



# **SAMF@News**®

**Año XXV**, N° 298 – abril de 2026



**SAMF**  
SOCIEDAD ARGENTINA  
DE MARKETING FARMACEUTICO

**DIPLOMATURA**

## **MARKETING & NEGOCIOS PARA LA INDUSTRIA FARMACÉUTICA**

 **INICIO: 4 DE MAYO 2026**

 **Lunes y Jueves de 19:00 a 21:00h**

 **Virtual Sincrónica**

[escueladenegocios@uca.edu.ar](mailto:escueladenegocios@uca.edu.ar)

[capitaciones@samf.com.ar](mailto:capitaciones@samf.com.ar)

 **UCA** | ESCUELA DE  
NEGOCIOS

**MARKETING FARMACEUTICO PARA LA FORMACION DE PROFESIONALES DE LA SALUD**

**Inicio: Junio**  
**Jueves 19:00 a 21:00 hs ARG (GMT3)**  
**12 Encuentros Virtuales**

**Consultas e Inscripción**  
 capacitaciones@samf.com.ar | +54 9 11 4088-0142

**SAMF**  
 SOCIEDAD ARGENTINA DE MARKETING FARMACEUTICO

**Close-Up**  
 INTERNATIONAL

- **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.

- **Alianzas estratégicas**

En el competitivo panorama farmacéutico actual, las empresas buscan constantemente nuevas formas de llegar a su público objetivo, aumentar el conocimiento de marca e impulsar las ventas. Una de las estrategias más efectivas para lograr estos objetivos es mediante alianzas de marketing. [Artículos](#)

- **Mercado Farmacéutico Argentina**

Edición [feb. 2026](#) – Fuente CLOSE UP



- **Premarketing = Factores Críticos de Exito**

Dado que los Líderes de Opinión (KOL) desempeñan un papel fundamental e impulsan la adopción de nuevos tratamientos, son el foco de la mayoría de los planes prelanzamiento. No debe pasarse por alto que involucrar a esa audiencia, en las primeras etapas del proceso de lanzamiento de un producto farmacéutico, es esencial para generar conocimiento, credibilidad y preparación para el mercado: los profesionales de la salud (PS), los sistemas de salud y los grupos de defensa del paciente son igualmente importantes para determinar el éxito. El diálogo temprano con estas audiencias permite a las empresas abordar posibles barreras, refinar el posicionamiento y generar los datos necesarios para respaldar la diferenciación del producto: una estrategia de participación bien estructurada debe comenzar de 12 a 24 meses antes de la aprobación regulatoria, garantizando que los mensajes científicos, las consideraciones de acceso al mercado y las iniciativas de difusión digital estén alineados. [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.



Informes e inscripciones: [samf@samf.com.ar](mailto:samf@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.

- **Desafíos en el marketing farmacéutico**

En el dinámico mundo farmacéutico, el marketing es crucial para dar a conocer los productos y servicios, incentivar su uso y alcanzar el éxito empresarial. Sin embargo, no siempre es fácil. En este blog, se exploran los desafíos. ¿Por qué es tan importante el marketing en la industria farmacéutica? ¿Cuáles son los principales desafíos a los que se enfrentan los profesionales del marketing? Descubra por qué es necesario superar estos desafíos para generar nuevas ideas, ayudar a los pacientes a mejorar y alcanzar el éxito empresarial. [Ingresar](#)

- **Perspectivas, tendencias y prioridades de la industria farmacéutica**

Ingresando a 2026, las industrias farmacéutica y biotecnológica se enfrentan a un entorno operativo en constante cambio. Cada año, analizamos cómo evoluciona el panorama sanitario y cómo la industria farmacéutica se adapta para competir en él. Si bien la incertidumbre actual puede resultar inquietante, el rumbo es claro: una situación a corto plazo caracterizada por precios más bajos, la desglobalización de la cadena de suministro de medicamentos, cambios en las prioridades clínicas y una menor financiación para la innovación en etapas iniciales. Al mismo tiempo, varias fuerzas actúan a favor de la industria, encabezadas (como es habitual) por la ciencia innovadora y la continua aceleración de la IA. [Artículo](#)

- **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](mailto:samf@samf.com.ar). Completando el **ALTA** se puede registrar sin cargo como proveedor.



**CICLO DE COMPLIANCE EN LA INDUSTRIA FARMACÉUTICA**

Aplicación práctica en áreas comerciales y médicas.

- Marco regulatorio
- Gestión de riesgos
- Casos reales

3 Encuentros - Modalidad Virtual

A cargo de: **ROCIO DELL'ORO**  
Compliance Officer



✉ Consultas e inscripción:  
[capacitaciones@samf.com.ar](mailto:capacitaciones@samf.com.ar) | +54 9 11 4088-0142

- **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. **3er.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.



- **La evolución de las alianzas estratégicas**

La industria farmacéutica está experimentando una transformación acelerada, pasando de las alianzas transaccionales a las alianzas estratégicas. Este cambio no se trata solo de adaptarse a las presiones del mercado, sino de aprovechar las oportunidades para fomentar la innovación, optimizar los procesos y, en última instancia, mejorar la vida de los pacientes. En este contexto, es fundamental comprender los beneficios de las alianzas eficaces y los ingredientes esenciales para construir alianzas significativas y duraderas. [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](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.*



- **Estrategias de acceso**

Las estrategias de acceso al mercado están evolucionando a medida que más empresas farmacéuticas comercializan sus propias terapias, lo que requiere una mayor alineación con los requisitos de los pagadores, la formación de los proveedores, las redes de farmacias especializadas y los servicios de apoyo al paciente para garantizar una cobertura, una prescripción y una adherencia a largo plazo adecuadas. [Artículo](#)

- **La transición de Rp/ a OTC**

El proceso de pasar un medicamento recetado a venta libre puede parecer sencillo, pero implementar una estrategia de marketing eficaz para esta transición requiere una planificación minuciosa. Una estrategia bien diseñada ayuda a las marcas a ampliar el acceso a los medicamentos, al tiempo que protege la credibilidad clínica. Los pacientes que antes dependían de la orientación médica se convierten de repente en consumidores directos que toman sus propias decisiones. [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.



- **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.

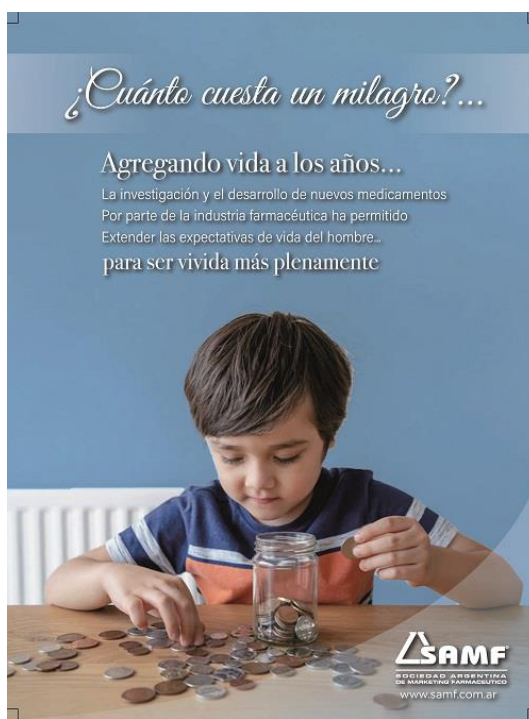


- **La importancia de Pertenecer...**

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](http://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**. 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.