

# DIPLOMATURA EN GERENCIAMIENTO Y ADMINISTRACIÓN DE LA FARMACIA ACTUAL

\*\*\*  
NUEVA  
CAPACITACIÓN  
EJECUTIVA  
\*\*\*\*\*

## **INTRODUCCIÓN**

Las farmacias están experimentando cambios llevados por la actual situación que se está atravesando, por lo cual es importante contar con herramientas actuales que les permitan potenciar sus posibilidades lograr buenas performances.

## **OBJETIVOS**

- Potenciar las habilidades y competencias del farmacéutico, gerente o responsable de farmacias adquiriendo conocimientos de las nuevas herramientas en las áreas de administración, finanzas y modelos de negocios.
- Visualizar la importancia de conocer la forma de comercializar adecuadamente los productos no farmacéuticos, así como las decisiones de compra de los pacientes / clientes / compradores.
- Conocer las herramientas para la transformación digital que está sucediendo en el marco comercial actual.
- Tomar conocimiento acerca de la farmacia actual a través de los cambios experimentados en el retail.
- Transmitir la importancia del trabajo en equipo, así como la delegación en las diferentes personas que participan en la administración de una farmacia.

## **¿A QUIÉN ESTÁ DIRIGIDO EL CURSO?**

DT de farmacias y todo personal que se desempeñe en la gestión y supervisión de la farmacia.

## **METODOLOGÍA**

Se dictará de forma online, a través de una metodología activa de interacción permanente entre el participante y el profesor. Se fomentará el análisis y la discusión para mejorar la toma de decisión, estimulando a los participantes a generar sus propias soluciones, aplicando conceptos y teorías a situaciones del mundo real.

## **INICIO**

Jueves 12 de agosto - 13.30 hs.

## **DURACIÓN**

12 clases de 2 hs. (24 hs. totales)

## **MODALIDAD**

Online - En vivo

## PROGRAMA

### **MÓDULO 1: Debate acerca de la farmacia actual**

- Consecuencias de los factores de la salud y económicos
- Cómo se posiciona la industria farmacéutica en esta realidad

### **MÓDULO 2: El retail en constante cambio**

- En el mundo, en Latam, y en la industria farmacéutica
- Rapidez de adaptación a los cambios que se están produciendo
- El concepto de management en el retail: clave para la gestión del sector.

### **MÓDULO 3: Habilidades y competencias del farmacéutico para gerenciar la/s farmacia/s**

- La importancia de la delegación en el gerenciamiento de las mismas
- Farmacia como empresa vs negocio farmacéutico

### **MÓDULO 4: Administración y Finanzas**

- Precios: formas de expresarlos y de comprenderlos
- Análisis de descuentos
- Gestión de compras
- Diferencial
- Rentabilidad – KPI
- Inventarios
- Rotación
- Costos fijos y variables
- Cash Flow
- Tableros de control: Concepto – Información para incluir – Implementación – Alertas

### **MÓDULO 5: Plan de Negocio**

- Modelos de Plan de Negocios
- Canvas

### **MÓDULO 6: Trade Marketing – Category Management: Visión estratégica de las categorías**

- Definición y Roles de la categoría y cada uno de sus SKU. Identificación – evaluación de su impacto en el PDV – Acciones para capitalizar los roles.
- Estrategias de la categorías en el PDV: Generar tráfico – Generar Utilidad – Generar transacciones – Imagen de precio – Generar caja – Generar imagen de innovación
- Rapidez de adaptación a los cambios que se están produciendo
- Surtido – Exhibición – Distribución – Precios – Promoción

### **MÓDULO 7: Farmacias generalistas vs específicas / boutiques**

- Concepto de negocio
- La búsqueda de segmento para nicho
- Nuevos sectores

**MÓDULO 8: Conociendo al paciente / cliente / shopper**

- Conociendo al Shopper de Farmacias
- El Path to Purchase de la compra de Cuidado Personal y del Hogar, en Farmacias. El Rol del Dependiente
- Planeamientos y Misiones de Compra
- Redefinición del Customer Journey
- Motivaciones de Compra
- Definiendo una Estrategia de Shopper Marketing
- Herramientas de diseño basadas en Neuromarketing

**MÓDULO 9: La transformación digital en las farmacias: Objetivos para su implementación**

- La farmacia: Modelo de negocio digital de los próximos tiempos
- Funnel (embudo) de conversión: Reconocimiento – Consideración – Conversión
- Recursos y formatos
- El mundo digital y la omnicanalidad
- Fidelización y premios
- El E-commerce: diferentes plataformas

**MÓDULO 10: Gestión de equipos: Cambios en la forma de trabajo**

- Qué se espera de un líder
- El marco de liderazgo en tiempos de incertidumbre y crisis
- Gestión de equipos presenciales y en la virtualidad
- Gestión del cambio. Conocer los factores de cambio y resistencia
- Kit de soporte para facilitar reuniones productivas
- Creación de una cultura organizacional creativa e innovadora
- El aprendizaje permanente - La evaluación de las ideas

**CRONOGRAMA DE CLASES**

Clase 1	Jueves 12 de agosto	Módulo 1
Clase 2	Jueves 19 de agosto	Módulo 2
Clase 3	Jueves 26 de agosto	Módulo 3
Clase 4	Jueves 02 de septiembre	Módulo 4 (Parte 01)
Clase 5	Jueves 09 de septiembre	Módulo 4 (Parte 02)
Clase 6	Jueves 16 de septiembre	Módulo 5
Clase 7	Jueves 23 de septiembre	Módulo 6 (Parte 01)
Clase 8	Jueves 30 de septiembre	Módulo 6 (Parte 02)
Clase 9	Jueves 07 de octubre	Módulo 7
Clase 10	Jueves 14 de octubre	Módulo 8
Clase 11	Jueves 21 de octubre	Módulo 9
Clase 12	Jueves 28 de octubre	Módulo 10

## PROFESIONALES

### COORDINADORA ACADÉMICA

#### *Raquel Rau*

Licenciada en Administración, UBA. Posgrado en Marketing, UBA. Se desarrolló profesionalmente en Unilever en el área de Marketing y Ventas durante 10 años. Actualmente es Consultora en Management y Ventas para empresas industriales y comerciales. Ha trabajado en consultoría de Marketing y Ventas para empresas en Perú (Inka Cola – Coca Cola), Paraguay (Pollos K – Zero) y Ecuador (Pronaca). En Argentina ha trabajado para empresas de diferentes sectores: indumentaria, IT, hogar, ONG's, tocador, bebidas, siendo alguna de ellas Petroquímica Río Tercero S.A. – Piero SAIC – Univista S.A. (marcas Etam y Ted Bodin) – Dow Química Argentina S.A. – Odol S.A.

Directora de la Diplomatura en Dirección y Gestión de Empresas PYMES (DYGEP): UCES  
Directora de la Diplomatura en Gestión y Marketing de Empresas de la Moda. UCES Profesora de Marketing Estratégico durante 10 años en el Programa de Capacitación Ejecutiva de Marketing de la Moda de la Universidad de Belgrano. Coordinadora en el Programa de Gestión de Empresas del Módulo Planificación y Gestión de la Producción de Moda. CMD (Centro Metropolitano de Diseño).

### EQUIPO DOCENTE

#### *Alfredo Blousson*

Director del Depto. de Administración de la Universidad ESEADE (Escuela Superior de Economía y Empresas) - Doctor en Administración, ESEADE. MSM, Magister en Marketing, UDESA, Sales and Marketing Management - GSSMM, Syracuse University (USA), Especialización en Administración de Empresas, UCA, 1981 – Ingeniero Industrial, UBA, 1974  
Trayectoria:

Consultor en temas de Marketing Estratégico y de Negocios especializado en Retail

Miembro de consejo del Doctorado de ESEADE, Director del departamento de Administración, Ex Rector ESEADE, ex Director de CMO y Relaciones Corporativas UADE.

Director del centro de Retail en el IAE.

Docente Masters en Administración y programas ejecutivos en ESEADE, UADE, UDESA, UBA, Universidades de Latinoamericanas y en UMUC y UNF (USA)

Cargos Directivos como: Gerente General de Industrias Nutryte-Friar, VP de Ventas de NABISCO, Director de Trade Marketing de NABISCO, Director Comercial de MAYCO, Capri y Vizzolini. Director de Ventas del grupo Philip Moris, Director de Marketing de Philip Moris, Director de proyectos de Deloitte-Simonsen, Director de Marketing y Servicios al cliente de Pragma/FCB

#### *Hernán Urcola*

Director de BIGrowth: Consultoría Comercial comprendiendo: Desarrollo de procesos de Category Management. Capacitación a equipos de ventas y trademarketing para traducir la información de mercado disponible en herramientas de gestión. Elaboración de diagnósticos

comerciales y desarrollo de activación táctica. Estrategia comercial para el lanzamiento de nuevos productos: targets de distribución, canales, materiales de punto de ventas y promociones. Algunos clientes que atiende: Farmacia Azul, FarmaPlus, Farmacias Vilela, Farmacia Central Oeste, 365 Farma, Farma 24, Soy tu farmacia, La FÁrmaco, Coca Cola Company Argentina, Compumundo, Santiago Sáenz, Philips, Whirpool, Glove, Seisemme, Cepas, Unilever de Argentina, Sanofi Aventis, Bayer, Andrómaco, Nutricia Bagó, GSK, Dai Nippon, Droguería Suizo. Antecedentes laborales: Molinos Río de la Plata: gerente de Trade Marketingl. The Coca Cola Company: Desarrollo de diseño de planes comerciales anuales con los embotelladores. Unilever HPC: Gerente de Trade Marketing categoría Desodorantes.

### **José María Miranda**

Farmacéutico, Máster en Administración y Dirección de Empresas.

Visión estratégica, centrado en el logro de los objetivos. Proactivo con capacidad de liderazgo, negociación, planificación y orientación a resultados. Excelentes habilidades interpersonales, capacidad para trabajar en equipo y organizar equipos de trabajo

Actualmente es Director asociado del Centro Gallego de Buenos Aires: Sanatorio de alta complejidad ubicado en la Ciudad Autónoma de Buenos Aires. Dirección del sanatorio, asociado a la Dirección Médica.

Trayectoria profesional: Director de farmacia Grupo BASA – Gerente Gestionfarma S.A – Director de operaciones Grupo Medico La Torre – Jefe servicio Farmacias Sanatorios La Torre Vicente López - La Torre L. del Mirador - La Torre San Martin - La Torre San Justo - Plaza Escobar – Auditor farmacéutico O.S.P.M.L.M – Director técnico Drogueria Del Sud – Director y consultor Estudiofarma – Director división Farma AG Holding

### **Daniel Russo**

Especialista en Productividad Comercial en Retail. Consultor y Capacitador.

Ex Docente Universidad UBA. Profesional de Marketing, Trade Marketing y Ventas en empresas corporativas de primer nivel, con responsabilidades en Latinoamérica en diferentes sectores: Laboratorios Farmacéuticos (productos éticos, OTC y venta libre), Óptica y Oftalmología, Dermocosmética, Veterinaria de pequeños animales, Moda, Productos masivos y para la salud. Asesor, coach y capacitador en empresas Pymes de Argentina, Uruguay y Chile, sectores: Veterinaria, productos diagnósticos para la salud, Concesionarias Automotor, Indumentaria y calzado, juguetería, farmacia y perfumería.

Director técnico de Laboratorio AADEE SA y dueño de Plusaxon – Productividad Comercial. Miembro de Comisión Directiva UAPE (Unión Argentina de Proveedores del Estado ). Ex Investigador Centro Atómico Ezeiza. Coordinador en RSE. Conferencista Internacional.

### **Daniel Feige**

Desde hace más de 20 años, se desempeña como facilitador, instructor, disertante y consultor de negocios, con foco en el Desarrollo Organizacional y del Capital Humano. Su carrera profesional incluye posiciones en Oracle Corp. (1994-2000) como Gerente de Compras, Travel, Operaciones y Servicios internos para Argentina y Latinoamérica. De 1994 a 1996 como Responsable de RRHH. Continuó como Gerente de Nuevos Negocios en Viajeya.com (2001-2002). Entre 2003 y 2007 se desempeñó como consultor e instructor para la división de

consultoría y capacitación de Amadeus Américas a nivel regional. Desarrolló actividades de consultoría y formación para Empresas Pymes y grupos de agencias de viajes en Colombia, Bolivia, Chile, Ecuador, Perú, México, Panamá, Guatemala, Brasil y Uruguay. Disertante en reuniones de formación turística de ANATO (Colombia), APPAAI (Perú), AUDAVI (Uruguay) y CONAAV (México).

Ha impartido talleres de formación y desarrollo de habilidades de gestión, comunicación y liderazgo. Entre las empresas que recibieron la formación se encuentran: Deutsche Bank, Unilever, YPF, Laboratorios Merck, Peugeot, Phillip Morris International, Falabella, TEVA, Allianz entre otras. De 2012 a 2016, lideró el diseño del programa académico para las Conferencias de GBTA (Global Business Travel Association), disertando sobre temas de la industria en Argentina, Colombia, México y Perú. De 2012 a 2015, Analista de mercado para Phocuswright. Publicó con PW, el LATAM OTO (Latin America Online Travel Overview) en 2015.

### **Jorge Diaz**

Técnico superior en comercialización: Fundación de Altos Estudios en Ciencias Comerciales.  
Posgrado de Política de negocios en la Industria Farmacéutica: Universidad de Belgrano.  
Director de Pharma Insight: 1ra etapa: 03/2010-10/2016 // 2da etapa: 01/2019 - a la actualidad:  
Consultoría estratégica, selección de visitadores médicos. Diseño de piezas promocionales.  
Negociación y armado de pautas publicitarias para la consultora. Manejo de capacitación de diversos laboratorios de especialidades medicinales. Clientes: Laboratorio Eczane, Laboratorio Lepetit, Progenitest, laboratorio Woerwag, Laboratorio OPKO HEALT SPAIN, I-BROKERS.  
APM Extreme Training: En 2012, diseñé el curso de perfeccionamiento APM EXTREME TRAINING, el cual permitió la inserción profesional a 243 personas sin experiencia a la industria farmacéutica. Se diseñó el programa académico de manera meticulosa a fin de contemplar todas las herramientas necesarias para maximizar la inserción, paralelamente se apuntó a la motivación de los alumnos, aún luego de haber concluido la cursada, garantizando de esta manera sus objetivos de inserción.

### **Leticia Leto**

Licenciada en Relaciones Internacionales: Universidad de Belgrano Post Grado en Management: Universidad de Belgrano  
Especialista en el canal Farmacia con orientación a la venta Online. Trabajó durante 11 años en Unilever siendo capacitadora para el canal Farmacia y orientado a las misma a un crecimiento en su rentabilidad.  
Actualmente está especializada en Marketing Digital y en E - Commerce a través de su agencia Getmkonline.  
Cuenta con experiencia en desarrollar sus propios emprendimientos en el Rubro Formación y en el rubro Eventos y Entretenimientos.

***Consultas a cursos@cofa.org.ar***