

actualidad

[Negocios y Mercados](#)[eAdministración](#)[Ciberpoder](#)[Internet](#)[Seguridad](#)[Telecomunicaciones](#)[Hardware](#)[Software](#)[Green IT](#)[Recursos Humanos](#)[Almacenamiento](#)[Curiosidades](#)[Entrevistas](#)[Opinión](#)[Video](#)[EstiloSN](#)

ESTE AÑO HAY UN SIMO PARA EL CANAL



Destacados

“Vitalista.com se ideó como una alternativa sana y de calidad al comedor de empresa”

23 ago 2011 | 13:12 CET

Nerea Bilbao



Sign Up to see what your friends like.

Oracle, Colt, Orange o Google son ya clientes de este servicio.



En Vitalista.com tienen muy claro lo que significa su filosofía: conseguir un estado metabólico en que cuerpo y mente funcionen de forma óptima. Sobre esa idea se sustenta el negocio de la compañía, cuyo secreto, asegura Alessandro Lambertini, socio fundador, tiene que ver con “la calidad, la variedad, la originalidad y la frescura” de los productos.

La fórmula es novedosa: el usuario puede contratar un menú de 24h o 8h elaborado de forma que aporte los nutrientes necesarios y que, además, le ayude a cuidar la línea. Siguiendo el plan podrán disfrutar de

la visita de un nutricionista que les guíe en la experiencia. Ya son numerosas empresas TIC las que han apostado por llevar a raja tabla eso del “mens sana in corpore sano”. Google, Oracle, Accenture, Colt u Orange son ya clientes.

– ¿Cómo surge la idea de crear Vitalista?

Vitalista.com surgió en 2007 con una idea muy clara en la mente: ayudar a nuestros clientes, en las empresas con las que trabajamos, a llevar una dieta sana y equilibrada con nuestra comida y el apoyo personal de un nutricionista. Somos conscientes de que, en esta época en la que vivimos, la mayoría de los trabajadores no disponen de mucho tiempo para comer, y muchas veces por las prisas o porque no existe otra alternativa mejor, se suele recurrir a comidas que no son todo lo saludables que se debería. Por eso Vitalista.com se ideó como una alternativa sana y de calidad al comedor de empresa, el bar/restaurante de al lado o el sándwich de máquina al que muchas veces se recurre para salir del paso, apostando siempre por una alimentación sana y equilibrada.

Inicialmente sacamos al mercado el servicio Vitalista 8 horas, que cubre todas las comidas que se necesitan en horario laboral y posteriormente, con el servicio Vitalista 24 horas, decidimos ampliarlo a todas las comidas necesarias durante el día, si bien es cierto que este último producto, el 24 horas, está más orientado a conseguir perder peso de una forma sana y controlada.

- Entre sus clientes hay alguna empresa TIC. ¿Cuáles son? ¿Por qué acuden a vosotros? ¿Es la comida sana una de las claves para el mejor rendimiento laboral?

Sí. de hecho eran parte de los clientes actuales de Vitalista.com son compañías que

En los últimos años, para los clientes de Vitalista.com, una compañía que pertenece al sector de las Tecnologías de la Información. Entre las empresas del sector tecnológico que tenemos actualmente como clientes están 24 symbols, Google, Accenture, Actions Data, Colt, Motorola, Oracle, Orange, Telefónica y Verizon.

Y son precisamente los trabajadores y directivos de este tipo de empresas, de este sector en concreto, los que suelen recurrir a comidas rápidas y poco saludables ante la falta de tiempo o las prisas propias de su actividad. Son trabajadores que pasan muchas horas delante de un ordenador o en largas reuniones de trabajo y que cuando llega su hora de comida no se planean comer sano, sino invertir el menor tiempo en la comida para volver a sus tareas cuanto antes. Vitalista.com en este caso les ofrece todas las comidas que necesitan a diario, durante su jornada laboral, ya preparadas y listas para consumir, con lo que pueden alimentarse mejor y más sano sin ver alterado su ritmo de trabajo... aunque qué duda cabe, siempre es mejor saborear con tiempo los menús de Vitalista, porque están realmente exquisitos.

- ¿Cómo se elabora un menú del día? ¿Tienen dietistas que aconsejen sobre los alimentos?

Los menús de cada día se elaboran siguiendo pautas que garanticen que siempre el usuario va a recibir el aporte energético que necesita durante su jornada de trabajo. Y en este aspecto la labor de nuestros nutricionistas es esencial. En el caso del producto Vitalista 8 horas, el aporte calórico del contenido de la caja que el usuario recibe cada mañana en su trabajo está entre las 950 y las 1.150 kcal. En el caso de Vitalista 24 horas, nuestros nutricionistas se encargan de elaborar la dieta más adecuada para el cliente para que éste pueda perder peso siempre de una forma sana, saludable y con el control de un experto.

Y lógicamente, a la hora de crear los menús se tiene también muy en cuenta la variedad y diversidad de las distintas cocinas internacionales. Por eso Vitalista.com cuenta con más 1000 recetas diferentes, lo que garantiza que ninguno de sus platos se repita a lo largo de un mes, ofreciendo la gran variedad culinaria que proporcionan diferentes cocinas como la española, italiana, árabe e incluso tailandesa.

-El planteamiento de Vitalista es claramente ecológico. ¿Es en este sentido internet el medio más respetuoso con el medioambiente para su venta?

Desde el principio Vitalista.com apostó por internet como el principal medio para comercializar sus servicios. Es un medio rápido, eficaz, limpio y que no requiere de demasiada infraestructura, lo que reduce en gran medida el posible impacto medioambiental. Lógicamente también disponemos de un servicio telefónico al que el usuario puede recurrir siempre que lo necesite, pero la idea es que el cliente encuentre todo lo que busca en nuestra web y pueda realizar todos los trámites y consultas sobre su servicio Vitalista a través de internet, de forma cómoda y rápida, en cualquier momento del día... o de la noche. Además, Vitalista.com cuenta con un blog llamado [quierocomidasana.com](#) en el que ofrecen recetas, información relevante sobre temas relacionados con la nutrición, vídeos, información de actualidad, etc.

- Si bien la red es una forma extraordinaria de llegar al usuario final, hay mucha oferta. ¿Cuál es el valor que distingue a Vitalista del resto de iniciativas similares?

Desde un principio, para Vitalista los principales valores de su servicio han sido la calidad, la variedad, la originalidad y la frescura. Ésta es la razón por la que la comida que se sirve al cliente es fresca y elaborada diariamente, sin tratamientos de conservación o congelación, sin envasado al vacío ni tratamientos térmicos, lo que permite aprovechar al máximo todo su sabor y sus propiedades nutricionales.

Y qué duda cabe, el principal punto fuerte de Vitalista es que los clientes, tanto usuarios del producto 8 horas como del 24 horas, pueden disponer de una visita semanal de un nutricionista personal que se encarga una vez por semana de medir la evolución cuantitativa y cualitativa de la pérdida de peso en los usuarios de Vitalista 24 horas o de ayudar a definir los objetivos de salud y alimentación, y a medir su evolución, a los clientes de Vitalista 8 horas. En cualquiera de los dos casos, el cliente puede realizar las consultas que necesite hacer a su nutricionista, tanto en sus visitas semanales, como por correo electrónico, otra de las cosas que permite el uso de internet del que hablábamos antes.

* Así es [Vitalista.com](#)

**Vitalista.com continúa una serie de entrevistas que se publicarán a lo largo del verano sobre nuevas [iniciativas empresariales emprendedoras en España](#) que utilizan la red como escaparate y trampolín.*

Artículos relacionados

- ["En España, a diferencia de EEUU, no se acaba de valorar el esfuerzo que hay que hacer para emprender"](#)
- ["Internet abre una ventana de oportunidad para cambiar el sector de la agricultura"](#)
- ["Gobierno quien gobierne, España seguirá apostando por el desarrollo tecnológico"](#)
- ["Nuestras fortalezas son el entusiasmo y un equipo de trabajo muy capacitado en una sintonía magnífica"](#)