

La nueva red comercial en la industria farmacéutica



Colaboran:

Madrid, 2 de diciembre de 2014
Auditorio Unidad Editorial

DIARIO MEDICO

CORREO+
FARMACEUTICO

Estimado amigo:

El gasto dedicado por parte de las compañías farmacéuticas a su red de ventas ha sido históricamente elevado. Sin embargo, en los últimos años esta inversión ya no es capaz de generar los beneficios y el crecimiento esperados. El sector está en pleno proceso de cambio, entre otras cosas porque los especialistas disponen de menos tiempo y tienen mayor acceso a la información médico científica a través de las nuevas tecnologías.

Como consecuencia, las estrategias de ventas han tenido que pasar de una promoción basada en los impactos masivos y la repetición de visitas mediante el uso simultáneo de varias redes de ventas a una especialización más adaptada a las necesidades de los pagadores. Así, los laboratorios están incorporando a los nuevos *stakeholders*, integrando estrategias que previamente funcionaban de modo separado. En esta integración aparecen todas las figuras relacionadas con el *account management* nacional, regional o por centros, las imprescindibles relaciones con los líderes de opinión, la todavía necesaria promoción tradicional y la cobertura eficaz de los *targets* de mayor desarrollo potencial, como la farmacia comunitaria. Todo ello entrecruzado y reforzado con el marketing digital, el uso de redes sociales y el manejo de herramientas como el iPad, recursos que los visitantes también deben conocer y saber utilizar.

También la externalización de algunas actividades, entre las que cabe destacar la red de ventas, afectada por los cambios regulatorios, está siendo una práctica cada vez más habitual. Con el fin de analizar todos estos cambios y de averiguar cómo está evolucionando y hacia dónde va la industria farmacéutica, **Unidad Editorial Conferencias y Formación** organiza, el próximo **2 de diciembre**, el **III Encuentro sobre La nueva Red Comercial en la Industria Farmacéutica**, un encuentro que se ha convertido en referencia en el sector y que contará con los principales protagonistas.

Esperando que este encuentro sea de su interés, reciba un cordial saludo,



Soledad Ayala Fragoso

Directora de Programas

UNIDAD EDITORIAL CONFERENCIAS Y FORMACIÓN

@solayalafragoso

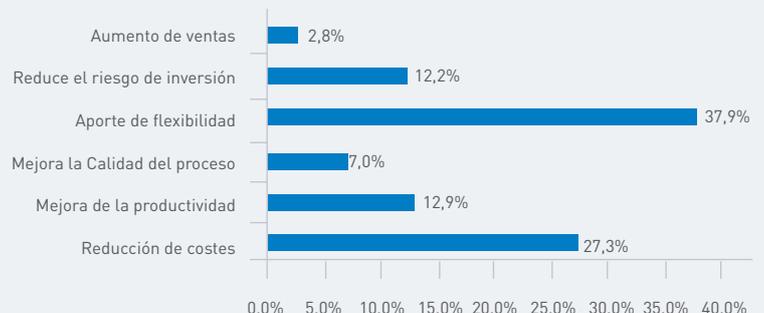
Sectores que más proyectos de externalización llevarán a cabo en 2014

Sector actividad

FARMACÉUTICO	81,8%
ALIMENTACIÓN	72,7%
TECNOLOGÍAS INFORMACIÓN Y COMUNICACIÓN	72,5%
INDUSTRIAL	71,1%
LOGÍSTICA Y DISTRIBUCIÓN	64,0%
CONSULTORÍA, SERVICIOS A EMPRESAS	63,6%
FORMACIÓN, EDUCACIÓN	62,8%
ENERGÉTICO	62,5%
ADMINISTRACIONES PÚBLICAS	62,3%
QUÍMICO	62,1%
DISTRIBUCIÓN Y COMERCIO MINORISTA	60,9%
HOSTELERÍA, RESTAURACIÓN Y TURISMO	59,3%
SALUD	58,7%
AUTOMOCIÓN	52,6%
OTROS	52,4%
BANCA, SEGUROS Y FINANZAS	50,9%
AGRICULTURA Y GANADERÍA	50,0%

Fuente: V Encuesta Adecco Outsourcing sobre Externalización

¿Qué ventajas puede aportar la externalización?



Fuente: V Encuesta Adecco Outsourcing sobre Externalización

8.45 Registro y recepción de los asistentes

9.00 Saludo y bienvenida

D. Francisco Fernández
Director
CORREO FARMACÉUTICO Y DIARIO MÉDICO

Preside y Modera la jornada

D. Luis Truchado
Director General
EUROGALENUS

9.15 **Nuevos paradigmas en la red comercial**

- ▶ Una nueva realidad: el poder decisorio del farmacéutico
- ▶ Cómo lograr una red comercial efectiva: movilidad y digitalización

Dña. Flor de Esteban
Socia
DELOITTE

9.45 Coloquio y preguntas

10.00 **Nuevos canales de acceso al cliente**

D. Xavier Olba
Digital Business Strategy Manager
SANOFI

D. Antonio Blanco
Gerente de Ventas Zona Norte España
ASTRAZENECA

11.00 Coloquio y preguntas

11.15 Café

11.45 **Mesa de experiencias: iniciativas puestas en marcha por la industria farmacéutica en el ámbito comercial para adaptarse al nuevo entorno**

- ▶ Cambios realizados en las redes de venta
 - Visita a farmacia
 - Visita a especialistas
 - Gestión de cuentas

- ▶ Cambios en la retribución de los delegados/tipos de contrato
- ▶ Implementación de Market Access: ¿qué ha significado la aparición de esta figura para las empresas?
- ▶ Concursos públicos y la figura del KAM
- ▶ Cambios en el perfil del gerente de ventas
- ▶ Papel futuro de la red

D. Juan Carlos Sante
Director OTC Spain&LATAM
MENARINI

D. Manuel Zafra
Director Unidad de Negocio de Neurología
MERCK SERONO

D. Juan Carlos Gil Rubio
Market Access & Commercial Director
SANOFI PASTEUR MSD

12.45 Coloquio y preguntas

13.00 **Mesa de debate: el futuro de la red de ventas. Pros y contras que presenta el modelo de externalización**

- ▶ ¿Por qué externalizar la red de ventas?
- ▶ ¿Cómo conseguir que mejore el servicio gracias a la externalización?
- ▶ ¿Puede la externalización suponer una pérdida de know-how para la compañía?
- ▶ ¿Es menor el compromiso del vendedor con la compañía farmacéutica cuando se hace a través de una red de ventas?

Posibles ponentes

D. Carlos Baz
Director General
QUINTILES

D. Pablo González Ipina
Director de Planificación Estratégica
TEVA

D. Juan Carlos Garrosa
Director de Operaciones
PFIZER

14.00 Coloquio y preguntas

14.15 Cóctel

Organiza:

Unidad Editorial Conferencias y Formación
Avda. de San Luis, 25. 28033 Madrid
Tel.: 91 443 53 36 • Fax: 91 443 69 95
infoconferencias@unidadeditorial.es

III ENCUESTRO La nueva red comercial en la industria farmacéutica

DIARIO MEDICO

CORREO+
FARMACEUTICO

Expansión

EL MUNDO

 #VentasFarmaUE

Fecha y lugar de celebración

Madrid, 2 de diciembre de 2014

Auditorio Unidad Editorial

Avda. de San Luis, 25. 28033 Madrid

Tel. Unidad Editorial 91 443 53 36



Precio por inscrito:

590 € + IVA

Hoteles colaboradores

Indique su asistencia a este evento para formalizar su reserva



Hotel InterContinental Madrid
Teléfono de Reservas: **91 700 73 00**
Consulte precio especial



Hotel Petit Palace Embassy
Teléfono de Reservas: **91 431 30 60**
Consulte precio especial

Transporte Oficial **IBERIA**

- Para vuelos **Nacionales, Europeos e Intercontinentales**, iniciando viaje en vuelos **puros de IBERIA/ IBERIA EXPRESS**, y destino final la ciudad donde se celebre el Evento y/o aeropuertos alternativos (OW y/o RT):
 - **45%** de descuento sobre tarifas completas en **Business**
 - **50%** de descuento sobre tarifas completas en **Turista**
- Para vuelos **directos, operados por AIR NOSTRUM (IB-8000)**:
 - **30%** de descuento sobre tarifas completas **Business y Turista**

Cómo inscribirse

conferencias
●●● y formacion.com

- Entre en www.conferenciasyformacion.com
- Regístrese como usuario
- Seleccione la conferencia a la que desea asistir y pulse "inscribirse ahora"
- Indique el número de inscripciones y pulse "actualizar total" y a continuación "comprar"
- Compruebe que sus datos están correctos y pulse "enviar"
- Elija forma de pago: ■ Tarjeta ■ Transferencia
- Recibirá automáticamente confirmación de su inscripción vía e-mail

Cancelaciones

- Si usted no puede asistir, tiene la opción de que un sustituto venga en su lugar, comunicándonos sus datos por escrito, al menos, 24 horas antes del comienzo del encuentro.
- Para cancelar su asistencia, deberá notificarlo por escrito al menos 1 semana antes del comienzo del curso. En este caso será retenido un 15% en concepto de gastos administrativos.
- En caso de no cancelar la inscripción o hacerlo en menos de 24 horas, no será reembolsado el importe de la Conferencia.

Ventajas fiscales asociadas a esta Conferencia

La cuota de inscripción de esta Conferencia constituye un gasto fiscalmente deducible tanto para empresas, Impuesto sobre Sociedades, como para profesionales, en el cálculo del rendimiento neto de actividades económicas, IRPF.

Al mismo tiempo, puede beneficiarse de una deducción en la cuota íntegra de ambos impuestos, por el 5% de su importe.

COLABORAN: