

“Nutrimarketing para los nuevos  
alimentos”

**Nuevas áreas de capacitación  
interdisciplinaria: relato de una  
experiencia**

Prof. Lic. Gabriela Olagnero

# Origen de la iniciativa



Reunión para articulación de actividades conjuntas entre FANUS y Fundación H. A. Barceló.

Convocatoria a Mgt. Esther Santana como Directora y a a Prof. Lic Gabriela Olagnero como Vicedirectora.

Presentación del proyecto de “Nutrimarketing para nuevos alimentos”

Organización de actividades académicas en conjunto con FANUS y Fundación Barceló



**Dictado del curso**

# Qué es Nutrmarketing

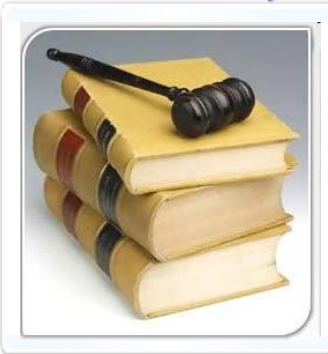
- Conjunto de actividades que realiza la industria de alimentos en las cuales se involucra la
  - ▣ **investigación de mercados,**
  - ▣ **la investigación científica del alimento**
  - ▣ **y la aplicación de tecnologías**
  - ▣ **para mejorar las características saludables y funcionales de sus productos**
  - ▣ **destinados a satisfacer una necesidad actual o anticipada de una determinada población que requiere un beneficio nutricional adicional** ya sea para preservar, promover la salud o retardar la aparición de enfermedades;
  - ▣ actividades desarrolladas de tal manera que le permitan a la empresa lograr una ventaja competitiva, maximizar la calidad, posicionamiento y rentabilidad.

Calafate, G., Carbajal, S., Cimadamore, S. Colls, G. Conti, G. Cupido, L y Martínez, M.IUSC-Fundación Barceló. [www.nutrmarketing.blogspot.com.ar](http://www.nutrmarketing.blogspot.com.ar)

# Convergen...



**NUTRIMARKETING**



# Investigación de mercados

## “Conocer al consumidor”



- Características generales.
- Necesidades y deseos.
- Estadísticas de salud.
- Problemas relacionados con la nutrición.
- Estilos de alimentación.
- Gustos y hábitos.



## ESTRATEGIA MUNDIAL SOBRE RÉGIMEN ALIMENTARIO, ACTIVIDAD FÍSICA Y SALUD

“Es posible diseñar y realizar intervenciones eficaces para posibilitar que las personas vivan más y lleven una vida más sana”

- Involucra al Sector Público, **Privado** y Medios de Comunicación
- “...protagonistas en la promoción de alimentación sana y actividad física...”



ORGANIZACIÓN MUNDIAL DE LA SALUD

# Responsabilidades del Sector Privado

- **Promoción y Comunicación:**
  - ▣ Promover los regímenes alimentarios saludables y la actividad física de conformidad con las directrices nacionales, las normas internacionales y los objetivos generales de la Estrategia Mundial;
  - ▣ proporcionar a los consumidores información adecuada y comprensible sobre los productos y la nutrición;
  - ▣ adoptar prácticas de comercialización responsable, en particular con respecto a la promoción y la comercialización de alimentos con alto contenido de grasas saturadas, ácidos grasos trans, azúcares libres o sal, especialmente los dirigidas a los niños;
  - ▣ adoptar un etiquetado de los alimentos que sea sencillo, claro y coherente, y declaraciones sobre las propiedades relacionadas con la salud que estén basadas en pruebas científicas y ayuden a los consumidores a adoptar decisiones fundamentadas y saludables ...
  - ▣ ayudar a elaborar y poner en práctica programas de promoción de la actividad física.





ORGANIZACIÓN MUNDIAL DE LA SALUD

# Responsabilidades del Sector Privado

- Innovación y Desarrollo de Productos:
  - ▣ limitar los contenidos de grasas saturadas y ácidos grasos trans, de azúcares libres y de sal en los productos existentes;
  - ▣ seguir desarrollando y ofreciendo a los consumidores opciones asequibles, saludables y nutritivas;
  - ▣ examinar la posibilidad de lanzar nuevos productos que sean más nutritivos;
  - ▣ suministrar a las autoridades nacionales información sobre la composición de los alimentos;

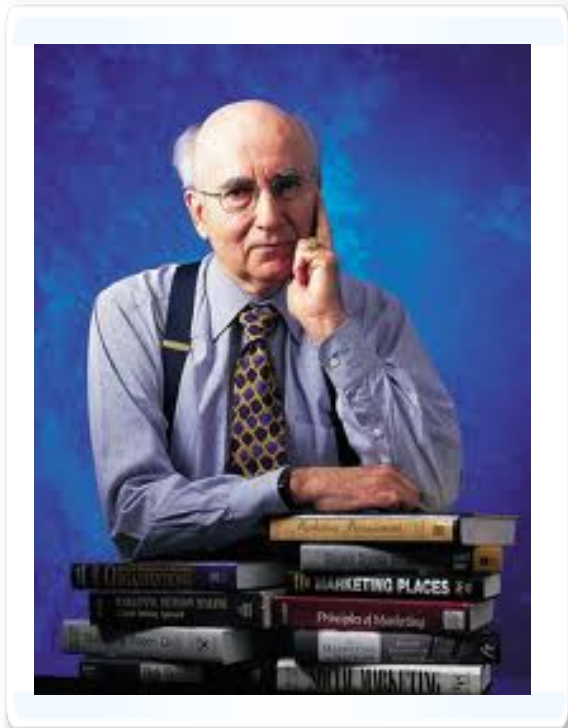




# Guías Alimentarias para la Población Argentina

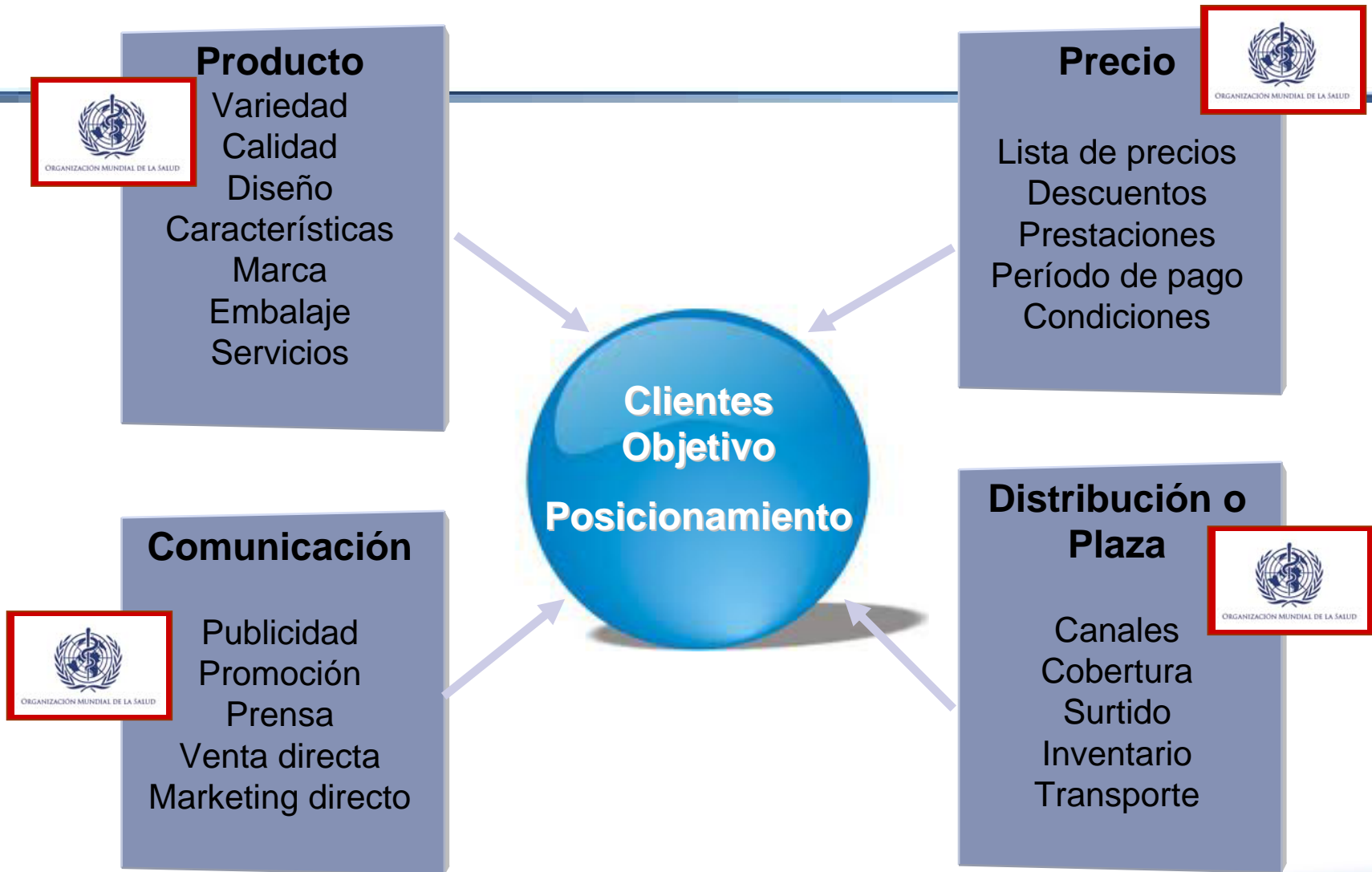
- Definen el concepto de Alimentación Segura y Saludable para nuestro país:
  - ▣ Referencia para el diseño de alimentos
  - ▣ Brindan el marco de comunicación sobre nutrición y alimentación.

# Por qué se relaciona con MARKETING



- “Proceso social y administrativo mediante el cual **individuos y grupos** obtienen lo que necesitan y desean creando e intercambiando productos y valor con otros”

Kotler P.



# Así surge



FUNDACION H.A.BARCELO  
FACULTAD DE MEDICINA

## “Nutrimarketing de nuevos alimentos”

**FANUS**  
FORO DE LA ALIMENTACION,  
LA NUTRICION Y LA SALUD

- Propósito:
  - ▣ Desarrollar una capacitación que permita aplicar a la práctica diaria herramientas que vinculen aspectos de marketing y nutrición.



FUNDACION H.A.BARCELO  
FACULTAD DE MEDICINA

# “Nutrimarketing de nuevos alimentos”

**FANUS**  
FORO DE LA ALIMENTACION,  
LA NUTRICION Y LA SALUD

- **Objetivo General**
  - ▣ **Dar herramientas estratégicas para acompañar el resurgimiento nutricional que se está produciendo en las empresas de alimentos, farmacéuticas y de biotecnología.**
  
- **Objetivos específicos:**
  - ▣ Conocer y manejar conceptos técnicos sobre alimentos, nutrición y marketing.
  - ▣ Marcar la relevancia de la evaluación sensorial en el desarrollo de un producto.
  - ▣ Comprender los aspectos que surgen en las empresas de alimentos sobre el valor agregado de nutrición a los productos.
  - ▣ Entender el mecanismo de construcción y valoración de las marcas de alimentos.
  - ▣ Describir el desarrollo de rótulos nutricionales.
  - ▣ Lograr entender la importancia del diseño del envase para posicionar la marca y seducir al consumidor.
  - ▣ Detallar los pasos para lograr BPM (Buenas Prácticas de Manufactura).
  - ▣ Utilizar herramientas específicas para el proceso de desarrollo de nuevos productos.
  - ▣ Describir técnicas de investigación de mercados en alimentos para el desarrollo del producto y mejoramiento.
  - ▣ Entender el alcance de la responsabilidad social empresaria en temas de nutrición.



# “Nutrimarketing de nuevos alimentos”



- Temas seleccionados:

- ▣ Alimento. Nutrición. Salud y enfermedad.
- ▣ Industria de alimentos modernos. Nutrigenómica-Nanotecnología.
- ▣ Claims nutricionales.
- ▣ Procesos y métodos para productos actuales y nuevos. BPM
- ▣ Importancia de la innovación en la industria de alimentos.
- ▣ Valor agregado al alimento con términos de nutrición. Comunicación de Alimentos Funcionales.
- ▣ La estrategia de marketing de alimentos y nutrición.
- ▣ Investigación de mercados.
- ▣ Evaluación sensorial.
- ▣ Comunicación a profesionales desde una sociedad científica.
- ▣ De la estrategia a la táctica de alimentos: Branding- Identidad - Diseño estructural y gráfico.
- ▣ Rótulos Nutricionales.
- ▣ Declaraciones de Propiedades Saludables: nuevo marco regulatorio.
- ▣ Plan de Marketing.

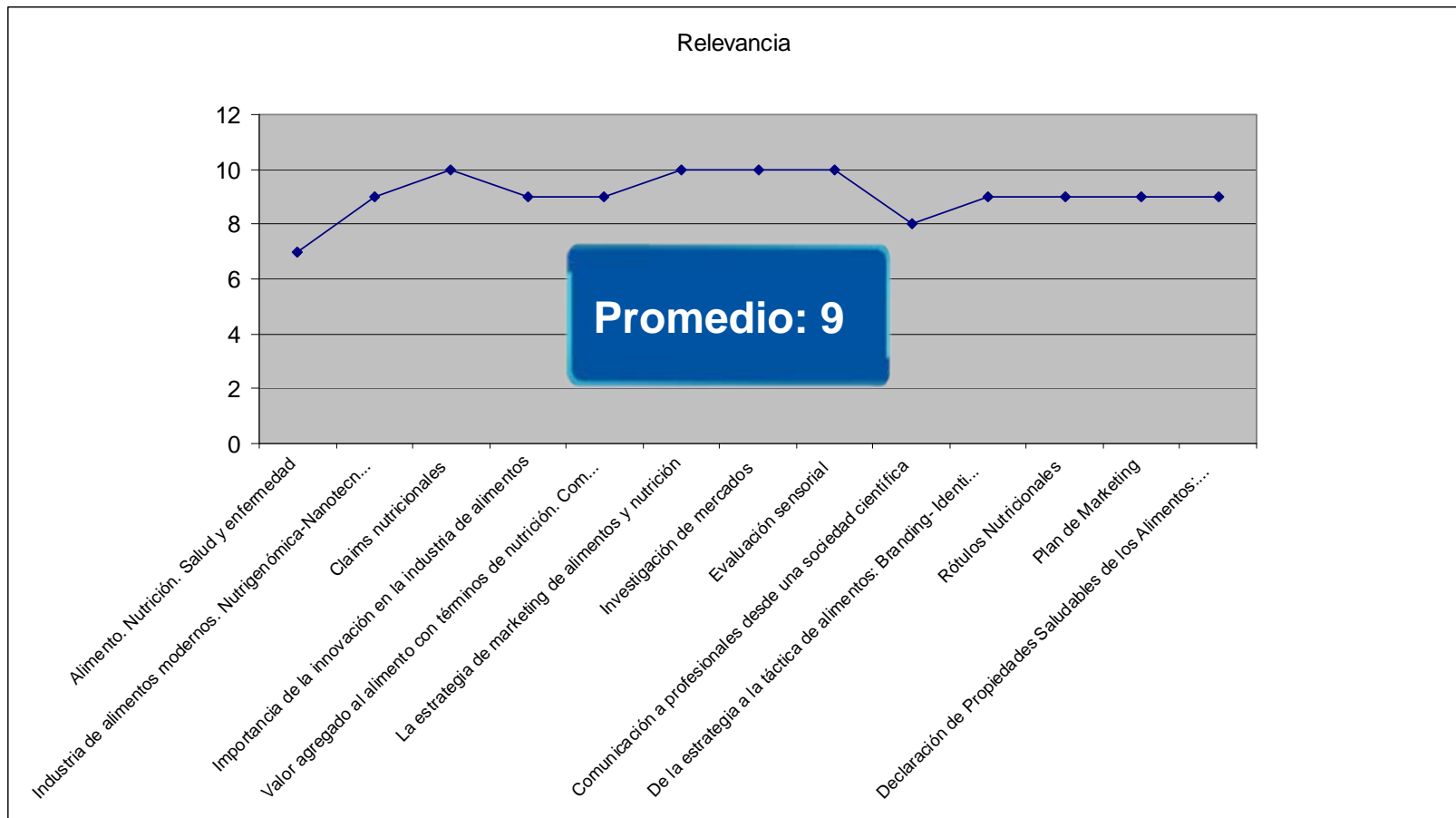


FUNDACION H.A.BARCELO  
FACULTAD DE MEDICINA

# “Nutrimarketing de nuevos alimentos”

**FANUS**  
FORO DE LA ALIMENTACION,  
LA NUTRICION Y LA SALUD

- Evaluación: Según relevancia de los temas







FUNDACION H.A.BARCELO  
FACULTAD DE MEDICINA

# “Nutrimarketing de nuevos alimentos”

**FANUS**  
FORO DE LA ALIMENTACION,  
LA NUTRICION Y LA SALUD

- Participantes
  - ▣ Distintas profesiones, tanto entre alumnos como docentes.
  - ▣ **El 100% de los alumnos rindió el examen final y aprobó.**
- Utilidad del curso:
  - ▣ TRABAJO
  - ▣ PROYECTOS PERSONALES
  - ▣ DOCENCIA
- Temas de interés a incluir:
  - ▣ COMPARACIÓN DE LEGISLACIÓN
  - ▣ EJECUCIÓN Y DIRECCIÓN EMPRESARIAL
  - ▣ NUEVOS DESAFÍOS EMPRESARIALES
  - ▣ ESTUDIOS DE MERCADO
  - ▣ HACCP/BPM



FUNDACION H.A. BARCELO  
FACULTAD DE MEDICINA

# “Nutrimarketing de nuevos alimentos”

**FAFUS**  
FORO DE LA ALIMENTACION,  
LA NUTRICION Y LA SALUD

## ● Comentarios de los participantes:

*Logré encontrarme con muchas colegas que hacen lo que siempre quise hacer y veía difícilísimo:*

*Fue súper enriquecedor el contacto con tecnólogos, lic. en marketing, ingenieros, e incluso colegas de otros países y provincias con*

*¡El curso estuvo bárbaro! ¡Superó mis expectativas!*

*Me fui mas que satisfecha del curso de Nutrimarketing. Felicitaciones por esta iniciativa*

*Me llevé muchos contactos útiles ...mucho info y actualizaciones ...*

*.... Fue muy lindo y ojalá haya más de estos cursos, así intensivos, sin perder tiempo, con material apto para leer previamente (cosa que debería*

*estar en todos los cursos) y con una metodología adecuada ...*

# Conclusiones

- Las iniciativas de capacitación interdisciplinarias en el área de alimentos son
  - ▣ Necesarias
  - ▣ Altamente demandadas.
  - ▣ Muy enriquecedoras para todos sus participantes.
- La experiencia de trabajo conjunto FANUS – Fundación H. A. Barceló fue excelente y muy fructífera, tanto para los proyectos realizados como para los futuros.
- Espacios de reflexión conjunto permiten articular nuevas y mejores iniciativas para el área de alimentos.

# **Preguntas**

## **¡Muchas gracias!**

**Prof. Lic. Gabriela Olagnero**