



CESIF & FARMA

el futuro es ahora

La necesaria adaptación de los roles de comerciales y de marketing en los laboratorios

Beatriz Gil-Fournier

CEO en FARMACIA GIL-FOURNIER, con más de 20 años de experiencia profesional en el área comercial de IQVIA. Directora del Máster en Dirección Comercial y Marketing de Industrias Farmacéuticas y Afines - Executive Management

¿Qué exigen los retos actuales y futuros a los profesionales comerciales y de marketing de la industria farmacéutica? Uno de los sectores estratégico para nuestro país desde la triple perspectiva: sanitaria, económica y social.

Desde hace tiempo hemos visto como se aceleraban diferentes cambios en nuestra sociedad. Las nuevas tecnologías nos permiten abordar nuestros retos de una forma diferente. Sin embargo, la incorporación de estas nuevas herramientas a nuestros procesos habituales requiere una necesaria capacitación de las personas encargadas de conseguirlos. Está claro, las cosas han cambiado y debemos evolucionar para adaptarnos a los nuevos tiempos. El sector sanitario no es ajeno a estos cambios y todos los actores que interactuamos en él debemos estar preparados para las nuevas formas de trabajar.

LA ANSIADA DIGITALIZACIÓN DEL SECTOR

Uno de los cambios más significativos es la ansiada digitalización del sector. Esta no se consigue con objetivos difícilmente alcanzables, sino ofreciendo una visión mucho más amplia de las soluciones que aportamos a los diferentes stakeholders con los que trabajamos. De aquí el protagonismo de competencias que desde hace unos años se demandan en la industria..

Por ejemplo, uno de los cambios concretos que han traído las nuevas tecnologías y la digitalización es la omnicanalidad. En los departamentos de marketing y comercial se ha cambiado la forma de trabajar a raíz de tener que integrar las estrategias en un marco onmicanal, facilitando a nuestros clientes la posibilidad de relacionarse a través de múltiples canales y formatos al mismo tiempo. En el caso del sector salud, entendemos que hay que pensar la multicanalidad para relacionarnos con médicos, farmacéuticos de oficina de farmacia, farmacéuticos de hospital, administración pública, pacientes, colaboradores de otros departamentos...

Otro aspecto que está cambiando es que la creación en los laboratorios de estructuras o departamentos exclusivamente digitales sólo fue el comienzo, una oportunidad para ser embajadores del cambio. Sin embargo, lo digital ya no consiste en asentar diferentes departamentos específicos, sino en ayudar a otros departamentos a implementar soluciones integrales.

Es llamativo incluso ver como departamentos que antes no considerábamos que en lo digital tuvieran que tener un gran peso, ahora se convierten en algo imprescindible. Estas habilidades digitales están presentes en todo lo que hacemos y se hace raro presentar planes de negocio en los que lo digital y lo presencial no se combinen para obtener de la manera más eficientemente posible los resultados esperados.

SIN INVESTIGACIÓN NO HAY FUTURO

Otro de los hechos que nos ha recordado la pandemia es que sin investigación no hay futuro. Los laboratorios acentúan su necesidad de destinar más recursos a conseguir

nuevas moléculas que sean sostenibles para el sistema sanitario. Esto implica menos coste, por lo que la investigación debe ser más eficiente y la especialización de los departamentos de operaciones clínicas, fundamental.

Hay que recordar que en los últimos años hemos asistido a un enorme número de lanzamientos en áreas de alta complejidad como la oncología o el sistema nervioso central, con medicamentos destinados a dianas terapéuticas y con mecanismos de acción novedosos.

Por ello, los departamentos comerciales se están adaptando, pasando en muchos casos a perfiles de alto nivel científico que sean capaces de transmitir de una manera rigurosa los beneficios por subgrupo de pacientes, los efectos sinérgicos en algunas combinaciones o los diseños de los ensayos clínicos. En las demandas de algunos laboratorios encontramos perfiles mixtos, es decir, profesionales que tengan un perfil comercial, pero que conlleven un excelente conocimiento científico.

SOSTENIBILIDAD DEL SISTEMA SANITARIO

La innovación y comercialización de estos nuevos fármacos pueden poner a prueba la sostenibilidad del sistema sanitario, por lo tanto, otro de los cambios que estamos viendo en la industria son la creciente relevancia que adquieren departamentos como farmacoeconomía, precios o acceso al mercado. Estos equipos se esfuerzan en buscar soluciones innovadoras a problemas concretos.

Si los recursos son limitados, la oportunidad de ofrecer nuevas terapias a los pacientes conlleva un esfuerzo para buscar la forma más eficiente de destinar estos recursos.

Estos perfiles deben ser técnicos, imaginativos, con capacidad de adaptar sus estrategias dentro de los 17 sistemas sanitarios que tenemos en nuestro país. Por ello, la relación con los stakeholders se amplía buscando alianzas desde los niveles políticos hasta con roles específicos del hospital como los farmacéuticos. Los cuales son actores fundamentales para poder ofrecer nuestros fármacos al mayor número de pacientes.

LOS ROLES DEBEN EVOLUCIONAR

Los roles deben evolucionar, es necesario, pero también la forma en la que nos relacionamos. Cada vez la virtualidad se hace protagonista en nuestra forma de trabajo y la presencialidad total es algo del pasado. Lo que antes era una excepción y nos suponía algo extraño tener videoconferencias, ahora es nuestro principal modo de comunicarlo. Esto tiene consecuencias positivas y la necesidad de vivir en aquellas ciudades donde se encontraban nuestras oficinas o la obligación de tener que cambiar de país si querías optar a puestos internacionales ya no es una limitación. Los laboratorios cada vez deslocalizan más los puestos. De hecho, viene siendo lo habitual es los últimos tiempos, poder compartir grupo de trabajo con personas de otros continentes para un proyecto concreto.

Por último, los cambios se ven también en como interactuamos internamente en los laboratorios. Los silos no son una opción. El trabajo multidisciplinar es el eje de las decisiones que tomamos. Está claro que cada uno en su área de expertise, pero buscando la opinión y coordinación con otros roles en la búsqueda de soluciones completas a problemas específicos.

LIFE LONG LEARNING

Actualmente vivimos un momento de disrupción y lo que nos espera hace más necesario que nunca el que los profesionales nos renovemos y actualicemos. El entorno cambia, el mercado cambia y el cliente cambia. Como profesionales no podemos permitirnos quedarnos en nuestra zona de confort. Es el momento para ser curiosos e inquietos.

El departamento de marketing, al ser un actor principal en el diseño, implementación y seguimiento de la estrategia del producto, tiene que estar continuamente renovándose y, por ende, las escuelas de negocio que estamos focalizadas a preparar a los futuros directivos de la industria farmacéutica tenemos la obligación de ir un paso por delante de todos estos cambios.

En CESIF ponemos a vuestra disposición el **Máster en Dirección Comercial y Marketing de Industrias Farmacéuticas y afines - Executive Management**. Con el capacitamos a los profesionales para asumir puestos de dirección teniendo en cuenta todos los cambios actuales y futuros.



SOBRE CESIF

CESIF, Centro Postgrado del ámbito Healthcare, nace en 1990, ofreciendo servicios de formación, consultoría y soluciones empresariales para los sectores farmacéutico, parafarmacéutico, alimentario, biotecnológico, químico, cosmético y afines.

La escuela imparte su formación eminentemente práctica, tanto en modalidad presencial como online y formato híbrido desde sus sedes en Madrid, Barcelona y Lisboa. Nuestros Postgrados y Programas Superiores ofrecen, además del Diploma CESIF, el título propio correspondiente de la Universidad CEU San Pablo.

Así, durante más de 30 años, CESIF ha formado a más de 10.200 profesionales, que se han incorporado a las principales compañías de las áreas de actividad mencionadas:

- En el ámbito salud sobre 500 Universidades. RANKING EL ECONOMISTA 2020 DEL MERCADO IBEROAMERICANO.
- Máster de Industria Farmacéutica y Parafarmacéutica. RANKING EL MUNDO 2021.
- Máster de Biotecnología de la Salud. RANKING EL MUNDO 2021.
- Máster de Industria Alimentaria. RANKING EL MUNDO 2021.

Más información: www.cesif.es