



MENTORÍA PARA NUTRICIONISTAS Y DIETISTAS

LA GUÍA DEFINITIVA DE CAPTACIÓN DE PACIENTES PARA NUTRICIONISTAS Y TSD



El fin del “nutricionista invisible”

La mayoría de nutricionistas no fracasan por falta de conocimiento clínico. Fracasan por falta de **sistema de captación**.

Puedes dominar bioquímica, fisiopatología y pauta avanzada. Da igual: si nadie sabe que existes, tu agenda seguirá vacía. Esta guía no te enseña a vender más. Te enseña a que las personas que llevan años sin saber a quién acudir **te encuentren, te crean y te reserven**.

LO QUE VAS A ENCONTRAR DENTRO

1

Marca personal

Que confíen en ti antes de hablar contigo.

2

Estrategia digital

Qué función cumple cada formato de contenido.

3

Networking estratégico

Pacientes pre-segmentados por transferencia de confianza.

4

Prueba social

Que otros vendan por ti.

5

Consulta de valoración gratuita

Tu mecanismo de conversión más potente.

6

Publicidad de pago

PRO

Meta Ads y Google Ads para nutricionistas.

7

Sprint de implementación

7 días para poner el sistema en marcha.

Marca personal

Tu marca tiene un único trabajo: conseguir que confíen en ti **antes** de hablar contigo.

1

Diferenciación

Si te ven como “un nutri más”, solo podrás competir por precio. Tu marca debe gritar que eres un **especialista**, no un generalista de báscula y lista de alimentos.

2

Autoridad

No se trata de enseñar lo que desayunas tú. Se trata de demostrar que tienes la solución a un problema concreto de tu paciente: el atracón nocturno, la hinchazón constante, el efecto rebote, la menopausia que lo descontrola todo.

3

Expectativa vs. valor

Tu marca genera una promesa. Tu continuidad a largo plazo depende de que el valor que entregas en consulta sea **superior** a esa promesa. Nunca al revés.

REGLA DE ORO

El que intenta ayudar a todos, no ayuda a nadie. Cuanto más específico sea tu nicho —deportistas, SOP, tiroides, infantil, oncológico— más fuerte será tu marca para ese público concreto.

Tu escaparate abierto 24/7

Tu perfil de Instagram es tu carta de presentación profesional. Debe estar construido para convertir visitas en pacientes, no para acumular seguidores.

1 · Bio de autoridad

Tiene que responder en 3 segundos a tres preguntas: **¿a quién ayudas?, ¿qué consigues?, ¿cómo te contacto?**

FÓRMULA

Ayudo a [Público] a [Resultado] sin [Dolor / Obstáculo].

EJEMPLO REAL

"Ayudo a mujeres con SOP a regular su ciclo y bajar de peso sin dietas restrictivas. Método FOCUSS.

👉 Reserva tu valoración."

2 · Foto de perfil

Primer plano, fondo limpio, bata o entorno clínico reconocible. Fuera fotos lejanas, selfies de gimnasio y entornos poco profesionales.

3 · Coherencia visual

Tu contenido debe reflejar el rigor técnico que enseñas. Menos plato bonito sin contexto y más demostración de competencia clínica.

CHECKLIST RÁPIDO

- Cuenta configurada como **profesional**.
- Enlace visible a reserva de cita (no a un linktree con 12 opciones).
- Nombre de usuario con tu profesión o nicho, no un apodo.
- Destacadas con: testimonios, cómo trabajo, precios/proceso, dudas frecuentes.

Estrategia digital

No necesitas ser influencer. Necesitas ser el especialista —local o de nicho— que aporta valor real. Cada formato tiene una función distinta.

REELS

La puerta de entrada

Función: descubrimiento. El algoritmo los enseña sobre todo a quien no te sigue.

Objetivo: atraer público frío. Parar el scroll, tocar un dolor rápido y llevarle a tu perfil.

Ideas: normalización del malestar digestivo · mitos vs. realidad · errores silenciosos al hacer dieta solo.

CARRUSELES

El motor de confianza

Función: profundizar. Es donde demuestras que sabes de lo que hablas.

Objetivo: nutrir al público tibio. Elevan el nivel de conciencia del paciente y te presentan como la solución.

Ideas: dieta genérica de internet vs. plan personalizado · por qué hacer dieta no es cambiar de hábitos.

STORIES

El cierre

Función: solo las ven tus seguidores. Es tu canal caliente.

Objetivo: confianza diaria, detrás de cámaras de la consulta y llamadas a la acción directas para cerrar citas.

Frío → **Reels**. Tibio → **Carruseles**. Caliente → **Stories**. Si te saltas un escalón, pides la cita a alguien que todavía no sabe quién eres.

Networking estratégico

Un ecosistema donde accedes a pacientes ya segmentados mediante **transferencia de confianza**.

Cuando un profesional aliado —entrenador personal, fisioterapeuta, médico— te recomienda, su autoridad se te transfiere automáticamente. Las defensas del paciente desaparecen y el cierre se vuelve casi natural.

Funciona por la **Ley de Reciprocidad**: ayuda a otros profesionales a dar un mejor servicio y ellos te enviarán pacientes por gratitud y confianza técnica.

Entrenadores

Clientes que entrenan y no ven resultados por alimentación.

Fisioterapeutas

Inflamación, recuperación y composición corporal.

Médicos

Digestivo, endocrino, ginecología, atención primaria.

SCRIPT PARA ALIANZAS

“Hola [Nombre], soy [Tu Nombre], nutricionista aquí en [Tu Ciudad]. Sigo tu trabajo y me gusta mucho tu enfoque. Te escribo porque muchos de mis pacientes suelen necesitar [un entrenador / un fisio / seguimiento médico] de confianza y me gustaría poder recomendar a alguien de primer nivel.

¿Te vendría bien un café de 15 minutos esta semana? Me gustaría conocer tu metodología para saber a qué perfil de mis pacientes les vendrías mejor.”

Objetivo mínimo: 10 mensajes enviados esta semana. Con que 2 respondan y 1 colabore, ya tienes una fuente de pacientes que no depende del algoritmo.

Prueba social

Lo que otros dicen de ti pesa **10 veces más** que lo que tú dices de ti mismo.

La prueba social es la validación externa de tu método. Demuestra que no funciona solo en la teoría, sino en pacientes reales. Reduce el riesgo percibido y construye el puente emocional que mueve al paciente de la indecisión a la acción.

EL “ANTES Y DESPUÉS” QUE SÍ CONVIERTE

Analíticas que se normalizan.

Energía a lo largo del día.

Digestión sin hinchazón.

Relación con la comida sin culpa.

SCRIPT PARA PEDIR RESEÑAS · WHATSAPP

“Hola [Nombre], ¡enhorabuena por estos resultados! Me ha encantado ver cómo ya controlas tu digestión / energía / relación con la comida sin esfuerzo.

¿Te importaría dedicarme 1 minuto para dejar una reseña en Google? Ayuda mucho a que otras personas en [Tu Ciudad] se atrevan a dar el paso. Te dejo el link aquí: [Tu link de Google Business]. ¡Gracias de corazón!”

Momento exacto: pide la reseña justo después de un hito —una analítica que mejora, una prenda que le vuelve a valer, una semana sin atracones—. Ahí la emoción está alta y el sí es automático.

La consulta de valoración gratuita

El corazón de tu sistema. No es una primera cita genérica: es una consultoría clínica donde el paciente deja de comparar precios y empieza a valorar resultados.

Permite al paciente **experimentar en sus propias carnes** la diferencia entre una dieta genérica de internet y tu metodología profesional. Rompe la barrera del precio, demuestra autoridad técnica de inmediato y convierte a un desconocido en paciente fidelizado en una sola sesión.

PRESENCIAL U ONLINE: MISMO PROTOCOLO

PRESENCIAL

- Báscula de bioimpedancia
- Pliegues cutáneos
- Cinta métrica

ONLINE

- Autoinforme guiado por videollamada
- Fotos de progreso y medidas tomadas por el paciente
- Cuestionario y analíticas enviados antes de la cita

Lo único que cambia es **la herramienta de medición**. El protocolo y el orden son exactamente los mismos. Lo que cambia es el canal, no el método.

LA CONSULTA INFORMATIVA PERFECTA

El guión maestro para cerrar con ética, firmeza y sin mendigar clientes

Este documento no es teoría.

Es un guión clínico pensado para profesionales de la nutrición que quieren dejar de improvisar, dejar de justificarse y empezar a cerrar desde la autoridad y la calma.

REGLA CERO

No estás haciendo una llamada de ventas.

Estás haciendo un TRIAJE PROFESIONAL.

Tú no convences. Tú evalúas.

FASE 1 · EL ESCANEO

El objetivo aquí es tomar el control del marco.

Si empiezan preguntándote por el precio o por lo que incluye y tú respondes, te conviertes en una mercancía.

- **Frase de apertura:**

"Hola [Nombre], gracias por tu interés. Antes de explicarte cómo trabajo y darte precios, necesito hacerte unas preguntas para ver si realmente puedo ayudarte. Porque si lo que buscas no encaja con lo que hago, prefiero decírtelo ahora y no hacerte perder el tiempo. ¿Te parece bien?"

FASE 2 · LA INVESTIGACIÓN

Aquí es donde se gana o se pierde la venta.

No te quedes en la superficie. Busca el dolor real.

Preguntas clave:

- ¿Qué ha pasado para que decidas buscar ayuda justo ahora?
- ¿Cuánto tiempo llevas intentando solucionar esto?
- ¿Qué has probado antes y por qué crees que no te funcionó?
- Si dentro de 6 meses sigues igual, ¿cómo te ves?
- ¿Cómo te afecta esto en tu día a día?

Regla: cállate y escucha. Usa exactamente sus palabras.

FASE 3 · EL DIAGNÓSTICO

Devuelve su problema ordenado.

Demuestra que has entendido mejor que nadie su situación.

Guión:

"Déjame comprobar si lo he entendido bien..."

FASE 4 · LA PRESCRIPCIÓN

No vendas PDFs ni sesiones.

Vende el cambio.

Explica cómo pasará de su dolor a su deseo con tu metodología.

FASE 5 · EL CIERRE

Presenta el precio con calma.

Di la cifra y guarda silencio.

El primero que habla, pierde.

- **OBJECIONES**

"Es muy caro" → No ve el valor o no cree que funcione.

"Me lo tengo que pensar" → Miedo a decidir.

Valida, pregunta y mantén la autoridad.

Nunca te justifiques.

Nunca bajes el precio.

- **DESPEDIDA**

Si dicen sí: enlace de pago inmediato.

Si dicen no: agradece y cierra con dignidad.

- **RESUMEN**

Marco claro.

Investigación profunda.

Espejo con sus palabras.

Prescripción basada en transformación.

Precio + silencio.

Deja de hacer llamadas de ventas.

Empieza a hacer triajes profesionales.

Publicidad de pago para nutricionistas

Meta Ads y Google Ads explicados para una consulta de nutrición real: presupuestos pequeños, segmentación honesta y una única métrica que importa —**cuánto te cuesta llenar un hueco de tu agenda**—.

El contenido orgánico construye autoridad, pero tarda. La publicidad no crea confianza: **acelera** la que ya has construido. Por eso este módulo va el sexto y no el primero.

Los dos tipos de demanda

Entender esto te ahorra cientos de euros. Google y Meta no compiten: atacan momentos distintos de la cabeza de tu paciente.

GOOGLE ADS

Demanda existente

La persona ya sabe que tiene un problema y está buscando solución ahora mismo: *"nutricionista en Córdoba"*. Tú solo apareces cuando levanta la mano.

Menos volumen · Mucha intención · Cierre más rápido

META ADS

Demanda latente

La persona convive con el problema pero no lo está buscando. Estaba viendo vídeos y tú **interrumpes** con algo que la interpela.

Mucho volumen · Poca intención · Requiere más educación

Antes de invertir tu primer euro

La publicidad amplifica lo que ya tienes. Si tu oferta no está clara, solo conseguirás que más gente lo note. Revisa estos cuatro puntos:

1

Perfil optimizado (Módulo 1). El anuncio lleva tráfico; el perfil lo convierte.

2

Una oferta concreta: la Consulta de Valoración Nutricional gratuita. No "pide información".

3

Un sistema de reserva: agenda online o WhatsApp con respuesta en menos de 24 h.

4

Huecos reales en tu agenda esta semana y la siguiente. Sin capacidad, la inversión se desperdicia.

Meta Ads

Instagram + Facebook

Meta funciona como una **matrioska**: tres cajas, una dentro de otra. El 90 % de los errores vienen de tocar la caja equivocada.

1 Campaña — el objetivo

Aquí eliges qué le pides a Meta. Para captación de pacientes solo te interesan dos: **Interacción / Mensajes** (conversaciones directas a WhatsApp o Instagram) o **Clientes potenciales** (formulario instantáneo dentro de la app).

2 Conjunto de anuncios — la segmentación

Aquí decides a quién le hablas y cuánto inviertes al día.

- **Consulta presencial:** tu ciudad + radio de 5–10 km. Edad y sexo de tu nicho. Nada más.
- **Consulta online:** país e idioma + intereses de tu nicho. Sin radio.

O es local, o es por nicho. Las dos cosas a la vez estrechan tanto el público que Meta no puede optimizar.

3 Anuncio — la creatividad

Siempre **vídeo dinámico con subtítulos**, formato vertical 9:16. Las imágenes estáticas rinden mucho peor: el movimiento es lo que detiene el pulgar.

ESTRUCTURA RECOMENDADA PARA EMPEZAR

1 campaña · 1 conjunto de anuncios · **3 creatividades distintas**. Deja que Meta reparta el presupuesto entre ellas durante 7 días y quédate con la ganadora. No crees 5 conjuntos con 3 € cada uno: fragmentas el aprendizaje y no aprendes nada.

Google Ads

Aquí no interrumpes a nadie. Aparece delante de quien **ya está buscando un nutricionista hoy**. Es el canal con la intención de compra más alta que existe.

PASO CERO · GRATIS

Tu ficha de Google Business Profile

Antes de pagar un solo clic, completa tu ficha de empresa: dirección o zona de servicio, horario, teléfono, web, categoría "nutricionista", fotos reales de la consulta y **reseñas** (Módulo 4). Buena parte de las llamadas locales salen de ahí sin coste. Además, una ficha sólida mejora la percepción de quien luego ve tu anuncio.

Estructura de una cuenta

Igual que Meta, Google va por capas. Para una consulta de nutrición no necesitas complicarlo:

Campaña — tipo **Búsqueda** (olvida Display y Máximo Rendimiento al principio), con tu presupuesto diario y tu zona geográfica.

Grupos de anuncios — uno por intención. Ej.: *nutricionista + ciudad, nutricionista deportivo, nutricionista SOP*.

Palabras clave — 5 a 15 por grupo, todas del mismo tema.

Anuncios y recursos — 2 anuncios por grupo + extensiones de llamada, ubicación y enlaces.

Puja: empieza en *Maximizar clics* con un límite de CPC (0,80 € – 2 €). Cuando lleves 15–20 conversiones registradas, pasa a *Maximizar conversiones*.

¿Meta o Google?

Depende de tu punto de partida

	META ADS	GOOGLE ADS
Tipo de público	No te busca. Lo interrumpe.	Te busca ahora mismo.
Coste por clic	Bajo	Medio-alto
Coste por paciente	Medio	Suele ser menor
Volumen	Alto	Limitado por las búsquedas de tu zona
Creatividad necesaria	Alta: vídeo, guion, edición	Baja: texto bien escrito
Ideal para	Nicho, online, marca personal	Consulta local, ciudad media o grande

Si solo puedes empezar por uno: consulta presencial en una ciudad con búsquedas → **Google**. Consulta online o nicho muy específico → **Meta**. Lo ideal es combinarlos: Google recoge a quien ya te busca, Meta crea a quien te buscará dentro de un mes.

TU PRIMER MES, SEMANA A SEMANA

S1

Lanzar y no tocar. Campaña activa, presupuesto bajo. Solo recoges datos.

S2

Podar. Negativas en Google, pausar la creatividad con peor CTR en Meta.

S3

Optimizar el paso siguiente. Mejora velocidad de respuesta y guion de la llamada, no solo el anuncio.

S4

Escalar lo que funciona. Sube el presupuesto un 20 % cada 3-4 días. Nunca lo dupliques de golpe.

Sprint de 7 días

Sin ejecución esto es solo un PDF más en tu carpeta de descargas. Aquí tienes exactamente qué hacer cada día.

1

Escaparate y validación

- Optimiza tu bio con la fórmula de autoridad (M1).
- Envía el script de reseñas a tus 5 mejores pacientes (M4).
- Configura la cuenta como profesional y completa tu ficha de Google Business (M6).

2

Producción y mapeo

- Graba el vídeo del anuncio
- . Edítalo con subtítulos, formato vertical.
- Lista de 10 posibles colaboradores (M3).

3

Ignición y contacto

- Lanza tu campaña de Meta con 2-3 €/día siguiendo la matrioska (M6).
- Monta tu campaña de Búsqueda en Google con tus 10 palabras clave y tus negativas (M6).
- Envía los 10 mensajes de networking (M3).
- Story: "5 plazas para valoración nutricional gratuita este mes".

4

Autoridad y seguimiento

- Publica tu primer Reel dirigido a tu nicho (M2).
- Llama por teléfono a los primeros leads. Rápido, no por mensaje.
- Confirma los primeros cafés de networking.

La semana en la que cambia tu agenda

5

Preparación

- Prepara fichas de valoración y hojas de anamnesis para mañana.
- Repasa el protocolo de los 4 bloques (M5).
- Manda recordatorio a cada persona agendada: reduce el no-show a la mitad.

6

Consultas y cierre

- Realiza tus primeras 2-3 Consultas de Valoración aplicando el protocolo (M5).
- Ejecuta el cierre al final de cada una. Vender es ayudar.
- Si el paciente sale feliz, pídele un vídeo de 30 segundos (M4).

7

Análisis y escalado

- Rellena tu cuadro de mando: leads, citas, asistencia, cierres (M6).
- Sube los testimonios a Stories.
- Reinvierte parte del beneficio en la campaña que mejor ha funcionado.

El mercado no premia al que más sabe de bioquímica, sino al que **mejor sabe comunicar una solución**. Ejecuta.

¿QUIERES IR MÁS A FONDO?

Esto es el mapa. FOCUSS es el acompañamiento.

Todo lo que acabas de leer —marca personal, contenido, networking, prueba social, consulta de valoración y publicidad— está desarrollado en profundidad, paso a paso y aplicado a tu caso concreto dentro de **FOCUSS**, nuestra mentoría grupal para nutricionistas y dietistas.

Para quién es

- Nutricionistas que **empiezan** y no saben por dónde arrancar.
- Nutricionistas con pacientes que se sienten **estancados** y sin autoridad en su sector.

Cómo funciona

- Mentoría **grupal**, no un curso grabado.
- Solo **30 personas al año**.
- La próxima edición empieza en **septiembre**.

PLAZAS LIMITADAS · EDICIÓN DE SEPTIEMBRE

[VER MÁS INFORMACIÓN →](#)

focuss.es



El éxito de nuestros alumnos nuestro motor 🚀

Nasser Mamine
Dietista-nutricionista en Cádiz

"HE AUMENTADO MI FACTURACIÓN MENSUAL DE 1500€ A 6000€"

FOCUSS

Marina Jiménez
Dietista-nutricionista en Vilassar de Mar

"PASÉ DE 0 A 14 CLIENTES DIARIOS GRACIAS AL MÉTODO FOCUSS"

FOCUSS

Susana Jiménez
Dietista-nutricionista en Murcia

"GRACIAS AL PROGRAMA, AHORA ATRAIGO MÁS PACIENTES Y GESTIONO MEJOR MI CLÍNICA."

FOCUSS

Laura Romero
Dietista-nutricionista en Sevilla

"POR MI SOLA NUNCA HUBIERA CONSEGUIDO EL CAMBIO QUE NECESITABA Y PODER SUBIR LA FACTURACIÓN"

FOCUSS

Uca Rojas
Dietista-nutricionista en Badajoz

"HE DUPLICADO MI FACTURACIÓN Y TENGO LISTA DE ESPERA DE 1 MES"

FOCUSS

Tú podrías ser el siguiente caso de éxito

Ana Longueira

Hola chicos! Me gustaría informaros que he empezado en mi gimnasio a hacer consultas y en dos días he vendido a dos personas dos planes semestrales!!!!!! 😱😱😱
😱 Muy contenta la verdad y sorprendida!!!

Yo aunque no haya dicho nada más, sigo vendiendo programas, me compran el de 10 sesiones, se ve que lo ven más atractivo. Así que, estoy bastante contento.

Elena Arroyo

Hola!! Yo hoy he vendido otro programa de 3 meses

Y mañana tengo una llamada con una chica que me preguntó y estaba interesada en el de 6 meses

Pepelu Vidal Romero

Buenas chic@s.
!Barrera superada! ayer puse los nuevos precios y hoy ya me han cogido el pack 3 meses! 💪🔥

Mónica

Hoola compis!!!

Para cerrar el año me gustaría deciros que ayer hice mi primera venta de un bono SEMESTRAL a 300€!!! 🤩🤩🤩

Resultado, me cogió el plan de 3 meses, y no solo para el, si no que también para su pareja!

Yo hoy he vuelto a vender un Plan de 3 meses, que aunque parezca poca cosa ya van 3 y antes siempre eran consultas sueltas 😊

Susana

Que bien Elena!!! Estas que te sales!!! 🚀🚀🚀
Yo hoy he tenido la primera venta del plan trimestral al nuevo precio, no he ofrecido las sesiones sueltas directamente he ofrecido los planes trimestrales y semestrales. Espero que sea el primero de muchos 🙌🙌🙌

Esta primera venta en paquete y con un precio más alto ha servido para confiar aún más en el trabajo que estamos haciendo, sabiendo que queda mucho por hacer, que incluso tengo que seguir modificando cosillas de mi proyecto y programa pero que merece la pena y que es posible.