

# A comunicação no contexto da segurança alimentar

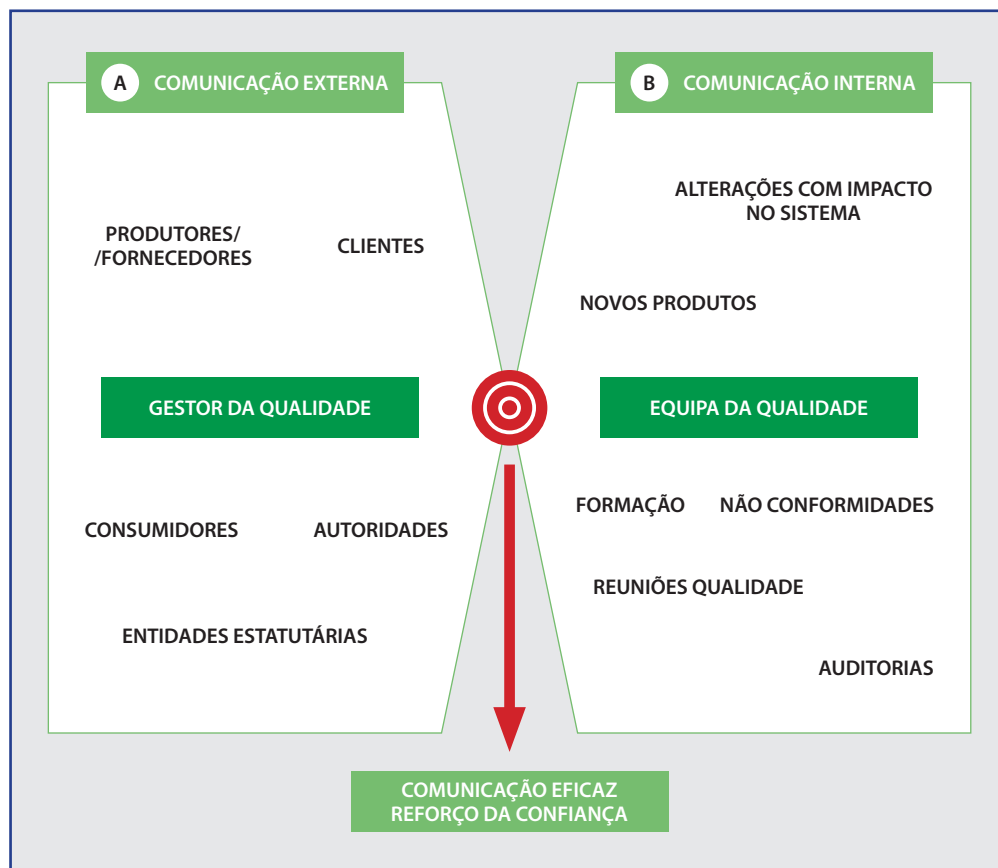
Texto\_Pedro Santos, Pedro Falcato, Rui Almeida, Luís Mira  
CONSULAI  
www.consulai.com

**A**s empresas do sector agro-alimentar assumiram um compromisso de responsabilidade para com os seus clientes, oferecendo produtos em que a segurança alimentar está assegurada.

No entanto, é cada vez mais claro que não basta garantir elevados níveis de Segurança Alimentar, se esta não for complementada com uma Política de Comunicação adequada, transmitindo de forma assertiva informações pertinentes, e assim manter ou mesmo reconquistar a confiança dos clientes e/ou consumidores.

A comunicação dentro da estrutura da empresa (comunicação interna) como forma de comunicar ocorrências com impacto na segurança alimentar a colaboradores chave da organização, e a comunicação ao longo da cadeia alimentar (comunicação externa) são pressupostos de uma Política de Comunicação adequada às necessidades das organizações.

Pegando nos exemplos de duas entidades recentemente certificadas de acordo com a Norma ISO 22000:2005, a ZON Lusomundo Cinemas e a Cooperativa Agrícola de Vidigueira, CRL, as suas Políticas de Comunicação assentaram numa estratégia de comunicação interna entre os vários níveis da organização e a comunicação com os elementos externos da cadeia alimentar de modo a assegurar uma comunicação



eficaz ao longo de toda a cadeia:

- fornecedores e subcontratados;
- clientes/consumidores;
- autoridades e entidades estatutárias;
- outras organizações que têm impacto ou podem ser afectadas pelo sistema de gestão da segurança alimentar.

No caso da Zon Lusomundo Cinemas, a optimização dos processos de comunicação foram bem mais complexos pelo facto de se integrar numa área de negócio com um número considerável de referências de produtos alimentares, nomeadamente pipocas, gelados, bebidas, gomas, chocolates, *snacks*, entre outras, bem como de um número considerável de pontos de venda (29 cinemas no total).

A Política de Comunicação destas duas organizações abordou também a temática da resposta a incidentes ou crises alimentares, assegurando uma actuação rápida ao nível de recolha e/ou bloqueio de produtos na cadeia de abastecimento. Uma boa colaboração com todos os elos da cadeia e com

os meios de comunicação é de particular relevância para proteger a saúde dos consumidores, a reputação da organização e da sua marca.

A aposta na conjugação da estratégia de comunicação com uma estratégia de marketing eficaz das duas entidades referidas, teve um impacto importante na relação com os seus fornecedores, subcontratados, clientes, consumidores e parceiros, fortalecendo a confiança na produção dos seus produtos confirmada através da certificação do seu sistema de gestão da segurança alimentar por uma entidade independente.

Esta sistematização do relacionamento com os elementos da cadeia alimentar, incentivando o cumprimento de objectivos comuns a todos os elos da cadeia, e comunicando, quer no interior da organização quer com as entidades externas, ajuda a reforçar a credibilidade, estabelecer relações de confiança, canais fortes de comunicação e uma imagem positiva do negócio e das organizações. •

**“É cada vez mais claro que não basta garantir elevados níveis de Segurança Alimentar, se esta não for complementada com uma Política de Comunicação adequada, transmitindo de forma assertiva informações pertinentes, e assim manter ou mesmo reconquistar a confiança dos clientes e/ou consumidores.”**