

PROGRAMA ABIERTO
DE ESPECIALIZACIÓN
**PRODUCT LAUNCH
MANAGEMENT**

GESTIÓN DE EQUIPOS TRANSVERSALES
PARA EL LANZAMIENTO DE NUEVOS
PRODUCTOS EN EL SECTOR
FARMACÉUTICO

MADRID - MAY.2019
BARCELONA - SEPT.2019



PRODUCT LAUNCH MANAGEMENT

GESTIÓN DE PROCESOS Y EQUIPOS TRANSVERSALES PARA EL LANZAMIENTO DE NUEVOS PRODUCTOS EN EL SECTOR FARMACÉUTICO

La **introducción de un nuevo fármaco** en el mercado y su **proceso de lanzamiento** son **momentos clave** y determinantes para el posicionamiento del mismo y su consolidación.

Las particularidades de la industria farmacéutica, con largos tiempos de I+D, altos costes de fabricación y estrictas regulaciones, no permiten siempre aplicar los procesos ni criterios de otros sectores (alimentación, gran consumo y retail, automóvil, textil, servicios...). Por otro lado, las características inherentes a cada producto

hacen que las tácticas, estrategias y procesos de lanzamiento sean muy diversos.

Para lograrlo, **es preciso entender las claves del nuevo entorno actual y futuro**, donde la excelencia del producto cede el protagonismo a la **excelencia en el proceso**.

Este programa abierto de especialización le ofrece la mejor guía para **emprender con éxito el viaje de excelencia de sus productos en el mercado farmacéutico español**.

LOS OBJETIVOS DE ESTE PROGRAMA SON:

- Dotar a los participantes de una sólida preparación para que puedan asumir **responsabilidades en la dirección de proyectos** de lanzamiento de nuevos productos.
- Proporcionar una **visión holística del proceso de lanzamiento** y de la **gestión de equipos** transversales y multifuncionales.
- Profundizar en las habilidades y conocimientos necesarios para **establecer una estrategia de lanzamiento de éxito**.
- Ofrecer las herramientas necesarias para ejecutar los **procesos de trabajo de manera eficiente** para acortar los plazos de lanzamiento.
- **Definir las actividades más importantes** en cada fase del lanzamiento y la asignación a sus responsables.
- **Dominar los factores críticos de éxito** de un lanzamiento comercial en el ámbito nacional.
- **Construir una propuesta de valor** diferenciadora más allá del precio.
- Construir un **roadmap** y un **plan de lanzamiento efectivos**.
- **Construir una marca poderosa** que se posicione en el mercado cubriendo necesidades de los stakeholders y diseñando una propuesta de valor.

¿PARA QUIÉN?

Este programa está dirigido a profesionales que deseen **desarrollar competencias estratégicas y de negocio** necesarias para lograr el éxito en los lanzamientos a través de la excelencia en las operaciones y la coordinación de equipos multidisciplinares:

- **Directores de negocio:** brand managers, responsables de marketing, comercial y ventas, business unit managers, KAMs.
- **Profesionales en áreas de operaciones:** supply chain y directores de operaciones.
- **Integrantes de equipos de lanzamiento:** market access, medical affairs, business intelligence, project managers, financiero, regulatory, quality.

Y, en definitiva, a todos los actores implicados en un lanzamiento efectivo de producto.

MODALIDAD, SEDES Y AGENDA



MADRID

C/ General Álvarez de Castro, 41

BARCELONA

C/ Josep Irla i Bosch 5-7, 3ª

Modalidad: presencial, sesiones de viernes mañana y tarde

Duración: 42 horas

Horarios: de 10:00h a 18:00h

MADRID

Fechas: 10, 17, 24 y 31 de mayo, 7 y 14 de junio de 2019

BARCELONA

Fechas: 20 y 27 de septiembre; 4, 11, 18 y 25 de octubre de 2019



METODOLOGÍA Y BENEFICIOS

Este programa supone una **propuesta innovadora** con contenidos que aportan una visión del negocio transversal, impartido por **consultores especializados**.

El desarrollo de las jornadas se basa en una **metodología eminentemente práctica** que proporciona a los participantes una sólida preparación

para que puedan asumir responsabilidades en la **dirección de proyectos de lanzamiento de nuevos productos de manera inmediata**.

PROGRAMA

1. EXCELENCIA EN LAS OPERACIONES: LIDERANDO EQUIPOS TRANSVERSALES

1.1. CONTEXTO ACTUAL Y ASPECTOS A TENER EN CUENTA PREVIOS A LA PUESTA EN EL MERCADO

1.2 PREPARACIÓN DE UN LANZAMIENTO

- Constitución del equipo y definición de objetivos, de procesos y pautas de trabajo. Interdependencias con otros departamentos.

1.3 ETAPAS DE UN LANZAMIENTO

- Elaboración de la secuencia de lanzamiento en base a los dossiers regulatorios, market access (P&R), tiempos de suministro y alcance de mercados. Definición del rango de presentaciones y estrategia internacional de packaging.
- Condiciones de suministro y de sistemas. Flujos financieros y logísticos.
- Preparación del Business Case. Elaboración de planes de lanzamiento e identificación de cadena crítica, ejecución y entregables.

1.4 SUMINISTRO ANTES DEL LANZAMIENTO

- Muestras para registros regulatorios, precio y reembolso. Import Testing y Analytic Technical Transfer. Global Access Programs, Early Access Programs / Life saving medicines.
- Listing process. Pre-commercial sales, soft launches, patient familiarization programs.
- Dummies kits de marketing.

1.5 PROBLEMAS Y RETOS MÁS COMUNES

- Previsiones de ventas y capacidades de producción.
- Características del producto, problemas técnicos, desviaciones, OOS. Rotura de stocks y retirada de productos de mercados.
- Gestión de proveedores. Producción y/o suministro a terceros.
- Nuevas legislaciones: serialización, agregación, etc. Parallel trade.

1.6 OTROS ACTORES QUE INFLUYEN EN LOS LANZAMIENTOS

- CMO: cuando la producción se externaliza. Partners y alianzas. Acuerdos comerciales.
- Transiciones, integraciones, mergers & acquisitions & divestments.

1.7 VIDA DE PRODUCTO

- Análisis de riesgos. Plan de continuidad de producto.
- Innovación después de la I+D.
- Post-approval changes: regulatorios, técnicos, formulaciones, diseño formato, etc.
- Madurez de la marca. Cómo maximizar la vida del producto. Descontinuación y deslistado de productos. Nuevas indicaciones, nuevas presentaciones.

1.8 EQUIPOS DE LANZAMIENTO

- Fases en la creación y desarrollo del equipo. Cierre del equipo. Crisis y conflictos. Equipos de Alto Rendimiento (EAR). Equipos virtuales.
- Lean Management dentro y fuera de las operaciones.
- Claves para el éxito. Entorno empresarial, organizaciones y culturas.

1.9 SIMULACIÓN

- Caso práctico.

2. CLAVES PARA UN LANZAMIENTO DE ÉXITO EN EL NUEVO ENTORNO SANITARIO

2.1 ASIMILAR EL NUEVO ENTORNO

- “El reto estratégico de conseguir un excelente lanzamiento”.
- Nueva tipología de productos y de compañías. Profundizando en el cambio de entorno y cómo afecta al lanzamiento de nuevos productos.
- Aprendiendo de los errores. ¿Por qué dos de cada tres fármacos fallan en el lanzamiento? Razones habituales por las que no se cumplen las expectativas.
- Los 3 secretos que comparten las compañías que lanzan con éxito.
- Los 4 tipos de estrategias de lanzamiento, sus implicaciones y los principales factores de éxito por arquetipo.
- Puntos clave en la preparación del lanzamiento.
- Forjando los pilares para el éxito del lanzamiento (mercado, producto y organización).

2.2 CLAVES PARA PREPARAR AL MERCADO

- Conocimiento del mercado, clientes y competidores en la era del Big Data.
- Aterrizando en la realidad Nacional: Revisión de las políticas de acceso. Benchmark en la carrera de introducción.

- Adaptar el plan internacional al ámbito local.
- Cómo afinar y agilizar la penetración en el mercado. Claves para que suceda.

2.3 CONSTRUYENDO UNA MARCA PODEROSA

- Aumentando la percepción global del área terapéutica diana.
- Qué valoran los stakeholders y cómo articular una propuesta de valor convincente.
- Innovando en el Patient Journey desde las 3 perspectivas: paciente, prescriptor y pagador.
- Contratos innovadores ¿dónde y cuándo funcionan los acuerdos basados en valor?
- Aprendiendo a diseñar una estrategia de reembolso con visión de futuro.
- Nuevas vías de comunicación adaptadas a los nuevos tiempos. Estrategia multicanal.

2.4 ALINEAR A LA ORGANIZACIÓN

- Los 5 pasos esenciales para construir las capacidades de lanzamiento.
- Bases para crear el centro de control del lanzamiento.
- Creación de un plan y calendario de actividad de lanzamiento interfuncional.
- Determinar los KPIs y las herramientas de seguimiento.

PROGRAM MANAGERS



**IOLANDA
MARCHUETA HEREU**

Project Leader & Customer
Account Manager. **ASTRAZENECA**



**ANTONIO
ROJO LÓPEZ**

Market Access Director/
Socio Director. **KEYLATES
HEALTH SOLUTIONS**



**JUAN CARLOS
RODRÍGUEZ CRESPO**

Socio Director/ Commercial Lead.
KEYLATES HEALTH SOLUTIONS

PONENTES



EULALIA COSTA SORT

Global HR
Business Partner.
NEURAXPHARM.



CRISTINA DE LA PEDRAJA GARCÍA-COSÍO

Business Partner, Talent
Manager. **STRAMMER.**



MARCOS ORELLANA MARTÍN

Oncology Medical
Lead. **ASTRAZENECA.**



ISABEL CHACÓN MEJÍA

Directora Técnica
y de Comunicación.
SEDISA.



JOSÉ M^a ROMÁN RUÍZ

Commercial Operations
Manager. **PFIZER.**



ANNABEL DE MARIA BOSCH

Experta en Comunicación
y Marketing Internacional
a pacientes. **CONSULTORA.**

¿QUÉ ES CESIF EXECUTIVE EDUCATION?

CESIF Executive Education dispone una **oferta formativa de alta especialización** dirigida a profesionales del sector que deseen **potenciar su perfil** y **desarrollar su carrera** en determinadas áreas de responsabilidad.

Estos programas, **impartidos por profesionales en activo de reconocido prestigio**, se encuentran en constante actualización para poder ofrecer siempre una formación de la máxima calidad y a la altura de las necesidades de las empresas del sector.

Además, en CESIF impartimos **Programas de Formación In Company** totalmente adaptados a las necesidades reales de las organizaciones de los sectores farmacéutico, químico, alimentario, biotecnológico, cosmético y en general, de todas aquellas empresas relacionadas con el sector salud.

INFORMACIÓN Y MATRÍCULA

Para recibir más información sobre este programa o si desea formalizar la inscripción, puede ponerse en contacto con nosotros a través de:

M^a Carmen Sánchez-Girón
Coordinación Executive Education
email: mcs@cesif.es
Tfno.: **915 938 308.**

DERECHOS DE INSCRIPCIÓN

El coste total del programa es de **2.250 €**.

Los **antiguos alumnos** de CESIF cuentan con un **20% de descuento**.

Incluye asistencia y material didáctico:

- Documentos y materiales complementarios sobre los contenidos trabajados en el aula.
- Documentación de las ponencias impartidas.
- Comidas.

LOS PARTICIPANTES RECIBIRÁN UN **DIPLOMA ACREDITATIVO DE ASISTENCIA Y APROVECHAMIENTO** EXPEDIDO POR CESIF

FORMA DE PAGO

- El pago deberá realizarse de manera íntegra a través de transferencia bancaria indicando el nombre del participante en el concepto del justificante al siguiente número de cuenta:

ES02-0081-0144-68-0001774081



MADRID

General Álvarez de Castro, n.º 41
+34 915 938 308
madrid@cesif.es

BARCELONA

Josep Irla i Bosch, n.º 5-7, 3ª
+34 932 052 550
barcelona@cesif.es

LISBOA

Avenida da República, n.º 24, 1º
+351 211 368 572
lisboa@cesif.es

CONTACTO

Executive Education
executive@cesif.es

cesif.es

