EDUARDO TCHOUHADJIAN & ASOCIADOS

NUEVO PROGRAMA PARA FARMACIAS

GESTIÓN Y MARKETING DE LA FARMACIA EN ÉPOCAS DE CAÍDA DE VOLUMEN Y BAJA INFLACIÓN.

"De la rentabilidad del estante a maximizar la productividad y eficiencia en la farmacia"

OBJETIVOS

- Desarrollar el concepto de gestión que permita conocer la realidad de la farmacia, considerando su inserción en las complejas reglas de la situación actual.
- Revisar especialmente los temas de actualidad, sus consecuencias inmediatas y las posibilidades futuras de evolución.
- La farmacia y su rentabilidad en épocas de caída de volumen y bajos ajuste de precios.
- Convenio de PAMI, actualización y rentabilidad.
- Plantear alternativas de rentabilidad superadoras al revalúo del stock.
- La búsqueda de la productividad y eficiencia en la gestión.
- Optimización de Recurso Humanos.

PROGRAMA

MÓDULO 1: MERCADO Y CONTEXTO ACTUAL

Conceptos económicos internos y externos que generan la realidad actual. Análisis de los factores de gestión. Precios y costos. El efecto precio - inflación y su efecto en las finanzas de la farmacia.

- La farmacia sin inflación. Efectos sobre el stock y la Ecuación Financiera.
- Posicionamiento de la industria farmacéutica ante la situación actual.

MÓDULO 2: CONVENIO PAMI Y SEGURIDAD SOCIAL

- Actualización del Convenio PAMI.
- Cálculo de rentabilidad.
- Influencia de la venta PAMI en la rentabilidad final de la farmacia.

MÓDULO 3: COMPRAS Y ABASTECIMIENTO

- Relación con la industria farmacéutica y la distribución. Control de Compras.
- Las compras en épocas de bajos ajustes de precios

MÓDULO 4: COSTOS INTERNOS OPTIMIZACIÓN Y PRODUCTIVIDAD

- El efecto de los costos fijos en la farmacia. Análisis y optimización
- Productividad de los Recursos Humanos
- Inventarios. Rotación. Reposición diaria versus compras programadas
- Análisis de Cobranzas y Pagos. Incidencia final en la situación financiera.
- El efecto en las cuentas personales del dueño.

MODULO 5: MARKETING EN ÉPOCAS COMPLEJAS

- El marketing del retail.
- El consumidor inteligente racional. Construcción del concepto de negocio, marca
- El lay-out de las farmacias. Ventajas de la reforma del local.
- Góndolas o negocio tradicional. El negocio de perfumería. Productos de Venta Libre.
- En busca de la rentabilidad pérdida.
- Venta de productos de recomendación.

MÓDULO 6: MARKETING DIGITAL Y TECNOLOGÍA PARA LA CALIDAD DE ATENCIÓN

- Programas de fidelizaciones.
- Las herramientas digitales en la atención y comunicación interna.
- E- commerce, redes sociales.
- Turneros inteligentes y robots para el manejo del stock y la dispensación.

EXPOSITORES

EDUARDO TCHOUHADJIAN & ASOCIADOS

Dr. EDUARDO TCHOUHADJIAN www.eduardot.com.ar

- Contador Público (U.B.A.).
- Consultor Profesional especializado en el análisis de Rentabilidad y Gestión de Farmacias.
- Director de EFAE CORP
- Director Académico de la Universidad de Belgrano de los cursos.
- Rentabilidad y Gestión de la farmacia.
- Marketing farmacéutico.
- Profesor asociado de Comercio Farmacéutico en la carrera de Grado Farmacia.

Lic. PLÁCIDO COSENTINO

- Licenciado en Ciencias políticas- Director de Mercatus S.A.- Ex Director de Marketing de Phoenix S.A.,

Lic. VERONICA PARDO

- Licenciada en Relaciones Públicas. MBA en Administración Estratégica.
- Consultora independiente.
- Ex Gerente de Unidad de Negocios Productos maduros Laboratorios Elea.
- Ex Gerente de OTC y Línea Pervinox, Laboratorios Phoenix.
- Coordinadora académica de Curso de Posgrado Universidad de Belgrano.

INICIO:	24 de Septiembre de 2025.
FINALIZACIÓN:	22 de Octubre de 2025.
DURACIÓN:	5 semanas.
DÍAS Y HORARIO:	Miércoles de 13,30 a 15,30hs.
FORMA DE DICTADO:	Totalmente on line. Las clases quedan grabadas.
CONTACTO:	farmacapacita@gmail.com
WHATSSAP:	+54 9 11 6182 8497

Se extenderá Certificado a quienes cumplan con la asistencia mínima requerida.

EDUARDO TCHOUHADJIAN & ASOCIADOS