



SAMF@News®

Año XXIV, N° 292 – octubre de 2025



- **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](#)

- **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](#)



- **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.

- **Nuevos productos: Expectativas**

“Los equipos comerciales enfrentan una presión creciente para actuar con rapidez y tomar decisiones más inteligentes en un mercado que cambia rápidamente. Sin embargo, muchos todavía dependen de herramientas obsoletas — con informes e ideas fragmentadas que llegan demasiado tarde para tener importancia. A pesar de los avances históricos en ciencia y medicina, casi dos tercios de los lanzamientos farmacéuticos no alcanzan las expectativas previas” [Artículo](#)

- **Mercado Farmacéutico Argentina**

Edición **agosto 2025** – Fuente CLOSE UP



- **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](#)

- **BCRA – Evolución de la economía**

Informe 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.



- **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.

- **La evolución del rol del MSL**

Fue en 1967 cuando Upjohn Pharmaceuticals introdujo un nuevo rol diseñado para cerrar la creciente brecha entre la ciencia clínica y la práctica médica: el Enlace de Ciencia Médica (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 bajo un creciente escrutinio regulatorio. Hoy en día, los MSL ya no están limitados a la educación científica. Son asesores estratégicos, generadores de ideas, comunicadores digitales y catalizadores de la confianza entre la industria farmacéutica y el ecosistema de atención médica. Sus contribuciones ahora abarcan el desarrollo clínico temprano, el acceso al mercado, la generación de evidencia, la estrategia médica y la comunicación del valor terapéutico a largo plazo. [Artículo](#)



**PROGRAMA
JOVENES SAMF**



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

- **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. Completando el **ALTA** se puede registrar sin cargo como proveedor.



- **Paradigma para el lanzamiento de nuevos productos**

La mayoría de las empresas no comienzan a identificar la experiencia del cliente hasta 6-12 meses después del lanzamiento. Para entonces, el impulso se ha ralentizado y la ventana crítica para moldear la trayectoria de un producto se está cerrando. Como advierte Emily Mandell de ZS: “Es muy, muy difícil—casi imposible, en realidad—recuperar la forma de tu curva de adopción después de 18 meses.” La verdadera oportunidad es tratar la personalización no como un ejercicio para ponerse al día, sino como una ventaja crítica para el lanzamiento desde el primer día. **Artículo**



- **INDEC – Industria Farmacéutica Argentina**

El objetivo fundamental del Programa de seguimiento de la industria farmacéutica es brindar información de coyuntura acerca de la comercialización de medicamentos en el país, así como los flujos de exportaciones e importaciones. El Programa brinda datos trimestrales de los productos farmacéuticos para uso humano siguiendo la clasificación anatómico-terapéutica de la Organización Mundial de la Salud (ATC-inglés) y permite contar con información sobre facturación de producción nacional, reventa de importados, país de origen de las drogas básicas y otras. [2do.Trim-25](#)

- **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.

- **El representante de IA de la próxima generación**

La conexión de la industria farmacéutica con los profesionales de la salud siempre ha sido fundamental. Durante décadas, sus representantes han sido el puente con los médicos en el lugar de atención, ofreciendo actualizaciones clínicas, información de los productos y materiales de apoyo al paciente. Sin embargo, la forma en que hoy actúan dichos profesionales y, aún más importante, cómo desean interactuar en el futuro, ha evolucionado drásticamente. [Artículo](#)



- **Armonizar objetivos personales y profesionales**

“La vida a veces puede parecer un juego de suma cero, donde hay que renunciar a algunas metas (como una carrera exitosa) para alcanzar otras (como una vida social satisfactoria). Pero perseguir múltiples sueños no tiene por qué significar elegir entre ellos. Una nueva investigación realizada con 11 muestras en 10 países reveló que quienes lograron establecer conexiones entre sus metas (considerándolas complementarias o que se refuerzan mutuamente) experimentaron menos estrés y mayor resiliencia que quienes no vieron muchas conexiones entre sus aspiraciones. Además, ejercicios sencillos (como reflexionar sobre las maneras en que metas distintas, e incluso contradictorias, podrían tener cosas en común) ayudaron a los trabajadores a sentirse menos estresados, más productivos y menos propensos al agotamiento. [Artículo](#)

- **Medicamentos Especiales = Acceso**

Los medicamentos especiales pueden tener características particulares, pero ciertamente no son raros. Por el contrario -estos productos- que incluyen tanto los de molécula pequeña como los biológicos, que requieren manejo, almacenamiento, administración y monitoreo del paciente, se encuentran en una fase de rápido crecimiento. Según un informe del Instituto IQVIA, los mismos representarán el 43% del gasto global para 2028 y más del 55% en los mercados desarrollados líderes, como Estados Unidos, lo cual representara un desafío para sus fabricantes. Se puede solicitar desde [Link](#)

- **Maximizar el ROI del marketing farmacéutico**

La industria farmacéutica es un mercado altamente competitivo y regulado, lo que dificulta que las empresas obtengan un sólido retorno de la inversión (ROI) de sus esfuerzos de marketing. Sin embargo, con las estrategias y tácticas adecuadas, las compañías farmacéuticas pueden maximizar su ROI e impulsar el crecimiento del negocio.

Artículo



- **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.* |

- **Efectividad de la Fuerza de Ventas**

La industria farmacéutica continúa invirtiendo considerablemente en la evaluación de la efectividad de la fuerza de ventas (SFE), en investigaciones de terceros, para capturar y analizar las interacciones entre los representantes de ventas y los profesionales de la salud. A pesar de esta inversión significativa, los ejecutivos comerciales todavía cuestionan si la medición tradicional de SFE ofrece retornos significativos. El panorama farmacéutico ha experimentado una transformación sustancial desde el desarrollo de los primeros enfoques de medición. Sin embargo, muchas empresas continúan confiando en métricas obsoletas que no logran impulsar mejoras tangibles en la cuota de mercado o en el compromiso con los clientes. **Artículo**

- **Dinámica del gasto en medicamentos 2000-2022**

El nuevo **INFORME** del Instituto IQVIA, "Dinámica del Gasto en Medicamentos 2000-2022", presenta un análisis exhaustivo de los patrones globales de gasto en medicina y atención médica en 12 mercados principales entre 2000 y 2022. Basándose en investigaciones previas del Instituto IQVIA, proporciona las estimaciones más completas del gasto total en medicamentos, que abarcan el gasto minorista, hospitalario, público y privado.

Los resultados destacan la convergencia del gasto en medicamentos como porcentaje de la atención médica en torno al 15%, lo que refleja una estabilidad a largo plazo en un contexto cambiante de precios, acceso y políticas.

- **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.

www.samf.com.ar



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.