



# **SAMF@News**®

Año XXIV, N° 286 – abril de 2025



## • **La importancia de Pertener...**

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](mailto: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**

## • **El futuro del representante medico**

***A veces, el factor humano puede marcar la diferencia.*** Hoy en día, en el sector farmacéutico, la gente se plantea una pregunta similar: En una era tecnológica sin precedentes, ¿sigue teniendo valor el representante de ventas humano? Con el enfoque en la interacción omnicanal y la pandemia limitando el acceso a los clientes, las organizaciones se preguntan si pueden tener una interacción exclusivamente digital y si realmente necesitan a los humanos. Y la respuesta corta es: sí. El valor humano en la interacción de ventas es insustituible, y se centra en algo que la tecnología aún no puede hacer: generar confianza. **[Artículo](#)**

DIPLOMATURA

# MARKETING & NEGOCIOS PARA LA INDUSTRIA FARMACÉUTICA

—  
**DIRECTORAS**  
Andrea Battaglia  
Sandra Pecollo Subizar

**MODALIDAD**  
Virtual Sincrónica

**DÍAS Y HORARIO**  
Lunes y Jueves de  
19:00 a 21:00 (GMT-3)

**INICIO Y FIN**  
5 de mayo al  
11 de agosto del  
2025

**UCA** | ESCUELA DE  
NEGOCIOS

escueladenegocios@uca.edu.ar +54911-7003-4326

Informes e inscripciones: [capacitaciones@samf.com.ar](mailto:capacitaciones@samf.com.ar) - WhatsApp: +54 9 11 4088-0142



- **Tiempos de cambio**

La industria farmacéutica se encuentra en medio de su transformación más significativa en décadas. Con el auge de los medicamentos especializados, el aumento de la competencia y la evolución de las preferencias de los profesionales de la salud los enfoques tradicionales para la comunicación con ellos están siendo llevados al límite. El enfoque tradicional para la segmentación de los médicos ha sido relativamente sencillo: volúmenes de prescripciones, especialidades y quizás algunos indicadores de comportamiento básicos. El panorama actual requiere mucha más sofisticación. [Artículo](#)

- **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](#).



- **Inteligencia emocional & liderazgo**

La inteligencia emocional es la capacidad de comprender y gestionar las emociones, así como de reconocer e influir en las de quienes nos rodean. El término fue utilizado por primera vez en 1990 por los investigadores John Mayer y Peter Salovey, pero posteriormente fue popularizado por el psicólogo Daniel Goleman. En los negocios permite conducir equipos con éxito, gestionar el estrés, ofrecer retroalimentación y colaborar con los demás. [Artículo](#)

- **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](#).

- **IGUALDAD...**

Las mujeres ocupan el 25% de las direcciones generales en la industria farmacéutica innovadora -Farmaindustria (España) – [Nota de prensa](#)

- **Mercado Farmacéutico Argentina**

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



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



- **Lanzamiento exitoso de nuevos productos**

La industria farmacéutica evalúa constantemente oportunidades para acelerar el ciclo de vida de los productos y ser más eficiente en el descubrimiento, desarrollo y comercialización de nuevos fármacos. Al mismo tiempo, se debe considerar la influencia de factores/actores externos. En primer lugar, existen presiones para reducir precios y demostrar el valor de las terapias, con énfasis en resultados basados en evidencias. En consecuencia, los productos se lanzan a un entorno comercial cada vez más desafiante que está experimentando una influencia sin precedentes por parte de los pacientes, las autoridades reguladoras, los responsables de las políticas sanitarias y los pagadores.

[Artículo](#)

- **Industria farmacéutica: Inversión en I+D**

La industria farmacéutica es líder en **inversión en I+D** a nivel mundial, con un porcentaje del 30% de sus ingresos anuales. Esto supuso cerca de **270.000 millones de euros** en 2021, según los datos recogidos en el informe **Facts and Figures 2024** de la Federación Internacional de la Industria Farmacéutica Innovadora (IFPMA). [Noticia](#)

- **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.](#)



- **Universo Medico = Argentina**

Distribución de profesionales – Especialidad/Regiones. Fuente: CLOSE UP – abril 2025 - [Informe](#)

- **Satisfacción = Lealtad**

Las 100 marcas de medicamentos más prescritas por los médicos en Argentina – TAM 02/2025- concentraron el 38.2% de las recetas emitidas, participación que viene creciendo en forma sostenida en los últimos años. La mayoría de ellas ya estaban disponibles en el 2015 y no pocas desde décadas anteriores. Esto indica un alto grado de satisfacción de MD's / pacientes con principios activos que llevan años en el mercado, al tiempo que se mantiene la lealtad a marcas tradicionales, lo cual dificulta y hace muy costoso su reemplazo por alternativas terapéuticas que se comporten como "me too". Fuente: CLOSE UP - [100 Lideres](#)

- **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](mailto: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 - [Indice SAMF-CLOSE UP](#)



- **Identificación de líderes de opinión**

La identificación de los líderes de opinión clave (KOL) se ha visto modificada en la era digital. Un enfoque más amplio basado en datos está transformando la forma en que identificamos a los profesionales sanitarios expertos y entendemos la influencia de los KOL en la atención sanitaria. En el entorno sanitario actual en rápida evolución, identificar a los líderes de opinión clave se ha vuelto cada vez más complejo. El artículo puede solicitarse ingresando a [IQVIA](#)

- **Guía SAMF® del Marketing Farmacéutico**

A través de la [GUÍA 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 GUÍA 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](mailto:samf@samf.com.ar). Completando el [ALTA](#) se puede registrar [sin cargo](#) como proveedor.

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

El Índice de Consumo Promedio de Medicamentos SAMF® - 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...](#)

- **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. [Informe](#)



[www.samf.com.ar](http://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 6000 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: REMOVER.*