



Encuentros  
con el  
experto

¡Apúntate!

## NUTRICIONISTAS, EMPRESA Y MARKETING : UN FUTURO PROMETEDOR

### DIRECCIÓN ACADÉMICA

Cleofe Perez- Portabella, Nahyr Schinka y Yolanda Sala

### PROFESORADO

Montserrat Sanahuja Yll

Apasionada de la innovación, de la gestión empresarial y de la nutrición. Licenciada en Bioquímica (Químicas UB), Diplomada en Nutrición Humana y Dietética (URL), Máster en Nutrición Clínica (Farmacia, UB), formación directiva (Esade, URL). Posee amplia experiencia nacional e internacional en áreas de dirección de marketing, medical marketing, de estrategia y de innovación en nutrición especializada. Ha desarrollado su vida profesional entre Novartis Nutrition y Nestlé Health Science. Los puestos más relevantes que ha ocupado son la dirección de Innovación de productos de Medical Nutrition para la región Europa y Responsabilidad de Marketing, de Estrategia y Business Development a nivel nacional. Actualmente dirige su propia consultoría en nutrición.

### INVITADOS

Núria Barcons y Eva Espona (ambas son nutricionistas en activo con diferentes experiencias dentro de la industria alimentaria y de medical nutrition).

### OBJETIVOS DEL CURSO

#### Objetivo general

Proporcionar –en un mix de teoría y ejemplos– una visión clara, actual y práctica de los diferentes roles que un/a nutricionista puede ejercer dentro de una empresa, haciendo un foco especial en el área de marketing y medical marketing.

#### Objetivos específicos

- Compartir una visión actual del término “marketing”, “medical marketing” y del concepto de empresa. Diferenciar marketing y publicidad.
- Identificar posibles roles de los nutricionistas dentro de la estructura de una empresa. Ejemplos prácticos. Dos nutricionistas de dilatada experiencia en la industria de nutrición especializada compartirán su experiencia.
- Profundizar en dos áreas de grandes oportunidades para nutricionistas: el área comercial - marketing y ventas - y el departamento médico.
- Reflexionar sobre qué formación/capacidades/habilidades aportan valor en las empresas.
- Generar debate y dar respuesta a dudas y preguntas.

### PROGRAMA CIENTÍFICO DEL CURSO

El grado de nutrición y dietética abre, hoy en día, grandes oportunidades de empleo y representa – junto con la tecnología de los alimentos- una de las formaciones con mejores perspectivas de empleo según los datos del Observatorio de Ocupaciones 2018 elaborado por el anterior Ministerio de Empleo y Seguridad Social.

#### Estructura de una empresa alimentaria o farmacéutica

Antes de hacer una inmersión en los diferentes roles que un/una dietista puede desarrollar en la industria alimentaria o farmacéutica, es necesario hacer, entender qué es una empresa, su estructura y funcionamiento. Diferenciaremos empresas que investigan y desarrollan productos de las que sólo comercializan.

#### ¿Qué es el marketing? ¿Qué funciones y estructura tiene un departamento de marketing?

Qué roles puede desempeñar un/a nutricionista?

Marketing y publicidad son dos términos que suelen confundirse, sobre todo porque hay muchas técnicas, estrategias y acciones que incluyen una de estas dos palabras en su nombre. El marketing es una disciplina que analiza el comportamiento de los mercados para poder mejorar la gestión comercial de las empresas.

La publicidad es una estrategia de marketing para promocionar un producto, servicio o marca, con el objetivo de persuadir a los consumidores o prescriptores para que utilicen o recomienden sus productos o servicios.

Profundizaremos en qué se espera de un buen departamento de marketing y qué es una estrategia exitosa de marketing. Un/a nutricionista puede jugar un rol clave en este entorno ya que puede involucrarse en diferentes áreas, tales como:

- Composición de producto
- Marco regulatorio
- Organolepsia
- Eficacia
- Packaging
- Conocimiento del consumidor ; conocimiento del prescriptor, si lo hay
- Promoción y Comunicación (interna y externa). Puede ser también comunicación corporativa

#### Otros departamentos

**Área comercial:** cada vez hay más dietistas/nutricionistas dentro de las redes comerciales de empresas de dietética y de alimentación especializada, a menudo con roles de venta técnica.

**Departamento Médico:** Medical Marketing. Debatiremos sobre este aspecto muy actual en las empresas de nutrición especializada.

Involucración en estudios clínicos, en formación, confección de materiales científicos para profesionales, guías para pacientes, colaboración en grupos de trabajo con profesionales sanitarios para elaboración de proyectos, organización de simposios/ mesas redondas dentro de eventos científicos.

**Investigación:** empresas con departamento de investigación y desarrollo del área alimentaria, dietética o de medical nutrition. Asesoramiento en composición e ingredientes.

**Innovación/renovación:** aplicación de la investigación para desarrollar nuevos productos o servicios o mejorar los existentes.

**Atención al Cliente:** en el área de soporte al consumidor o paciente en aspectos diversos del producto y de sus indicaciones de uso. Recogida y gestión de quejas y sugerencias. Valoración de la calidad de los servicios.

**Departamento Regulatorio:** Asesoramiento y verificación del adecuado etiquetado nutricional de los productos alimentarios y de la aplicación de la normativa de información al consumidor.

**Habilidades y formación de un/a dietista en el marco de una empresa:** la formación adicional en aspectos empresariales, ampliar los conocimientos en nutrición específicos del sector, trabajar en la mejora de habilidades de comunicación, de liderazgo, de gestión digital son, entre otras, muy recomendables para una carrera exitosa.

**DURACIÓN:** 4 horas

### FECHA DE COMIENZO DE CURSO

30 de abril de 2019