

NOTA INFORMATIVA

Nuevo Programa de Dirección en Consumer Healthcare de EADA y el Instituto Consumer Healthcare (ICH)

Barcelona, 17 de octubre de 2016. EADA Business School se adentra en el potente mercado de *consumer healthcare* con un nuevo programa formativo dirigido a directivos de este sector que deseen ampliar sus conocimientos a través de *best practices* y hacer *networking*. Se trata del **nuevo Programa de Dirección en Consumer Healthcare** que lanzará en febrero de 2017 juntamente con el Instituto Consumer Healthcare (ICH), una organización creada el pasado mes de junio por profesionales de diferentes ámbitos del sector salud con el objetivo de compartir experiencias y detectar retos y tendencias del sector.

“Con este programa pretendemos ayudar a los profesionales del sector que quieren entrar en este mercado, que en el último año ha crecido un 3,1% y ha facturado casi 5.500 millones de euros, pero que no saben cómo hacerlo ni cuáles son los canales donde hay más oportunidades”, asegura **Josep Maria Adalid**, presidente del ICH. Y es que, continúa, “cuando hablamos de *consumer healthcare* nos referimos a la creciente demanda de los productos relacionados con la prevención y el cuidado de la salud, los cuales no requieren prescripción médica”.

Mercado en alza

En concreto, estos productos se dividen en *OTC* –cualquier medicamento que no esté sujeto a prescripción médica ni reembolsado–, *Personal Care* –productos incluidos dentro de la gama de cosméticos, como cremas *antiaging* o pastas dentales–, *Patient Care* –donde se incluyen desde productos sanitarios de autocuidado, como tiritas, medias de comprensión, termómetros o pulseras que regulan las constantes vitales, hasta productos de higiene y salud, como pañales, biberones o compresas– y Nutrición –complementos alimenticios como vitaminas o dietas especiales–.

Según Adalid, “los directivos del sector deben hacer frente a un sector que evoluciona vertiginosamente, que sigue creciendo cada año debido, principalmente, a la mayor información y poder de compra del consumidor, a la mayor concienciación de la sociedad en el autocuidado y a la apuesta que están haciendo las grandes superficies por la parafarmacia”. En este contexto, “los profesionales ven una oportunidad de

EADA Business School, fue creada en 1957 por un grupo de empresarios y profesionales como una institución independiente tanto desde el punto de vista ideológico como económico. Además de aparecer en los reconocidos rankings internacionales del Financial Times o The Economist, dispone de la acreditación EQUIS que concede la EFMD (European Foundation for Management Development) así como la AMBA que reconoce la calidad de los programas MBA.

NOTA INFORMATIVA

mercado pero no saben cómo posicionarse, cómo innovar con sus productos y cómo llegar a ese consumidor final que es quien toma la decisión en el proceso de compra”.

Un programa único

Para dar respuesta a las necesidades que tienen actualmente los directivos del sector, el Programa de Dirección en Consumer Healthcare tendrá 64 horas lectivas y se ha estructurado en 10 sesiones: seis de ellas en el Campus Residencial de Collbató, en las que se dará una visión holística, y cuatro más sectoriales en el Campus de Barcelona – sobre *OTC*, *Personal Care*, *Patient Care* y Nutrición–.

“Todas las sesiones tendrán un claro enfoque práctico, en la línea de nuestra metodología del *learning by doing*, pues lo que los participantes buscan es conocer casos reales en cada uno de los canales del sector del *consumer healthcare* además de intercambiar conocimiento y experiencias con otros expertos y profesionales”, señala **Miquel Espinosa**, director general de EADA. Además, añade, “EADA aporta su amplio conocimiento en este ámbito, como lo constata el reconocimiento que tienen el Master en Marketing Farmacéutico, dirigido a profesionales que aspiran a una posición directiva en la industria farmacéutica, y el Master en Gestión de la industria Farmacéutica y Afines, pensado para licenciados de grados científicos que quieren centrarse más en la gestión que en la investigación”.

EADA Business School, fue creada en 1957 por un grupo de empresarios y profesionales como una institución independiente tanto desde el punto de vista ideológico como económico. Además de aparecer en los reconocidos rankings internacionales del Financial Times o The Economist, dispone de la acreditación EQUIS que concede la EFMD (European Foundation for Management Development) así como la AMBA que reconoce la calidad de los programas MBA.