

Programa **semipresencial**

# Marketing Farmacéutico: una Visión Estratégica e Innovadora

---

Sé lo que **el mundo necesita.**



 **Universidad de  
los Andes**  
Colombia

**Executive  
Education**  
Facultad de Administración

en alianza con:

**Educación  
Continua**  
Vicerrectoría Académica

**Facultad  
de Medicina**



Desarrolla una visión integral del marketing farmacéutico y toma decisiones acordes con el mercado actual.

## Acerca del programa

Colombia hace parte de unos de los mercados emergentes más dinámicos, con un alto potencial de crecimiento para la Industria Farmacéutica. Esta industria, desde hace algunos años, viene afrontando cambios sustanciales en el entorno a nivel mundial, regional y local, que le exige una alta capacidad de adaptación para gestionar y generar la rentabilidad deseada en un marco delimitado por la normatividad y la ética.

Este programa te prepara para desenvolverte en el área comercial o de marketing del negocio farmacéutico, con un enfoque innovador, un pensamiento estratégico integral centrado en acciones que agreguen valor y que se adapten o funcionen en el corto, mediano y largo plazo, identificando los nuevos gestores e influenciadores que son parte fundamental en la toma de decisiones y, de esta forma, proponer y liderar proyectos de marketing en medio de un entorno desafiante.

## Objetivo

- Tener una visión integral del marketing farmacéutico y sus componentes.
- Reconocer el rol del marketing en la industria Farmacéutica, como herramienta fundamental para alcanzar los objetivos de las organizaciones, con ética e integridad en un entorno cambiante.
- Identificar los componentes para diseñar un plan de marketing con estrategias y planes de acción que le permitan liderar proyectos y tomar decisiones acordes a la realidad del mercado actual.

Además, tendrás la oportunidad de interactuar con profesionales de diferentes regiones del país y de Latinoamérica, lo que enriquecerá las conversaciones y experiencias durante el desarrollo de la formación.

## Contenido:

### Módulo 1: Fundamentos de Marketing

**Objetivo:** Brindar los conceptos claves del marketing, que servirán como base académica para la profundización y enfoque al sector farmacéutico.

### Módulo 2: Fundamentos de Marketing Farmacéutico:

**Objetivo:** En este módulo el estudiante tendrá una visión general sobre el marketing farmacéutico y el entorno de la salud en Colombia, con base en cifras, conceptos claves y peculiaridades que tiene este sector. Identificará diferencias y similitudes entre el mercadeo de cuidado primario, alto costo, OTC y OTX.

- Contexto del sector farmacéutico en Colombia y Latam: Una visión global.
- Generalidades del marketing farmacéutico: dentro del sector salud y su interrelación con otras áreas de la organización.
- Stakeholders y su relación con la industria: Visión de los diferentes stakeholders dentro del mercado de la salud.
- Taller 1: Identificación de necesidad.

## Contenido:

### Módulo 3: Regulación del Marketing Farmacéutico

**Objetivo:** En este módulo el estudiante aprenderá sobre el entorno legal y procesos regulatorios, base fundamental para la aprobación y puesta en marcha de la estrategia de marketing. Comprenderá la importancia del compliance en la aplicación de la estrategia y los planes de acción para el sostenimiento de las empresas y tendrá una visión general sobre el proceso de Market Access, al identificar interlocutores y redes de influencia, así como desarrollar soluciones de valor agregado con apoyo en argumentos científicos y fármaco económicos.

- **Compliance, entorno legal y regulatorio:** Entes regulatorios, agremiaciones y políticas generales. Compliance dentro de la industria multinacional y nacional como recurso diferenciador de sostenibilidad y transparencia.
- **Market Access:** Integración en el plan de mercadeo: Comprender el funcionamiento general del Sistema de salud. Regímenes, Interlocutores, Tipos de negociación, Valores agregados.

## Contenido:

### Módulo 4: El Plan de Marketing Farmacéutico

**Objetivo:** En este módulo el estudiante identificará los componentes para diseñar un plan de marketing: Conceptos de mercadeo y nancieros; auditorías de mercados y bases de información para toma de decisiones que le permitan liderar proyectos de marketing en el entorno de un mercado cambiante y desaante.

- Analítica de Datos (Big Data): Ciencia de datos en salud
- Auditorías de mercados y bases de información para toma de decisiones (Sismed, IMS, CUP, DDD, Investigación de mercados, otros)
- Fundamentos del Plan de marketing farmacéutico: Conceptos claves y peculiaridades del marketing farmacéutico. Patient Journey, Análisis de la situación, denición del mercado, Segmentación y Targeting, canales de distribución formular una estrategia competitiva (posicionamiento, mensajes claves) crear tácticas realistas y rentables, medición de indicadores.
- Conceptos financieros claves en marketing: ¿cómo hacer un presupuesto de ventas?, establecer un forecast, denir precios, establecer descuentos, inversión promocional, SFE (cómo medir la efectividad de la FF), P&L.
- Marketing Digital y omnicanalidad: Estrategias multicanal, identificar herramientas digitales disponibles y cómo realizar marketing on line, contribuyendo a alcanzar los objetivos de un negocio sometido a estrictas regulaciones. (Ejemplo de Visita médica virtual, telemedicina, manejo de crisis como la pandemia del Covid-19, otros).
- Taller grupal: Plan de marketing enfocado en el sector salud.
- Panel de expertos.



## Módulo 5: Habilidades para Marketing Farmacéutico

**Objetivo:** En este módulo, el estudiante identificará tres habilidades necesarias para quien se desempeñe en marketing y ventas del sector farmacéutico: Comunicación, creatividad e innovación.

- Taller de comunicación
- Taller de Innovación
- Taller de negociación

**Sesión final: Presentación de trabajos grupales**



## Dirigido a:

Profesionales de áreas administrativas y de la salud que estén desempeñándose en áreas de mercadeo o ventas de una empresa en el sector farmacéutico como analistas, asistentes, coordinadores, gerentes de entrenamiento, visitadores médicos, gerentes de producto junior, MSL; o profesionales relacionados con la industria farmacéutica que deseen incursionar o ampliar sus conocimientos sobre conceptos actuales del Marketing Farmacéutico.

## Metodología

Este programa está diseñado para garantizar la participación activa y la práctica a través de sesiones magistrales, en las que se trabajarán:

- Discusiones de casos
- Talleres individuales y grupales

Contará con un panel de expertos en una de sus sesiones para que los participantes puedan interactuar y resolver sus dudas con personas de primer nivel que trabajan en el sector.

Y, con el fin de una mayor apropiación de los conocimientos, se desarrollará un trabajo grupal integrador, en el que se deberá desarrollar un plan de marketing estratégico e innovador, que resuelva la necesidad de uno de los integrantes del equipo.

## Duración:

**65 Horas** de dedicación.

## Certificado:

Se otorgará certificado de asistencia a quienes participen en mínimo el 80% de las sesiones programadas y cumplan los requisitos académicos exigidos.



# Profesores

## Ada Marina Castillo Laguna

Ejecutiva con extensa experiencia en Marketing y Ventas en la Industria Farmacéutica Multinacional y Nacional en diferentes áreas terapéuticas del mercado de cuidado primario, oncología y alto costo. Enfermera Profesional y Especialista en Gerencia de Mercadeo. Inició su carrera como visitadora médica y durante su desarrollo profesional, se ha podido desempeñar como Gerente de Producto, Gerente de Línea y Gerente de Unidad de Negocios.

Ha trabajado en compañías como Janssen, Roche, AstraZeneca, Novartis, Novamed y Eurofarma. Tiene experiencia multicultural en el mercado de la Región Andina (Colombia, Ecuador, Perú) en el desarrollo del ciclo de vida de las marcas desde pre-marketing, lanzamiento, comercialización y acceso al mercado. Ha tenido la oportunidad de lanzar 3 productos en el mercado farmacéutico en Colombia, uno de ellos reconocido con un Olympic Award como uno de los 3 mejores lanzamientos en la región.

Actualmente, se desempeña como Gerente de Marketing en Eurofarma, la primera multinacional farmacéutica brasilera.



# Profesores

## Jorge Saravia Ríos

Ingeniero de sistemas de la Escuela Colombiana de Ingeniería. MBA de la Universidad de los Andes. Ha desempeñado cargos ejecutivos en diferentes empresas nacionales con más de 15 años de experiencia como consultor en temas de estrategia, gerencia y finanzas, y más de 25 como profesor en diferentes áreas del conocimiento. Dentro de las empresas en las que ha desarrollado proyectos se puede mencionar Banco Popular, Nueva EPS, Bavaria, Alpina, Davivienda, Farmatodo (Venezuela), Terpel, Colsubsidio, Henkel, entre otras.



## Luis Acosta

MBA de la Universidad de los Andes, Magíster en Marketing Digital de la Universidad Central de Cataluña; con estudios en Disrupción Digital para estrategias de Transformación Digital de la Universidad de Cambridge. Lideró proyectos digitales en empresas multilatinas y Fortune 500 como Accenture. Gestor del 1.er Manifiesto de Transformación Digital en Colombia.

Es transformador de modelos tradicionales a digitales en empresas del sector financiero, consumo masivo, industrial, servicios, entre otros.



# Profesores

## Ingrid Marcela León

Psicóloga, máster en Comunicación No Verbal y Detección de la Mentira, especialista en Resolución de Conflictos, magíster en e-learning, máster en Trainer en PNL y máster en Coaching Ejecutivo y Empresarial. Certificada como trainer, speaker y coach en liderazgo con John Maxwell Team. Certificada como Outdoor trainer. Certificada como mentor ejecutivo y mentor en emprendimiento. Formadora de Instructores y docente del sistema de universidades empresariales.

Fue Gerente y propietaria de CONEXUM y facilitadora de procesos en diferentes empresas de consultoría. Jefe de RR. II. en Central de Mezclas y gerente de Recursos Humanos en M&P Ltda. Profesora de cátedra y de Executive Education de la Facultad de Administración de la Universidad de los Andes.



## Olga Lucía Angarita

Magíster en Bioética de la Universidad de la Sabana, especialista en Gerencia de la Salud Ocupacional y Médica de la Universidad del Rosario, con estudios en Medicines Development del King's College de Londres. Amplia experiencia en el sector farmacéutico, trabajando para compañías como Novartis y Takeda en roles de liderazgo.



# Profesores

## Silvana Dakduk

Doctora en Psicología, magíster en Psicología Social y Licenciada En Psicología. Actualmente, Profesora del área de mercadeo de la Facultad de Administración de la Universidad de los Andes. Durante su carrera profesoral ha investigado y dictado sobre comportamiento de compra y consumo, Investigación de Mercados, Análisis Cuantitativo para la Gestión Empresarial, Análisis Multivariado, Netnografía, Análisis del Consumidor Digital, Comportamiento Organizacional, Marketing Estratégico, Marketing Táctico y Gerencia de mercadeo.

Ha sido consultora externa de distintas empresas nacionales y multinacionales en el área de comportamiento del consumidor y comprador organizacional. Ha participado como investigadora en distintos proyectos nacionales y latinoamericanos relacionados con el estudio del comportamiento del consumidor en distintas áreas de negocio.



## Daniel Castro

Con formación en marketing, finanzas, estrategia, dirección de empresas y Neuromarketing, Daniel Castro, MD, destaca como CEO con experiencia en estrategias para empresas Fortune 500 en 23 países, aplicando neurociencia y ciencias del comportamiento. Autor best seller de "Brain Persuasion Tools", utilizada en ventas y marketing. Especializado en marketing farmacéutico y finanzas, con habilidades en comunicación y trabajo en equipo. Es profesor de Neuromarketing, conferencista internacional.



# Profesores

## Liliana Parada

Médica veterinaria de la Universidad de la Salle, con Especialización en Administración de Empresas Agropecuarias de la misma institución, y Especialización en Mercadeo de Aden Business School. Liliana cuenta con amplia experiencia en el sector farmacéutico, desempeñándose en roles como gerente de línea, gerente de producto, gerente de unidad, entre otros, para organizaciones como Abott, Novartis, Sanfer y Aztrazeneca.



## Armando Duarte Galán

Emprendedor y Consultor académico: Lidera, a través de cuatro universidades latinoamericanas, investigación de punta en Negociación y sus subprocesos (Vg. psicología de la influencia, relaciones de poder, comunicación no verbal, entre otros), comunicación política, gestión de crisis, gestión estratégica y comportamiento organizacional. En su faceta como consultor, entrenador, formador de formadores y speaker, ayuda a sus clientes a construir valor y conectar mejor. Más de 47 reconocidas organizaciones del sector público y privado, nacional e internacional, pueden dar fe de sus métodos.



# Profesores

## Alexander Barrios

Magíster en Business Intelligence de la Universitat de Barcelona con 8 años de experiencia administrando y analizando fuentes de auditorías de mercados especializadas para la Industria Farmacéutica tales como: IQVIA, Nielsen, Close UP, SISMED, Mipres, Rips, Importaciones. Amplia experiencia brindando capacitación de indicadores de mercados a equipos de marketing y de fuerza de ventas de alto desempeño tanto del canal retail, como del institucional. Con entrenamiento formal por más de 6 años en oratoria y manejo de públicos numerosos.



## Juan Guillermo Bobadilla

Médico de la Universidad Nacional de Colombia, con énfasis en Biología Molecular, Genética y Biotecnología, y especialista en Administración de Empresas de la Universidad del Rosario, Dirección de Marketing y Certificación de Postgrado en Gestión de proyectos (PMI).



# Profesores

## Luis Fernando Mejía

Ejecutivo con amplia experiencia local y latinoamericana en el diseño, implementación y seguimiento de planes de mercadeo, que han logrado el crecimiento sostenido y rentable de las ventas, tanto en nuevos productos como en productos establecidos. Sólida experiencia en el manejo de alianzas estratégicas, lanzamiento de productos y liderazgo del cambio. Líder participativo, orientado a superar objetivos a través de equipos diversos, la estrategia con énfasis en la innovación, lanzamiento de nuevos productos y foco en el cliente final.

Ha trabajado por más de 20 años en compañías multinacionales como Eli Lilly, Novartis, Merck Group con responsabilidades tanto en el ámbito local como latinoamericano. Actualmente, se desempeña como Director de Mercadeo en Boehringer Ingelheim. Su experiencia en la industria farmacéutica inició en el año 2000 como visitador médico y, desde entonces, ha tenido la oportunidad de ocupar posiciones como Gerente de Distrito, Gerente de Producto, Gerente de Lanzamiento de Nuevos Productos, Gerente de Unidad de Negocio, Alliance Manager, Six Sigma Black Belt, Marketing Director, entre otros.



# Profesores

## Wilson Díaz

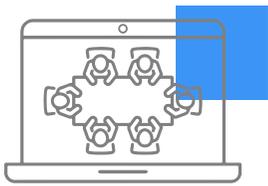
Enfermero de la Universidad Nacional de Colombia UNAL, con especialización en Nefrología y Urología y Maestría en Gerencia de Mercadeo Estratégico. Poseo experiencia comercial, promocional y en acceso al mercado en la industria farmacéutica. Actualmente me desempeño como Market Access Manager & Public Affairs en IPSEN Colombia. En el sector farmacéutico he trabajado portafolios de alto costo como Oncología, Trasplantes, Diabetes Hemofilia, y otras Enf Huérfanas. Me siento en la capacidad de diseñar e implementar la estrategia de acceso al mercado, así como la implementación del plan táctico involucrando a los equipos de promoción y ventas con el fin de garantizar la sostenibilidad y crecimiento de los productos maduros, así como la rápida penetración de los productos innovadores.

En la parte hospitalaria he trabajado como coordinador de enfermería en servicios especializados como son unidades de trasplante, de diálisis, cirugía y cuidados intensivos. He contribuido en el diseño e implementación de proyectos asistenciales con fines de ofrecer servicios de salud a diferentes EPS con excelentes desenlaces financieros e indicadores de gestión.





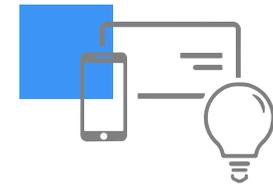
# Experiencia Premium Uniandes



Sé parte de una de las comunidades de Executive Education más grandes de Latinoamérica



Encuentra oportunidades de **networking de alto nivel**



Aprende a través de **metodologías innovadoras** y disruptivas



Aplica de manera **inmediata** los conocimientos aprendidos



Interactúa con **profesores de alto prestigio** académico y reconocimiento empresarial



Recibe un **acompañamiento personalizado** durante todo el proceso de formación



FINANCIAL  
TIMES

# RANKING FT 2023

EDUCACIÓN EJECUTIVA PROGRAMAS ABIERTOS

No. **1** EN  
COLOMBIA

Top. **28** EN  
EL MUNDO

Valor programa: \$4.900.000 / 1.256 USD aprox.

\*El valor en dólares es aproximado y depende la TRM del día y su moneda local.

Las fechas están sujetas a modificación. En el caso de algún cambio, se informará a las personas preinscritas a través de los medios suministrados en el momento de la inscripción.

Aplica descuento por pronto pago.

Universidad de los Andes  
Facultad de Administración - Educación Ejecutiva  
Calle 21 No. 1-20. Edificio SD. Piso 9  
Línea de Información: (601) 332 4144 ext. 2444 o 1145  
Línea gratuita nacional: 018000 123 300  
e-mail: [executiveeducation@uniandes.edu.co](mailto:executiveeducation@uniandes.edu.co)  
<http://administracion.uniandes.edu.co>



Executive Education - Universidad de los Andes

