



Cuestionario SAMF

Perspectivas sobre la evolución del mercado farmacéutico argentino

94 referentes del sector consultados · Septiembre 2026



Agenda

01 Ficha técnica

Metodología y muestra

02 Executive summary

Los números centrales del relevamiento, de un vistazo.

03 Resultados por pregunta

Evolución del mercado, escenario competitivo, PAMI, obras sociales, fuerzas de venta, relación con pacientes y salarios.

04 Hallazgos y conclusiones provisionarias

Lectura integrada

Ficha técnica

94

respuestas recibidas a la fecha de este corte

10

preguntas relevadas (algunas de opción múltiple)

32

respondientes identificados por email · 62 anónimos

ACLARACIONES IMPORTANTES

- No todas las personas que participaron respondieron todas las preguntas — cada gráfico indica la base (N) real sobre la que fue efectuado el cálculo.
- Para las preguntas numéricas (% anual) se calculó el promedio de las respuestas interpretables; el efecto de los valores atípicos de P.4 se detalla en el gráfico correspondiente.

Los números centrales

60-61%

espera que el mercado farmacéutico crezca en los próximos 5 años

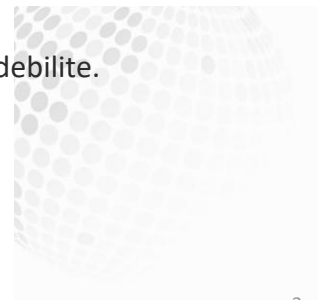
70%

prevé un escenario de mayor concentración competitiva

64%

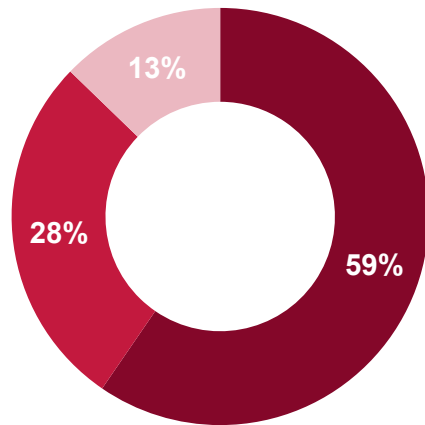
anticipa una reducción del tamaño de las fuerzas de venta

- 1 El crecimiento esperado del mercado se ubica, en promedio, en torno a 6,7% (volumen) y 6,2%–7,6% (valores) anual — con dispersión amplia (de -2% a +50% en volumen, hasta +78% en valores, valor atípico).
- 2 Sobre PAMI, la lectura dominante sigue siendo mayor presión sobre precios y sustitución genérica (69%). En obras sociales y prepagas, las restricciones a medicamentos de alto costo siguen como primera mención seguida por reducción de descuentos a los pacientes.
- 3 61% cree que la relación directa entre laboratorios y pacientes se profundizará; nadie prevé que se debilite.
- 4 69% espera que los salarios del sector mantengan la relación actual frente al resto de la economía.



Evolución del mercado en volumen

P.1 · "Evolución del mercado farmacéutico en Argentina para los próximos 5 años en volumen" — N=94



■ CRECERÁ ■ SE MANTENDRÁ IGUAL ■ DECRECERÁ

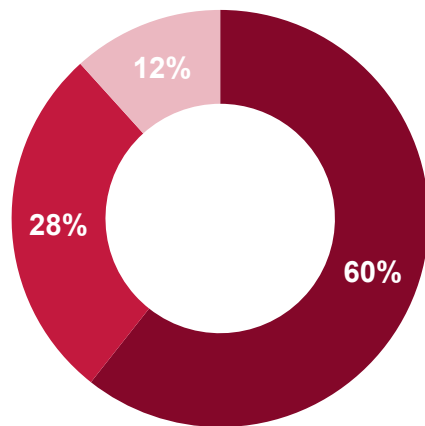
Base: 94 respuestas. % calculado sobre el total de respondientes de la pregunta.

Opción	Menciones	%
CRECERÁ	56	59%
SE MANTENDRÁ IGUAL	26	28%
DECRECERÁ	12	13%

Promedio informado (P.2, % anual): 6,7% · mediana 3% · base: 94 de 94 respondieron con un valor numérico (rango: -2% a +50%).

Evolución del mercado en valores

P.3 · "Evolución del mercado farmacéutico en Argentina para los próximos 5 años en valores" — N=94



■ CRECERÁ ■ SE MANTENDRÁ IGUAL ■ DECRECERÁ

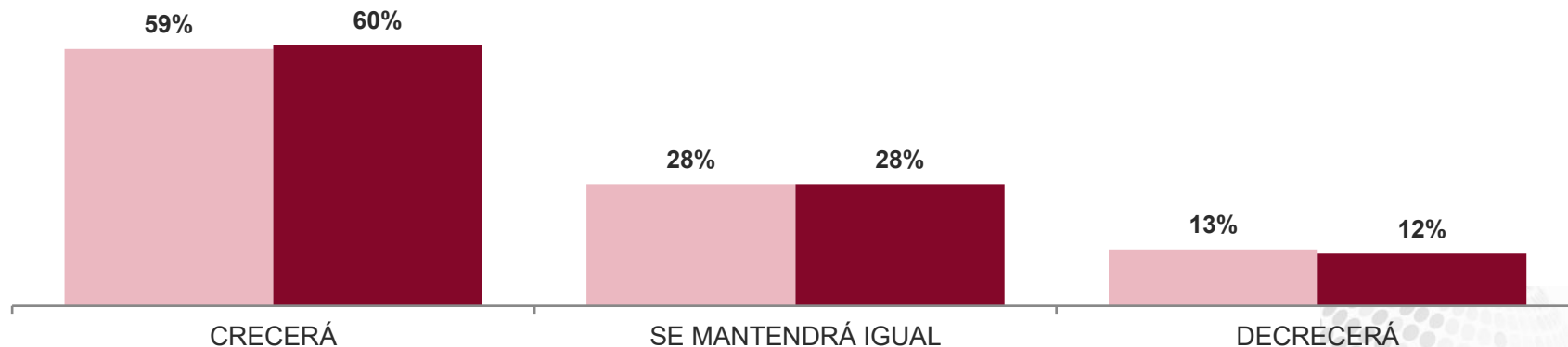
Opción	Menciones	%
CRECERÁ	57	60%
SE MANTENDRÁ IGUAL	26	28%
DECRECERÁ	11	12%

Promedio informado (P.4, % anual): 7,6% · mediana 3% · base: 94 (incluye dos valores atípicos, 60% y 78%; excluyéndolos, el promedio baja a 6,2%).

Base: 94 respondieron esta pregunta.

Volumen vs. valores

■ Volumen (P.1) ■ Valores (P.3)

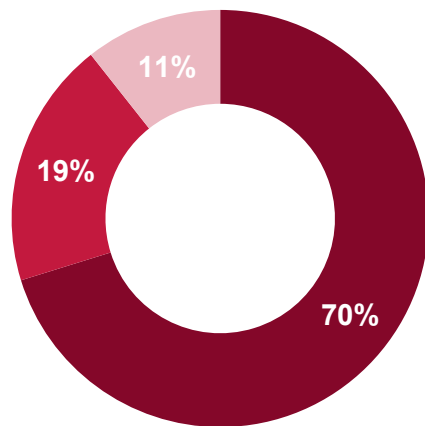


NOTA METODOLÓGICA

A diferencia de estudios anteriores , el crecimiento esperado ya no muestra componente inflacionario.

Escenario competitivo

P.5 · "Tendencia que prevalecerá con relación al escenario competitivo" — N=94



■ CONCENTRACIÓN ■ FRAGMENTACIÓN ■ SE MANTENDRÁ IGUAL

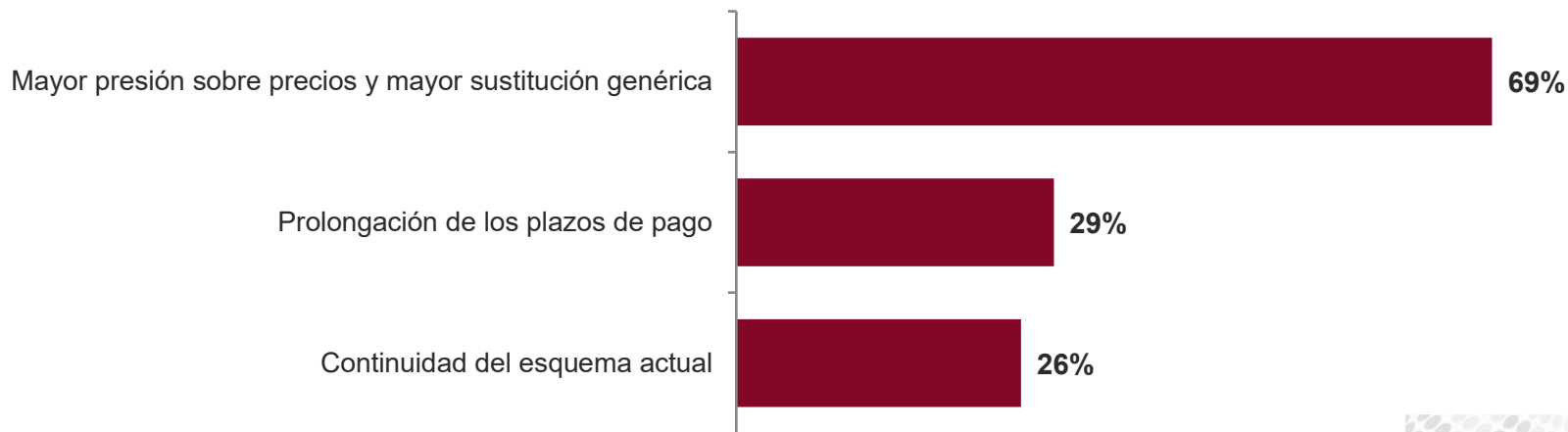
Opción	Menciones	%
CONCENTRACIÓN	66	70%
FRAGMENTACIÓN	18	19%
SE MANTENDRÁ IGUAL	10	11%

7 de cada 10 referentes esperan un mercado con menos jugadores y de mayor tamaño relativo

Base: 94 de 94 respondieron esta pregunta.

¿Qué prevé el sector respecto a PAMI?

P.6 · Respuesta de opción múltiple (hasta 2 opciones)



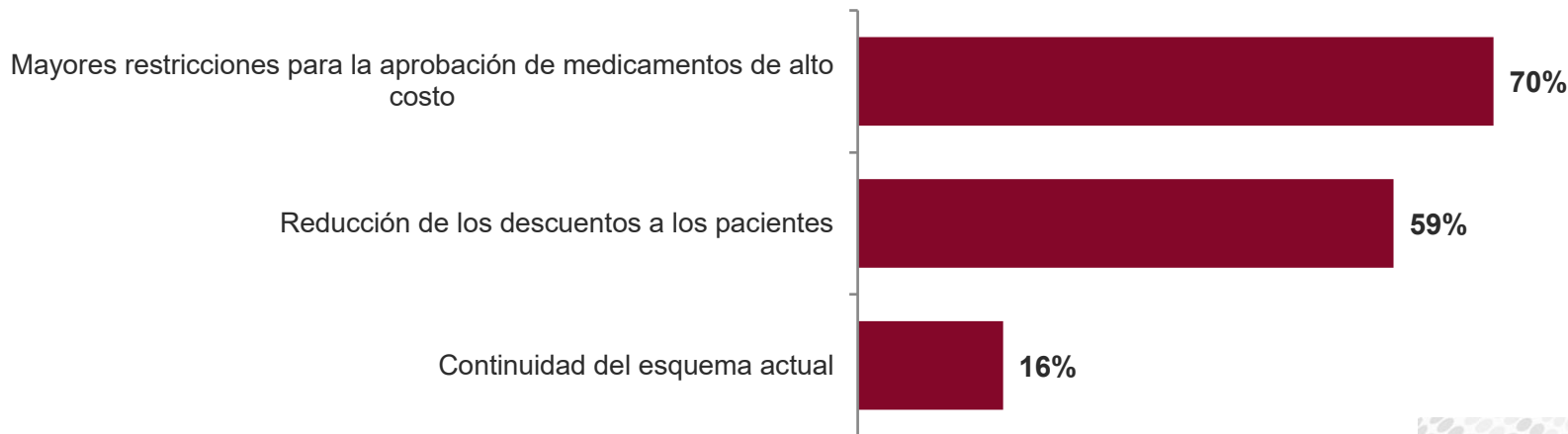
94 de 94 respondieron · 116 menciones totales

INSIGHT

La expectativa dominante (69%) con relación a PAMI es mayor presión sobre precios y sustitución por genérico.

Escenario de OO.SS. y prepagas

P.7 · Respuesta de opción múltiple (hasta 2 opciones)



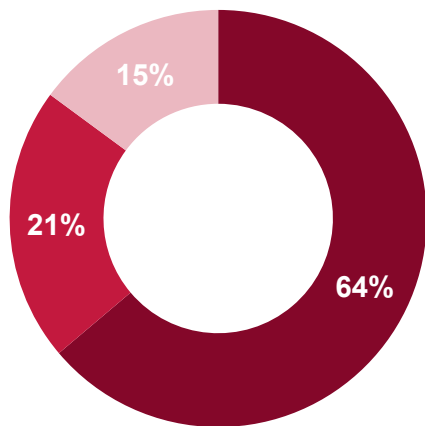
94 de 94 respondieron · 136 menciones totales

INSIGHT

70 % de los participantes espera restricciones a medicamentos de alto costo en OOSS y prepagas mientras que 59 % espera reducción de descuentos a los pacientes siendo ambas, por lejos, las dos respuestas dominantes de esta pregunta.

Tamaño de las fuerzas de venta

P.8 · "Tendencia con relación al tamaño de las fuerzas de ventas" — N=94



■ DECRECIENTE ■ IGUAL ■ CRECIENTE

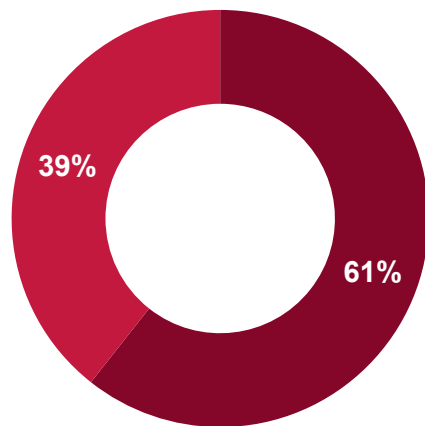
Opción	Menciones	%
DECRECIENTE	60	64%
IGUAL	20	21%
CRECIENTE	14	15%

Cerca de 2 de cada 3 referentes anticipan fuerzas de ventas de menor tamaño — consistente con mayor digitalización y eficiencia en el go-to-market.

Base: 94 de 94 respondieron esta pregunta.

Relación directa laboratorio-paciente

P.9 · "Evolución de la relación directa entre los laboratorios y los pacientes" — N=94



■ SE PROFUNDIZARÁ ■ PERMANECERÁ COMO HASTA AHORA

Opción	Menciones	%
SE PROFUNDIZARÁ	57	61%
PERMANECERÁ COMO HASTA AHORA	37	39%

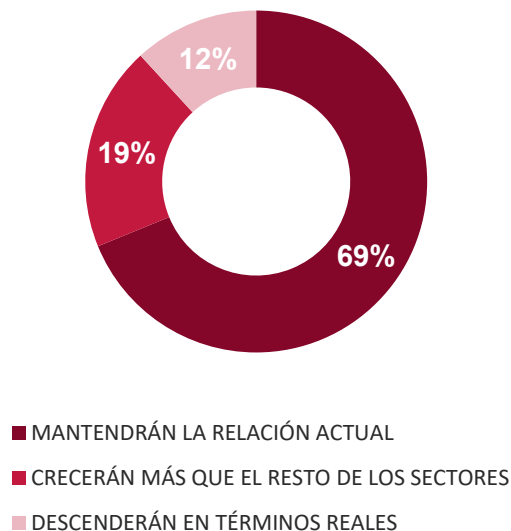
Ningún participante anticipa que esta relación se debilite. Es la única pregunta del relevamiento sin una opción de retroceso elegida.

Base: 94 de 94 respondieron esta pregunta.



Salarios vs. el resto de la economía

P.10 · "Salarios del sector frente a otros campos de la economía" — N=93



Opción	Menciones	%
MANTENDRÁN LA RELACIÓN ACTUAL	64	69%
CRECERÁN MÁS QUE EL RESTO DE LOS SECTORES	18	19%
DESCENDERÁN EN TÉRMINOS REALES	11	12%

La mayoría espera estabilidad relativa (69%,). Entre quienes anticipan cambio, sigue habiendo más optimistas (19%) que pesimistas (12%).

Base: 93 de 94 respondieron esta pregunta.

Hallazgos clave

1

Crecimiento esperado, parejo entre volumen y valores

2

Consenso robusto en concentración competitiva

3

PAMI: presión sobre precios

4

OO.SS. y prepagas: restricciones a medicamentos de alto costo y reducción de descuentos a pacientes

5

Estructura comercial en contracción

6

El vínculo directo con el paciente se afianza

Conclusiones

1

Un mercado que crece de forma pareja en volumen y valores

El foco vuelve a repartirse entre estrategia de volumen, mezcla de producto y pricing.

2

Los financiadores, variable central del planeamiento 2026-2027

PAMI y obras sociales/prepagas concentran las lecturas más consensuadas de todo el relevamiento (59-70%). Un plan comercial debería asumir mayor fricción con financiadores como caso base, no como riesgo potencial.

3

El go-to-market se redefine hacia canales digitales y directos

La contracción de las fuerzas de venta, junto con el vínculo directo laboratorio-paciente que sigue en alza (61%) señalan una misma tendencia: menos intermediación tradicional, más relación directa y digital.



Gracias por las
respuestas y la ayuda
que nos han brindando



Agradecemos nos envíen sus comentarios y
consultas a: samf@samf.com.ar