



O Jardim de Infância, devia apresentar-se um **produto competitivo** e atractivo para as classes socio-económicas mais favorecidas **gerando assim recursos financeiros para a acção social.**

Fundação João Gonçalves Júnior

Jardim de Infância



A Fundação João Gonçalves Júnior foi constituída em 1953 segundo vontade expressa em testamento pela filha deste salineiro de Alcochete.

O trabalho desenvolvido por esta instituição divide-se entre acções de apoio a pessoas desfavorecidas e crianças e, a preservação da memória e cultura locais ligadas à salicultura artesanal, a principal (e escassa) fonte de rendimento da Fundação.

Case study

Fundação João Gonçalves Júnior

Com o intuito de funcionar como Instituição de Solidariedade Social autónoma, a Fundação João Gonçalves Júnior procurou a Brand Image para desenvolver um projecto de rebranding. O objectivo principal era a obtenção de sustentabilidade financeira através da captação de receitas com o Jardim de Infância da Instituição.

Para gerar mais lucro, o Jardim de Infância FJGJ devia apresentar-se um produto competitivo e atractivo para as classes socio-económicas mais favorecidas gerando assim recursos para a acção social. Era portanto necessário criar uma estratégia de comunicação para aumento da sua visibilidade e credibilidade junto do segmento médio-alto e alto.

A área educacional foi o eixo principal do projecto de rebranding, na medida em que o Jardim de Infância seria a principal fonte de entrada de rendimentos.

Foram revistas todas as frentes de comunicação verbais e não verbais, redefinidos os valores e objectivos do produto/serviço assim como as características do mesmo tendo em vista a sua adaptação às expectativas do novo público.



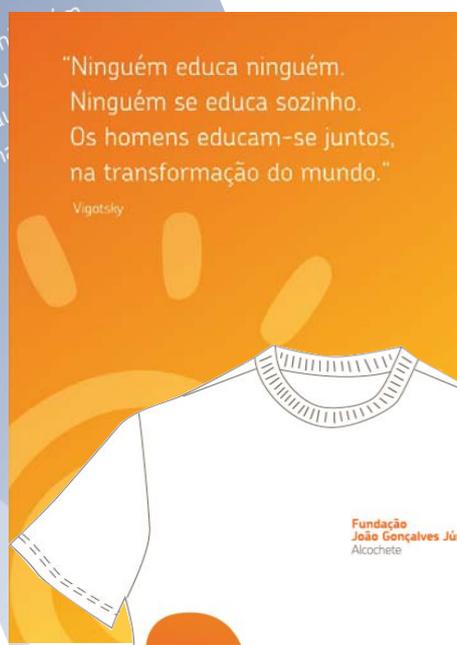
Case study

Fundação João Gonçalves Júnior

Foi criada uma nova identidade, imprescindível para que o este produto/serviço se tornasse atractivo, associando os valores da FJGJ a um contexto educacional de prestígio.

A nova imagem e suportes de comunicação basearam-se na ênfase das áreas de actuação/valores desta Instituição:

- Educação;
- Solidariedade;
- Sociedade;
- Cultura;
- Promoção da história local;
- Preservação ambiental.



**Fundação
João Gonçalves Júnior**
Alcochete

Case study

Fundação João Gonçalves Júnior

O posicionamento desejado para a Fundação em todas as suas frentes comunicacionais está articulado com os seus valores e aposta num pressuposto pedagógico diferente de outras instituições. Ao contrário de valorizar o aluno individualmente e estimular a competitividade, a Fundação enaltece a diversidade, a integração, a intervenção, a experiência social e os afectos como elementos positivos de construção de um melhor sistema de ensino e melhores sociedades.

De acordo com este posicionamento a Brand Image definiu a assinatura “Um mundo diferente” e, desenvolveu um logótipo que

deu imagem a esta personalidade, transmitindo os seguintes valores:

- Alegria;
- Liberdade;
- Carinho;
- Compreensão;
- Amizade;
- Ambiente;
- Natureza;
- Rio e Sal;
- Experiência;
- Diversidade;
- Inclusão;
- Comunidade.



Um Projecto Educativo sólido e inovador a 3 anos.

Objectivos gerais:

- Promover a criança saudável de bem-estar, segurança e aprendizagem.
- Promover a integração de crianças com necessidades educativas especiais.
- Incentivar a participação das famílias no processo educativo.

É ainda desenhado anualmente um Plano de Actividades, partilhado com as famílias, depois de conhecido cada grupo, da creche ao CATL.

Uma equipa qualificada com experiência nas áreas da educação infantil e apoio social.

18 educadoras de infância	1 médico
18 auxiliares de acção educativa	1 técnico superior de serviço social
2 psicólogos	1 professor de música
3 auxiliares de serviços gerais	1 professor de expressão corporal/física e motora

Case study

Fundação João Gonçalves Júnior

A nova marca da Fundação é também uma marca viva e activa, integrada na sua comunidade, que pretende levar à sua experiência.

Projectos desenvolvidos:

- Identidade corporativa
- website com newsletter,
- Blog corporativo,
- Campanha de publicidade
- Material promocional
- Sinalética interior,
- Fardas e batas

