

EJECUTIVO  
MENSAJEJOHN CUNNINGHAM,  
DIRECTOR COMERCIAL

## MENSAJE DEL EJECUTIVO:

La forma en que las compañías farmacéuticas se conectan con los profesionales de la salud (HCP) sigue cambiando rápidamente. Los HCP de hoy buscan interacciones que sean relevantes para sus necesidades, proporcionen información significativa y sean fáciles de acceder a través de distintos canales, ya sea por medio de representantes de ventas, plataformas digitales, congresos médicos o programas educativos. El éxito ya no se define por la cantidad de puntos de contacto, sino por la calidad y el valor de cada interacción.

A medida que la interacción se vuelve más conectada, los equipos comerciales necesitan colaborar estrechamente entre mercadeo, ventas, asuntos médicos y operaciones para crear una experiencia coherente, al tiempo que mantienen el cumplimiento normativo y la integridad de los datos. Cuando estos grupos están alineados, las organizaciones están mejor preparadas para generar confianza, fortalecer las relaciones y respaldar mejores resultados.

La tecnología es un facilitador importante de este trabajo. Los análisis avanzados, las herramientas de interacción digital y las plataformas integradas ayudan a los equipos a comprender mejor las preferencias de los HCP y a tomar decisiones más informadas sobre futuras interacciones. En QPharma, creemos que una interacción exitosa con los HCP se basa en un equilibrio entre innovación, cumplimiento normativo y un enfoque auténtico en el cliente. Al combinar conocimientos prácticos con experiencia operativa, ayudamos a los clientes a desarrollar estrategias que ofrecen resultados medibles y valor duradero.

**John Cunningham**  
Director Comercial, Ventas y Mercadeo

## EN ESTA EDICIÓN:

- Mensaje del liderazgo ejecutivo
- Cinco métricas comerciales que todo equipo de marca farmacéutica debe seguir
- Cumplimiento normativo en la fabricación farmacéutica: preparación para un futuro habilitado por la IA
- Actualizaciones recientes
- Destacado de innovación: Ali James, Mercadeo Digital y de Redes Sociales



## Alertas proactivas:

**Recordatorio regulatorio:** California exige que las compañías farmacéuticas adopten políticas de cumplimiento, establezcan límites anuales para obsequios a HCP y divulguen anualmente sus compromisos de cumplimiento. [Alertas proactivas.](#)

## Nuestro blog más reciente...

**Cinco señales de advertencia de que su programa de distribución de muestras está en riesgo**

Cinco señales de advertencia que pueden estar poniendo su programa de distribución de muestras farmacéuticas en riesgo normativo y operativo.

[Haga clic aquí para ver los blogs.](#)

## **Cinco métricas comerciales que todo equipo de marca farmacéutica debe seguir**

En el entorno actual, cada vez más orientado por los datos, las marcas farmacéuticas exitosas dependen de mucho más que las métricas de actividad. La capacidad de medir la interacción, identificar tendencias y optimizar las estrategias comerciales depende de dar seguimiento a los indicadores de desempeño adecuados. A medida que la interacción omnicanal continúa evolucionando, cinco métricas destacan por ser especialmente valiosas para los equipos de marca.



### **1. Datos de interacción con HCP**

Comprender cómo los profesionales de la salud interactúan con sus programas, contenido y equipos de campo ofrece una visión clara de la interacción general y ayuda a identificar oportunidades para fortalecer el alcance.

### **2. Conversión de interacción digital a pedido**

Medir con qué frecuencia las interacciones digitales generan solicitudes de muestras u otras acciones deseadas ayuda a evaluar la eficacia de las campañas de mercadeo y las estrategias de interacción digital. ([Boletín QPharma Pulse, vol. 3](#)).

### **3. Eficacia de muestras**

El muestreo sigue siendo una herramienta esencial de interacción, pero las organizaciones deben evaluar más que el volumen de distribución. Dar seguimiento al uso, los patrones de pedido y los resultados del programa ofrece una visión más profunda del impacto general y del retorno de la inversión.

### **4. Captación de nuevos HCP**

Monitorear la cantidad de profesionales de la salud que ingresan por primera vez a su ecosistema de interacción ayuda a medir la expansión del mercado y la eficacia de las iniciativas de alcance. ([Boletín QPharma Pulse, vol. 3](#)).

### **5. Interacción recurrente**

Las interacciones sostenidas suelen indicar relaciones más sólidas y un mayor valor del programa. Medir la participación repetida, los pedidos recurrentes y la interacción continua puede ayudar a identificar audiencias leales y futuras oportunidades de crecimiento.

Al centrarse en estas métricas, los equipos de marca pueden ir más allá del seguimiento de actividades y obtener conocimientos prácticos que respalden decisiones más inteligentes, relaciones más sólidas con los clientes y una ejecución comercial más eficaz.

## **Cumplimiento normativo en la fabricación farmacéutica: preparación para un futuro habilitado por la IA**

La fabricación farmacéutica continúa evolucionando a medida que las empresas adoptan tecnologías digitales, automatización e inteligencia artificial cada vez más sofisticadas. Si bien estas tecnologías pueden mejorar la eficiencia, identificar posibles problemas de calidad y respaldar una toma de decisiones más informada, también introducen nuevas consideraciones para el cumplimiento normativo.

En esencia, el cumplimiento sigue fundamentándose en la integridad de los datos, el control de procesos, la documentación y la capacidad de demostrar que los sistemas funcionan de manera uniforme según lo previsto. La FDA continúa destacando los datos confiables y precisos como un componente fundamental del cumplimiento de las CGMP. ([Administración de Alimentos y Medicamentos de los Estados Unidos](#))

La IA añade otra dimensión a esta ecuación. Los fabricantes que consideren sistemas habilitados por IA deben evaluar cómo se desarrollan, entrenan, prueban, supervisan y mantienen los modelos, y cómo los cambios en esos modelos pueden afectar los procesos validados. El reciente borrador de guía de la FDA sobre IA destaca un enfoque basado en riesgos para establecer confianza en los modelos de IA utilizados en contextos regulados. ([Administración de Alimentos y Medicamentos de los Estados Unidos](#))

Para los fabricantes, el camino a seguir no consiste simplemente en adoptar la IA, sino en implementarla dentro de un marco sólido de calidad y validación. Las organizaciones que integren la gobernanza de la IA, la validación basada en riesgos y la integridad de los datos en sus estrategias digitales estarán mejor posicionadas para innovar mientras mantienen el cumplimiento y protegen la calidad del producto.

## **Actualizaciones recientes:**

*Seguimos mejorando la plataforma con nuevas funciones y mejoras de usabilidad:*

- **Anuncio de integración** → Las nuevas capacidades de los canales de interacción crean vías adicionales para interactuar con los profesionales de la salud y brindarles apoyo. [Haga clic aquí para obtener más información](#)
- **Solicitar la visita de un representante** → Las nuevas herramientas de interacción del portal para HCP ayudan a conectar a los profesionales de la salud con representantes de campo cuando necesitan apoyo.
- **Recorrido del pedido e información sobre HCP** → Mayor transparencia y visibilidad para la oficina central en cada pedido solicitado, desde su envío hasta su finalización.
- **Aprendizaje de catálogo electrónico** → Los recursos de capacitación ampliados ayudan a los equipos a mantenerse informados, cumplir las normas y estar preparados para respaldar las necesidades cambiantes de los programas. Comuníquese con [para obtener más información](#).
- **QUniversity** → Los representantes de ventas y de campo tienen acceso las 24 horas, los 7 días de la semana, a capacitación, certificación inmediata y cursos obligatorios de acreditación que les ayudan a anticiparse a los requisitos jurisdiccionales y a las necesidades de educación continua. [Haga clic aquí: QUniversity](#)

**¿Tiene preguntas sobre estas mejoras? Comuníquese con su equipo de Éxito del Cliente para obtener más información.**

**DANDO FORMA A SOLUCIONES E IMPULSANDO EQUIPOS****Ali James****Empleado destacado – Enfoque en Ventas/Mercadeo**

Nos gustaría destacar a una de las integrantes más recientes del equipo de QPharma, Ali James. Ya está generando impacto en su función como Asociada de Mercadeo Digital y de Redes Sociales. Recién graduada de Saint Joseph's University, donde obtuvo un título en Negocios Farmacéuticos y de Atención Médica, se incorporó a QPharma en mayo de 2026 después de adquirir valiosa experiencia mediante pasantías de mercadeo y funciones de liderazgo.

En el poco tiempo que lleva en la empresa, ha contribuido en múltiples canales de mercadeo, incluidas campañas de correo electrónico, contenido para redes sociales, actualizaciones del sitio web, boletines y apoyo para eventos. Se siente especialmente orgullosa de haber introducido iniciativas de posicionamiento en buscadores y monitoreo de palabras clave que ayudan al equipo a mantenerse conectado con las tendencias y conversaciones del sector.

Lo que más le llama la atención de QPharma es la cultura de apoyo. “Todos están dispuestos a ayudarse mutuamente a tener éxito», comenta. «He aprendido muchísimo de colegas de distintos departamentos”.

Fuera del trabajo, disfruta pasar tiempo al aire libre con su pareja y sus mascotas, emprender proyectos creativos de bricolaje y jugar juegos de mesa y de cartas con familiares y amigos.

Su consejo para quienes comienzan su carrera en QPharma: **No tengan miedo de hacer preguntas, establecer relaciones y aprovechar las oportunidades de aprendizaje.**

“Comenzar mi carrera en QPharma me ha dado la oportunidad de combinar creatividad y estrategia mientras aprendo de un equipo que siempre está dispuesto a brindar apoyo y compartir su experiencia”

**RESERVE LA FECHA:**

**Acompañe al equipo de QPharma en estos próximos eventos del sector**

[Haga clic aquí para ver todos los próximos eventos](#)

- **7 al 9 de octubre:** 34.<sup>a</sup> Conferencia Anual Sharing
  - QPharma presenta: Flexible, alineado y en movimiento: nuevas vías para la interacción de muestreo con HCP
- **13 y 14 de octubre:** 7.<sup>a</sup> Cumbre Anual de Interacción de Enlaces con Líderes de Opinión