

EDUCACIÓN CONTINUA

CICLO 2020

**DIPLOMATURA EN
MANAGEMENT
ESTRATÉGICO DE
PRODUCTOS DE
ALTO COSTO EN
LA INDUSTRIA
FARMACÉUTICA**

INTRODUCCIÓN

La medicina avanza en el desarrollo de terapias innovadoras con el objetivo de mejorar los resultados del tratamiento o lograr la curación tanto de patologías de baja incidencia como de aquellas que constituyen un problema sanitario.

Productos biotecnológicos, terapias génicas, medicina personalizada, diagnóstico molecular, nanotecnología en medicina, entre otras innovaciones, se suman al arsenal terapéutico disponible, en un contexto de cambio de roles e impacto de nuevas tecnologías que desafían al Sistema de Salud.

El crecimiento de portafolios de tratamientos especiales tanto en empresas multinacionales como locales, impactan también en la dinámica y estructura de las organizaciones.

Los perfiles gerenciales y equipos de trabajo se diversifican y requieren especialización, una profunda comprensión del abordaje multidisciplinario de estos mercados y nuevas habilidades para alcanzar su máximo potencial de desarrollo.

CARACTERÍSTICAS

El Programa de Management Estratégico de Productos de Alto Costo para la Industria Farmacéutica se desarrollará en formato presencial, teórico, con presentación de casos prácticos y datos de la Industria.

DESTINATARIOS

Gerentes, y profesionales que deseen aprender o mejorar su comprensión del Segmento de Productos de Alto Costo en la Industria Farmacéutica, que se desempeñen, entre otras, en las siguientes áreas: Marketing, Acceso, Farmacoeconomía, Ventas (APM's, KAM's, otros), Entrenamiento, Programas de Pacientes/Clientes, Relaciones Institucionales, Farmacovigilancia, Clinical Research Asuntos Médicos (Gerentes médicos, MSL's) y profesionales en áreas de soporte claves tales como: Regulatorio, Legales, Calidad (QA/SOPs), Compliance, entre otros.

OBJETIVOS

La Diplomatura en Management Estratégico de Productos de Alto Costo tiene como objetivos:

- Promover el conocimiento de terapias innovadoras y nuevos mercados
- Facilitar la comprensión de roles y prioridades de stakeholders fundamentales en el desarrollo de negocios especiales, así como la legislación y regulaciones vigentes en estos mercados.
- Brindar una comprensión integral estratégica que permita dimensionar escenarios y planificar el lanzamiento de productos de alto costo, desde el registro, abordaje científico, aspectos regulatorios y

legales, hasta la comercialización y promoción. Analizar herramientas tácticas efectivas, compartiendo mejores prácticas con profesionales de trayectoria y actores de la Industria.

- Complementar los conocimientos con habilidades “interpersonales” requeridas para el liderazgo de proyectos multidisciplinarios, networking y relacionamiento en los segmentos especiales, incorporando herramientas de comunicación, coaching y PNL (programación neurolingüística) a lo largo del Programa.

CONTENIDOS

MODULO 1: INTRODUCCIÓN a los MERCADOS de PRODUCTOS DE ALTO COSTO

Objetivo:

Brindar una comprensión integral del mercado de productos de alto costo y sus drivers.

Contenidos:

Innovación y tendencias en Salud y la Industria Farmacéutica. Mercados de Alto Costo, principales mercados, moléculas, productos y Laboratorios. Stakeholders internos y externos; evolución e importancia para la Industria.

Investigación clínica: roles y responsabilidades. Estudios clínicos: fases, diseños, objetivos, análisis de la evidencia y su utilización estratégica.

Productos biológicos y biosimilares: diferencias, comprensión del proceso desde el desarrollo hasta la aplicación clínica.

Medicina de precisión. Plataformas diagnósticas.

Drivers y factores críticos de éxito (CSFs) de los principales mercados de alto costo: Oncología, Oncohematología, Enfermedades Raras.

MODULO 2: MERCADOS de ALTO COSTO y sus PRINCIPALES ACTORES

Objetivo:

Conocer a los principales stakeholders del Sistema de Salud y el abordaje estratégico desde las diferentes áreas de la Compañía. Pacientes, Médicos, Autoridades Sanitarias y Financiadores.

Contenidos:

Mapeo de Stakeholders: rol e interacciones. Autoridades Sanitarias. Presentación de productos para registro. Legislación. Principales actores del Sistema de Salud. Esquemas de financiamiento para productos de alto costo. Construcción de un Plan estratégico de Acceso. Comprensión de contexto; negociación colaborativa. Farmacoeconomía: definición y herramientas. Big Data como oportunidad en Salud, hacia un mercado más eficiente, innovación y medicina de precisión al servicio del paciente. El médico como aliado estratégico: Sociedades médicas, KOLs, especialistas. Roles médicos en la industria farmacéutica. Construcción de un Plan Médico Estratégico. Conducción de Advisory Boards efectivos, Speakers Trainings, Reuniones de Expertos, Simposios de alto impacto. Una visión integral con foco en el paciente: patient centricity. Herramientas estratégicas: patient flow y patient journey. Desarrollo del vínculo con Asociaciones de Pacientes (Patient Advocacy). El paciente digital. Desarrollo de Programas de Pacientes: una visión interdisciplinaria. Farmacovigilancia.

MODULO 3: PROMOCIÓN y COMERCIALIZACIÓN de PRODUCTOS DE ALTO COSTO. EL PLAN de MARKETING.

Objetivo:

Comprender herramientas innovadoras para la construcción de un Plan de Marketing, y las nuevas tendencias que están modificando el escenario de la industria.

Contenidos:

El producto ampliado, generación de valor. Construcción de un Plan estratégico de Marketing con foco innovador. *Beyond the Pill. Awareness* pre y post lanzamiento. Herramientas de adherencia. Insights. Personalización. Customer experience. Fuentes de información en mercados de alto costo. Definiciones de mercado, competidores, auditorías, identificación de fuentes de datos para la construcción, seguimiento de ventas y share. Promoción: desarrollo de materiales científicos y promocionales de alto impacto. Aspectos financieros: Análisis de escenarios, *assumptions*, presupuestación, pricing, P&L por negocio y por territorio. Comercialización de productos de alto costo: distribuidoras, droguerías especiales, farmacias, Instituciones.

MODULO 4: CONSTRUCCIÓN DE EQUIPOS EFECTIVOS.

Objetivo:

Complementar los conocimientos con habilidades interpersonales requeridas para el liderazgo de proyectos multidisciplinarios, networking y relacionamiento, en los Segmentos de Especialidades.

Contenidos:

Equipos de venta y comercialización de Productos especiales. Perfil, más allá de la venta. Entrenamiento. Construcción y características de equipos de alto desempeño. Networking. Comunicación efectiva y presentaciones de alto impacto. Ajuste del mensaje de acuerdo a la audiencia: lenguaje verbal, para-verbal y no verbal. Escucha y conversaciones efectivas. Feedback. Negociación. Aikido verbal.

COORDINADORAS ACADÉMICAS

ADRIANA FOLTAN

Médica egresada de la Universidad Nacional de La Plata, con más de 15 años de trayectoria en la Industria Farmacéutica. En su experiencia corporativa, se desempeñó en diversos roles médicos con responsabilidad creciente, fue Monitorea de Ensayos Clínicos, Gerente de Calidad y Procedimientos Operativos Estándar (QS & SOPs), Farmacovigilancia y Asuntos Médicos. En este último sector, fue Gerente Regional de Información Médica, Gerente Médico de diversas líneas terapéuticas, habiendo estado a cargo de productos de alto costo (Oncología) por más de 12 años, en 5 mercados diferentes de Latinoamérica. Lideró múltiples equipos médicos en LA, habiendo trabajado en estructuras matriciales donde logró, junto a los equipos a su cargo, diversos reconocimientos de “*Best Practices*” para Mercados Emergentes.

Estuvo a cargo de los Aspectos Médicos del lanzamiento de 4 productos innovadores en el área de Especialidades, así como de 7 nuevas indicaciones.

Previo a unirse a la industria farmacéutica, fue subinvestigadora en diversos estudios clínicos.

Adriana es además Consultora, Coach Ontológico, Ejecutivo y Organizacional y *Practitioner* en Programación Neurolingüística (PNL) certificada. Realizó cursos de Posgrado en Marketing Farmacéutico, Investigaciones Clínicas, e Investigaciones en Pacientes Vulnerables (pediátricos y oncológicos).

Adicionalmente, completó diversos entrenamientos/cursos de capacitación sobre temas complementarios claves, tales como Manejo de Prensa, Presentaciones Orales Efectivas, Negociación, Liderazgo y Gestión del cambio.

Es oradora invitada por diversas Universidades, tanto nacionales como internacionales, para brindar presentaciones sobre aspectos relacionados a la Industria Farmacéutica, Liderazgo y Manejo del Cambio, entre otros.

Actualmente se desempeña como Coach, Mentora y Consultora en su propia agencia *Adriana Foltan Coaching & Consulting*. Asimismo, brinda servicios de Docencia, Entrenamiento y Asesoría, principalmente para la Industria Farmacéutica, el Sistema de Salud, y diversas Universidades.

SILVIA NARDELLA

Posee 29 años de experiencia en la Industria Farmacéutica, tanto en las áreas de Especialidades como de Cuidados Primarios y Venta Libre, en empresas nacionales y multinacionales de primer nivel, liderando productos como Enbrel, Copaxone, Lyrica, Lipitor, Ibupirac, entre otros, que ocuparon durante su gestión las primeras posiciones en el Ranking de sus respectivos mercados. Llevó exitosamente adelante el switch de Ibupirac de venta bajo receta a venta libre, y el take-back de Lipitor a Pfizer. Consolidó en función de su experiencia en diversos mercados de la Industria, una visión estratégica sólida. Coordinó equipos multidisciplinarios externos e internos, equipos de ventas y de marketing. Se desempeñó en roles de responsabilidades crecientes tales como gerente de producto, gerente de línea y Business Unit Manager en diversas especialidades. Formó parte de equipos regionales representando a su país y otros países de Latam. Ganó en dos oportunidades Microgrants de Pfizer Foundation. Como docente es la Directora del “Programa de Marketing Digital para Farma” y Profesora en Programas de MKT Farmacéutico de la UB y de la UCES. Coordinadora del Curso de Posgrado “Formación de MSLs y Medical Advisors en la Industria Farmacéutica”, dicta asimismo charlas y cursos in Company sobre Estrategia, Experiencia del Cliente, Marketing y Marketing Digital.

Lidera su propia consultora: The MKT Journey, que provee Consultoría Estratégica y Servicios para la Industria de la Salud.

Licenciada en Publicidad y Comunicación, es también Coach Ontológico, Coach Organizacional y Practitioner en PNL. Está Diplomada en Medios Digitales y en Innovación en el Trabajo.

CUERPO ACADÉMICO

ELEONORA AIELLO

Farmacéutica, Master en Business Administration, Master in Health Economics & Pharmacoeconomics. Consultora en HEOR, HTA & Acceso, con más de 17 años de experiencia en Farmacoeconomía, desarrollada en Compañías Farmacéuticas Internacionales en Argentina, Perú, Colombia, Chile y Venezuela y en Acceso de Mercado para diferentes Áreas Terapéuticas.

FERNANDO CARABAJAL ORTE

Médico oncólogo egresado de la Universidad Nacional de Córdoba. Se desempeñó en el Hospital Privado Centro Médico de Córdoba y en el Sanatorio Güemes de Buenos Aires. En la Industria Farmacéutica, Fernando cuenta con más de 7 años de experiencia en el área de Medical Affairs con posiciones gerenciales en Latinoamérica Sur y México, y otros roles a nivel global. Las empresas para las cuales trabajó fueron Novartis, Pfizer y Janssen, donde se desempeña actualmente como Gerente Médico Senior para Oncología y Hematología.

ALEJANDRO COTTA

Ingeniero Agrónomo. Director Asociado OncoCare en TEVA Argentina. Se desempeñó como Gerente de Marketing y Ventas en Laboratorios Filaxis (Grupo Fresenius Kabi) y Gerente de Distrito en Pharmacia Argentina y Rontag. Alejandro es Docente en el Curso de Posgrado en Marketing y Gestión Farmacéutica de la Universidad de Belgrano.

RICARDO DIEZ

Director y Fundador de Analytics Town y especialista en Data Analytics desde hace más de 10 años. Trabaja en Big Data, Machine Learning y Revenue Management. Fundó la consultora Analytics Town en 2016 y desde entonces ha desarrollado proyectos que mejoran la toma de decisiones de las Compañías. Ha trabajado en proyectos para 22 países, entre ellos Estados Unidos, Canadá, España, Japón y la mayoría de los países en América Latina. Capacita a Equipos Especializados en Instituciones Educativas, Universidades, in-Company o en charlas abiertas. Expositor, autor y analista certificado.

CHRISTIAN HÖCHT

Farmacéutico, Profesor Asociado de la Cátedra de Farmacología de la Facultad de Farmacia y Bioquímica de la UBA, y Director de Cursos de Posgrado en la misma Universidad. Ha publicado 90 trabajos científicos originales, 20 artículos de revisión, 1 trabajo de opinión y 2 artículos de difusión, así como varios capítulos en diferentes libros. También se ha desempeñado como revisor de trabajos científicos publicados en revistas internacionales como Drugs in R&D, Journal of Pharmacy and Pharmacology entre otras, y en el Comité editorial de las mismas revistas. Ha participado en numerosas conferencias, simposios y mesas en eventos nacionales, disertando sobre productos biotecnológicos y biosimilares e inmunogenicidad, entre otros tópicos. Ha sido también Director en varios proyectos de investigación.

NATALIA FERNANDEZ FRUTTERO

Médica egresada de la Universidad Nacional de La Plata. Master en Ingeniería Genética y Biología Molecular. Posgrado en Biotecnología, Innovación y Negocios. Programa Ejecutivo en Management. Natalia cuenta con más de 16 años de experiencia en la Industria Biotecnológica, habiendo

desempeñado diferentes roles en el área de Market Access, Patient Advocacy y Medical Affairs en Genzyme Argentina. En los últimos años se desempeñó como Country Manager en Argentina para Spark Therapeutics, teniendo a cargo las tareas de pre lanzamiento de Luxturna, primer terapia génica para una enfermedad poco frecuente aprobada por la FDA. Actualmente es consultora independiente para el desarrollo de negocios y proyectos que tengan que ver con enfermedades raras para diferentes compañías multinacionales, y socia fundadora de NatGen, empresa de desarrollo de suplementos nutricionales y basados en la nutrigenética y nutrigenómica

SANDRA MAZA

Directora de Asuntos Regulatorios Pfizer SOLA (South Latin America) Cluster. Sandra ha trabajado en la industria farmacéutica desde 1991 en empresas de origen nacional, europeo y norteamericano. Se unió a Pfizer en 1999. En la actualidad, se desempeña como Directora de Asuntos Regulatorios del Cluster SOLA para PEH y cumple el rol de Directora Técnica en Argentina. Sandra es farmacéutica y posee diversos postgrados: Health Management Pharmacoconomy otorgado por International Society for Pharmacoepidemiology; Desarrollo de Documentos Científicos de la Universidad de Buenos Aires, Facultad de Farmacia y Bioquímica; Periodismo Científico, de la Universidad Interamericana; Postgrado en Farmacología, Universidad de Buenos Aires; School of Medicine and CMC Regulatory Compliance for Biopharmaceuticals & Biologics at Center for Professional Innovation & Education Inc, Estados Unidos. En el 2017, cursó y aprobó el postgrado Programa Ejecutivo en Desarrollo Gerencial dictado en la Universidad Torcuato Di Tella. En el 2017, fue sponsor del Proyecto de Productos Locales y Regionales para LATAM, el cual creó un nuevo proceso que permitió acelerar el registro de productos y obtener visibilidad temprana para evitar stock out y back order en toda la región.

ENRIQUE MORANDO

Abogado (Universidad Austral) y LL.M. (Master en Derecho) egresado con honores de la Northwestern University School of Law, Chicago, EEUU. Es Socio fundador en Morando Abogados. Experto en derecho empresario y societario, fusiones y adquisiciones societarias, inversiones extranjeras, planeamiento societario y fiscal, conflictos societarios y contractuales, derecho bancario, financiero y cambiario, y derecho inmobiliario. Asesora en temas contractuales, contratos de colaboración y licitaciones públicas a varias empresas internacionales de la Industria Farmacéutica.

FABIAN MONTANARI

Licenciado en Administración de la UBA. Se desarrolló como Coordinador de Acceso de Bayer, Manager de Acceso de Janssen Cilag, Gerente Comercial de Abbott Nutrition y Consultor Independiente. Actualmente se desempeña como Gerente Comercial de Tratamientos Especiales en la Droguería Suizo Argentina. También es docente en el Curso de Acceso que se dicta en la Academia de Medicina.

MARIA NOEL MOZZARELLI

Licenciada en Cs Biológicas con Orientación en Biotecnología y Biología Molecular de la Universidad de Buenos Aires. Se unió a Pfizer en 1997, y desde entonces ha asumido roles de responsabilidad creciente. Inicialmente en Estándares de Seguridad y Calidad. En 2006 comenzó a trabajar como Directora Asociada en el Grupo de Auditoría de la Unidad de Seguridad de Medicamentos (PCU) y la Unidad de Seguridad Médica (DSU) de Medical Quality Assurance. Como auditor de MQA, Noel dirigió una amplia gama de auditorías complejas, incluidas auditorías de sitios, auditorías de proveedores (por ejemplo, call centers) y auditorías de organizaciones de países de todo el mundo

(América Latina, Asia, Europa, África, Oceanía y América del Norte). Ella ha sido una persona fundamental en el desarrollo de Programas de Pacientes / Clientes y ha contribuido a impulsar una serie de mejoras en los procesos para mitigar riesgos. Con el paso de los años, Noel fue mentora, capacitó a auditores y estableció sólidas relaciones con los clientes, al mismo tiempo que proporcionó conocimientos técnicos claves dentro de la organización de países de la empresa a la que pertenece. En noviembre de 2015, ocupó un puesto en la comisión como Directora de Comunicaciones y Cambio, donde ayudó a Operaciones Comerciales Globales a impulsar mejoras de procesos en el espacio de los programas de pacientes/clientes, donde ahora trabaja como Líder Global de Implementación de Calidad en Operaciones Comerciales Globales (GCO).

JUAN MANUEL SANTA MARÍA

MBA. Posee más de 20 años de experiencia en el sector salud debido a su desempeño en distintas áreas de trabajo en la industria farmacéutica, así como en posiciones de liderazgo en el área de consultoría del sector salud para Argentina, Brasil, Uruguay, Chile y Paraguay

Desempeñó cargos en diversas áreas tales como Producción Aseguramiento de la Calidad, Asuntos Regulatorios, Marketing e Inteligencia de Negocios en compañías farmacéuticas tales como Johnson & Johnson, Abbott Laboratories y Byk Argentina (actualmente Takeda).

En el año 2000 se unió a IMS Health (actualmente IQVIA) como Gerente de Servicios al Cliente, extendiendo luego sus tareas a la Gerencia Comercial para Argentina, Uruguay, Paraguay y Bolivia, desarrollando posteriormente la unidad de negocios de Consultoría y Servicios para el Cono Sur de Latinoamérica.

Ha llevado adelante más de un centenar de proyectos referidos al Rediseño Organizacional de Operaciones Comerciales, Optimización de Portafolios, Estrategias de Go to Market en mercados de especialidad, Dimensionamiento y Alineamiento de Fuerza de Ventas, Estrategias de Market Access para Alto Costo, Desarrollo de Nuevos Mercados y Lanzamiento de Nuevos Productos, entre otros proyectos.

Actualmente ocupa la Gerencia General de IQVIA Argentina.

También desarrolla actividad académica como profesor titular de la materia 'Industria y Mercado de Medicamentos' en la Maestría en Farmacopolíticas de la Universidad i-Salud.

Es graduado de la Licenciatura en Ciencias Químicas de la Facultad de Ciencias Exactas y Naturales de la UBA, y posee una Maestría en Administración de Negocios de la Universidad de San Andrés, Argentina.

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

12 de mayo de 2020

FINALIZACION

29 de septiembre de 2020

DURACION

El curso completo tiene una duración de 64 horas reloj, desarrolladas de acuerdo a la siguiente modalidad:

21 clases de 3 h. semanales, agrupadas en 4 módulos

DÍAS Y HORARIOS

Martes de 18.30 a 21.30 h.

SEDE DE DICTADO

Zabala 1837, Belgrano.

APROBACIÓN

Como requisito para aprobación del Programa se solicitará una asistencia mínima al 75% de las clases y la aprobación de cuestionarios de evaluación al finalizar cada módulo.

METODOLOGÍA

Clases presenciales, teóricas, con presentación y discusión de casos prácticos, datos e invitados de la industria. Evaluaciones al finalizar cada módulo.

CERTIFICACIÓN

La Universidad de Belgrano, extenderá el respectivo Certificado, a quienes aprueben las evaluaciones y cumplan con la asistencia mínima requerida. A aquellos alumnos que posean título de grado se les otorgará certificado de aprobación de la Diplomatura; a aquellos alumnos que no cumplan con dicho requisito se les entregará certificado de aprobación de Curso de Actualización Profesional.

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.