

Executive Education

Dirección de **Consumer Healthcare**[®]

Descubre la manera
más saludable de
orientarse al cliente
y tenerlo como
centro de todas
las decisiones



Dirección de Consumer Healthcare®

CÓMO ORIENTARSE DE VERDAD AL CONSUMIDOR

Todo cambia. También el cliente. Y de forma acelerada.

Pero, a pesar de ello, la mayoría de empresas que comercializan productos y servicios para la mejora de la salud del consumidor, no se están adaptando al nuevo perfil de consumidor de productos relacionados con la salud y el bienestar personal. Y no sólo los laboratorios farmacéuticos, sino también las empresas especializadas en complementos alimenticios, en productos cosméticos para el cuidado personal y las nuevas áreas de dispositivos médicos a utilizar directamente por el consumidor, wearables incluidos.

La organización, los procesos, las soluciones y la mentalidad del propio equipo siguen centrados en el producto o servicio. Es el momento de redirigir el rumbo, de orientarse a quien es el motivo de la existencia de la empresa. Es el momento de orientarse al cliente y tenerlo como centro de todas las decisiones.

Es por todo ello que el **Instituto Consumer Healthcare (ICH)**, que es el punto de encuentro para los profesionales del sector que buscan y desean dar un paso adelante en su formación y su desarrollo profesional, se ha aliado con **EADA Business School Barcelona** para crear el **Programa de Dirección de Consumer HealthCare**.

El Programa ha sido diseñado especialmente para responder a estas necesidades, y los expertos que lo imparten han sido escogidos por su amplio conocimiento, experiencia y forma de transmitir.



Un programa modular

El Programa de Dirección de Consumer HealthCare está estructurado en cinco Módulos residenciales troncales y cuatro cápsulas, de las cuales el participante elige una de ellas.

Metodología

EADA ha desarrollado un modelo pedagógico propio que se fundamenta en el aprendizaje activo y práctico por parte del participante. Es la metodología basada en el "aprender haciendo" y no en el tradicional "aprender escuchando". Esta metodología responde a la demanda creciente por parte de las empresas de profesionales que dispongan de competencias profesionales tan importantes como la capacidad de reflexionar y actuar ante el cambio, la versatilidad para trabajar en equipos multifuncionales y la capacidad de adaptación a los retos que plantea un entorno global.

Estas competencias se desarrollan en EADA a través del método del caso, proyectos de negocio, simulaciones de negocios, análisis y grupos de discusión y trabajo en equipo. Los participantes deben resolver situaciones reales de empresa, a pensar de forma ejecutiva y a tomar decisiones estratégicas.



Formados en Barc**e**lona, preparados para el mundo®

A quién va dirigido



El Programa de Dirección de Consumer HealthCare está dirigido a:

- Propietarios;
- Directores Generales;
- Directores funcionales, principalmente Marketing, Ventas y Desarrollo de Negocio de empresas relacionadas con la salud y el bienestar.

Beneficios para el participante

1. Adquirir un conocimiento especializado y práctico del sector salud.
2. Conocer las últimas tendencias en el sector.
3. Compartir experiencias reales del mercado.
4. Contribuir a la transformación de la industria farmacéutica tradicional.
5. Facilitar el *networking* entre participantes y empresas y crear relaciones fructíferas con posibles *partners*.

Objetivos

Los objetivos formativos son.

Para ello se combinarán diversas metodologías:

- Conocer mejor al consumidor y las tendencias.
- Interpretar los cambios y aprovechar las oportunidades de nuevos escenarios y su impacto en las unidades de negocio o empresas.
- Conocer e incorporar nuevas técnicas e instrumentos de gestión.
- Adquirir conocimiento especializado del sector CHC, tanto español como internacional, para poder dirigir estratégicamente.
- Profundizar en su desarrollo personal y profesional como directivos.
- Revisar las principales categorías del sector salud.
- Reforzar las relaciones con otros participantes y con el Instituto CHC.

estructura del programa[®]

MÓDULO TRONCAL

- ▶ Gestión estratégica del mercado CHC
- ▶ Tendencias del consumidor
- ▶ Pricing y crystall ball
- ▶ La comunicación al consumidor
- ▶ Transformación empresarial hacia el CHC

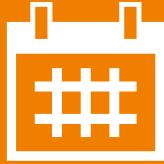
CÁPSULAS*

- ▶ Personal care: dermatología, cosmética y nutricosmética
- ▶ Functional food: nutrición
- ▶ OTC: medicamentos publicitarios
- ▶ Patient, home care: incontinencia, medical devices

* Las cápsulas están sujetas a un número mínimo de participantes



Dedición
Part-time



Duración
5 meses



• JAVIER BLANES

Farmacéutico y gerente de KOROTT sl, con 25 años de experiencia, desarrollando funciones en distintas áreas como responsable de producción, dirección técnica, de gestión. En la actualidad coordina el equipo de comercialización de las aproximadamente 50 referencias que fabrica la empresa.

• LLUIS CARRASCO

18 años de experiencia como Director de marketing y publicidad en diversos medios de comunicación como TV3, Catradio y Rac1. En la actualidad dirige la única agencia en España de servicios plenos de publicidad exclusivamente dedicada al medio radio.

• JORDI CRESPO

Economista, socio director de Hamilton, profesor de Investigación de Mercados en la Universidad de Barcelona. Ha trabajado para clientes de multitud de sectores, desde healthcare prescripción, consumer health, gran consumo (FMCG), automoción, banca, seguros, tecnología, retail, energía, medios de comunicación, consultoras o restauración desarrollando su labor en más de 20 países entre Latinoamérica, Europa y África.

• GEMA BARZANO

Licenciada en Administración y Dirección de Empresas y MBA por el IESE. Más de 15 años de experiencia en Marketing de Gran Consumo, Dermocosmética y Healthcare OTC, gestionando marcas líderes de compañías multinacionales (Henkel, Reckitt Benckiser, Brita y Esteve). Actualmente es Directora del negocio de Consumer Care en Esteve.

• JORDI FERRER

Más de 20 años dedicados al Marketing y Ventas en el sector farmacéutico, gestionando y vendiendo con éxito marcas como Iniston, Oraldine, Biodramina, AeroRed, Utabon, Lipograsil, Enantyum, Fastum, RadioSalil, Liposomal, Belcils, etc y participando en la creación y lanzamiento de nuevas, como Oddent, Ginegea, Flogosport, Hidropolivital y Sport Salil.

• JOSEP M^a FOLÀ

Profesional con 20 años de experiencia en la industria farmacéutica, desempeñando posiciones de responsabilidad en las áreas de Marketing, Comercial y Unidades de negocio en el ámbito nacional e internacional. Ha dirigido marcas como Sensilis, Comodynes y Cumlaude.

• ROSEND GARGANTA

Cuenta con 5 años de experiencia en el mercado del self-monitoring, que ha estado dominado hasta ahora por los Self-Monitors of Blood Glucose (SMBG), pero que empieza a crecer en otras áreas gracias a los avances tecnológicos en Biosensors, Internet of Things (IoT) y Big Data. Presidente de la Comisión de Medical Devices de la patronal CataloniaBio y Director General en Devicare.



• JUAN GOÑI

Director General CINFA. Lleva 20 años de experiencia en el sector salud. Tras 6 años en Logística Navarra, desde el año 2000 ha desempeñado cargos en Cinfa relacionados con el Departamento de personas y la Dirección. Desde 2013 es su Director General.

• CRISTINA KENZ

Licenciada en Comunicación por la Universidad de Barcelona y tiene especializaciones en marketing por la Universidad de North Sydney (Australia) y en el ámbito digital por Harvard. Des de 2016, residía en Nueva York, donde trabajaba en la oficina central de PepsiCo como Global Marketing Leader de la marca Lay's. Desde julio de 2016 es la Marketing Vice President Danone Iberia Dairy.

• SASHKA KRTOLICA

12 años de experiencia en el sector retail con consultorías en estrategia de distribución y retail para Imaginarium, Vero Moda, Cinesa, Fedefarma, Finsa, TMB, Media Markt, Ono, Acció10 entre otras. Profesora asociada del departamento de Marketing de EADA impartiendo asignaturas de Estrategia de Canales y Distribución en diferentes Programas de Marketing, así como en formación para empresas como Makro, CaixaBank, ConfexPuebla o Roca.

• RUBÉN LUPIÁÑEZ

Su experiencia profesional en el sector farmacéutico donde ha trabajado más de 15 años, ocupando distintos puestos en marketing, ventas, formación, desarrollo de negocio y alta dirección tanto en España como a nivel internacional (Portugal, Bélgica, Suiza y Hong Kong..). Ha trabajado como consultor para start-ups en EEUU y en España. A los 33 años crea su propia empresa de consultoría y más tarde acepta el puesto de Director General de Vemedia Consumer Health, con el objetivo montar la empresa en España y Portugal.

• ANABEL ARAGÓN

Responsable de Nutrición, Salud y Bienestar de Nestlé. Con 22 años de experiencia internacional en diferentes áreas como I+D, Producción, Seguridad Alimentaria y Medioambiente, liderando proyectos en España, en la sede en Suiza así como Estados Unidos, Alemania, Francia, y Malasia entre otros, vinculados con la Nutrición en relación a productos, información y comunicación.

• MARC PÉREZ

Cuenta con 18 años de experiencia en el sector de productos sanitarios y tecnología médica dentro de la multinacional HARTMANN, donde ocupa actualmente la Dirección Regional para el Sur de Europa y África. Ha liderado la transformación en España de una organización con casi 200 años de historia, convirtiendo la División de Consumer HealthCare en un referente para la multinacional.

• STEVEN POELMANS

Profesor de Estrategia, Personas y Liderazgo de eada business school, M. Psy, M. Mark, PhD Mgt; PG Neuroscience, cuenta con 20 años de experiencia como formador, consultor y/o executive coach con clientes como Nike, Roche Diagnostics, Pfizer, WHO, IMF, Santander, European Investment Bank, Deutsche Bank, Generalitat de Catalunya, y Google.

• ROSA Mª VALLS

Licenciada en farmacia por la Universidad de Barcelona. Programa de Dirección General por el IESE.

Ha desarrollado su carrera profesional en el campo de la cosmética en diferentes ámbitos. Inició su trayectoria en I+D de una empresa cosmética, incorporándose en la industria farmacéutica para crear el Departamento de formación de Pierre Fabre Dermocosmética. Posteriormente se ocupa de dirigir la Business Unit de Avène desde su creación.

• PAUL VICTORIA

Ha desarrollado su carrera profesional en diferentes países y compañías antes de incorporarse a GSK CH. Antes de su incorporación en 2008 ocupó diferentes posiciones de responsabilidad en L'Oréal, donde fue director de Marketing, así como en Laboratorios Isdin y en la multinacional Lego, donde ya fue responsable de la región Sur de Europa. Ahora es el Southern Europe Marketing Director en GlaxoSmithKline Consumer Healthcare.

• ELENA ZABALA

Directora General Zambon España y Portugal. Licenciada en Medicina y Cirugía en la Universidad de Barcelona. MBA internacional en ESADE. Cuenta con más de 20 años de experiencia en el sector farmacéutico, iniciando su trayectoria en Zambon como Product Manager, Responsable de Ventas, Directora de Marketing hasta su posición actual como Directora General. Actualmente alterna su cargo en Zambon con la Presidencia en ANEFP (Asociación para el autocuidado de la Salud). Miembro del Grupo Mixto de Farmaindustria. Profesora EADA Master de Marketing Farmacéutico.

Un proceso de desarrollo es tanto personal como profesional®



Es la asociación de antiguos alumnos de la escuela creada en 1987 con la misión de mantener los vínculos y generar sinergias y trabajar entre todos para un futuro más responsable y sostenible.

El principal objetivo de la asociación es contribuir al desarrollo profesional de sus socios de una forma integral y acompañar la gestión e impulso de su carrera profesional. Otro reto es la promoción de las relaciones y del *networking* entre la comunidad nacional e internacional de EADA.



"EADACareers ayuda a los participantes en la gestión de su carrera y a las empresas a contratar a los líderes empresariales del mañana"

- **Bolsa de empleo:** *Jobsite* exclusivo, punto de encuentro entre compañías, participantes y Alumni. Algunas de las empresas que utilizan este servicio son Accenture, Novartis, Unilever, Vueling, PricewaterhouseCoopers o HSBC, entre muchas otras.
- **Talleres y formación:** *Workshops* relacionados con el mercado laboral con el objetivo de ayudar al participante a mejorar su empleabilidad, así como **conferencias** con expertos de diferentes compañías y sectores.
- **Centro de recursos online:** **Herramientas y recursos** para apoyar tu carrera profesional: ferias y foros de ocupación nacionales e internacionales, además de acceso a informes salariales, guías sectoriales, y directorios de empresas de selección y *executive search* de todo el mundo.

Proceso de admisión



1. Los candidatos presentarán la **solicitud** de admisión *online* www.eada.edu.
2. **Entrevista** personal con el Director del Programa.
3. EADA comunicará al candidato la **admisión**.
4. Se formalizará la **matrícula** mediante el formulario de inscripción del programa.

Rankings y Acreditaciones



EADA ha sido galardonada con las prestigiosas acreditaciones internacionales **EQUIS** y **AMBA**.



EADA pertenece al grupo estratégico de las mejores escuelas de negocios del mundo y de Europa, de acuerdo con el **Financial Times**.

Titulación



Los participantes que hayan superado la totalidad del programa obtendrán el Certificado Acreditativo del programa de **Dirección de Consumer Healthcare** de EADA.





e[®]

I go
where
I grow

EADABS

@EADABusiness

EADABusinessSchool

[linkedin.com/company/eadabusiness-school/](https://www.linkedin.com/company/eadabusiness-school/)

+eadab

blogs.eada.edu