

EDUCACIÓN CONTINUA

CICLO 2020

**PROGRAMA
EJECUTIVO EN
GESTIÓN DE
RENTABILIDAD Y
MARKETING DE
LA FARMACIA**

OBJETIVOS

Desarrollar un concepto de capacitación integral que permita conocer la realidad de la farmacia, considerando su inserción en las complejas reglas del mercado actual.

La gestión económico financiera se presentará con conceptos específicos del negocio y dirigidos a los farmacéuticos profesionales y administradores con pautas de directa aplicación en el manejo diario.

La farmacia posmandemia. Nuevos hábitos de consumo. Recetas electrónicas

Comercio electrónico, redes sociales y el posicionamiento de la farmacia

El análisis de los Convenios de Seguridad Social, en especial el de Pami, se analizará en todos sus aspectos y su influencia en la rentabilidad final de la farmacia

Plantear alternativas de rentabilidad superadoras de la prestación farmacéutica a la Seguridad Social

El efecto de la inflación y sus consecuencias será especialmente considerado

La relación con los demás actores del mercado farmacéutico serán temas de discusión y análisis con especialistas

Presencia regional y desarrollo de cadenas será estudiado como casos especiales.

DESTINATARIOS

Farmacéuticos independientes. Farmacéuticos recién graduados. Administradores de farmacias, redes y cadenas. Directores Técnicos. Gerentes de organismos de la Seguridad Social y Mandatarias

Miembros de Colegios Farmacéuticos y Entidades intermedias Propietarios y administradores de Distribuidoras, Droguerías, Cooperativas

PROGRAMA

MODULO 1: MERCADO Y CONTEXTO ACTUAL

Conceptos económicos internos y externos que generan la realidad actual. Análisis de los factores de gestión. Precios y costos. El efecto precio - inflación y su efecto en las finanzas de la farmacia

La farmacia post pandemia . Efectos sobre el stock y la Ecuación Financiera.

La importancia de la farmacia de cercanía

MODULO 2: CONVENIOS Y SEGURIDAD SOCIAL

Convenio Pami, PVP especial Ajustes. Resolución 337. Liquidaciones. Formas de Pago. Rentabilidad final. Otros convenios de la Seguridad Social y Prepagas. Influencia final en la rentabilidad de la farmacia.

Recetas electrónicas. Procesos autorización

MODULO 3: COMPRAS Y ABASTECIMIENTO

Relación con la industria farmacéutica y la distribución. Compra a droguería. Directa. Transfers. Genéricos. Ofertas. Análisis de Descuentos. Tratamientos compartidos. Bonos de descuentos.

Robótica y almacenamiento inteligente

MODULO 4: GESTIÓN Y RENTABILIDAD

Cadenas de precios. Su conformación. Gestión de Compras. El diferencial de Gestión Gestión de Ventas. Rentabilidad absoluta y relativa. Genéricos y Reemplazos. Bonos. Gestión de Cuentas a Cobrar. Cuentas Corrientes El efecto inflación. Gastos. Incidencia en el Costo. Inventarios. Rotación. Faltas. Seguridad.

MODULO 5: PRECIOS, COSTOS INTERNOS E INFLACIÓN

Rentabilidad de la farmacia en épocas de inflación. La actualización del precio de los medicamentos y su relación con los gastos y la inflación general. Precios Especiales

MODULO 6: MARKETING

El circuito del medicamento. Genéricos y marcas. El marketing del retail. El consumidor inteligente y racional. El concepto del negocio del bienestar. Marcas de farmacia. Góndolas o negocio tradicional. El negocio de perfumería. El lay- out de las farmacias. Ventajas de la reforma del local.

Category management. Merchandising. Productos de Venta Libre. Nuevo concepto de comercialización. Manejo de precios y descuentos. Objeciones. Alternativas de rentabilidad adicional a la dispensación a la seguridad Social.

Módulo 7. E- COMMERCE , REDES SOCIALES , TECNOLOGÍA

Comercio electrónico. Tipos de plataformas de Negocio. Manejo de entrega y stock.

Redes sociales. Dispensación de pedidos

Turneros inteligentes calidad de atención y eficiencia en los Recursos humanos

MODULO 7: TABLERO DE CONTROL

Concepto. Variables a considerar. Implementación. Semáforos de atención. Información para la toma de decisiones.

MODULO 8: ANÁLISIS DE CASOS DE FARMACIAS EXITOSAS

Presentación y análisis de casos con propietarios de farmacias y análisis crítico de farmacias de los participantes.

DIRECTOR ACADÉMICO

DR. EDUARDO TCHOUHADJIAN

Consultor Profesional especializado en el análisis de Rentabilidad y Gestión de Farmacias.
Director de EFAE Corp. Ex Gerente Comercial de Droguería del Sud S.A. Contador Público (U.B.A.)

CUERPO DOCENTE

LIC. PLÁCIDO COSENTINO

Licenciado en Ciencias políticas- Director de Mercatus S.A.- Ex Director de Marketing de Phoenix S.A.,

DRA. PATRICIA CORONA MARTINEZ

Gerente de Créditos de Droguería MONROE-AMERICANA. Contador Público. Docente Universitaria en la UBA.

Profesionales especialistas invitados para disertar sobre temas específicos de cada tema

Los módulos podrán ser dictados por todos o algunos de los docentes mencionados en forma indistinta, entre otros docentes invitados que participarán del Programa. La Universidad se reserva el derecho de realizar cambios en el cuerpo docente que considere pertinentes.

CONSIDERACIONES GENERALES

INICIO

3 de septiembre de 2020

FINALIZACIÓN

22 de octubre de 2020

DURACION DEL CURSO

El curso completo tiene una duración de 20 horas, desarrolladas de acuerdo a la siguiente modalidad:

- a realizarse en una clase semanal VIRTUAL de 2 1/2 horas cada una.

CLASES ON LINE Y EN VIVO

CRONOGRAMA DE CLASES

3, 10, 17 y 24 de septiembre

1, 8, 15 y 22 de octubre

DÍAS Y HORARIO

Jueves de 19 a 21:30 horas

ASISTENCIA MÍNIMA

75 % de las clases.

CERTIFICACIÓN

El Departamento de Estudios de Posgrado y Educación Continua de la Universidad de Belgrano, extenderá el respectivo Certificado a quienes cumplan con la asistencia mínima requerida.

Todos nuestros programas deberán contar con un cupo mínimo de alumnos matriculados para su apertura. En caso de no reunir el número indicado al cierre de inscripción, la Universidad se reserva el derecho de posponer o suspender el inicio de la actividad.