

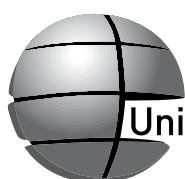
PRIMERA EDICIÓN

PROGRAMA DE DESARROLLO PROFESIONAL UNIDAD EDITORIAL



Madrid
Del 7 de noviembre
de 2011
al 6 de febrero
de 2012

Experto en Gestión de la Oficina de Farmacia



Unidad Editorial
Conferencias
Formación

Aniversario
15

CORREO+
FARMACÉUTICO

Objetivos del programa

La Oficina de Farmacia vive hoy por hoy sumida en un entorno económico adverso: las medidas de ahorro concretadas en los RDL 4 y 8/2010 y en los nuevos precios de referencia han recortado la factura pública. El actual marco de crisis económica no ayuda al incremento de dispensación de productos de venta libre. Ante esta situación, el profesional farmacéutico se ve obligado a redirigir su estrategia, basar el funcionamiento de la farmacia en criterios empresariales y adaptarse al entorno.

Este curso tiene como principal objetivo aportar a los farmacéuticos comunitarios conocimientos empresariales suficientes para abordar la gestión de la farmacia en un entorno adverso con iniciativas nuevas y creativas que le permitan superar la crisis y planificar el futuro de su negocio con criterios estratégicos.

- ▶ Conocer los principios básicos de la Organización Empresarial
- ▶ Conocer las claves para la Planificación Estratégica en la farmacia
- ▶ Aprender a realizar e implementar un Plan de Marketing
- ▶ Profundizar en las nuevas herramientas de Marketing y promoción que ofrece Internet
- ▶ Negociar de forma profesional con nuestros proveedores
- ▶ Gestionar con criterios empresariales el equipo profesional de nuestra farmacia

- ▶ Comprar y almacenar de forma eficaz
- ▶ Aprender las claves de la gestión fiscal y contable de la Oficina de Farmacia
- ▶ Conocer la inversión y pasos a seguir para el desarrollo de nuevos negocios

Dirigido a:

El programa se dirige a Farmacéuticos en cualquiera de los siguientes cargos:

- ▶ Gerente de agrupaciones de farmacia
- ▶ Titular de Oficina de Farmacia
- ▶ Adjunto en Oficina de Farmacia

Metodología:

Este Programa Especializado, de 40 horas lectivas, asienta las bases conceptuales proponiendo casos prácticos en cada sesión. El profesorado está compuesto por representantes de empresas de larga trayectoria en el mundo de la farmacia así como de farmacéuticos comunitarios que han conseguido realizar una gestión exitosa de su negocio.

Un programa en el que la teoría no sólo quedará reflejada en distintos casos empresariales sino que vendrá acompañada de distintas dinámicas de grupo en las que los asistentes podrán participar y compartir sus experiencias, convirtiéndose en parte fundamental del contenido del curso.

+ Información: 91 443 53 36

Duración del Programa y fechas de impartición: el Programa tiene una duración de 40 horas. Desde el 7 de noviembre de 2011 hasta el 6 de febrero de 2012. Los lunes en horario de 16.00 a 20.00 h.

Documentación: los asistentes recibirán los casos y notas de estudio necesarios para el seguimiento del Programa.

Diploma: los participantes recibirán al finalizar el curso un diploma acreditativo, siempre que hayan asistido como mínimo al 80% de las sesiones.

Lugar de celebración: CIFESAL. Calle Corazón de María, 80. MADRID 28002

Derechos de inscripción: el precio total del Programa es de 2.500 € + 18% de IVA. Este precio incluye la asistencia a las sesiones y documentación.

Curso bonificable por la Fundación Tripartita para la Formación y el Empleo.

Cancelaciones: en caso de no poder asistir al curso una vez formalizada la matrícula, tiene la opción de que un sustituto venga en su lugar, comunicándonos sus datos por escrito al menos 24 h. antes del comienzo del curso. Para cancelar su asistencia, deberá notificarlo por escrito al menos 48 h. antes del comienzo del curso. En este caso será retenido un 10% en concepto de gastos administrativos.

I SESIÓN

Lunes

7 de noviembre
de 2011



ORGANIZACIÓN EMPRESARIAL
Principios básicos y herramientas para
la gestión eficaz del negocio farmacéutico

16.00 a 17.30 h.

– La Oficina de Farmacia como empresa

- ▶ Principios de la Organización Empresarial
- ▶ Claves de la Planificación Empresarial
- ▶ Particularidades de la farmacia como empresa
- ▶ Organización de personal en la farmacia. Organigrama básico

D. Juan Antonio Priego

Titular

FARMACIA CINCO CABALLEROS. CÓRDOBA

17.30 a 18.00 h. Descanso

18.00 a 19.30 h.

– Estrategia y cuadro de mando en la farmacia

- ▶ Selección de Estrategia
- ▶ Implantación de la Estrategia
- ▶ Balance Score Card o Cuadro de Mando Integral

D. Luis Arimany

Subdirector General

ARX-ROWA

19.30 a 20.00 h.



PRÁCTICA EMPRESARIAL

– Claves de la gestión empresarial en una Oficina de Farmacia

FARMACIA CINCO CABALLEROS

- ▶ Puntos clave de la organización de personal en la Farmacia Cinco Caballeros
- ▶ Aspectos más relevantes de la organización logística
- ▶ Herramientas claves del éxito empresarial

D. Juan Antonio Priego

Titular

FARMACIA CINCO CABALLEROS

II SESIÓN

Lunes

14 de noviembre
de 2011



MARKETING Y VENTAS I
Cómo elaborar un Plan de Marketing
y cómo hacerlo realidad

16.00 a 17.30 h.

– Plan de Marketing

- ▶ Análisis de la situación. Estudio de competencia
- ▶ Análisis DAFO del negocio
- ▶ Estrategia de Campañas anuales
- ▶ Elaboración del Plan de Marketing

D. Juan Carlos Serra

Socio Director

MARKET IN RED

17.30 a 18.00 h. Descanso

18.00 a 19.30 h.

– Organización del espacio de acuerdo con el Plan de Marketing

- ▶ ¿Cómo plantear un nuevo modelo de negocio en la farmacia? Establecimiento de una matriz de trabajo
- ▶ ¿Cómo plantear nuevos espacios y especialidades en la farmacia? ¿Qué categorías? El futuro del *retail*
- ▶ El consumidor es el centro de nuestra estrategia de Marketing. ¿Cómo dirigirse al nuevo consumidor a través de la arquitectura comercial?

D. Xavier Fisselier

Country Manager

MOBIL M

19.30 a 20.00 h.



PRÁCTICA EMPRESARIAL

– Cómo implementar la imagen corporativa en la Farmacia

FARMACIA ZUBIA (Bilbao)

FARMACIAS ABC DE SERRANO (Madrid)

- ▶ Estudio de competencia
- ▶ Establecimiento de Objetivos
- ▶ Plan de acción

Resultados

D. Xavier Fisselier
Country Manager
MOBIL M

III SESIÓN

Lunes
21 de noviembre
de 2011



MARKETING Y VENTAS II
Marketing on-line en la farmacia

16.00 a 17.30 h.

– Nuestra farmacia en Internet

- ▶ Reflexiones del farmacéutico ante la nueva economía
- ▶ Desarrollo de un *website* corporativo
- ▶ Ventajas y desventajas del comercio electrónico.
Claves del éxito de nuestra farmacia en Internet
- ▶ Plan de Marketing en Internet
- ▶ Plan de Comunicación y promoción de nuestra tienda on-line

D. Carlos Arrieta
Farmacéutico Comunitario

17.30 a 18.00 h. Descanso

18.00 a 19.30 h.

– Herramientas de Marketing on-line

- ▶ Redes Sociales
- ▶ Ventajas de tener una base de datos de clientes
- ▶ Club de fidelización on-line
- ▶ La geolocalización como forma de promoción
- ▶ Monitorización y medición de resultados

Dña. Inma Riu
Farmacéutica 2.0

19.30 a 20.00 h.



PRÁCTICA EMPRESARIAL

– Creación de una tienda on-line

TU FARMACIA

- ▶ Qué se puede vender a través de una tienda on-line
- ▶ Cuáles son los productos que más se venden
- ▶ Ejemplo práctico: Tu-farmacia.com

D. Carlos Arrieta
Farmacéutico Comunitario

IV SESIÓN

Lunes
28 de noviembre
de 2011



LA COMUNICACIÓN COMO CLAVE DEL ÉXITO
Comunicación interna y externa.
Técnicas de negociación

16.00 a 17.30 h.

– La comunicación como herramienta de gestión

- ▶ El proceso de comunicación
- ▶ Claves de la comunicación persuasiva. Comunicación no verbal
- ▶ Comunicación con el equipo personal de la farmacia
- ▶ Peculiaridades de la comunicación farmacéutico paciente
- ▶ Nuevas tecnologías y comunicación

Dña. Rosalía Gozalo
Farmacéutica
FARMACIA LDAS. GOZALO CORRAL

17.30 a 18.00 h. Descanso

18.00 a 19.30 h.

– Negociación con proveedores

- ▶ Negociación: conceptos generales
- ▶ Actores (proveedores y farmacias), lugar y momento
- ▶ Tipos de negociación (técnicas y ejemplos)
- ▶ Herramientas de cálculo

D. José Antonio Bernáldez Balado
Socio
GEDOF

19.30 a 20.00 h.



PRÁCTICA DE GRUPO: NEGOCIACIÓN

– Negociación de compras

- ▶ Entrevista con el proveedor
- ▶ Cálculo de margen de beneficios
- ▶ Análisis de fallos más comunes

D. José Antonio Bernáldez Balado
Socio
GEDOF

V SESIÓN

Lunes

12 de diciembre
de 2011



GESTIÓN DE COMPRAS Y STOCK
Comprar y almacenar de forma eficaz

16.00 a 17.30 h.

– Sistemas de Compra

- Tipos de compra. Importancia de la rotación
- Grupos de Compra
- Grupos de Venta
- Agrupaciones de Farmacia

17.30 a 18.00 h. Descanso

18.00 a 19.30 h.



PRÁCTICA EMPRESARIAL: "MIMAOS".
MARCA COMERCIAL DE SUPERFARMA S.L.

"Hasta mediados de 2010 el día a día de nuestras farmacias, en lo que se refiere a la gestión, transcurría de forma confortable. Pero a partir de la entrada en vigor del RD 5/2000 el negocio de Oficina de Farmacia, de repente, dio un vuelco y algunas farmacias del interior de la provincia de Alicante, creímos conveniente dar un paso adelante e introducir nuevas formas de gestión. Nuestra apuesta fue constituir SUPERFARMA S.L., que bajo el paraguas de marca "MIMAOS", tiene como misión convertirnos en buenos minoristas.

Entendemos que la farmacia tiene que fortalecerse mediante una gestión eficiente de la venta directa, que la dispensación de medicamentos no es suficiente para garantizar la rentabilidad y que la parafarmacia no puede ser solo atrezo en las estanterías, ni proveerse a través de la cubeta del mayorista solamente, sino que hay que dotarse de medios, que siendo compartidos y externalizados a través de nuestra empresa SUPERFARMA S.L, ayuden a realizar una gestión eficaz de nuestros negocios, garantizando su viabilidad.

En MIMAOS, se actúa solamente sobre la Parafarmacia y aporta a las farmacias medios como Planes de Marketing, elementos de merchandising, formación de los equipos, logística, gestión óptima de los stocks, departamento de contabilidad común, etc. sustentándose, además de en la gestión del almacén compartido de las farmacias socias, sobre actividades mercantiles que ayudan a sostener su estructura como un Gabinete Clínico y un establecimiento de Parafarmacia abierto al público."

- Visión estratégica de la Sociedad Mercantil
- Gestión del stock
- Estrategia en Marketing y comunicación
- Resumen de resultados

D. José María Amat

Gerente

SUPERFARMA S.L "MIMAOS"

19.30 a 20.00 h.

– La importancia de la gestión del stock en la farmacia

- Objetivos de la gestión del stock en la oficina de farmacia
- Optimización de la gestión de compras
- Tipos de stock
- Costes asociados a la gestión de almacén
- Rotación del stock
- Medidas para reducir y controlar el stock

Dña. Belinda Jiménez

Responsable del Área de Gestión Dinámica
ASEFARMA

VI SESIÓN

Lunes

19 de diciembre
de 2011



RECURSOS HUMANOS
Gestión de personas en la farmacia

16.00 a 17.30 h.

– El farmacéutico como director de equipos

- Selección de candidatos
- Desarrollo de competencias para la dirección de equipos
- Gestión y dirección de equipos de trabajo
- Reparto de tareas y organización del trabajo
- Técnicas de motivación de equipos
- El *feedback* con el equipo
- Gestión de conflictos en el equipo

Dña. Arancha Loriente

Directora

AVANT PHARMA

17.30 a 18.00 h. Descanso

18.00 a 19.30 h.

– La relación laboral con el equipo de la farmacia

- Constitución laboral
- Lo que el farmacéutico debe saber del convenio de farmacia
- Tipos de contrato, elección del contrato más conveniente para minizar costes salariales
- Cómo retribuir a sus empleados

Dña. Eva María Illera

Responsable Departamento Laboral

ASEFARMA



19.30 a 20.00 h.

PRÁCTICA DE GRUPO: LA IMPORTANCIA DE LA SELECCIÓN DE PERSONAL

– Entrevista de trabajo

- ▶ Aspectos generales para la selección de candidatos
- ▶ Cómo realizar una entrevista de trabajo
- ▶ Fallos más comunes

Dña. Arancha Loriente

Directora
AVANT PHARMA

VII SESIÓN

Lunes

16 de enero de 2012



**CONTABILIDAD PARA FARMACÉUTICOS
Claves para un sistema contable eficiente**

16.00 a 17.30 h.

– Principios básicos de la Contabilidad

- ▶ Utilidad de la información contable en la farmacia
- ▶ Balance y Cuenta de Resultados
- ▶ Gastos e ingresos
- ▶ El ciclo contable: libro diario, libro mayor y libro de balances

17.30 a 18.00 h. Descanso

18.00 a 19.30 h.

– Análisis de Ratios en la Oficina de Farmacia

- ▶ Beneficio y rentabilidad
- ▶ Patrimonio y situación financiera
- ▶ Proceso de toma de decisiones de acuerdo a la información contable

19.30 a 20.00 h.



EJERCICIO PRÁCTICO: INTERPRETACIÓN DE RATIOS

D. Juan Antonio Sánchez

Socio
ASPIIME

VIII SESIÓN

Lunes

23 de enero de 2012



FISCALIDAD, TRASPASO Y SUCESIÓN DE LA FARMACIA

16.00 a 17.30 h.

– Introducción a la fiscalidad de la farmacia

- ▶ Formas de ejercer la actividad: ¿farmacéutico individual o sociedad civil/comunidad de bienes?
- ▶ Las sociedades de parafarmacia
- ▶ El farmacéutico ante la inspección de Hacienda
- ▶ Incentivos fiscales y gastos deducibles

17.30 a 18.00 h. Descanso

18.00 a 19.30 h.

– La sucesión del farmacéutico: una reflexión sobre el testamento y las donaciones en vida (I)

- ▶ El testamento y la sucesión: reflexiones
- ▶ El problema de los hijos no farmacéuticos
- ▶ Formas de transmitir la titularidad de la Oficina de Farmacia
 1. Tributación del traspaso
 2. Tributación de la renta vitalicia
 3. Tributación de las donaciones

19.30 a 20.00 h.

– La sucesión del farmacéutico: una reflexión sobre el testamento y las donaciones en vida (II)



EJERCICIO PRÁCTICO:

D. Antonio Durán-Sindreu Buxadé

Director
DURÁN-SINDREU, ASESORES LEGALES Y TRIBUTARIOS

IX SESIÓN

Lunes
30 de enero
de 2012



DESARROLLO DE NUEVOS NEGOCIOS
Viabilidad de nuevas vías de negocio
en nuestra farmacia

16.00 a 17.30 h.

– Nuevos servicios al paciente/cliente

- ▶ Captación de nuevas necesidades en los pacientes/clientes
- ▶ Nuevos nichos de negocio. Rentabilidad de nuevas vías de negocio
- ▶ Cómo averiguar qué necesitan mis pacientes. Micro estudios de mercado

17.30 a 18.00 h. Descanso

18.00 a 19.30 h.

– Plan de Viabilidad para el desarrollo de nuevos negocios

- ▶ Investigación de mercado. Estudio de competencia
- ▶ Estudio de necesidades de nuestros pacientes/clientes
- ▶ Diseño del plan de acción
- ▶ Necesidades técnicas
- ▶ Estudio de costes e inversión



19.30 a 20.00 h.



PRÁCTICA DE GRUPO: PLAN DE COMUNICACIÓN MARKETING DE APERTURA DE NUEVO NEGOCIO

- ▶ Definición del público objetivo
- ▶ Plan de comunicación. Elementos utilizados
- ▶ Plan de Marketing. Presupuesto y elementos utilizados

D. Ignacio Falcón Ruiz
Farmacéutico Comunitario
Titular de Farmacia Parque Rioja
Director General
GHC GROUP



X SESIÓN

Lunes
6 de febrero
de 2012



JORNADA PRÁCTICA
Complementar las ventas con la incorporación
de nuevos servicios en la farmacia

16.00 a 17.00 h.

– De la estrategia a la práctica

- ▶ Interpretación del cuadro de mando y toma de decisiones
- ▶ Ventajas de incorporar nuevos servicios como vía de crecimiento
- ▶ Cómo hacer un plan estratégico de ampliación de servicios

D. Luis Arimany
Subdirector General
ARX-ROWA

17.00 a 18.00 h.

PRÁCTICA EMPRESARIAL

– Homeopatía, Fitoterapia y otras terapéuticas. Ventajas de incorporar un servicio de asesoramiento en homeopatía en nuestra farmacia

- ▶ Aspectos legales que necesitamos conocer
- ▶ El consejo farmacéutico en homeopatía y fitoterapia. Formación necesaria
- ▶ Inversión necesaria en espacio y personal
- ▶ Catálogo de productos necesario
- ▶ Valoración de la rentabilidad de la inversión realizada

Dña. Ana M^a Quintas
Farmacéutica Comunitaria
Presidenta SEMEFARTE

18.00 a 18.30 h. Descanso

18.30 a 19.30 h.

PRÁCTICA EMPRESARIAL

– Qué nos aporta incorporar un servicio de Dermatología y Belleza en la farmacia

- ▶ Consejo Farmacéutico en Dermatología y Belleza
- ▶ Formación del personal de la farmacia
- ▶ Marketing y belleza
- ▶ Rentabilidad de la acción

Dña. Rosalía Gozalo
Farmacéutica
FARMACIA LDAS. GOZALO CORRAL

19.30 h. Clausura y entrega de diplomas

D. Francisco Fernández Rodríguez
Director
CORREO FARMACÉUTICO



conferencias ^{Aniversario} 15
y formación.com

DIARIO MEDICO

S A L U D

EL  MUNDO

Expansión

Síganos y plantee sus cuestiones en nuestros canales 2.0



<http://elblogdeconferenciasyformacion.com/>



www.linkedin.com (Grupo: Conferencias y Formación de Unidad Editorial)



<http://www.facebook.com/conferenciasyformacion>



<http://twitter.com/UEConFormacion/>



<http://www.youtube.com/UEConFormacion>

para ⁺ Información:

infoconferencias@unidadeditorial.es

91 443 53 36

www.conferenciasyformacion.com

Atención al cliente y ayuda a la navegación: 902 99 62 00