NUTRI STRATEGY

Alice Leite de Barros OLIVEIRA[1]
Estella Rodrigues RONDON[1]
Marisa Luzia HACKENHAAR[2]

[1]Discente do Curso de Nutrição do Centro Universitário de Várzea Grande (UNIVAG). [2]Nutricionista. Mestre em Biociências. Docente do Curso de Nutrição do Centro Universitário de Várzea Grande (UNIVAG)

Introdução: A comunicação visual em Unidades de Alimentação e Nutrição (UAN) é um fator frequentemente negligenciado, embora impacte diretamente a experiência do consumidor e a tomada de decisão de compra. Na casa de massas Marangoni, observou-se um cardápio digital com poluição visual, excesso de informações e baixa clareza na apresentação dos produtos. Este projeto visou reformular a organização estética e informacional do cardápio, sem alterar as receitas originais, promovendo uma experiência mais intuitiva e agradável ao público. **Objetivos:** Desenvolver uma proposta de reformulação do cardápio digital da casa de massas Marangoni, tornando-o mais organizado, moderno, atrativo e de fácil compreensão, além de avaliar a aceitação do novo modelo por meio de pesquisa com consumidores. **Materiais e Métodos:** Realizou-se um diagnóstico situacional do cardápio digital existente, identificando fragilidades como excesso de elementos visuais e categorias confusas. A partir dessa análise, foi elaborada uma nova versão do cardápio, com reorganização das categorias, padronização das informações, layout mais limpo e hierarquização visual dos pratos. Em seguida, aplicou-se uma pesquisa de aceitação com o público, apresentando o cardápio antigo e o novo modelo, para comparar a percepção de organização, compreensão e atratividade. **Resultados:** O novo cardápio obteve aceitação significativamente maior em relação ao original, sendo avaliado como mais organizado, compreensível e visualmente agradável pelos participantes. A pesquisa demonstrou que melhorias no design e na disposição das informações influenciam positivamente a experiência do consumidor. **Conclusão:** A proposta da NutriStrategy mostrou-se viável e eficaz, integrando conhecimentos de Unidade de Alimentação e Nutrição com estratégias de marketing e comunicação visual. A metodologia pode ser replicada em diferentes estabelecimentos alimentícios, evidenciando que intervenções simples no design de cardápios geram impacto real na percepção e satisfação do público.

Palavras-chaves: Cardápio Digital; Comunicação Visual; Unidade de Alimentação e Nutrição; Marketing em Nutrição; Experiência do Consumidor.