, como iniciativas voluntárias, participação em projetos e até desempenho de funções como engenheiro de software.

Ao mesmo tempo, o André lidava com excesso de peso e não sabia como podia melhorar os seus hábitos alimentares sem dietas restritivas e sem deixar de comer aquilo que gostava. Incentivado pela mãe, iniciou o acompanhamento com um nutricionista, mas não se identificou com a abordagem. Percebeu que um plano alimentar criado num papel não era suficiente para garantir o sucesso de um acompanhamento nutricional. A experiência marcou-o, e decidiu que queria ser parte da solução.

As competências adquiridas durante os estudos aliadas com a má experiência no acompanhamento nutricional, deram origem ao projeto de curso do André, chamado “NutriScriptum”. Depois de muitos meses de trabalho e conversas com vários nutricionistas, o projeto ganhou o prémio “Jovens Empreendedores SpinUM”. Com este sucesso, não podia ficar apenas pela universidade. Assim, o André e os colegas, Diogo Alves, Pedro Maia e Pedro Carneiro decidiram continuar o projeto e em 2015 nasceu a Nutrium.

A empresa criou um dos softwares de nutrição com maior crescimento no mundo e que já mudou a vida de mais 1.5 milhões de pacientes, contando com mais de 200 000 nutricionistas em mais de 40 países. O software de nutrição Nutrium (Figura 2.1) permite aos nutricionistas reforçarem e melhorarem o acompanhamento nutricional dos seus clientes. Tem como principal objetivo ajudar pessoas a criar hábitos de alimentação saudáveis e sustentáveis, garantindo o melhor acompanhamento nutricional dos profissionais de nutrição com apoio de tecnologia.

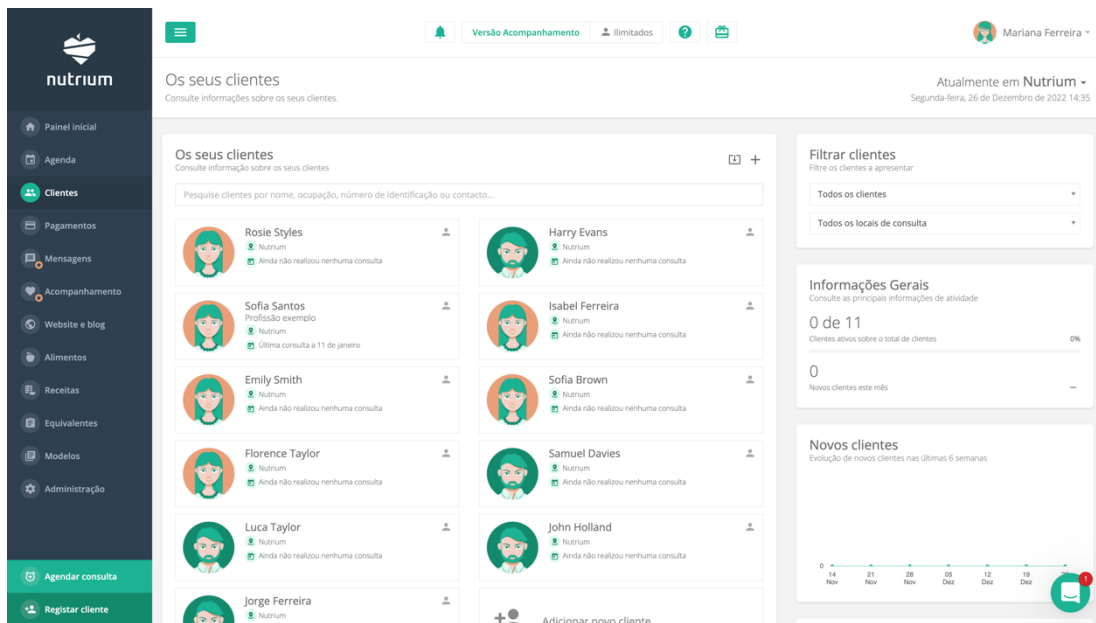


Figura 2.1: Software de nutrição Nutrium

Para além do software de nutrição, a Nutrium também desenvolveu uma aplicação móvel (Figura 2.2) para os pacientes que permite consultar o plano alimentar, registar o diário alimentar, exercício físico e ingestão de água e ainda comunicar diretamente com o nutricionista através de um chat disponível 24h por dia.



Figura 2.2: Aplicação móvel Nutrium

Desenvolvimento

Após anos de aprendizagem, desenvolvimento e expansão internacional, a startup portuguesa conquistou uma ronda de investimento de 4.25 milhões em 2020. Atualmente, a empresa tem vindo a crescer cada vez mais com a consolidação da sua presença internacional e o desenvolvimento do seu novo modelo de negócio de acompanhamento nutricional para empresas- Nutrium Care.

O Nutrium Care é um programa de nutrição para empresas que permite às organizações oferecerem acompanhamento nutricional a todos os colaboradores, em formato 100% digital. Além disso, também promove a literacia nutricional com *webinars*, *workshops*, atividades e *newsletters*, produzidos por nutricionistas. Todos os pacientes acompanhados por uma nutricionista do programa têm também acesso à aplicação móvel Nutrium, que permite estar mais próximo do nutricionista e aderir mais facilmente ao plano alimentar.

Este programa começou na própria Nutrium com o acompanhamento nutricional dos colaboradores e o sucesso foi notório. Desde diminuição do peso, a ganho de peso e até melhoria de problemas intestinais, o acompanhamento nutricional tem sido realmente diferenciador na qualidade de vida dos colaboradores da empresa, comprovando a importância deste tipo de programas. Desde o início de 2022, o programa Nutrium Care está presente em cerca de 13 empresas portuguesas e tem vindo a mudar a vida dos colaboradores pelo país.

O estágio curricular foi desempenhado na equipa de marketing. A equipa de marketing é responsável por desenvolver estratégias para atrair novos clientes, fortalecer a marca, comunicar com o público-alvo e vender um produto ou serviço. Os objetivos definidos vão de encontro às tarefas desenvolvidas neste departamento.

ii. Objetivos de estágio

O principal objetivo do estágio curricular foi integrar a equipa de marketing.

a) Objetivos gerais

Ao longo de 6 meses, foram desenvolvidos os seguintes objetivos gerais:

- Integrar uma equipa multidisciplinar;
- Adquirir noções de marketing digital;

Desenvolvimento

- Consolidar e aplicar os conhecimentos adquiridos nas unidades curriculares ao longo do Mestrado;
- Auxílio na resolução de problemas e desenvolver soluções para os mesmos;
- Adquirir novos conhecimentos e competências;
- Contatar com a realidade profissional, dando a conhecer as dinâmicas e responsabilidades que emprega;
- Aumentar o conhecimento científico, através de pesquisa bibliográfica sobre literacia nutricional.

b) Objetivos específicos

Para o bom desenvolvimento dos objetivos gerais, foram propostos os seguintes objetivos específicos:

- Implementar estratégias de marketing digital;
- Criar conteúdos para plataformas digitais de acordo com os interesses e necessidades do público-alvo;
- Desenvolver competências práticas em gestão de campanhas de publicidade online;
- Desenvolver estratégias de marketing digital em motores de pesquisa - SEO (*Search Engine Optimization*) e SEM (*Search Engine Marketing*);
- Criar e otimizar campanhas de email marketing;
- Utilizar ferramentas de análise de dados e sugerir melhorias e otimizações;
- Promover a literacia em alimentação e saúde, através da produção de materiais de educação alimentar;
- Desenvolver um estudo com o objetivo de avaliar a literacia nutricional antes e depois do programa de bem-estar Nutrium numa empresa portuguesa;
- Realizar pesquisa bibliográfica com o objetivo de relacionar a falta de literacia nutricional com a elevada prevalência de certas patologias na população.

iii. Descrição do estágio

a) Caracterização do estágio: local, duração, orientação e contextualização

O estágio curricular foi desenvolvido na empresa Nutrium e teve a duração de 6 meses, com início a 1 de fevereiro de 2022 e término a 1 de agosto de 2022, com uma

Desenvolvimento

carga horária de 40 horas semanais, no horário das 9 horas da manhã às 18h horas da tarde.

O estágio foi desenvolvido sob a orientação da Professora Doutora Elisabete Pinto e sobre a supervisão local de José Alves, líder da equipa de marketing da empresa.

A Nutrium tem cerca de 50 colaboradores e está dividida em várias equipas:

- *Management & Operations* - dedica-se à gestão da empresa;
- *Product & Engineering* - trabalha no desenvolvimento do software de nutrição e da aplicação móvel;
- *Business Development: SaaS (software as a service)* - apoia os clientes do software nos diferentes mercados e é responsável pela tradução de conteúdos nos vários idiomas;
- *Business Development: Corporate* - dedica-se à venda e desenvolvimento do programa Nutrium Care;
- *Nutrition* - trabalha no desenvolvimento de conteúdos científicos em nutrição e coordenam as atividades nas empresas do programa Nutrium Care;
- *Marketing & Growth* - desenvolve campanhas e ações de marketing para crescimento do software Nutrium e do programa Nutrium Care.

Durante a maior parte do período de estágio, a equipa de marketing foi constituída por cinco membros, dedicados a várias áreas de marketing como CRM (*customer relationship management*), *paid media* e *copywriting*, e ainda um membro dedicado ao design de todos os materiais da empresa. Pude trabalhar com todos os membros da equipa, exercendo tarefas nas várias áreas.

A função da equipa de marketing é promover o crescimento do software Nutrium e do programa Nutrium Care através de estratégias e campanhas de marketing, que permitam não só aumentar o conhecimento da marca Nutrium, como também converter consumidores em clientes. Desde 2015 que o produto principal da Nutrium foi o software de nutrição, sendo que todos os esforços da equipa de marketing se focavam especificamente nesse produto. Ao longo dos 6 meses de estágio e com o início do programa de nutrição para empresas, os esforços foram sendo divididos entre ações de

promoção destes dois produtos, pelo que foram desenvolvidas atividades muito diferentes consoante o público-alvo e o marketing dos diferentes produtos. Para o software de nutrição, o público-alvo são os nutricionistas e estudantes na área da nutrição em todo o mundo, com maior foco nos mercados com os idiomas português, português do Brasil, francês, italiano, alemão, inglês e espanhol. Para o Nutrium Care, o público-alvo das estratégias de marketing são os responsáveis de recursos humanos nas empresas e os decisores, como CEO's ou outras posições que possam decidir a implementação deste programa nas próprias empresas, com foco em Portugal, França, Espanha e Brasil. Assim, o trabalho ao longo destes 6 meses também mostra uma adaptação às estratégias da equipa e constante aprendizagem sobre o público-alvo a trabalhar. Com o avanço do programa Nutrium Care, este tornou-se a prioridade em ações de marketing, sendo que as atividades de promoção do software foram diminuindo.

b) Atividades desenvolvidas

- Adquirir noções de marketing digital

O marketing digital ou marketing online, pode ser definido como a aplicação de tecnologias digitais nas atividades do marketing com o objetivo de atingir uma maior rentabilidade e retenção de clientes. Envolve o reconhecimento da importância das estratégias digitais de forma a melhorar o conhecimento do cliente, a entrega da comunicação integrada específica e de serviços que coincidam com as suas necessidades particulares (Chaffey et al., 2009). Para promoção de um produto ou serviço online utilizam canais digitais como redes sociais, SEO, email marketing, entre outros.

- Formação Google Atelier Digital

Durante o estágio realizei o curso de Princípios do Marketing Digital da Google Atelier Digital (Anexo 1). Este curso foi constituído por 26 módulos, cerca de 40 horas de formação. Foram adquiridas várias competências:

- Análise de dados e estatísticas;
- Estratégia empresarial;
- Marketing de conteúdo;
- Publicidade de visualização;
- Comércio eletrónico;
- Email marketing;

Desenvolvimento

- SEM e SEO;
- Redes sociais;
- Otimização de páginas web.

Estas competências foram aplicadas e otimizadas durante o estágio. As restantes atividades desenvolvidas permitiram adquirir noções nas várias áreas de marketing digital, como passo a demonstrar.

- Implementar estratégias de marketing

Estratégias de marketing constituem um plano de ação desenhado para promover e vender um produto ou serviço, com o objetivo de converter clientes. Definir uma estratégia de marketing envolve vários passos: identificar os objetivos, conhecer o público-alvo, definir o *storytelling*, definir orçamento, escolher os canais de comunicação e analisar métricas para medir o sucesso (Paula *et al.*, 2019). Existem vários tipos de estratégias de marketing, mas todas seguem estes passos iniciais.

As estratégias de marketing podem ser divididas em duas grandes áreas: *inbound* marketing e *outbound* marketing. O objetivo do *inbound* marketing é atrair potenciais clientes para os produtos da empresa, através de conteúdos, atividades e relações. Neste tipo de estratégia de marketing desenvolvem-se atividades que façam o público-alvo chegar até uma empresa e tornar-se cliente. No *outbound* marketing, o objetivo é criar awareness, ou seja, conhecimento sobre o nosso produto, mas sem ser direcionado para um público-alvo em específico (Dakouan *et al.*, 2019). Estas estratégias de marketing refletem-se em várias atividades de marketing:

- Gestão da marca

Gestão da marca envolve a criação de uma marca e aprender a usar essa identidade para promover os seus princípios. Quando foi iniciado o estágio, o software Nutrium já tinha uma marca muito estabelecida e foram passados os ensinamentos sobre essa marca. No entanto, a marca Nutrium Care ainda não estava definida. No decorrer do estágio, em conjunto com a equipa de marketing, criámos a identidade visual e textual do produto Nutrium Care, nomeadamente o nome, logotipo (Figura 2.3), personalidade, tom de voz, missão, valores e persona. Participei ainda na elaboração de um guião e preparação do vídeo promocional do programa.



Figura 2.3: Logotipo Nutrium Care

- Marketing de redes sociais

O marketing de redes sociais tem como objetivo criar *awareness* sobre a marca e converter clientes (Paula *et al.*, 2019). Nesta estratégia de marketing é preciso identificar o público-alvo, estudar o seu comportamento nas redes sociais e criar conteúdo interessante para o seu consumo nas várias plataformas. Envolve planeamento, produção de conteúdo, interação com o público, publicidade paga, análise de métricas e otimização da estratégia.

Quando iniciei o estágio, a Nutrium já tinha uma estratégia de marketing nas plataformas Instagram, Facebook, Twitter e LinkedIn para o software de nutrição; sendo o público-alvo destes conteúdos os nutricionistas. Todos os meses era definido o calendário de conteúdos do mês seguinte, nomeadamente o *copy* (texto) da publicação e da descrição e planeamento do design. Semanalmente, as publicações eram agendadas nas plataformas Later e SEMRUSH. Diariamente era feita curadoria de redes sociais, com partilha de algumas notícias relevantes de nutrição e também interação com contas relevantes.

Fiquei responsável pela gestão semanal de todas as redes sociais desde o final de fevereiro até ao final do estágio. Também participei na elaboração do calendário de conteúdos e do copy de fevereiro a agosto. No total, publiquei 142 e planeei 135 publicações para o Instagram, Facebook e Twitter. Nos apêndices seguem alguns exemplos de publicações nestas redes sociais (Apêndices 1, 2 e 3).

A partir de maio foi alterada a estratégia de conteúdo do LinkedIn da Nutrium. Começaram a ser produzidos conteúdos para o público-alvo de recursos humanos e decisores de empresas, com o intuito de promover o programa Nutrium Care. Participei na definição desta estratégia em conjunto com a equipa de marketing. No total, planeie e

publiquei 38 publicações nesta rede social. Segue um exemplo de uma publicação nesta rede social nos apêndices (Apêndice 4).

Para além do conhecimento nas várias plataformas de redes sociais como Later, SEMRUSH, Facebook Creation Studio, Bitly e Planable, foi ainda necessária constante atualização e adaptação da estratégia de conteúdo às tendências, como a introdução dos vídeos em formato *Reels* na conta de Instagram. Esta adaptação exigiu atualização semanal de conhecimentos em redes sociais, com recurso a *webinars* e *newsletters*.

- Marketing de conteúdo

O objetivo do marketing de conteúdo é produzir conteúdo relevante para o público-alvo, como artigos de blog, e-books, publicações em redes sociais, etc.

A Nutrium desde 2017 construiu um blog de conteúdos para nutricionistas na plataforma Ghost em 7 idiomas (português, português do Brasil, inglês, espanhol, francês, italiano e alemão) (Figura 2.4). Todos os conteúdos foram escritos por nutricionistas ou especialistas de marketing e dividiam-se em conteúdos científicos de nutrição e marketing digital, funcionalidades do software, entrevistas e parcerias.

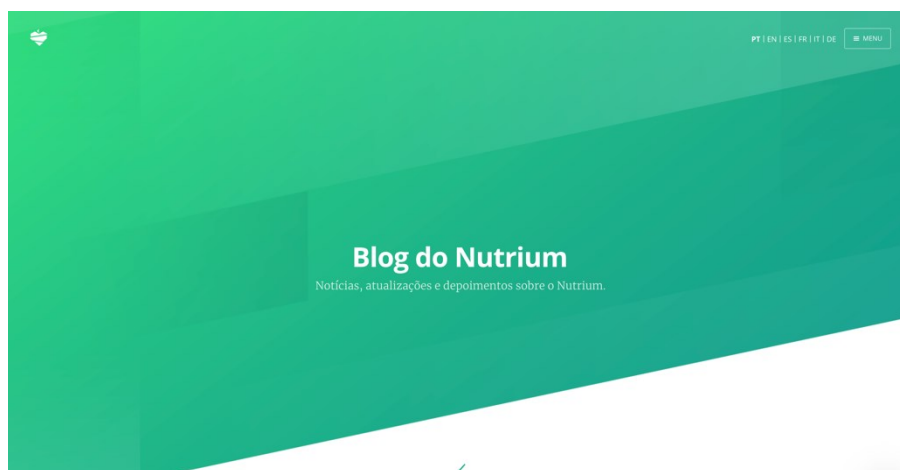


Figura 2.4: Blog do Nutrium na plataforma Ghost em português

Em fevereiro foi repensada a estrutura do blog, tendo sido alterada a plataforma de Ghost para WordPress (Figura 2.5). Começaram a ser publicados apenas artigos em inglês nesta plataforma e a publicação de artigos nos restantes idiomas foi interrompida. Participei no design do novo blog e migração dos artigos em inglês para o novo blog. Depois desta mudança, fiz a revisão de conteúdo, edição e publicação de 60 artigos no

Desenvolvimento

blog. Posteriormente, divulguei os mesmos através das redes sociais e emails. Segue nos apêndices um exemplo de uma comunicação por email dos artigos publicados no blog (Apêndice 5), um exemplo de um artigo do blog (Apêndice 6) e um exemplo da promoção de um artigo nas redes sociais (Apêndice 1).

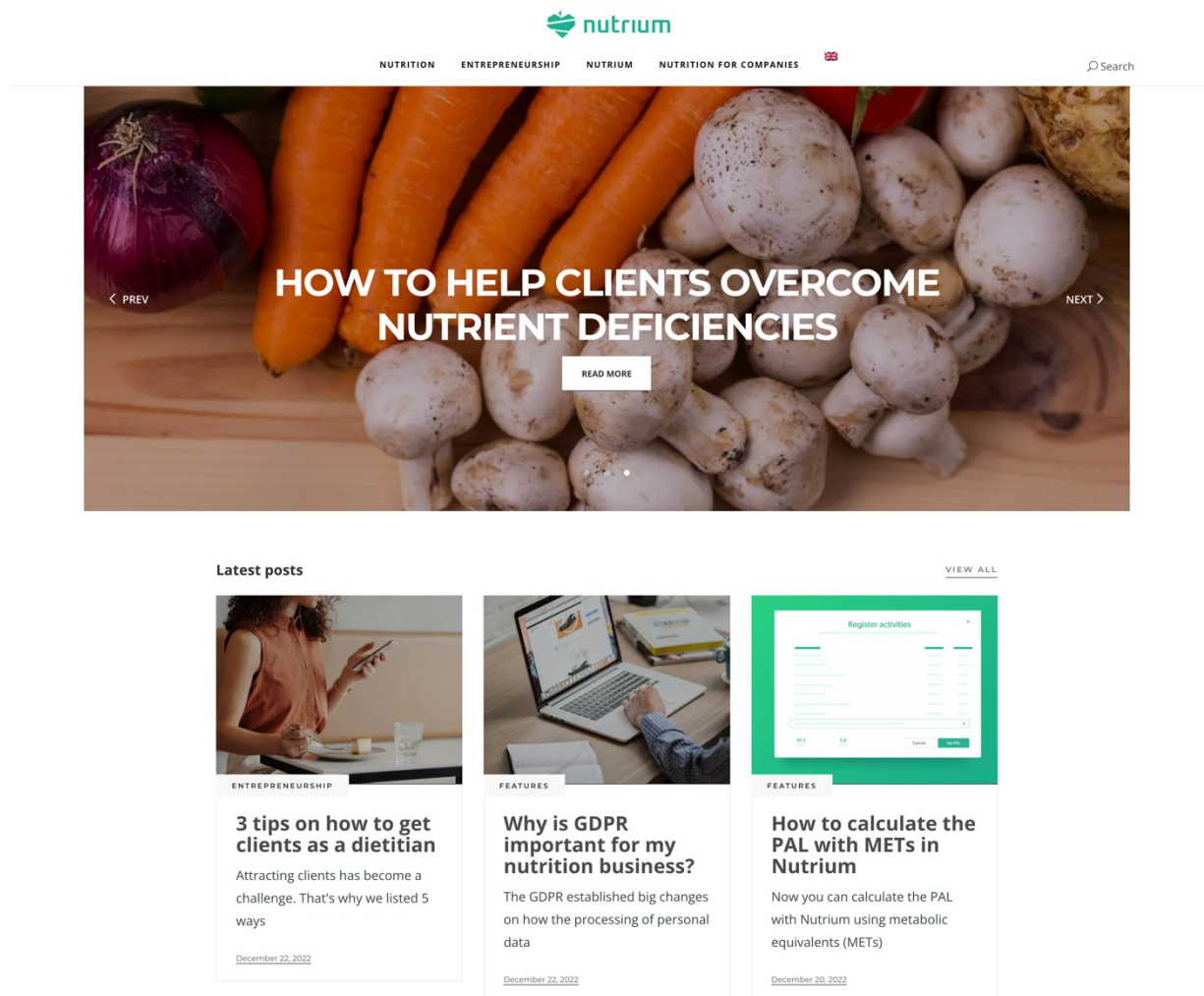


Figura 2.5: Novo blog do Nutrium na plataforma WordPress em inglês

Mais tarde, readaptou-se a estratégia e definiu-se um plano de tradução e novamente publicação de artigos nos restantes idiomas na antiga plataforma Ghost. Participei na elaboração e execução deste plano.

- Relações públicas

As relações públicas, ou *press release*, permitem utilizar canais de media para promover a nossa marca e cultivar uma perceção positiva da mesma.

Desenvolvimento

Durante o estágio, esta estratégia foi utilizada para promover o programa Nutrium Care. Realizei a escrita de dois artigos (Apêndices 7 e 8) e uma entrevista (Apêndice 9) para meios de comunicação em Portugal.

Com a expansão do programa para empresas para outros mercados, fiz um estudo de mercado de agências de media em Espanha, França e Brasil, para iniciar a divulgação do programa nestes países. Em França e no Brasil, foi proposta uma permuta de serviços com as duas agências, oferecendo Nutrium Care em troca de um acerto no orçamento dos serviços. As agências aceitaram esta proposta e assim foram fechadas as primeiras empresas com o programa em França e no Brasil. Participei diretamente em todo este processo.

- **Eventos**

O marketing de eventos é uma estratégia utilizada para promover uma marca, produto ou serviço com um envolvimento pessoal e em tempo real. Estes eventos podem ser online ou offline e os modelos de participação variam, de participantes a patrocinadores.

Para a promoção do software de nutrição, foram promovidos vários eventos durante o estágio. Em abril a Nutrium promoveu o evento Nutrium Talks, uma série de 4 *webinars* online com nutricionistas convidados, direcionado a nutricionistas portugueses. Para esta atividade, escrevi o *copy* para comunicação em redes sociais e imagens (Apêndice 10). No total o evento teve cerca de 452 inscrições. Também foi promovida uma demo para nutricionistas portugueses com o tema “Como ganhar tempo na primeira consulta” com uma nutricionista da Nutrium. A comunicação para este evento também foi feita por mim, tendo sido responsável pelo *copy* da comunicação em redes sociais e imagens. (Apêndice 11)

Ainda para promoção do software de nutrição, a Nutrium participou no XXI Congresso de Nutrição e Alimentação da APN (Associação Portuguesa de Nutrição) (Figura 2.6) como patrocinador. Este evento decorreu nos dias 26 e 27 de maio de 2022. Fiquei responsável pela divisão de tarefas entre as equipas de Marketing, *Business Development Saas* e Nutrição. Em conjunto com outros membros da equipa de marketing, fui responsável pelas seguintes tarefas antes do evento:

Desenvolvimento

- Sorteio de bilhetes para clientes (comunicação, partilha nas redes sociais e comunicação do vencedor);
- Material do kit do congresso. Em conjunto com 2 membros da equipa de marketing, pensámos, escrevemos o copy e criámos o material do kit congresso-uma raspadinha. Para este material também foram definidos e encomendados os prémios da raspadinha;
- *Photobooth* e polaroids. Encomendei um serviço de *photobooth* para um dia do congresso e fotografias em formato polaroids também para ter disponível no stand;
- Comunicações sobre o evento. Defini o *copy* dos emails e publicações de redes sociais antes, durante e após o evento;
- Definir apresentação da televisão. Construí uma apresentação sobre o software Nutrium para passar na televisão do stand durante o evento;
- Encomenda de brindes. Fiz a encomenda de todos os brindes que foram oferecidos no stand durante o evento, como cadernos, canetas, talheres e sacos de pano.

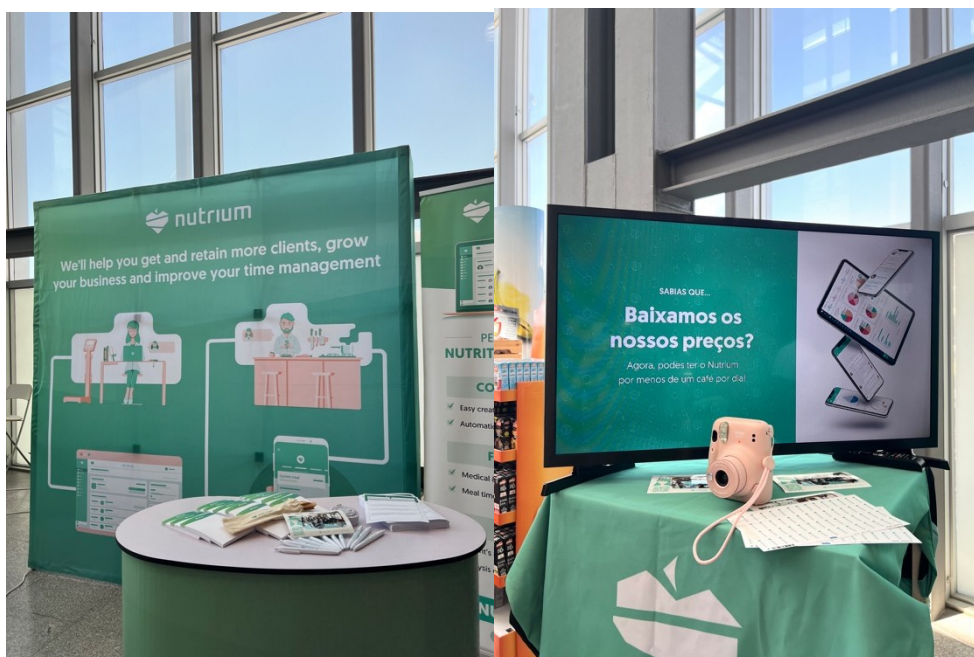


Figura 2.6: Stand da Nutrium no XXI Congresso de Nutrição e Alimentação da APN

Durante o evento fui responsável por toda a comunicação em redes sociais e por tirar fotografias com a máquina polaroid, para atração de pessoas ao stand. Após o evento, editei e publiquei mais materiais de divulgação nas redes sociais. Nos apêndices encontra-se uma publicação sobre o evento nas redes sociais (Apêndice 12).

Desenvolvimento

Para o programa Nutrium Care, fiz a pesquisa dos eventos importantes em Portugal na área de recursos humanos e benefícios para colaboradores, com o objetivo de a empresa começar a promover o programa nesta comunidade. Depois da pesquisa, contactei e reuni com algumas organizações para perceber os modelos de participação. Em Maio, participamos no primeiro evento dedicado a recursos humanos- Tech Hiring Conference promovido pela Landing Jobs. Neste evento a Nutrium participou como Main Sponsor, tendo uma apresentação no palco principal e um stand no espaço do *coffee break*. Fui responsável por toda a articulação com a organização e preparação da apresentação a passar num ecrã no stand. Durante e após o evento, promovi esta presença em comunicação nas redes sociais (Apêndice 13).

Em junho, fiz a candidatura da Nutrium aos prémios Wellbeing Awards, uma cerimónia dedicada a premiar e distinguir empresas com políticas “*people first*”, promovida pela Workwell. A Nutrium foi finalista na categoria Healthiest Company e recebemos um diploma de participação (Figura 2.7). Durante e após a cerimónia, fui responsável pela divulgação nas redes sociais.



Figura 2.7: Presença na cerimónia Wellbeing Awards da Workwell

Em julho, candidatei novamente a Nutrium a um prémio, na cerimónia Health Tech Challengers, promovida pela Kilo.Health. A Nutrium foi distinguida e ficou nos 10 finalistas na categoria “Workplace Wellness”. Fiquei responsável pela comunicação do

Desenvolvimento

evento (Apêndice 14). Durante o restante período de estágio, fui responsável por coordenar potenciais participações em eventos e participações futuras com as várias entidades.

- Marketing de cliente

O marketing de cliente tem como objetivo elevar a experiência do cliente e aumentar a retenção e crescimento. Tanto para o software de nutrição como para o programa Nutrium Care, são desenvolvidas várias atividades com este objetivo. Para além das atividades já descritas, noutros pontos deste relatório, também participei na oferta de uma caixa a colaboradores de empresas com o programa Nutrium Care. Para esta caixa, em conjunto com a equipa de nutrição, defini o número de colaboradores a receber esta oferta, assim como os materiais da caixa (sacos de pano, garrafas de água e infográfico) e construí um infográfico sobre medições, a ser abordado mais à frente no relatório. Também fiquei responsável pela encomenda dos materiais e montagem das caixas.

- Comunicações de novas funcionalidades

O software Nutrium integra a informação nutricional de alimentos de diversas marcas, para oferecer a base de alimentos mais completa do mercado. Desde fevereiro, os alimentos das marcas Celeiro, Reina, Cigala, Aldi, Grupo Bel, Sumol+Compal e Prozis e os suplementos da marca Nutricia juntaram-se ao software. Fiz a comunicação da integração das novas marcas, nomeadamente edição do artigo do blog sobre as mesmas (Apêndice 15), *copy* e envio de emails de divulgação (Apêndice 16) e *copy* e promoção nas redes sociais (Apêndice 17).

Para além da integração das marcas, também foram lançadas novas funcionalidades do software. Criei um plano de comunicação das novas ferramentas: planos alimentares e receitas modelo. Este plano envolveu edição e publicação de artigos científicos no blog (Apêndice 18), *copy* e envio de emails de divulgação (Apêndice 19) e *copy* e promoção nas redes sociais (Apêndice 20), assim como calendarização e articulação com a equipa de nutrição.

-Desenvolver competências práticas em gestão de campanhas de publicidade online

As campanhas de publicidade online, ou *paid media*, envolvem o impacto do público-alvo através de canais de comunicação pagos. A equipa de marketing promovia várias

Desenvolvimento

campanhas de media paga, tanto para o software de nutrição como para o programa de nutrição para empresas.

- Formação em *Paid Media*

Conseguí desenvolver noções básicas na plataforma Google Ads. Aprendi a fazer promoção diária e análise de métricas das publicações das redes sociais, definindo um público-alvo e orçamento diário, com o objetivo de promover o *awareness* da marca Nutrium.

Os anúncios em LinkedIn são uma ferramenta de marketing paga que permitem promover uma marca ou produto através de publicações patrocinadas e outros métodos na rede social. No âmbito da promoção de conhecimentos específicos nesta área, eu fiz 5 cursos na academia de cursos do LinkedIn:

- Curso “como usar a segmentação de anúncios do LinkedIn” - com a duração de 60 minutos;
- Curso “como usar o LinkedIn para geração de leads” - com a duração de 45 minutos;
- Curso “como usar o LinkedIn para gerar conhecimento da marca” - com a duração de 45 minutos;
- Curso “introdução ao LinkedIn ads” - com a duração de 60 minutos;
- Curso “relatório e análises para anúncios do LinkedIn” com a duração de 60 minutos.

O conhecimento adquirido ao longo destes cursos foi aplicado na estratégia de conteúdos do LinkedIn.

-Desenvolver estratégias de marketing digital em motores de pesquisa - SEO e SEM

SEO significa otimização de websites para os motores de busca. Envolve a aplicação de técnicas dentro de uma página específica para otimizar a sua visibilidade nos resultados orgânicos de diferentes motores de pesquisa (Paula *et al.*, 2019). Durante o estágio foram aplicadas técnicas de SEO na edição de artigos e construção de páginas.

Desenvolvimento

- Formação em SEO

Também foi dada à equipa de marketing uma formação específica em SEO, que permitiu não só consolidar as noções básicas já adquiridas, como também ganhar novos conhecimentos e aprender estratégias de implementação específicas para as páginas da Nutrium e análise de métricas. Esta formação foi constituída por 4 sessões práticas e 2 sessões de esclarecimento de dúvidas, perfazendo um total de 10h de formação nas seguintes áreas:

- Introdução ao SEO;
- Auditorias técnicas e implementação;
- Dados e métricas de sucesso;
- Processos e projetos de SEO.

SEM ou marketing para os mecanismos de busca, é uma estratégia que utiliza táticas pagas para ganhar visibilidade nos motores de busca (Paula *et al.*, 2019). Como já foi referido, desenvolvi noções básicas em SEM e *paid media*, assim como na plataforma Google Ads.

-Criar e otimizar campanhas de email marketing

O email marketing é uma estratégia de marketing direto, que consiste no envio de emails sobre produtos ou serviços, diretamente ao consumidor ou cliente. Permite alcançar diretamente milhares de potenciais clientes, a baixo custo em comparação com *paid media*. Este tipo de campanhas exige criatividade para atrair o recetor com uma boa experiência interativa e visual; para além do conteúdo de interesse. Para além do planeamento, é necessária uma análise profunda de métricas ao longo das campanhas.

- Campanhas de SaaS

No início do estágio, foram criadas várias campanhas de email marketing e atualizadas campanhas já existentes para promoção do software de nutrição. Participei na criação de uma campanha de *lead nurturing*, ou seja, campanha de emails para consumidores com conteúdo específico com o objetivo de ser tornarem clientes, aumentando a taxa de conversão (Apêndice 21).

Desenvolvimento

Para estas campanhas foi utilizada a plataforma Intercom. O Intercom é uma ferramenta utilizada para mostra quem é que utiliza o nosso produto ou site e facilita a comunicação pessoal com os clientes através de conteúdo e mensagens direcionadas ao comportamento (Intercom Help Center, 2022). Ou seja, um cliente tem características específicas e vai receber comunicação personalizada a estas características. Por exemplo, a partir desta plataforma podemos criar uma série de emails com conteúdo de nutrição e apenas disponibilizar para estudantes. Para a promoção do software, foi criada uma campanha com uma série de emails, enviados de forma automática ao longo do tempo, para todos os mercados. O conteúdo partilhado nestes emails foram artigos de nutrição do blog, e-books ou infográficos produzidos pela Nutrium ou algum tipo de oferta ou desconto na subscrição do software. Eu participei na montagem da campanha, na escrita dos emails e preparação dos materiais para envio.

No início do estágio, a Nutrium enviava uma *newsletter* mensal aos utilizadores, ativos e não ativos do software com as novas funcionalidades, artigos e materiais. Escrevi o email da *newsletter* do mês de fevereiro (Apêndice 22) e fiz a campanha para envio deste email na plataforma Intercom para todos os mercados.

Durante o estágio também foram feitas várias iterações de preço da subscrição do software Nutrium nos vários mercados. Acompanhei a elaboração destas campanhas e a análise de métricas e participei na escrita do *copy* de emails das campanhas.

-Utilizar ferramentas de análise de dados e sugerir melhorias e otimizações

- Testes do Optimize

A plataforma Optimize permite testar variações de páginas da web e verificar o desempenho delas em comparação com o objetivo especificado.

Durante o estágio realizei um estudo dos websites principais dos concorrentes do software de nutrição, com o intuito de sugerir melhorias para o website principal do software Nutrium. Foi organizado um documento *Excel* com toda a informação. Depois de discutidas as sugestões de otimização, organizei uma lista de testes e utilizei a plataforma Optimize para testar o desempenho de pequenas variações no website principal, como alteração de *copy* de títulos, subtítulos ou alteração de imagens nos vários

idiomas. Estes testes permitiram estudar qual versão levava a maior conversão, ou seja, mais registros no software. No total foram feitos 16 testes que permitiram otimizar o desempenho do website principal do software Nutrium.

- Melhorar o *onboarding*

Onboarding é o processo através do qual um novo membro é introduzido nas práticas de uma empresa, plataforma ou programa de fidelização (Paula et al., 2019). No software Nutrium, este um processo inicia-se no preenchimento do formulário de inscrição e segue até ao software com uma série de passos que permitem ao utilizador conhecê-lo melhor, como dicas no software ou tours para experimentar ferramentas. No início do estágio, registei-me no software Nutrium e analisei este processo a fundo, anotando melhorias a aplicar. Mais tarde foram aplicadas duas melhorias que permitiram facilitar o processo de inscrição de novos membros.

- Rever series recorrentes no Intercom

Na Nutrium temos várias séries de emails e conteúdos direcionados para diferentes audiências: clientes ativos, clientes inativos, clientes que deixaram de subscrever o software, clientes em período experimental, etc. Fui responsável por rever estas séries de emails recorrentes e corrigir erros como idiomas trocados ou erros de *copy* nos mercados inglês, português e português do Brasil.

- Construção do website Nutrium Care

Como a pesquisa de concorrentes do software de nutrição, também organizei uma pesquisa de websites de concorrentes do programa Nutrium Care. No início do estágio, a página única do programa ainda não estava desenvolvida. Por isso foi feito um estudo de mercado para analisar todos os concorrentes e sugerir uma estrutura para o website Nutrium Care. Para além da pesquisa de concorrentes, fiz pesquisa das plataformas de criação de websites, para encontrar a plataforma com as melhores funcionalidades para o website que pretendíamos. Na construção do website, apoiei a construção do *copy* da página e repliquei nos vários idiomas: inglês, francês, espanhol, italiano, alemão e português do Brasil (Figura 2.8). A análise de concorrentes permitiu não só construir ideias para o website do programa, como também estudar outros programas de saúde e bem-estar e entender as práticas e dinâmicas deles. Este conhecimento será aplicado em diversas tarefas futuras.



Figura 2.8: Página web do programa Nutrium Care. Disponível em: <https://nutrium.com/pt/care>

-Promover a literacia em alimentação e saúde, através da produção de materiais de educação alimentar

- Elaboração de newsletters com conteúdos de nutrição

Um dos principais objetivos do programa Nutrium Care é promover a literacia alimentar dos colaboradores das empresas através da partilha de conteúdo científico. Por isso desenvolvemos *newsletters* mensais (Apêndice 23). Criei as temáticas e fiz a pesquisa e produção de conteúdo das *newsletters* com os seguintes temas:

- “Como ler rótulos alimentares”;
- “Como preparar a marmita perfeita”;
- “Idas às compras”;
- “Alimentação vegetariana: será uma opção para mim?”;
- “Exercício físico: o ajudante incontornável”;
- “Olá alimentação saudável, adeus gripes e constipações”.

Estas *newsletters* foram enviadas aos responsáveis de recursos humanos de cada empresa cliente do programa e posteriormente enviada aos funcionários.

Desenvolvimento

- Infográfico de medições

Como falado anteriormente, foi desenvolvida uma caixa de ofertas aos colaboradores do programa Nutrium Care. Para essa caixa desenvolvi um infográfico sobre “como fazer medições corporais?” (Apêndice 24). Realizei a pesquisa e escrevi o *copy* deste material.

-Desenvolver um estudo com o objetivo de avaliar a literacia nutricional antes e depois do programa de bem-estar Nutrium numa empresa portuguesa

No decorrer do período de estágio não foi possível cumprir este objetivo específico do relatório. Durante estes meses o número de empresas que aderiu ao programa foi reduzido. Tendo em conta que é um programa e um tipo de benefício muito recente para os colaboradores, é difícil introduzir esta solução no mercado e chegar a muitas empresas, nesta fase inicial. Nas empresas em que conseguimos iniciar o programa, notámos grande resistência a atividades mais disruptivas e apenas nos foi possível comunicar com o responsável de RH e não diretamente com os colaboradores. Tendo em conta estas condicionantes, a fase tão embrionária do programa e a urgência em implementá-lo com a menor inércia possível nas empresas, acabei por não realizar este estudo durante o estágio.

No entanto, numa fase mais desenvolvida do programa e com mais empresas como clientes, será um estudo muito interessante que vou querer certamente desenvolver. Será importante não só avaliar a literacia alimentar como também as mudanças do estado nutricional e relacionar a mudança dos hábitos alimentares com a melhoria das condições de saúde de uma empresa.

-Realizar pesquisa bibliográfica com o objetivo de relacionar a falta de literacia nutricional com a elevada prevalência de certas patologias na população

O conceito isolado de literacia representa a capacidade de compreender, processar, assimilar e aplicar a informação à qual se tem acesso, permitindo otimizar a utilização de competências individuais, que se refletem em níveis distintos de literacia na população (Torres e Real, 2021).

A literatura atual refere que a Literacia Nutricional centra-se nas capacidades para compreender informações relacionadas com nutrientes, enquanto que a Literacia Alimentar constitui um conceito mais holístico, capaz de abordar todos os conhecimentos e competências necessários para escolhas alimentares e comportamentos mais saudáveis. Mas embora estes termos sejam amplamente utilizados, não existe um consenso entre os diferentes autores relativamente à sua definição e aos seus domínios. Para a pesquisa da temática em questão, foram utilizados ambos os termos (Torres e Real, 2021).

Atualmente em Portugal não existem ferramentas de avaliação destes dois conceitos suficientemente abrangente e dinâmicas, capazes de avaliar toda a envolvimento da literacia alimentar e nutricional na população portuguesa de forma mensurável, precisa e exata (Torres e Real, 2021). Pelo que não existem dados que permitam concluir o estado da literacia alimentar e nutricional em Portugal. No entanto estes conceitos podem ser comparáveis à Literacia em Saúde a nível nacional.

Literacia em Saúde, segundo a World Health Organization (WHO) significa “O grau em que os indivíduos têm a capacidade de obter, processar e entender as informações básicas de saúde para utilizarem os serviços e tomarem decisões adequadas de saúde.” (Freitas, Costa, Santos, & Arriaga, 2019). Em Portugal, dados do Health Literacy Population Survey Project 2019-2021 – pesquisa que mediu a literacia em saúde em 17 países da região europeia da WHO, revela que apenas 65% da população portuguesa tem um nível suficiente de literacia em saúde, 22% apresentam um nível problemático e 7,5% um nível inadequado (Arriaga *et al.*, 2022).

Para além destes dados sobre Literacia em Saúde, podemos ainda relacionar com os dados sobre os hábitos alimentares da população portuguesa. O Inquérito Alimentar Nacional e de Atividade Física 2015-2016 sobre o consumo alimentar a nível nacional, mostra que 53% da população portuguesa não cumpre as recomendações preconizadas pela WHO para um consumo diário de pelo menos 400 g/dia de fruta e produtos hortícolas. Também se concluiu que produtos alimentares como bolos, doces, bolachas, snacks salgados, pizzas, refrigerantes, néctares e bebidas alcoólicas, representam cerca de 21% do consumo total. E ainda o consumo elevado de refrigerantes e/ou néctares é uma realidade, em que o seu consumo diário alcança, em média, os 161g/dia (Lopes *et al.*, 2017).

Posteriormente, o estudo REACT- COVID de 2020, concluiu que a pandemia contribuiu para a alteração dos hábitos alimentares de uma parte significativa da população nacional. Quase metade da população inquirida (45,1%) reportou ter mudado os seus hábitos alimentares durante este período e 41,8% tem a perceção de que mudou para pior. De entre as várias alterações nos hábitos alimentares provocadas pela pandemia, identificou-se um padrão alimentar menos saudável, com aumento do consumo de snacks salgados, refeições pré-preparadas, refrigerantes e *take-away* e, por oposição, por uma diminuição do consumo de fruta e hortícolas (PNPAS, 2022).

Estes dados podem ser comparados com os dados de saúde nacionais nos mesmo anos. O relatório “Estatísticas de Saúde - 2020”, publicado em 2022 pelo Instituto Nacional de Estatística, mostrou que em 2021, 43,9% da população com 16 ou mais anos referia ter uma doença crónica ou problema de saúde prolongado, mais 0,7 p.p. do que em 2020 (43,2%) e mais 2,7 p.p. do que em 2019 (41,2%). O indicador de morbilidade crónica da população com 16 ou mais anos registou um aumento pelo segundo ano consecutivo em 2021, atingindo o valor mais elevado dos últimos seis anos em ambos os sexos. De acordo com os resultados do Inquérito às Condições de Vida e Rendimento (ICOR) realizado em 2021, 50,2% da população com 16 ou mais anos avaliava como bom ou muito bom o seu estado de saúde. Sobre a saúde mental, ainda de acordo com os resultados do ICOR de 2021, 26,6% da população com 16 ou mais anos reportou ter sentido um efeito negativo da pandemia COVID-19 sobre a saúde mental (Instituto Nacional de Estatística, 2020).

Olhando também para o WHO European Regional Obesity Report de 2022, em Portugal, vemos que a maioria dos adultos vive com excesso de peso ou obesidade, ao todo cerca de 57,5%. Destes, 20,8% dos adultos tem obesidade. No relatório, estima-se que o excesso de peso e obesidade causem mais de 1,2 milhões de morte anualmente e estão entre os principais fatores de risco para a perda da qualidade de vida (WHO, 2022).

Em resumo, não existem ferramentas suficientemente abrangentes que permitam estudar a literacia alimentar e nutricional em Portugal. No entanto, podemos ver um padrão de insuficiente literacia em saúde, aliada a hábitos alimentares inadequados e consequente estado de saúde agravado a nível nacional. É urgente reduzir a prevalência

destas patologias e investir na prevenção e promoção da saúde, realçando a importância de promoção de literacia alimentar da população para a realização de melhores escolhas alimentares, uma maior compreensão dos alimentos e da sua distribuição da melhor forma ao longo do dia, a implementação de partilha de conhecimento em segurança alimentar e nutrição e a adoção de hábitos alimentares mais saudáveis.

Para além destes temas, ao longo do estágio, foi realizada muita pesquisa bibliográfica sobre a área de *corporate wellness* e sobre o impacto que a nutrição tem na vida dos colaboradores e das empresas. Não só na comunicação, como também no website e na apresentação que é feita às empresas do programa, são mostrados estudos que relacionam a baixa produtividade, absentismo e o aumento dos encargos de saúde com maus hábitos alimentares.

A nutrição é uma área de saúde e bem-estar que pode ser imediatamente associada às empresas, mas que pode ter um grande impacto no bem-estar dos colaboradores e da própria empresa. Uma alimentação pouco saudável, como descrito, está associada ao aumento do risco de várias doenças crónicas, como obesidade, doenças cardiovasculares, colesterol elevado, diabetes, hipertensão, entre outros. Ao mesmo tempo, aumenta o risco de baixa produtividade, eficácia e motivação no dia a dia. A maioria das pessoas passa cerca de 8 horas por dia no trabalho sentadas. Por isso apostar na promoção da saúde e da literacia nutricional e alimentar nos locais de trabalho é primordial e urgente, como medida de saúde pública e como promoção da saúde das empresas e dos seus colaboradores.

iv. Reflexão crítica e trabalhos futuros

Com este estágio tive a oportunidade de integrar uma equipa numa área muito diferente da minha área de formação base, que me permitiu crescer muito de forma profissional e pessoal e ainda contribuir com conhecimento em nutrição para a equipa. Para além das várias competências em marketing digital, desenvolvi capacidades em resiliência, resposta a problemas, comunicação, organização, pesquisa bibliográfica, criatividade, disciplina, responsabilidade, trabalho em equipa e autonomia.

Foi uma oportunidade excelente para acompanhar não só o trabalho por detrás do sucesso do software de nutrição Nutrium, que já me era tão familiar, como estar a

Desenvolvimento

descobrir e a conquistar o mundo do *corporate wellness* em conjunto com uma equipa incrível. É uma inspiração trabalhar num projeto que já está a mudar a vida de tantas pessoas a nível nacional e que promete tornar o mundo mais saudável. A motivação, trabalho e criatividade de todos os membros da Nutrium inspiraram-me todos os dias a lutar por contribuir para esta causa e dar o meu melhor contributo com conhecimento e trabalho.

Gostaria de salientar que tive a excelente oportunidade de exercer as minhas funções autonomamente, mas sempre com o apoio da equipa, quando precisava. Destaco ainda as relações interpessoais que construí, não só com a minha equipa como com os restantes membros da empresa. Na Nutrium somos como família e tratados de igual forma qualquer que seja a nossa posição na empresa. Todo este respeito e carinho fizeram-me crescer e desenvolver autoconfiança, sentido crítico e autonomia.

Para além da experiência na empresa, quero destacar o apoio da minha orientadora. Deu-me força para continuar nos momentos mais difíceis e esteve sempre disponível para prestar-me toda a ajuda necessária.

Relativamente a pontos menos positivos tenho a referir o incumprimento de um objetivo específico do estágio. No entanto, será um trabalho futuro que vou querer desenvolver em condições ótimas, com várias empresas e com uma amostra maior que dê credibilidade aos resultados. Aplicar este estudo a que me propus nesta fase inicial podia comprometer a retenção da empresa e não teria resultados de uma amostra representativa, pelo que considero que a decisão de não fazer este estudo, nesta fase, foi acertada. No futuro também vou querer desenvolver mais estudos que relacionem o impacto da mudança de hábitos alimentares na saúde dos colaboradores e consequente saúde das empresas. É muito importante para a Nutrium conseguir provar que é imprescindível ter um nutricionista nos locais de trabalho e acessível a todos. Um acompanhamento personalizado é essencial a uma vida saudável, quais quer que sejam as condições ou problemas de saúde de um indivíduo. Programas de benefícios para colaboradores que visam melhorar a saúde e bem-estar têm de se tornar a prioridade das empresas em todo o mundo.

3. Capítulo 3: Conclusões gerais

O Estágio Curricular na Nutrium foi uma excelente experiência que permitiu contatar pela primeira vez com o mercado de trabalho e mais em profundidade com a área de Marketing Digital. Senti uma grande evolução a nível pessoal e pude desenvolver competências a nível de autonomia, comunicação, adaptação, resiliência e autoconfiança. Este estágio permitiu também aplicar os conhecimentos adquiridos ao longo da Licenciatura em Ciências da Nutrição e do Mestrado em Biotecnologia e Inovação. Foi uma experiência muito marcante a nível pessoal e profissional.

O local de estágio foi decisivo para a minha aprendizagem porque me permitiu desenvolver conhecimentos numa área nova e mesmo assim contribuir de forma única com o conhecimento em nutrição numa equipa que previamente não tinha este apoio tão essencial, sendo um dos principais público-alvo da Nutrium os nutricionistas. A minha orientadora, a Professora Elisabete Pinto, e o meu coorientador José Alves, também foram incansáveis e mostraram-se sempre disponíveis para esclarecer as minhas questões.

É possível concluir que os objetivos gerais e específicos estabelecidos foram, de modo geral, cumpridos durante o estágio curricular. Todo o conhecimento adquirido motivou-me para querer saber sempre mais e procurar ser melhor profissional. A aprendizagem e a atualização de conhecimentos devem ser constantes e são imprescindíveis para um excelente futuro nesta profissão.

Concluindo, pela experiência de trabalhar numa equipa multidisciplinar de uma área diferente de formação e por todo o conhecimento e competências adquiridas, considero que este estágio foi diferenciador e enriquecedor do meu percurso académico, profissional e pessoal.

4. Referências bibliográficas

Arriaga, M.; Francisco, R.; Nogueira, P.; Oliveira, J.; Silva, C.; Câmara, G.; Sørensen, K.; Dietscher, C.; Costa, A. (2022) Health Literacy in Portugal: Results of the Health Literacy Population Survey Project 2019–2021. *International Journal of Environmental Research and Public Health*, **19**(7): 4225. <https://doi.org/10.3390/ijerph19074225>

Chaffey, D., Ellis-Chadwick, F., Mayer, R., & Johnston, K. (2009). *Internet Marketing Strategy. Implementation and Practice*. 4ª Edição, Financial Times/Prentice Hall, Edimburg.

Dakouan, C. and Benabdelouahed, R. and Anabir, H. (2018). *Inbound Marketing vs. Outbound Marketing: Independent or Complementary Strategies*. *Expert Journal of Marketing*, **7**(1): 1-6.

Instituto Nacional de Estatística, IP. (2020) *Estatísticas da Saúde: 2020*. Acedido em 3, dezembro, 2022, em: https://www.ine.pt/xportal/xmain?xpid=INE&xpgid=ine_publicacoes&PUBLICACOE_Spub_boui=436989156&PUBLICACOESmodo=2

Intercom Help Center, (2022). *What is Intercom?* Acedido em 10, dezembro, 2022, em: <https://www.intercom.com/help/en/articles/294-what-is-intercom>

Lopes, C., Torres, D., Oliveira, A., Severo, M., Alarcão, V., Guiomar, S., Mota, J., Teixeira, P., Rodrigues, S., Lobato, L., Magalhães, V., Correia, D., Carvalho, C., Pizarro, A., Marques, A., Vilela, S., Oliveira, L., Nicola, P., Soares, S., Ramos, E. (2017). *Inquérito Alimentar Nacional e de Atividade Física, IAN-AF 2015-2016: Relatório de resultados*. Acedido em 1, dezembro, 2022, em: https://ian-af.up.pt/sites/default/files/IAN-AF%20Relat%C3%B3rio%20Resultados_0.pdf

Ordem dos Nutricionistas. (2022). *Regulamento n.º 89/2022, de 28 de janeiro*. Acedido em: 10, novembro, 2022, em: <https://dre.pt/dre/detalhe/regulamento/89-2022-178348790>

Freitas, G., Costa, A., Santos, B. & Arriaga, M. (2019). *Manual de Boas Práticas Literacia em Saúde - Capacitação dos Profissionais de Saúde*. Direção-Geral da Saúde. Acedido em 5, novembro, 2022, em: <https://www.chuc.min->

Referências bibliográficas

saude.pt/media/literaciasaude/manual-de-boas-praticas-literacia-em-saude-capacitacao-dos-profissionais-de-saude-pdf.pdf

Paula, A., Zeferino, A., Carvalho, F., Gouveia, M., Faustino, P., Coutinho, V. (2019). *Marketing Digital para Empresas - Guia Prático para Aumento das Vendas na Internet*. 2ª Edição, Perfil Criativo. Lisboa.

PNPAS. (2020). REACT-COVID. Inquérito Sobre Alimentação e Atividade Física em contexto de contensão social. Acedido em 22, novembro, 2022, em: https://alimentacaosaudavel.dgs.pt/activeapp2020/wp-content/uploads/2021/01/REACTCOVID_Survey_Retificado.pdf

Torres, R., Real, H. (2021). Literacia nutricional e literacia alimentar: uma revisão narrativa sobre definição, domínios e ferramentas de avaliação. Acedido em: 20, outubro, 2022, em: https://actaportuguesadenutricao.pt/wp-content/uploads/2021/05/11_ARTIGO-REVISAO.pdf

WHO. (2022). WHO European Regional Obesity Report 2022. Acedido em 24, novembro, 2022, em: <https://apps.who.int/iris/bitstream/handle/10665/353747/9789289057738-eng.pdf>

5. Apêndices

Apêndice 1

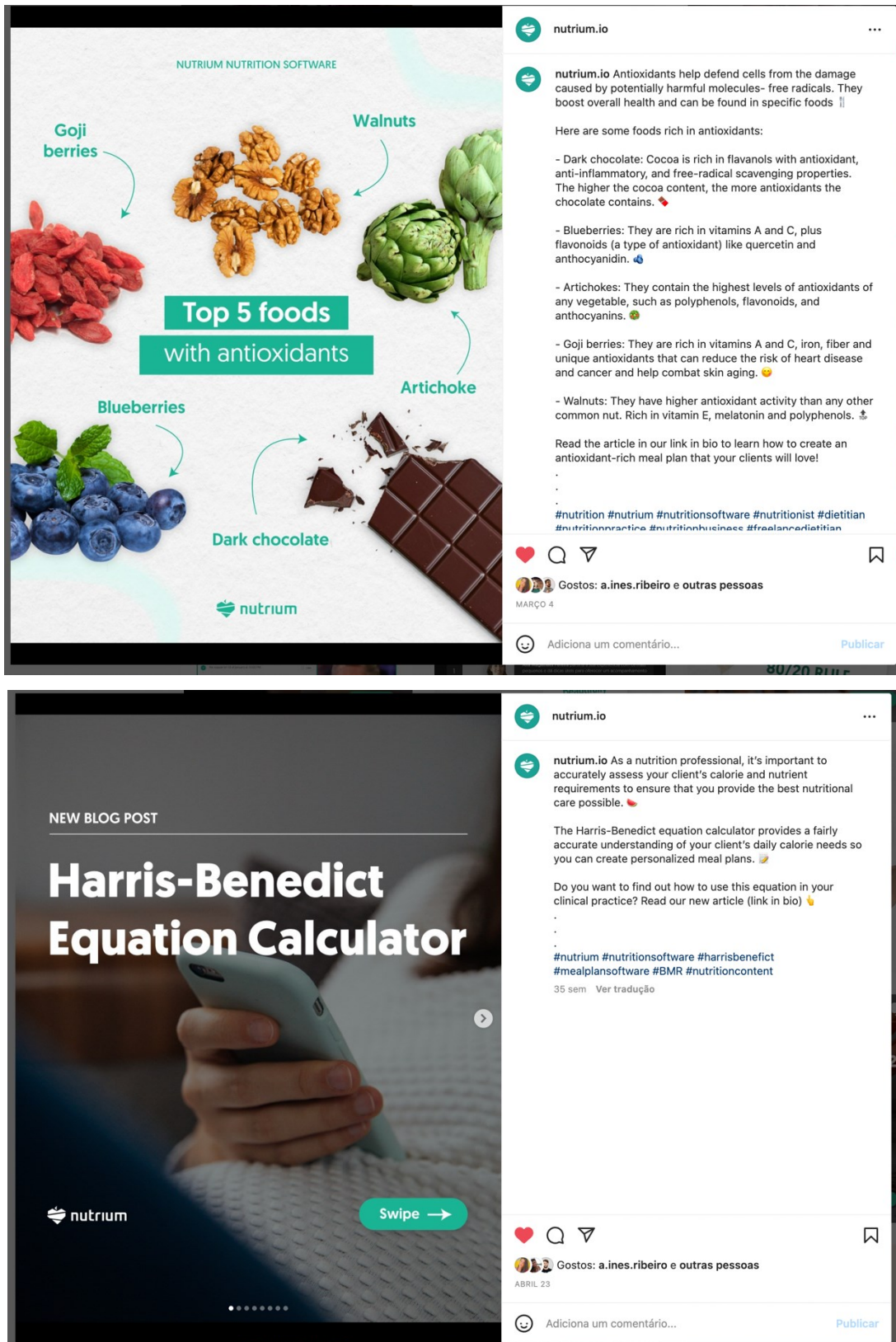


Figura 5.1: Exemplos de publicações na rede social Instagram

Apêndice 2

Nutrium
Published by Mariana Ferreira · February 9 ·

Snacking just got a bit easier with the new food brand added to Nutrium!
Now it's possible to check the nutritional information and recommend in clients' meal plans products from the **Santiveri** brand!

Check [nutrium.com](https://blog.nutrium.com/.../informacion-nutricional.../) to add these foods to your clients' meal plans or check the blog to know what foods have been added.
<https://blog.nutrium.com/.../informacion-nutricional.../>

NUTRIUM NUTRITION SOFTWARE

Food under the microscope

100g of Santiveri buckwheat and wholegrain toasts

Global analysis per 100g
Energy, macronutrients and fiber distribution

Energy 359kcal

2g Fat, 75g Carbohydrate, 10g Protein, 0g Fiber

Global analysis per 100g
Energy, macronutrients and fiber distribution

Energy 375kcal

7g Fat, 57g Carbohydrate, 15g Protein, 15g Fiber

nutrium

Figura 5.2: Exemplo de publicação na rede social Facebook

Apêndice 3

Nutrium @NutriumIO · 6 de jun

Teaching portion control: still one of the biggest challenges of a nutrition professional! 🤔

NUTRIUM NUTRITION SOFTWARE

When you tell your clients they can have one slice of pizza.

nutrium

3

Figura 5.3: Exemplo de publicação na rede social Twitter

Apêndice 4

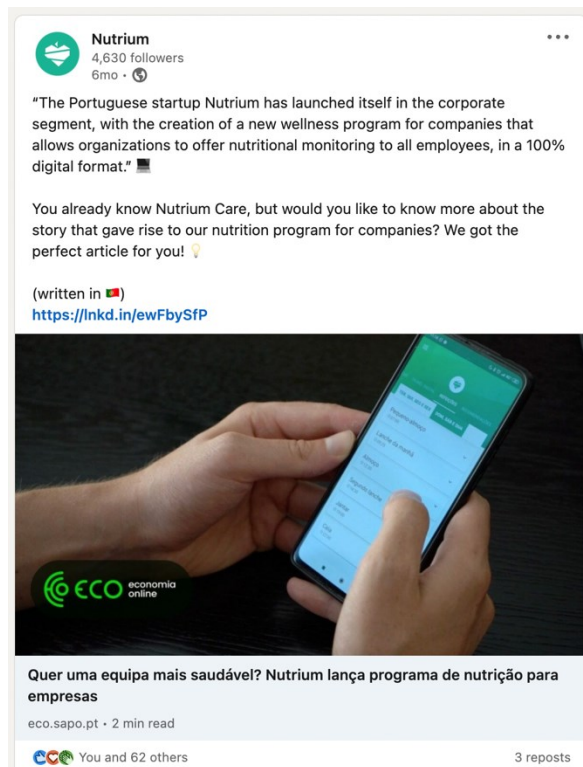


Figura 5.4: Exemplo de publicação na rede social LinkedIn

Apêndice 5

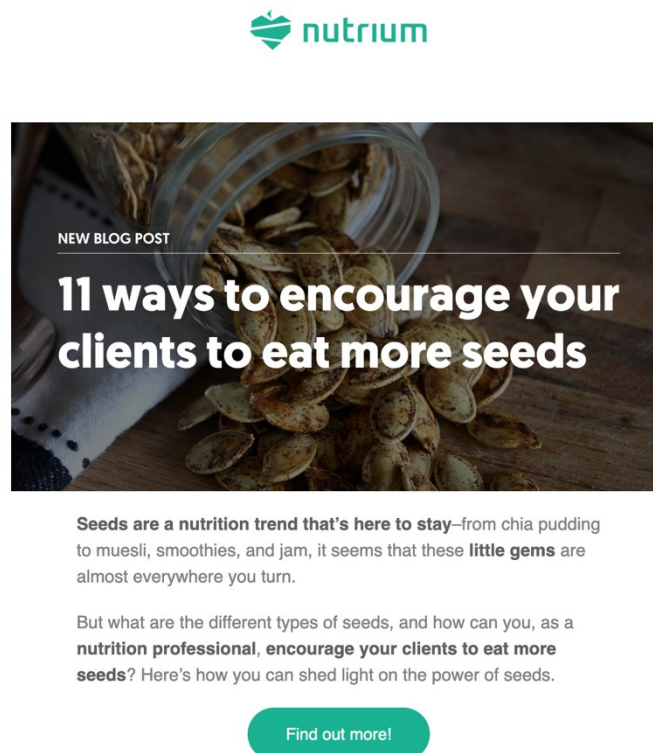


Figura 5.5: Exemplo de email enviado para comunicação dos artigos do blog

Apêndice 6

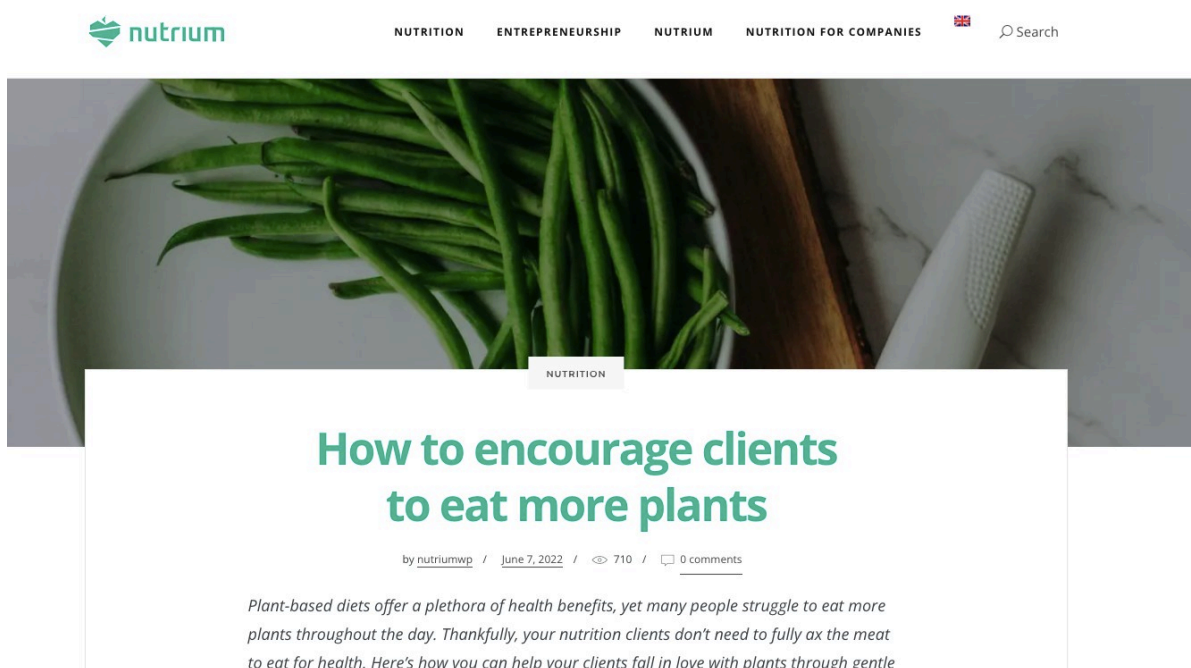


Figura 5.6: Exemplo de um artigo do blog Nutrium. Disponível em: <https://nutrium.com/blog/how-to-encourage-clients-to-eat-more-plants/>

Apêndice 7

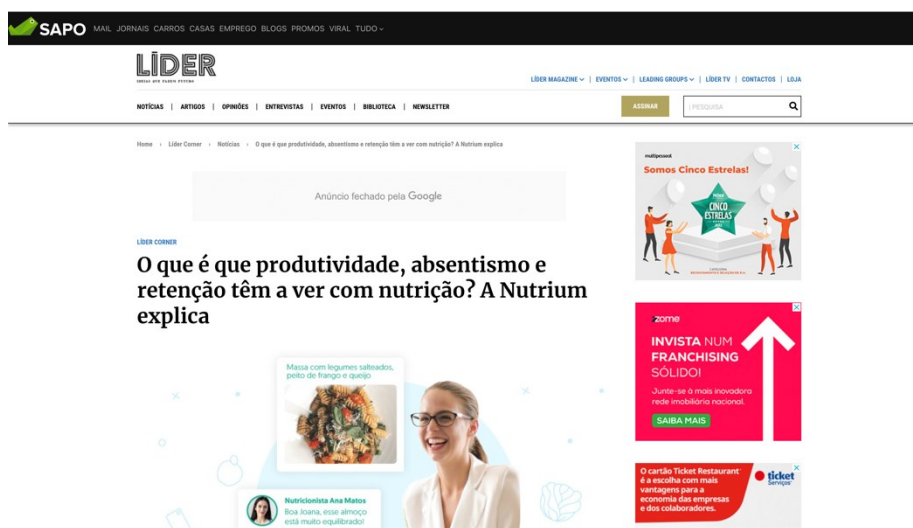
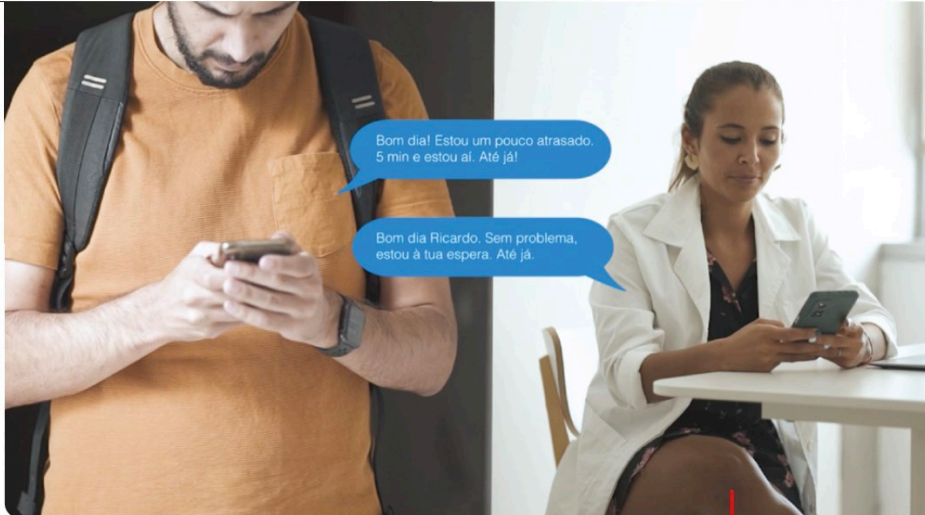


Figura 5.7: Artigo “O que é que a produtividade, absentismo e retenção têm a ver com nutrição? A Nutrium explica”. Disponível em: <https://lidermagazine.sapo.pt/o-que-e-que-produtividade-absentismo-e-retencao-tem-a-ver-com-nutricao-a-nutrium-explica/>



Wellbeing

POR
André Santos
CEO & Co-founder da Nutrium



Bom dia! Estou um pouco atrasado. 5 min e estou aí. Até já!

Bom dia Ricardo. Sem problema, estou à tua espera. Até já.

Mensagens diretas na app do Nutrium

A SAÚDE DOS COLABORADORES É A SAÚDE DAS EMPRESAS

Todos os dias procuramos soluções mais inclusivas e completas para motivar os colaboradores das empresas onde trabalhamos, para que haja uma maior capacidade de atração e retenção de talento e uma maior satisfação no trabalho.



Um dos pilares incontornáveis de qualquer profissional de Recursos Humanos nos dias de hoje é o dos benefícios para colaboradores. Se antes um bom salário era a principal razão para um colaborador escolher ou se manter numa empresa, hoje já não é bem assim.

As novas gerações procuram maior qualidade de vida, maior autonomia, e uma maior aposta no seu bem-estar.

Segundo um estudo do Center for Disease Control and Prevention (CDC), mais de 75% dos colaboradores que têm benefícios relacionados com a saúde demonstram elevada satisfação no trabalho. E, atualmente, seis em cada 10 trabalhadores indicam a oferta de benefícios relacionados com o bem-estar como uma prioridade durante a procura de trabalho (dados do Bureau of Labor Statistics). Olhando para os dados, é inevitável chegarmos à conclusão de

que cada vez mais se valoriza o corporate wellness como fator de produtividade e retenção de talento.

Quando existe uma aposta em programas de benefícios de saúde, tende a haver uma redução do absentismo laboral e um decréscimo dos custos associados à saúde, como prémios de seguros ou despesas com alimentação. Imaginemos uma equipa de 50 pessoas a ganhar o salário médio em Portugal. Esta equipa vai perder, em média, mais 150.000 euros anuais devido a hábitos alimentares inadequados, e a sua produtividade pode ser afetada em até 20% como resultado de uma má alimentação.

Olhando para estes números, torna-se claro que a oferta de benefícios relacionados com a alimentação saudável pode ser uma boa aposta para

qualquer empresa que queira melhorar a qualidade de vida dos seus colaboradores. Especialmente quando associamos estes dados a alguma informação sobre o excesso de peso em Portugal, que nos indica que quase 70% da população adulta portuguesa apresenta excesso de peso ou obesidade. Os maus hábitos alimentares, sedentarismo, stress e hábitos de sono inadequados têm um grande impacto nesta prevalência. No nosso país, os maus hábitos alimentares são um dos cinco fatores de risco que mais contribuem para a perda de anos de vida.

Tendo em conta que passamos, em média, cerca de um terço do dia a trabalhar, a promoção da saúde e de hábitos alimentares saudáveis assume um papel cada vez mais importante no contexto laboral. As intervenções nos locais de trabalho podem auxiliar na melhoria da saúde nutricional, do bem-estar e da qualidade de vida da população. Mais do que o sucesso de uma empresa, estas medidas vão impactar de forma positiva a saúde pública.

Mais do que moda, o corporate wellness é uma necessidade. Um consumo alimentar adequado e a consequente melhoria do estado nutricional dos colaboradores tem um impacto direto na prevenção e controlo das doenças mais prevalentes a nível nacional. Assim, as intervenções nos locais de trabalho podem auxiliar na melhoria da saúde nutricional, do bem-estar e da qualidade de vida da população, para além de reduzirem o absentismo e turnover.



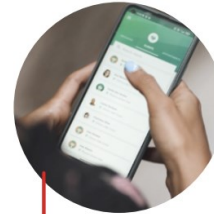
André Santos
CEO & Co-founder da Nutrium

As empresas devem procurar iniciativas que promovam a avaliação da saúde nutricional dos colaboradores, a atuação clínica na doença e a capacitação para escolhas alimentares mais saudáveis, através de atividades de educação alimentar e nutricional no contexto laboral. Com os avanços tecnológicos, tudo isto é possível, adaptando estas intervenções à realidade de cada empresa e com mínima alteração nas atividades laborais diárias. Tanto as sessões de educa-

ção alimentar como o acompanhamento nutricional dos colaboradores podem ser realizados em formato online, não havendo prejuízo na interação com o profissional de nutrição.

Para garantir estas condições excecionais de acompanhamento dos colaboradores, a tecnologia surge como forte aliada em ferramentas como aplicações móveis de fácil acesso. A app do programa Nutrium Care, por exemplo, permite não só comunicar com o nutricionista a qualquer altura, mas também ter acesso ao plano alimentar e receber notificações importantes para que os colaboradores não falhem nada no seu plano alimentar. Este e outros meios permitem implementar uma estratégia robusta a médio-longo prazo, que seja adaptada às necessidades dos colaboradores e que contribua para uma verdadeira mudança de comportamentos individuais e coletivos.

Com a subida alarmante da prevalência da obesidade e excesso de peso a nível mundial, a implementação de programas de promoção de hábitos alimentares saudáveis nos locais de trabalho constitui uma medida urgente e necessária. Uma empresa que implemente estes programas terá colaboradores mais saudáveis, felizes e produtivos. O impacto positivo destas iniciativas está comprovado, agora é necessário que todos façam a sua parte pela mudança.



App Nutrium disponível no seu smartphone

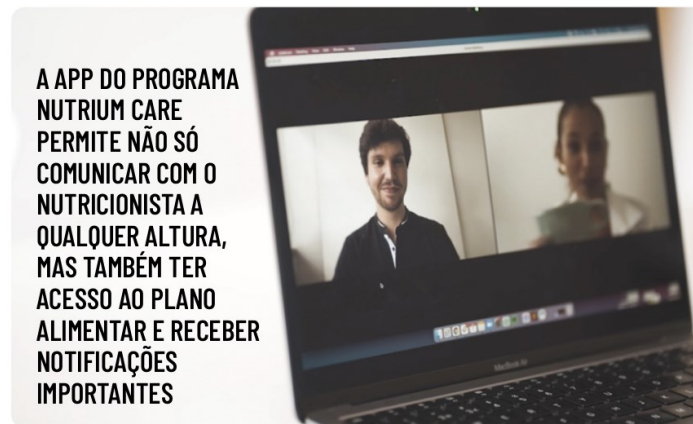


Figura 5.8: Artigo de opinião “A saúde dos colaboradores é a saúde das empresas”

Apêndice 9



Figura 5.9: Entrevista “André Santos, Nutrium: “Promover hábitos alimentares saudáveis irá reter melhor o talento””. Disponível em: <https://rhmagazine.pt/andre-santos-nutrium-promover-habitos-alimentares-saudaveis-ira-reter-melhor-o-talento/>

Apêndice 10

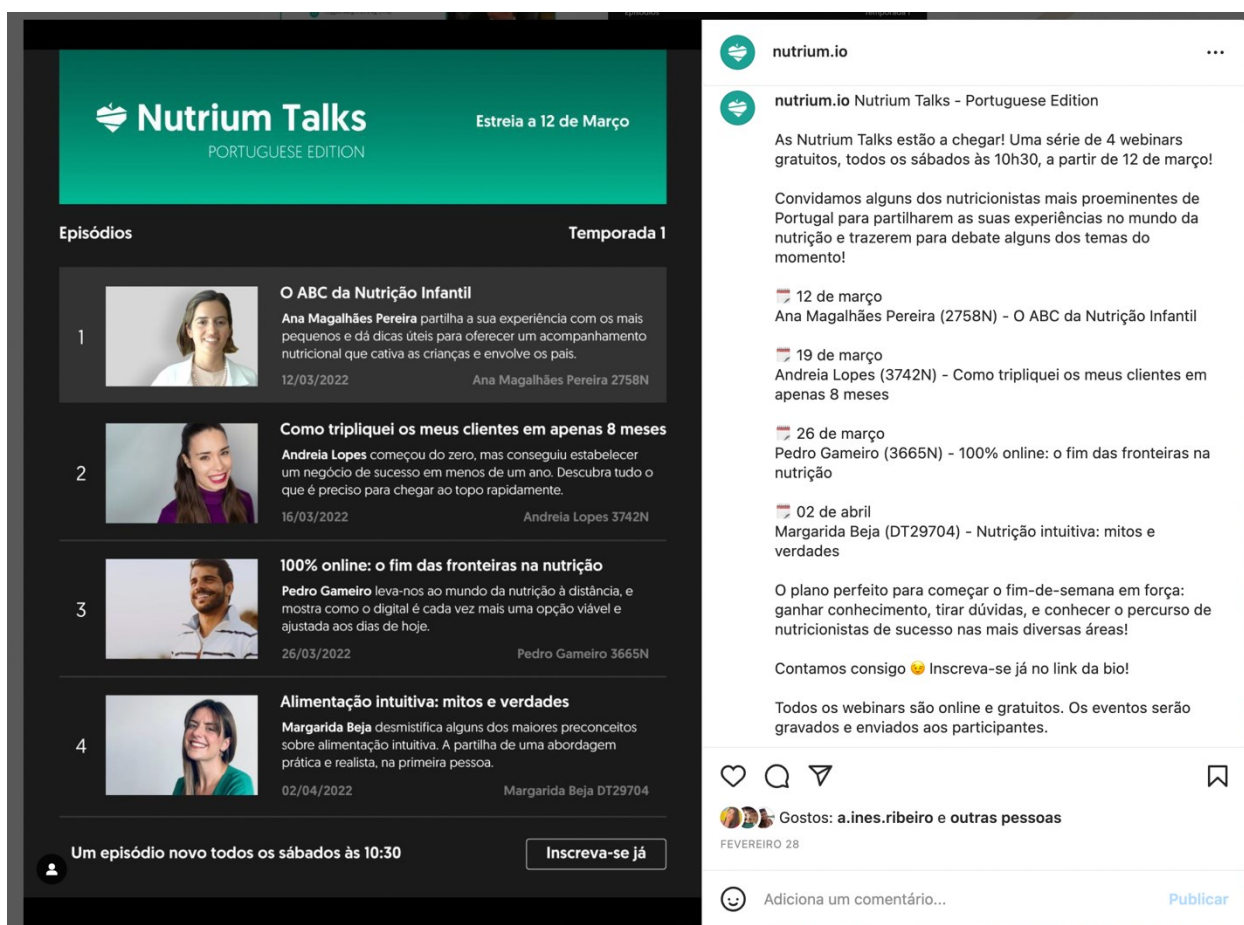


Figura 5.10: Design e *copy* do post de lançamento do evento Nutrium Talks

Apêndice 11



Figura 5.11: Design da promoção da demo “Como ganhar tempo na primeira consulta”

Apêndice 12

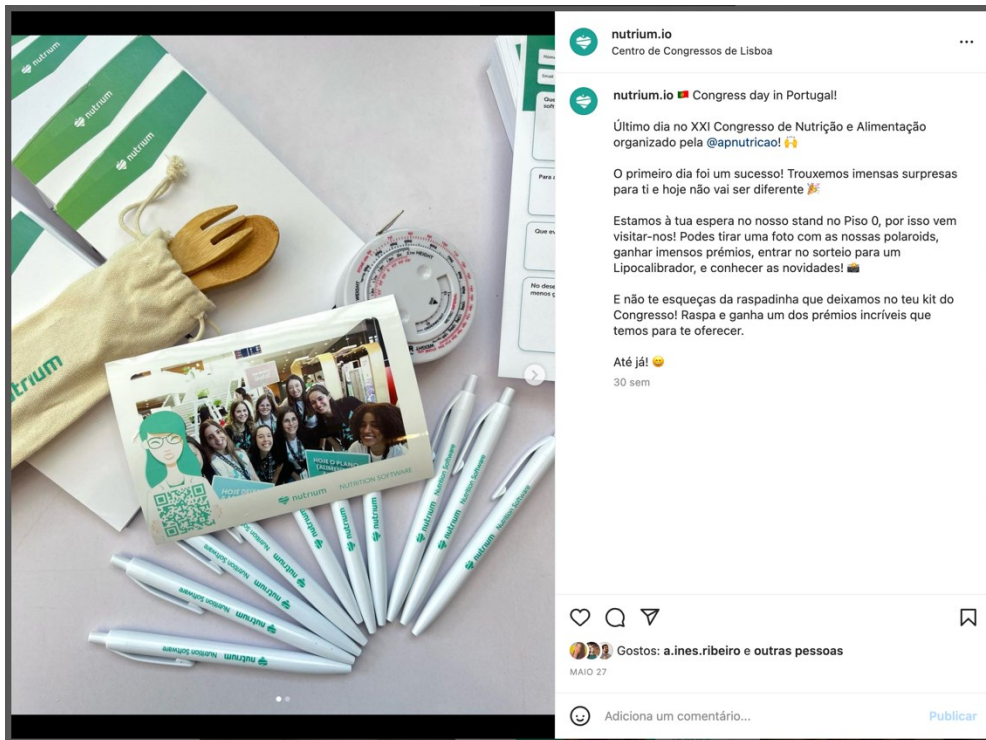


Figura 5.12: Exemplo de publicação sobre o XXI Congresso de Nutrição e Alimentação da APN

Apêndice 13

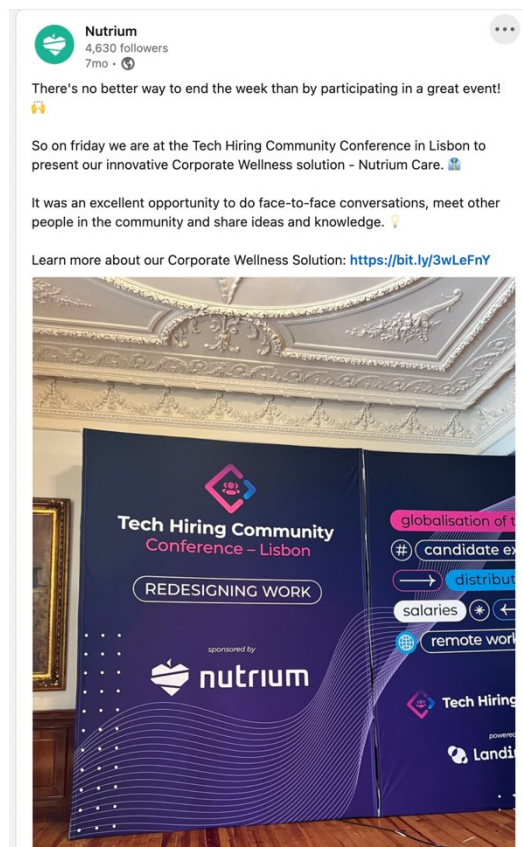


Figura 5.13: Publicação no LinkedIn sobre o evento Tech Hiring Community Conference

Apêndice 14

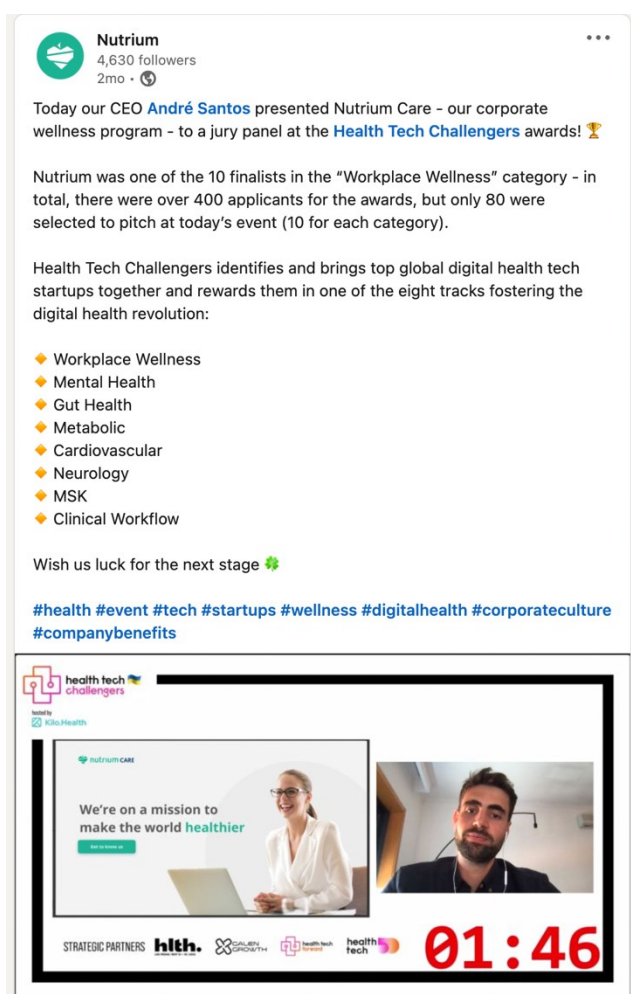


Figura 5.14: Publicação no LinkedIn sobre a apresentação nos prémios Health Tech Challengers.

Apêndice 15



Figura 5.15: Artigo sobre os produtos comerciais disponíveis no Nutrium. Disponível em: <https://nutrium.com/blog/pt-pt/informacao-nutricional-de-produtos-comerciais-disponivel-no-nutrium/>

Apêndice 16



Desde o início de 2022, já se juntaram várias novas marcas de produtos comerciais à família Nutrium.

Continuando o nosso objetivo de oferecer a base de dados de produtos alimentares e suplementos mais completa do mercado, trazemos agora produtos alimentares de 3 novas marcas: Celeiro, Reina e Cigala, para adicionar nos planos alimentares dos seus clientes.

Estas novas opções juntam-se aos produtos já disponíveis no software, das marcas Grupo Bel, Sumol+Compal, Aldi, **Prozis**, Ferbar e St. Dalfour, Izidoro, Iglo Green Cuisine, Vasco da Gama, Ramirez, Fruit, Condi, Shoyce, Origens Bio, Bean'Go, Continente Equilíbrio, Continente Bio e Natura e os suplementos alimentares das marcas Nutricia, Zumub e GoldNutrition.

Saiba mais sobre os [novos produtos adicionados](#) e como encontrá-los no nosso software.

Utilizar os novos produtos

Figura 5.16: Email exemplo de divulgação das novas marcas de produtos alimentares no Nutrium

Apêndice 17

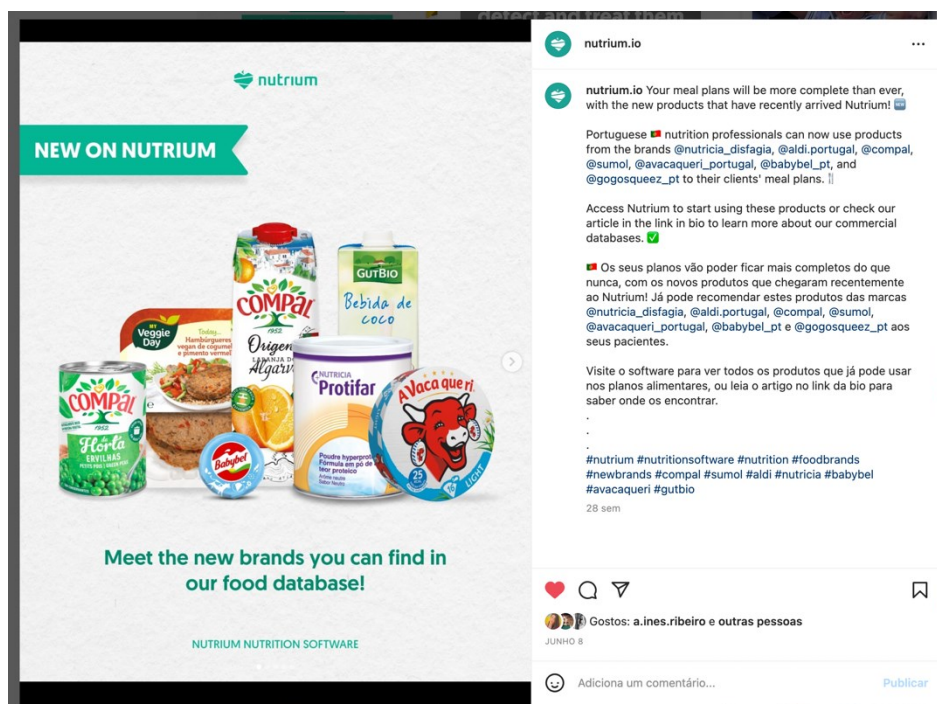


Figura 5.17: Exemplo de publicação de promoção das novas marcas de produtos alimentares

Apêndice 18

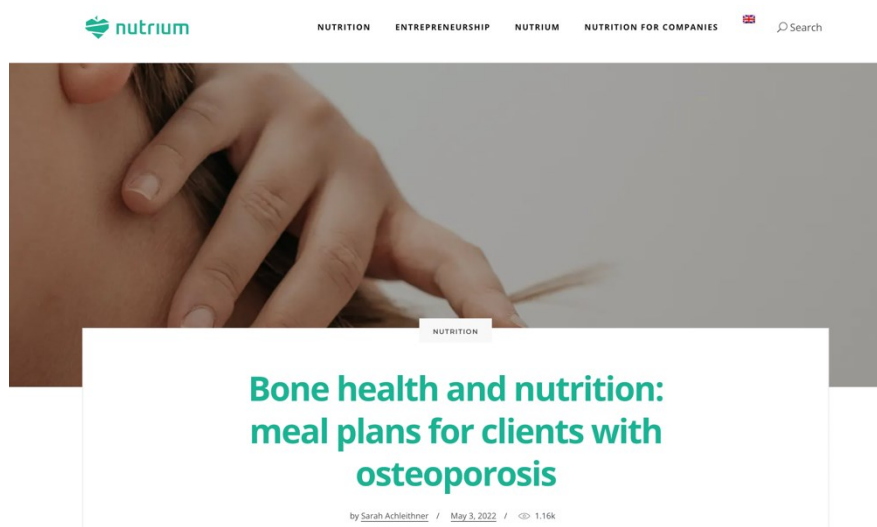


Figura 5.18: Exemplo de um artigo publicado no blog sobre novas funcionalidades. Disponível em: <https://nutrium.com/blog/bone-health-and-nutrition-meal-plans-for-clients-with-osteoporosis/>

Apêndice 19

The image shows a screenshot of an email newsletter from Nutrium. At the top is the Nutrium logo. Below it is a collage of various meal plan templates. The main heading is '11 NEW MEAL PLAN TEMPLATES' in green. Below this, there are two circular icons: one with a bone icon labeled '4 Bone Health' and another with a water drop icon labeled '7 ketogenic diet'. Below the icons is another collage of meal plan templates. The text below reads: 'Offering meal plans can be a crucial part of your nutritional advice, but creating them can be time-consuming, especially when your clients require special diets. That's why we have developed 11 NEW Meal Plan Templates adapted to different clinical situations. Nutrium now has 4 bone health meal plans and 7 ketogenic diet meal plans available: Bone Health meal plans: • 1200 kcal bone health meal plan; • 1500 kcal bone health meal plan; • 1800 kcal bone health meal plan; • 2000 kcal bone health meal plan; Ketogenic meal plans: • 1200 kcal ketogenic meal plan; • 1500 kcal ketogenic meal plan; • 1500 kcal targeted ketogenic meal plan; • 1500 kcal cyclical ketogenic meal plan; • 1500 kcal high protein ketogenic meal plan; • 1800 kcal ketogenic meal plan; • 2000 kcal ketogenic meal plan. Import one of these meal plans and adapt it to the needs of your customers. 🍌' At the bottom is a green button that says 'Try it now'.

Figura 5.19: Exemplo de email de divulgação sobre as novas funcionalidades

Apêndice 20

nutrium.io

nutrium.io Attention Nutrium users, it's time to look at all the great resources we launched this month!

The Nutrium team works daily to make your life easier and help you provide the best nutritional advice to your clients.

So this month, we bring new resources for you:

- 4 bone health meal plan templates
- 7 ketogenic diet meal plan templates
- 7 vegan meal plan templates
- 50 vegetarian recipes

There aren't any news for your language? Don't worry! We are working to bring new resources to every country soon. Keep an eye on the Nutrium account to stay updated with the news.

#nutrium #nutritionsoftware #nutritioncontent #newfeatures #recipes #mealplans #vegan #ketogenic #bonehealth #vegetarian

21 sem Ver tradução

Gostos: a.ines.ribeiro e outras pessoas

JULHO 29

Adiciona um comentário... Publicar

Figura 5.20: Exemplo de publicação nas redes sociais sobre as novas funcionalidades

Apêndice 21

nutrium

Olá ,

Como prometido, continuamos com a nossa saga "enviar-o-melhor-conteúdo" para lhe proporcionarmos algumas dicas úteis de marketing e de negócios, assim como conteúdos relevantes de nutrição.

Hoje, trazemos **um dos nossos e-books mais reconhecidos** para que possa aprofundar o seu **conhecimento sobre a Alimentação Vegetariana**, e saber tudo o que há para saber sobre este tema.

Clique na imagem abaixo para fazer o download!

ALIMENTAÇÃO VEGETARIANA
E-book completo para nutricionistas
DESCARREGUE GRÁTIS!

Esperamos que goste e que lhe seja muito útil!

Até breve,
Equipa Nutrium

Figura 5.21: Exemplo de email da campanha de *lead nurturing*

Apêndice 22



Figura 5.22: Parte inicial da newsletter do software de fevereiro

Apêndice 23



Figura 5.23: Início de uma newsletter exemplo do programa Nutrium Care

COMO FAZER MEDIÇÕES CORPORAIS?

3 DICAS PARA MEDIÇÕES PERFEITAS


- ✓ De manhã cedo, em jejum;
- ✓ Depois de ir à casa de banho;
- ✓ Sem roupa e acessórios.

Nota

Utilize sempre a mesma balança e fita métrica.

O infográfico apresenta dois diagramas de corpos humanos, um feminino à esquerda e um masculino à direita. Cinco linhas horizontais tracejadas conectam pontos de medição numerados de 1 a 5 em ambos os corpos. Os pontos são: 1 no braço, 2 na cintura, 3 no abdômen, 4 na anca e 5 na perna.

- 1 **Braço** [zona de maior volume]
- 2 **Cintura** [zona mais estreita do abdómen]
- 3 **Abdominal** [linha do umbigo]
- 4 **Anca** [zona de maior glúteo]
- 5 **Perna** [zona de maior volume]

 **nutrium**

Bringing nutrition professionals closer to their clients

Figura 5.24: Infográfico “como fazer medições corporais?”

6. Anexos

Anexo 1



Figura 6.1: Certificado de conclusão do curso “Princípios do marketing digital”