



SAMF@News®

Año XXIII, N° 281 – noviembre de 2024

- **La importancia de Pertenecer...**

Invitamos a los profesionales que desarrollan sus actividades en la industria farmacéutica/sectores relacionados y a sus empresas a sumarse a una institución que reconoce como misión:

- *Promover la innovación y estimular la adopción de las mejores prácticas de marketing y ser el ámbito donde se capaciten, actualicen, intercambien experiencias y se relacionen, siguiendo principios éticos y socialmente responsables.*
- *Cooperar con el sector revalorizando el rol del medicamento como factor decisivo en la extensión de las expectativas de vida humana y en la calidad de los años ganados.*
-

Ingresando a [Contacto](#) - pueden acceder a información ampliada y solicitud de ingreso electrónica.



- **Servicios SAMF® = Búsqueda de RRHH**

La SAMF® tiene como uno de sus objetivos cooperar con la industria farmacéutica en la Argentina y en la región. En esta dirección ofrece a las empresas del sector y consultoras en RRHH que, a través del nuestro portal SAMF® Net, puedan ampliar la difusión* de las búsquedas comunicándose –en forma confidencial y sin la participación de la sociedad o sus funcionarios- con un público sumamente atractivo, conformado por estudiantes universitarios o profesionales relacionados con las áreas de negocios, salud u otras. *Los perfiles personales y todos los requerimientos incluidos en las búsquedas son responsabilidad exclusiva de las empresas.* * Sin costo. Contactar = samf@samf.com.ar Adicionalmente desde allí generamos tráfico hacia las redes sociales en las cuales empresas/organizaciones publican sus búsquedas. De esa manera potenciamos esas demandas. **@samf**

- **Índice de Confianza del Consumidor**

El Centro de Investigación en Finanzas (CIF) de la Escuela de Negocios de la Univ. Di Tella da a conocer los resultados del Índice de Confianza del Consumidor - [Expectativas](#).



- **Omnicanalidad : oportunidades**

La omnicanalidad se ha convertido en uno de los conceptos y tácticas más importantes en la participación en la atención médica, y promete un camino claro para la estrategia comercial y resultados energizantes para los pacientes. Por su naturaleza, la omnicanalidad ofrece una variedad de opciones para llegar e interactuar con profesionales de la salud (HCP), líderes de opinión (KOL) y asociaciones de pacientes. [Artículo](#)

- **Tecnología & Marketing**

Proteína, la consultora de estrategia especialista en marketing, marca y procesos comerciales y Youniversal, consultora enfocada en research y tendencias, colaboraron en el desarrollo de este informe sobre el uso de la tecnología en el marketing en Argentina. Basándose en una idea y conceptualización propuesta por Proteína, Youniversal llevó a cabo el trabajo de campo de la presente investigación, entrevistando en profundidad a 20 CMOs referentes de empresas líderes de diversas categorías, con el objetivo de profundizar y validar dicha conceptualización. [Documento](#)



- **Índice líder**

El CIF de la Universidad Torcuato Di Tella publica el Índice Líder (ILCIF), el cual permite anticipar los cambios de tendencia de la actividad económica a lo largo del ciclo. [Índice Líder.](#)

- **Autoliderazgo**

"La vida es una sucesión de batallas, de mayor o menor dificultad, tanto exteriores (trabajo, amor, cultura y amistad) como interiores (cabeza, corazón y manos). Las primeras configuran al personaje. Es decir, afectan al rol público, a la imagen que queremos dar, a nuestra gestión económica y profesional, etc. Las segundas están más ligadas al autoliderazgo y, por tanto, al logro de una mejor o peor versión como persona". "Las siete batallas del autoliderazgo"
[Artículo](#)

- **Mercado Farmacéutico Argentina**

Edición octubre 2024 – Fuente CLOSE UP - [Informe](#)



- **Medicamentos OTC**

Se podrá acceder a los medicamentos de venta libre en góndolas a la vista en farmacias - [Decreto 1024/2024](#)

- **Beneficios 2025 para Socios* SAMF®**



Becas

- **Expectativas de Inflación**

El Centro de Investigación en Finanzas (CIF) de la Escuela de Negocios de la Universidad Torcuato Di Tella da a conocer los resultados de la Encuesta de Expectativas de Inflación (EI), a nivel nacional, y tomando la mediana de la distribución de respuestas, la inflación esperada para los próximos doce meses. **Expectativas de inflación.**



- **Industria Farmacéutica Argentina**

Segundo trimestre 2024 – Fuente: INDEC - **Informe**

- **Banco de Datos de RRHH**

Servicios SAMF®. Quienes estén interesados en la búsqueda de oportunidades laborales en la industria farmacéutica, de Argentina y región LATAM, pueden hacernos llegar su CV el cuál -con su autorización- será publicado en nuestra web **Banco de Datos**. Enviar a samf@samf.com.ar - Asunto: Búsqueda de RRHH. *Este servicio se brinda sin costo. La información contenida en los CV es responsabilidad exclusiva de los postulantes y la SAMF® no emite opinión o avala los antecedentes personales / profesionales de los mismos.*

- **Indice SAMF® - CLOSE UP**

En la voluntad de cooperar con la industria farmacéutica la SAMF® publica trimestralmente el "Índice SAMF®-CLOSE UP del Mercado Prescriptivo: Nuevas Marcas", el cual se ha constituido un informe de referencia, para quienes están involucrados en el proceso de introducir en el mercado nuevas alternativas terapéuticas - **Índice SAMF-CLOSE UP**



- **BCRA – Evolución de la economía**

Este relevamiento –publicado por el BCRA- permitirá un seguimiento sistemático de los principales pronósticos macroeconómicos de corto y mediano plazo sobre la evolución de la economía argentina y es generado a partir de una encuesta dirigida a analistas especializados locales y extranjeros. **BCRA**

- **Guía SAMF® del Marketing Farmacéutico**

A través de la **GUIA SAMF** renovamos la posibilidad de vincular de una manera ágil y eficaz a productores de bienes / servicios, con aquellos profesionales que, desde la industria farmacéutica, están en la búsqueda permanente de soluciones innovadoras y de la más alta calidad, que les permita comunicarse eficaz y éticamente con la comunidad de la salud. La decisión de lanzar la GUIA estuvo basada en el reconocimiento del rol de los proveedores y su permanente labor para añadir valor a los productos farmacéuticos. Uno de los factores críticos de éxito para consolidar el vínculo empresa-proveedores es construir relaciones a largo plazo, evitando las tentadoras soluciones coyunturales. Como resultado de lo cual se aseguran estándares de calidad sustentables, cumplimiento de los tiempos y hacer más predecibles los costos. Esta publicación responde a uno de los objetivos fundacionales de la SAMF®, como es el de desarrollar proyectos orientados a cooperar con una industria –de la cual somos y nos sentimos parte- que está orientada a mejorar la calidad de vida de la gente, aportar valor económico al país y generar oportunidades laborales de calidad. Para pautar publicidad consultar a samf@samf.com.ar. Completando el **ALTA** se puede registrar sin cargo como proveedor.

- **IA y lanzamiento de nuevos productos**

Hace algunos años, los lanzamientos de nuevos productos farmacéuticos estaban concentrados en medicamentos para atención primaria. Los mismos fueron difundidos principalmente por representantes de ventas. Desde entonces, el mercado ha avanzado hacia la era de las especialidades, que incluye un recorrido más complejo para el paciente y numerosas especialidades médicas. La participación se ha vuelto más multicanal y los pagadores exigen pruebas más integradas con mayores requisitos. Estos lanzamientos de productos cada vez más complejos pueden beneficiarse de las numerosas ventajas de la inteligencia artificial (IA). [Artículo](#)



- **INDICE DE CONSUMO PROMEDIO DE MEDICAMENTOS SAMF® - IQVIA**

El Índice de Consumo Promedio de Medicamentos SAMD® - IQVIA calcula el monto promedio de dinero destinado a compra de productos farmacéuticos de los habitantes de las Argentina. Los precios se encuentran reflejados a precio de venta al público en farmacias (incluyen IVA). Se realiza un cálculo del consumo promedio total por habitante a nivel país y por provincia. Adicionalmente, se estima el consumo promedio por habitante para las principales 15 clases terapéuticas a nivel 2. Se adjunta también el peso relativo en términos de unidades y de valores sobre el total del mercado farmacéutico para esas 15 clases - [INDICE...](#)



www.samf.com.ar - Sigamos en



La SAMF® no se responsabiliza por las opiniones vertidas en artículos firmados publicados en este medio o en páginas con las cuales está relacionado a través de links; todos los cuáles no necesariamente expresan el pensamiento de la SAMF®.

VISITE EL 1º PORTAL DE LOS PROFESIONALES DE LA INDUSTRIA FARMACEUTICA DE ARGENTINA Y LATAM **SAMF**. SAMF®, SAMFY®, INTER PHARMA®, GUIA SAMF® del Marketing Farmacéutico® y Sociedad Argentina de Marketing Farmacéutico®, son marcas registradas de la Asociación Civil Argentina de Marketing Farmacéutico. SAMF@News es publicada por la Sociedad Argentina de Marketing Farmacéutico® (SAMF®) y distribuida a más de 5500 ejecutivos de la industria farmacéutica y negocios relacionados, de Argentina y del exterior. Las noticias publicadas pueden ser reproducidas en otros medios mencionando la fuente. Este mail no podrá ser considerado SPAM mientras incluya una forma de ser removido. EMAIL: **SAMF** - ASUNTO: REMOVE.