



SAMF@News®

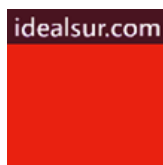
Año XXIV, N° 290 – agosto de 2025



- **La IA en Programas de Soporte a Pacientes**

“En un momento en el que la atención sanitaria evoluciona hacia modelos más personalizados y eficientes, la Inteligencia Artificial (IA) se presenta como una herramienta clave para transformar los Programas de Soporte a Pacientes (PSP). Este webinar reúne a dos empresas líderes — Inizio-Engage, especializada en servicios de apoyo al paciente, y GMV, especializada en soluciones tecnológicas para el sector salud— para explorar cómo la IA puede optimizar la experiencia del paciente, mejorar la adherencia terapéutica y facilitar la toma de decisiones clínicas...”.

[Video](#)



- **La IA y el rol gerencial**

La IA de generación ya ha comenzado a transformar el trabajo al agilizar e incluso automatizar tareas, pero si analizamos los niveles superiores del organigrama, ¿cómo cambiará el trabajo de los mandos intermedios? Un nuevo estudio de la Escuela de Negocios de Harvard revela que el uso de la IA de generación puede simplificar la jerarquía corporativa y optimizar la productividad al liberar a los gerentes de algunas tareas de coordinación de proyectos. Sin embargo, primero las empresas deben determinar qué automatizar y quién se beneficiará más. [Artículo](#)

- **Sostenibilidad y economía circular**

La experiencia española - [Entrevista](#)

- **Potenciar los equipos**

“En el mundo del management profesional, uno de los mayores desafíos para cualquier líder o responsable de equipo es lograr que cada persona alcance su máximo potencial. Pero la productividad, la motivación y la eficiencia no son elementos que puedan imponerse desde fuera, sino que deben activarse desde el interior. Para ello, es imprescindible comprender tres elementos fundamentales: las fortalezas individuales, los estímulos motivadores y los estilos de aprendizaje...”. [Artículo](#)

- **Mercado de la farmacia**

ANALISIS 2025 – [Mercado](#) Primer semestre - Volúmenes y Precios – Autor Dr. Eduardo Tchouhadjian.

- **Indice 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 [Indice](#) de Confianza del Consumidor.



- **Indice líder**

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

- **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](#)

- **Mercado Farmacéutico Argentina**

Edición = marzo 2025 – Fuente CLOSE UP - [Informe](#)



- **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.

- **El futuro de los Reps**

La profesión de representante médico ha experimentado cierto declive en los últimos años, lo que genera ansiedad en muchos de ellos respecto a su futuro. Empresas de todos los tamaños han recortado sus equipos de vendedores para lograr ahorros y así reducir costos. Muchos Reps temen que su mejor momento haya quedado atrás y que, a la larga, esta se extinga como muchas otras profesiones del pasado. Es normal que cualquier profesional se preocupe por su trabajo, pero preocuparse por la "extinción" es ciertamente improbable. [Artículo](#)

- **Universo Medico = Argentina**

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



INNOVACIÓN Y PRODUCTIVIDAD CON INTELIGENCIA ARTIFICIAL

Dirigido a Profesionales de la Industria Farmacéutica que inician
su recorrido en IA impulsando su desarrollo profesional.



INICIO
4 de septiembre 2025

MODALIDAD
Online sincrónica

DURACIÓN
4 jueves de 19 a 20:30hs

DICTADO POR
Ana Moret
Máster en IA e Innovación
Máster en IA Empresarial

capacitaciones@samf.com.ar

+54 9 11 4088 0142




Informes e inscripciones: capacitaciones@samf.com.ar - WhatsApp: +54 9 11 4088-0142

• La evolución del rol del MSL

En 1967, Upjohn Pharmaceuticals introdujo una novedosa función diseñada para cerrar la brecha cada vez mayor entre la ciencia clínica y la práctica médica: el Enlace Científico Médico (MSL). Inicialmente concebido como un canal no promocional para el intercambio científico, el MSL surgió en respuesta a las crecientes demandas de transparencia, comunicación ética y credibilidad basada en datos en una industria sometida a un escrutinio regulatorio cada vez mayor. Durante las décadas siguientes, el rol del MSL evolucionó en paralelo a la creciente complejidad del panorama farmacéutico. Los productos biológicos, la medicina de precisión, las terapias génicas y las innovaciones en salud digital desafiaron los modelos tradicionales de interacción. Mientras tanto, los sistemas de salud priorizaban el valor sobre el volumen, los pacientes tienen mayor participación y la evidencia del mundo real (RWE) se convirtió en un activo estratégico. En medio de este cambio de paradigma, los MSL emergieron como conectores estratégicos, vinculando la innovación interna con el impacto externo. [Artículo](#)



• 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](#)

PROGRAMA EJECUTIVO
**ESPECIALIZACIÓN EN
 MARKETING FARMACÉUTICO**

INICIO 22 SEPTIEMBRE 2025 FINALIZA 27 OCTUBRE 2025



MODALIDAD
 100% Virtual

DURACIÓN
 6 sesiones

CURSADA
 Lunes de 19 a 21 (ARG)

DIRECTORA
 ANDREA BATTAGLIA

capacitaciones@samf.com.ar
 + 54 9 11 4088 0142

escueladenegocios@uca.edu.ar

UCA | ESCUELA DE
 NEGOCIOS

Informes e inscripciones: capacitaciones@samf.com.ar - WhatsApp: +54 9 11 4088-0142

- **Indice SAMF® - CLOSE UP**

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



- **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.*

- **Identificación de líderes de opinión**

La identificación de los lideres 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 **IOVIA**

- **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.



Informes e inscripciones: capacitaciones@samf.com.ar - WhatsApp: +54 9 11 4088-0142

- **Construir una marca centrada en el paciente**

En el proceso de desarrollo de medicamentos, las compañías farmacéuticas se enfrentan a una feroz competencia y deben sortear presiones de costos y regulaciones complejas. Una vez aprobados los nuevos productos, las empresas tienen la tarea de posicionar sus marcas se en un mercado altamente competitivo. Especialmente en el incierto clima económico actual, con la preocupación por los costos y la volatilidad del mercado, es crucial mantener o aumentar la inversión en esas marcas en el tiempo. El informe puede solicitarse desde [Artículo](#)

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

El **INDICE** 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.

- **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.

¿Cuánto cuesta un milagro?...

Agregando vida a los años...

La investigación y el desarrollo de nuevos medicamentos

Por parte de la industria farmacéutica ha permitido

Extender las expectativas de vida del hombre...

para ser vivida más plenamente



www.samf.com.ar - Siganos 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](http://www.samf.com.ar) . 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: REMOVE.