

ARTEFACT

AI IS ABOUT PEOPLE

**EXPLORANDO
OS IMPACTOS**
de **Agentic AI** no
Relacionamento
com *HCPs*





QUEM SOMOS:

Autoria & Equipe

A equipe da Autoria é composta por profissionais multidisciplinares com expertise em dados, tecnologia, negócios e inovação. Todo time Artefact trabalha de forma colaborativa para entregar soluções de alto impacto, sempre alinhadas às necessidades de nossos clientes.

Alexandra Mangeard

Managing Partner Brasil

Ilton Chaves

Data Consultant

Marina Rodrigues

Data Engineer

Ricardo Kim

Senior Data Consulting Manager

Larissa Costa

Data Engineer

Paolo Gozdink

Marketing Specialist

Aline Martins

Analytics Engineer

Lucas Milhorato

Data Consultant

Lay d'Arc

Graphic Designer



SOBRE AUTORIA

Artefact

A Artefact acelera a adoção dos dados e da Inteligência Artificial para impactar positivamente as pessoas e as organizações. Oferecemos uma ampla gama de serviços, desde a estratégia até as operações, com a implementação de soluções de IA por setores industriais, que ajudam as empresas a capturar a vantagem competitiva da transformação data e AI.

in  

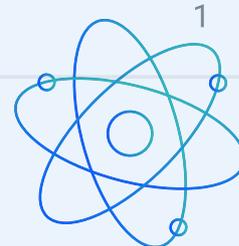


Sumário

Sumário	
Introdução	1
Cenário Atual	3
O Novo Cenário do Setor de Healthcare	3
Digitalização, dados e o novo comportamento do paciente	4
O que é Agentic AI	10
Avanço tecnológico e potencial de aumento de valor para as empresas	11
Desafios e como Superá-los	15
Os Quatro Desafios Críticos no Relacionamento com HCPs – E Como a Agentic AI Pode Superá-los	16
Volumetria: Como atingir e se conectar com todos os HCPs?	16
Qualidade: Estamos entregando a informação certa para o HCP certo?	17
Frequência: Como manter o “top of mind” entre tantas interações concorrentes?	18
Confiança: Como construir uma relação de longo prazo e parceria real?	19
Sales Rep Agentic Hub	20
Construindo o Sales Rep Agentic Hub – O Futuro da Representação Médica é Autônomo, Multicanal e Cientificamente Relevante	21
De Representante a Ecosystema Inteligente	22
A Máquina de Engajamento Científico-Contextual	24
Ganhos Estratégicos para a Indústria	25
Arquitetura Técnica Recomendada	25



Casos Reais	28
Casos Reais de Aplicação – Como Empresas Estão Implementando Agentic AI na Prática	29
Caso de uso 1: Resumo de interações dos HCPs	29
Caso de uso 2: Assistente de Redação Médica	31
Caso de uso 3: AI Persona Generator	33
Ética e Compliance	35
Considerações Éticas e de Compliance em Agentic AI para Healthcare	36
Privacidade e Consentimento Contínuo	36
Accountability: Quem responde por decisões automatizadas?	37
Viés e Representatividade	37
Transparência e Explicabilidade	37
Frameworks de Governança Recomendados	38
Roadmap de Adoção	39
Roadmap de Adoção: Como Implementar Agentic AI	40
Deep Dive: Ponto de Vista Individual	42
Deep Dive: Casos de Uso com Impacto Real	42
Deep Dive: Transformação em escala por meio de um programa transversal	43
Artefact	44
Por que a Artefact é o parceiro certo?	45
Conclusão	49
Links e Referências	52
Glossário	54



Desvendando *Agentic AI* no Contexto do Healthcare

O ecossistema da saúde é vasto e complexo, envolvendo múltiplos atores como pacientes, farmacêuticas, hospitais, operadoras de saúde, reguladores e, claro, os profissionais de saúde – os HCPs (*Health Care Professionals*). Entre todos esses stakeholders, os HCPs exercem um papel singular e estratégico: eles são os intermediários de confiança entre a indústria e o paciente. São eles que recomendam tratamentos, prescrevem medicamentos, acompanham a evolução clínica e, muitas vezes, influenciam diretamente a adesão ao tratamento.

Por isso, ao longo das últimas décadas, a indústria farmacêutica e de saúde vem investindo de forma massiva na construção e manutenção do relacionamento com esses profissionais. Segundo dados da Evaluate Pharma e McKinsey, globalmente em torno de 30% do orçamento comercial das farmacêuticas é alocado para iniciativas de engajamento com HCPs, o que representa mais de US\$ 90 bilhões por ano – essas iniciativas abrangem ações entre equipes de representantes médicos, congressos científicos, eventos presenciais, educação médica continuada e distribuição de materiais técnicos e científicos. No Brasil, grandes grupos alocam entre 15% a 25% de seus orçamentos de marketing e relacionamento em ações diretamente voltadas aos HCPs.

O retorno sobre esses investimentos, embora difícil de medir com precisão, é altamente estratégico: estudos apontam que até 60% das decisões de prescrição e recomendação médica podem ser diretamente influenciadas pelas interações entre as empresas e os profissionais de saúde. Ou seja, o impacto desses relacionamentos é profundo – e ainda subaproveitado em termos de escala, personalização e inteligência.

É neste contexto que *Agentic AI* surge como um divisor de águas. Ao combinar LLMs (*Large Language Models*) com fluxos de decisão autônomos e interativos, abre-se a possibilidade de escalar o relacionamento com os HCPs de forma mais personalizada, eficiente e baseada em dados.



Não se trata apenas de substituir visitas presenciais, mas de reimaginar o relacionamento médico-industrial como um ecossistema digital inteligente, onde agentes de IA podem:

- 
- ✓ Responder dúvidas científicas em tempo real, com base nas publicações e pesquisas mais recentes.
 - ✓ Ajudar HCPs no aperfeiçoamento através de trilhas de aprendizado personalizadas, com conteúdos variados baseados em lacunas de conhecimento detectadas ou nos interesses demonstrados por cada profissional.
 - ✓ Antecipar os temas mais relevantes para cada HCP, analisando padrões de comportamento, preferências e dados contextuais.
 - ✓ Ajudar na tomada de decisão clínica, sugerindo evidências e opções baseadas em casos semelhantes.
 - ✓ Personalizar conteúdos através da geração de personas dinâmicas, com base nas interações e do consumo de conteúdo, gerando microsegmentações em tempo real.
 - ✓ Coletar feedbacks sistemáticos de forma natural (atrelando análise de sentimento), mensurando a profundidade e a eficácia de cada interação para gerar insights mais ricos e acionáveis para otimização das estratégias.
 - ✓ Executar jornadas complexas de engajamento sem sobrecarregar os times humanos (orquestração *omnichannel*).

Neste e-book, vamos explorar como Agentic AI pode remodelar esse relacionamento, trazendo maior ROI, melhor experiência para o HCP e mais impacto no cuidado com o paciente.

Boa leitura!

*A Agentic AI é mais que uma ferramenta, ela é um catalisador para a indústria de saúde. Além de otimizar o ROI atual dos investimentos com os HCPs, a Agentic AI oferece uma oportunidade única para o setor de saúde **redefinir fundamentalmente seu papel na jornada do paciente**. Ao capacitar os HCPs com insights preditivos e suporte personalizado, estamos construindo um ecossistema mais inteligente, proativo e centrado no paciente, onde a relação entre a indústria, o profissional e o paciente se torna mais colaborativa e impactante.*

Alexandra Mangerard, Managing Partner Brasil

ARTEFACT





Capítulo 1

O Novo Cenário do Setor de Healthcare



Digitalização, dados e o novo comportamento do paciente

O setor de healthcare vive um momento de inflexão. A convergência entre transformação digital, mudança no comportamento dos pacientes e ampliação do acesso a dados sobre os HCPs está criando um novo terreno competitivo – onde manter relevância requer mais do que boas campanhas: exige oferecer valor real, contínuo e personalizado.

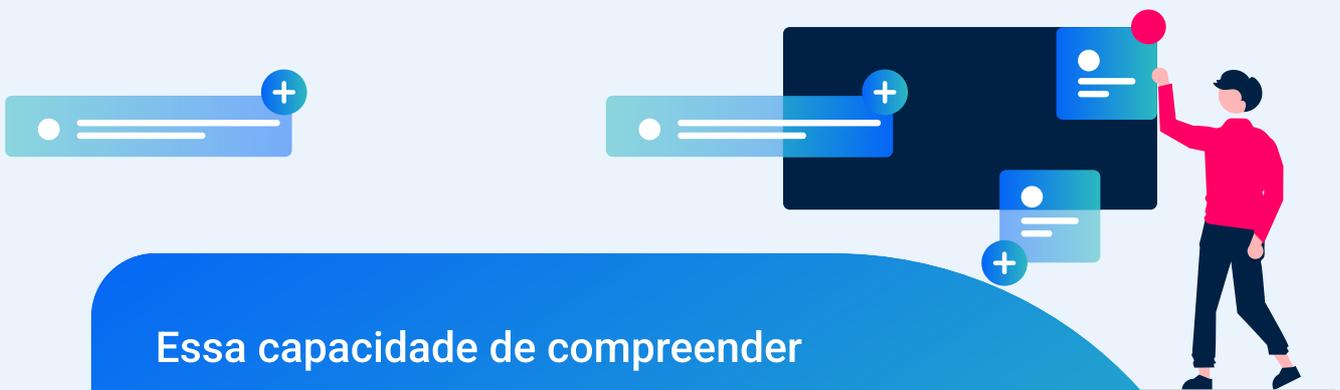
A digitalização das interações com os profissionais de saúde criou um ecossistema altamente fragmentado, mas também cheio de oportunidades. O número de novos serviços digitais voltados aos HCPs disparou nos últimos anos, trazendo desde plataformas clínicas (como Memed, Mevo, iClinic) até sistemas de suporte à decisão médica baseados em IA. Parte dessas soluções agrega valor e fortalece o relacionamento com os médicos, mas muitas outras contribuem para um cenário de ruído, dispersão e fadiga informacional.

O desafio está em construir uma presença que se destaque, entregue relevância clínica e esteja conectada com a nova rotina digital do médico – que hoje vai muito além do consultório físico e se estende por canais como WhatsApp, plataformas de vídeo, redes sociais e apps de prontuário.



Ao mesmo tempo, temos hoje acesso a um volume inédito de dados sobre os HCPs.

A um custo relativamente baixo, é possível compor perfis extremamente ricos e dinâmicos desses profissionais. Fontes como LinkedIn (histórico profissional), Memed (padrões de prescrição), Google Maps (feedback de pacientes), portais médicos (comportamento de navegação e interesse científico), redes sociais (estrutura de networking) e ERPs de clínicas passaram a oferecer insumos valiosos para personalizar interações, prever necessidades e medir engajamento com precisão. O que antes era construído com base em inferência, agora pode ser operado com dados concretos e acionáveis.



Essa capacidade de compreender melhor os HCPs torna-se ainda mais crítica diante de uma mudança estrutural: os médicos estão perdendo parte de sua influência sobre a decisão do paciente.

O paciente moderno é digital, autônomo e informado — ou ao menos acredita ser. Antes, a palavra do médico era incontestável. Hoje, os pacientes recorrem a ferramentas como ChatGPT, YouTube, Google e redes sociais antes de comprar um medicamento ou seguir uma recomendação médica. E isso não é apenas uma impressão — há dados concretos que evidenciam essa mudança de comportamento.

Nos Estados Unidos, uma pesquisa com 2.000 adultos revelou que **52% já utilizaram sistemas de IA, como o ChatGPT**, para descrever seus sintomas. Desses, **84% afirmaram que o diagnóstico fornecido estava correto**, reforçando a crescente confiança dos pacientes em tecnologias baseadas em IA para cuidados de saúde iniciais.

Na Austrália, um estudo conduzido em junho de 2024 com mais de 2.000 participantes indicou que **9,9% usaram o ChatGPT** para questões relacionadas à saúde apenas no primeiro semestre do ano. Além disso, **38,8% dos que ainda não utilizaram consideram fazê-lo nos próximos seis meses**, o que evidencia o potencial de expansão desse tipo de uso.

Quando se trata das redes sociais, um relatório global recente apontou que mais de 60% das pessoas utilizam essas plataformas para buscar informações de saúde, com destaque para canais como YouTube, WhatsApp e Facebook. Essa busca por conteúdo em fontes alternativas mostra que o paciente contemporâneo está mais ativo, curioso e digitalmente empoderado — fatores que desafiam e ao mesmo tempo criam oportunidades para as marcas de healthcare.



Mercado Global de Serviços Virtuais de Saúde

Tamanho, por Modo de Consulta, 2022-2032 (Bilhões em USD)

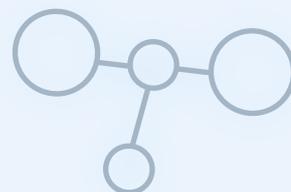
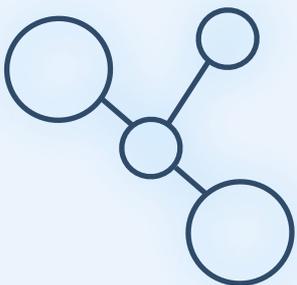


O MERCADO CRESCERÁ
A UMA CAGR DE

22.4%

O TAMANHO DE MERCADO
PREVISTO PARA 2032 EM USD

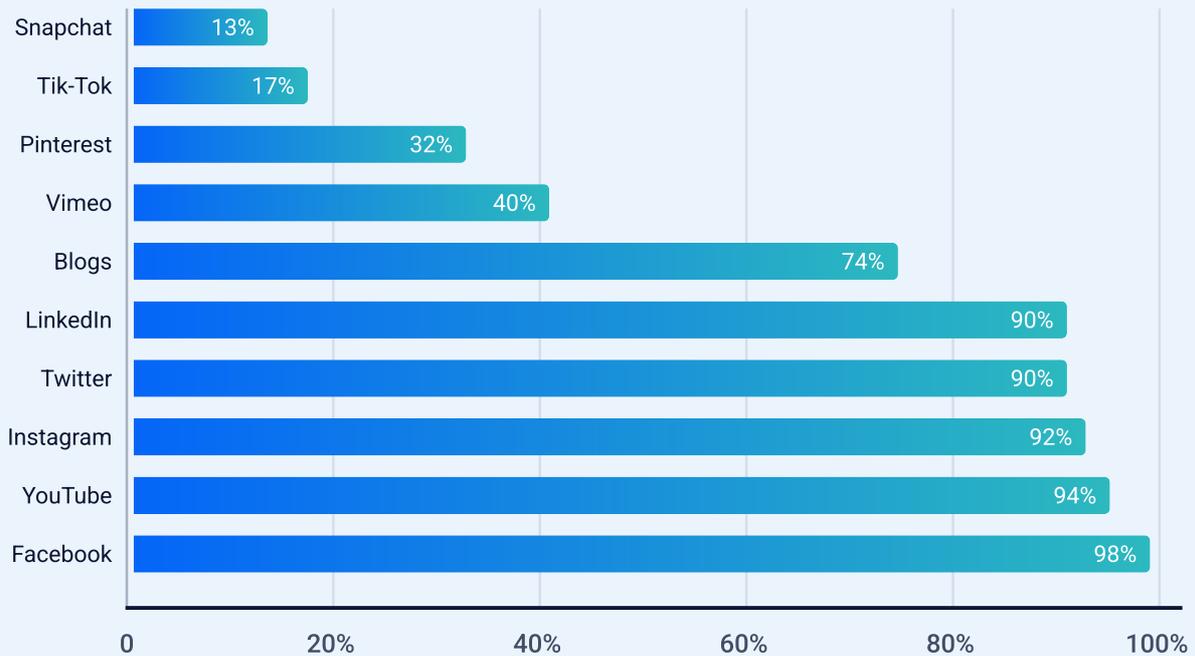
\$50.9 B





Utilização de Mídias Sociais no Marketing em Healthcare

Utilização de Mídias Sociais (Março de 2022)



Utilização de mídia em %

Fonte: Market.us Media

Essa transformação é acentuada por uma nova lógica de prestação de serviços. Muitos HCPs passaram a atuar como "marcas pessoais" e diversificaram suas formas de atendimento. Check-ups completos, programas de prevenção, consultas por telemedicina e suporte digital contínuo via aplicativos ou mensagens tornaram-se parte da nova oferta de valor desses profissionais. E com o custo dos planos de saúde em alta, pacientes de diferentes perfis começam a buscar soluções alternativas – incluindo o uso gratuito de inteligências artificiais para orientação básica. O HCP, portanto, precisa se reinventar: ele deixa de ser apenas prescritor e passa a ser também gestor de relacionamento com o paciente.

Nesse novo cenário, as marcas que atuam em healthcare precisam fazer mais do que comunicar: precisam facilitar.

Apoiar o HCP com conteúdo científico confiável, dados de mercado, tecnologias que integrem seu atendimento e ferramentas que sustentem sua reputação pode ser o caminho para estabelecer uma nova relação de parceria.



Mas essa facilitação precisa ir além da personalização baseada apenas no perfil:

é essencial considerar também o momento específico de cada profissional – seu estágio na carreira, seu contexto clínico atual, suas prioridades do dia e até seu nível de exposição prévia à marca. Essa abordagem dinâmica permite entregar o conteúdo certo, no canal certo, no momento mais relevante.

É um momento de transição – onde o marketing científico, o CRM e a inteligência artificial se encontram para oferecer jornadas mais inteligentes, responsivas e verdadeiramente centradas no médico e em seu contexto real de atuação.





Capítulo 2

O que é Agentic AI ?



Os agentes representam um recente avanço tecnológico, com grande potencial de aumento de valor para as empresas

De RPA para Agentic AI, o valor comercial dos sistemas inteligentes aumentou dez vezes por meio de:

Alta adaptabilidade ao ambiente

Alta capacidade de aprendizado

Alta interação contextual



RPA supremacia	Traditional AI democratização	Generative AI difusão	Agentic AI ascensão
Automatização de operações de back office com orquestração lógica simples e estática em tarefas monótonas.	Revolucionando processos com precisão incomparável , aproveitando imensas quantidades de dados para realizar tarefas além do alcance humano (Manutenção preditiva, previsão, otimização).	Amplamente adotada para simplificar diversas tarefas graças a uma variedade de assistentes especializados na vida cotidiana, por meio de recuperação de informações, produção de documentos, síntese .	Agentic AI imita o raciocínio humano e explora de forma autônoma problemas complexos, executa ações e toma decisões .

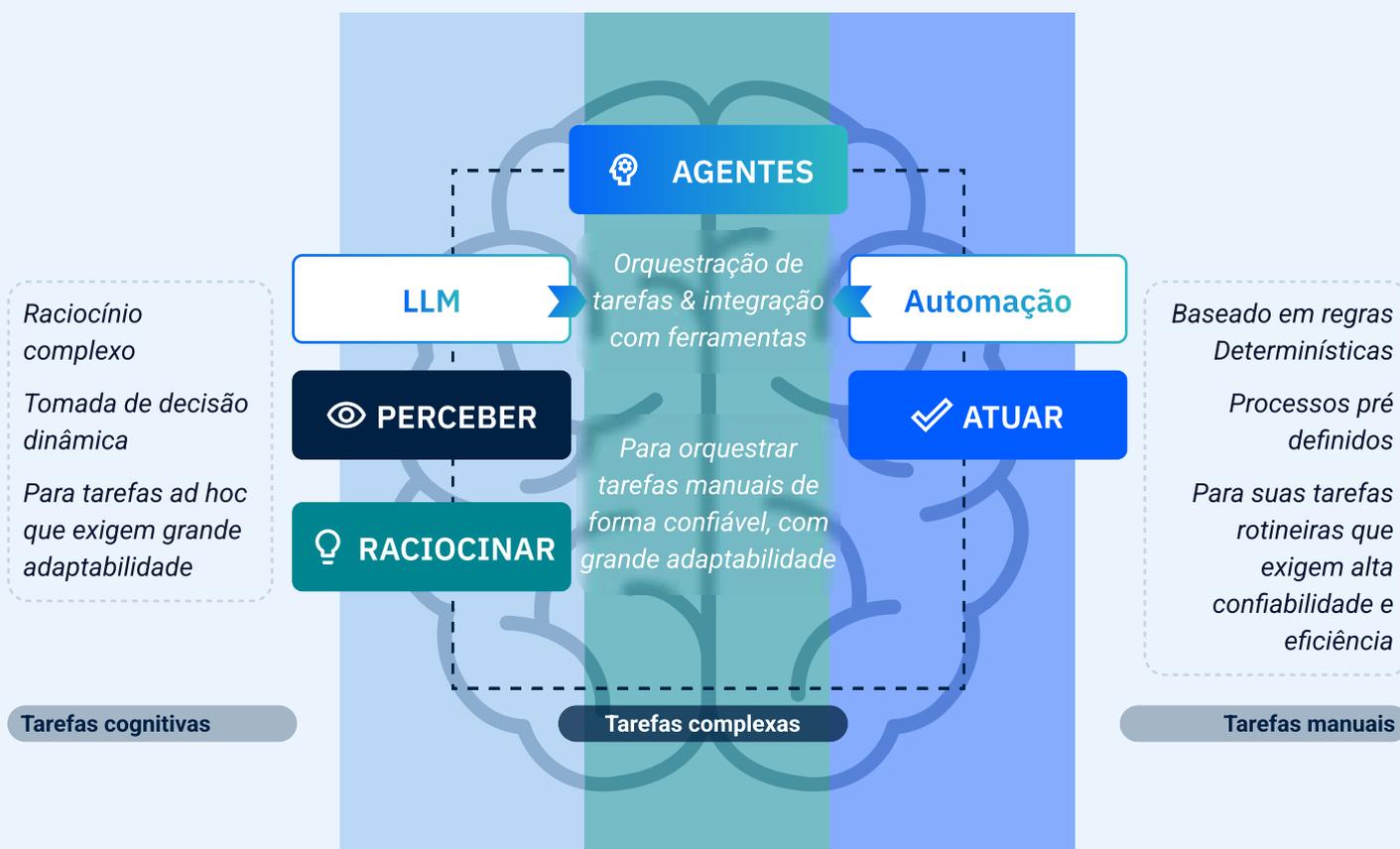


Enquanto o ecossistema da saúde se reinventa com novas demandas de profissionais, pacientes e indústrias farmacêuticas, as tecnologias também atravessam um momento decisivo de transformação. Nesse contexto, a Inteligência Artificial atinge um novo patamar com o surgimento de Agentic AI.

Essa abordagem combina:

- ✓ **IA generativa** capaz de interpretar contextos complexos e gerar decisões em linguagem natural
- ✓ **Agentes autônomos** que executam tarefas com mínima intervenção humana
- ✓ **Dados em tempo real** que permitem decisões contextualizadas e ajustáveis

Sistemas de Agentic AI unem RPA e IA Generativa para agentes realizarem tarefas de forma autônoma



Ademais, as soluções de Agentic AI se diferenciam por integrar tecnologias como RAG (*Retrieval-Augmented Generation*) que permitem que agentes consultem fontes externas em tempo real antes de tomar decisões, aumentando a precisão; pipelines de IA que conseguem automatizar o fluxo completo de ingestão, processamento e decisão, conectando dados à ação; e a orquestração que coordena diversos agentes simultaneamente, garantindo que operem de forma sincronizada e eficiente.

Essa combinação permite que sistemas percebam, planejem e tomem ação, transformando operações analíticas em execução ativa e contínua de valor, algo antes muito complexo de se atingir com abordagens utilizando a IA tradicional.

CAPACIDADE OPERACIONAL	IA CONVENCIONAL	AGENTIC AI
Forma de Execução	Estática / Reativa	Contínua / Proativa
Tipo de Input	Dados fixos e estruturados	Prompt dinâmico + contexto em tempo real
Capacidade de Adaptação	Baixa (pontual, com intervenção humana)	Alta (ajusta decisões conforme o ambiente)
Iteração e Aprendizado	Limitado ao treinamento estático; sem realimentação durante a execução	Age, observa, ajusta, replaneja
Integração de Dados	Limitada e pré-configurada	Dinâmica, com RAG e APIs conectadas em tempo real

No cenário atual de Healthcare, onde a complexidade das interações com os HCPs cresce continuamente, a capacidade de transformar processos torna-se essencial para garantir eficiência, agilidade e precisão.

A rotina operacional muitas vezes é marcada por ações reativas, fragmentação de sistemas, excesso de tarefas manuais e desafios de alinhamento entre áreas. Identificar os pontos certos de intervenção é o primeiro passo para simplificar, escalar e melhorar a jornada, engajamento e o suporte aos HCPs.

O processo ideal deve incluir

Exemplo de aplicação com Agentic AI

1. Tarefas manuais, cronológicas e repetitivas

A liderança assume ativamente uma estratégia de dados ambiciosa e prática, com o nível certo de financiamento e apoio organizacional.

2. Grande volume de dados a serem processados

Análise automatizada de interações com HCPs para gerar insights personalizados com base no histórico e perfil

3. Múltiplas plataformas sem valor agregado

Integração de CRM, sistema de e-mail e repositório médico em uma interface única de atendimento ao HCP

4. Muitos stakeholders envolvidos (ex: médico, jurídico, compliance)

Automação do fluxo de aprovação de materiais antes do envio ao HCP, com alertas e coleta de inputs dos responsáveis

5. Diferentes áreas envolvidas (médico, regulatório, comercial)

Alinhamento automático de mensagens científicas com material promocional, reduzindo retrabalho e inconsistência

Organizações que adotaram soluções baseadas em GenAI já reportaram ganhos significativos, como **redução no tempo de execução de tarefas operacionais em até 40%** e **aumento de 30% na eficiência das equipes médicas e comerciais** ao minimizar retrabalho, segundo estudo publicado pela McKinsey & Company (2023).

Além disso, plataformas impulsionadas por IA têm melhorado a **personalização das interações com profissionais de saúde em até 50%** (Accenture Digital Health Tech Vision, 2023), promovendo maior engajamento e precisão nas campanhas científicas.

Com o surgimento de Agentic AI, espera-se que esses impactos sejam potencializados, dado seu potencial de orquestrar tarefas complexas de forma autônoma e adaptativa.



Capítulo 3

Desafios & Oportunidades com **Agentic AI**

Os Quatro Desafios Críticos no Relacionamento com HCPs – E Como a Agentic AI Pode Superá-los

A relação entre a indústria de saúde e os profissionais de saúde (HCPs) nunca foi simples. Ela exige precisão científica, empatia humana, consistência na comunicação e capacidade de adaptação. E, apesar das inovações digitais dos últimos anos, muitos dos desafios fundamentais continuam atuais – apenas mudaram de forma.

Neste capítulo, vamos examinar quatro desses desafios estruturais e como Agentic AI pode oferecer respostas disruptivas e escaláveis.

1 Volumetria

Como atingir e se conectar com todos os HCPs?

Ontem

O modelo tradicional era centrado em visitas presenciais realizadas por representantes médicos. Apesar de eficazes para certos perfis, esse modelo sofre com limitações logísticas, alto custo e baixa escalabilidade. Essa limitação é especialmente crítica considerando que 68% dos médicos preferem comunicação online, com 80% utilizando smartphones e 75% participando de redes exclusivas para médicos (Doceree). O modelo tradicional simplesmente não consegue atender a essa demanda digital.



Hoje

O marketing digital tenta suprir essa limitação com campanhas e-mails, mídia programática e webinars. Mas o conteúdo ainda é frio, genérico e muitas vezes irrelevante para o momento do HCP. Essa abordagem genérica ignora o vasto e diversificado universo de profissionais de saúde no Brasil, estimado em quase 4 milhões por seus respectivos conselhos federais, tornando praticamente impossível criar mensagens que ressoem com cada indivíduo nesse mercado tão amplo.

Amanhã

Podemos imaginar uma solução onde cada HCP interage com um agente digital treinado especificamente para seu perfil clínico, especialidade e jornada. Esse "Sales Rep Agentic Hub" estaria disponível 24/7, com linguagem médica, conteúdos personalizados e atualizados, e poderia escalar a cobertura de forma inteligente, sem perder a profundidade da interação humana.

2

Qualidade

Estamos entregando a informação certa para o HCP certo?

Ontem

O foco era 100% no produto. A comunicação seguia uma lógica "one size fits all", centrada em benefícios e características técnicas. Essa abordagem genérica ignora o fato de que 57% dos médicos mudaram sua percepção sobre um medicamento com base em informações vistas nas redes sociais, e 41% alteraram seus hábitos de prescrição como resultado (Sermo e LiveWorld). A comunicação "one size fits all" perde a oportunidade de influenciar positivamente as decisões clínicas.

Hoje

Com as ferramentas de CRM e marketing automation, começamos a caminhar rumo à personalização, segmentando por especialidade, comportamento digital e preferências declaradas.



Amanhã

A hiperpersonalização em tempo real se tornará o novo padrão. Utilizando dados históricos, contextuais e preditivos, os agentes inteligentes serão capazes de entregar Next Best Actions (NBAs) individualizadas, seja com um conteúdo científico, um convite a congresso ou uma atualização clínica. Por exemplo, se um médico acabou de participar de um webinar sobre um novo tratamento para diabetes, o agente poderia enviar um artigo científico relevante sobre o tema, um convite para um congresso especializado ou uma atualização clínica sobre os últimos avanços – tudo de forma automatizada, mas relevante e confiável.

3

Frequência

Como manter o “top of mind” entre tantas interações concorrentes?

Ontem

A frequência era resolvida com visitas constantes, independentemente da efetividade ou necessidade. Isso gerava saturação e pouco retorno marginal. Essa abordagem intrusiva e não personalizada contribuiu para a sobrecarga de informações que afeta 62% dos profissionais de saúde, que se sentem sobrecarregados pelo volume de conteúdo promocional, e para a percepção negativa de “spam”, relatada por 65% dos médicos, de acordo com pesquisas. A frequência, por si só, não garante o engajamento, e pode até ser contraproducente.

Hoje

Com as ferramentas de CRM e marketing automation, começamos a caminhar rumo à personalização, segmentando por especialidade, comportamento digital e preferências declaradas.

Amanhã

A orquestração omnichannel com “Sales Rep Agentic Hub” permitirá presença contínua e contextual, integrando mensagens via e-mail, WhatsApp, portais médicos e até voicebots, criando jornadas que mantêm a marca ativa mesmo entre visitas presenciais – sempre no tom certo, no canal certo e no momento certo, evitando a repetição desnecessária de mensagens em diferentes canais.

4

Confiança

Como construir uma relação de longo prazo e parceria real?

Ontem e Hoje

Presentes, eventos e congressos ainda são o pilar do relacionamento emocional e de confiança. Mas são práticas que enfrentam cada vez mais restrições éticas e legais. Essa dependência de métodos tradicionais de relacionamento dificulta a mensuração do ROI e a otimização das campanhas, tornando difícil determinar quais ações estão realmente gerando resultados e impedindo a alocação eficiente de recursos.

Amanhã

A construção de novos serviços e experiências digitais úteis ao HCP será o novo vetor de confiança. Com Agentic AI, empresas poderão criar agentes que ajudam o médico no dia a dia – sugerindo artigos científicos, integrando com prescrições, acompanhando adesão dos pacientes e até mesmo monitorando o progresso do paciente após a consulta. Esses agentes poderiam coletar dados sobre a adesão à receita (o paciente aderiu ao tratamento?), a forma como o medicamento está sendo tomado (está seguindo as indicações corretamente?), a evolução do quadro clínico (houve melhora?) e o surgimento de possíveis efeitos colaterais. Ao fornecer esse acompanhamento contínuo e valioso, a empresa reforça uma imagem de parceiro real e não apenas fornecedor. Além disso Agentic AI oferece uma alternativa baseada em dados e resultados, permitindo que as empresas sejam 37% mais propensas a medir o ROI em comparação com aquelas que utilizam ferramentas de IA de uso geral (*Live Ramp*) e aumentando o ROI em até 44% (*PwC*).

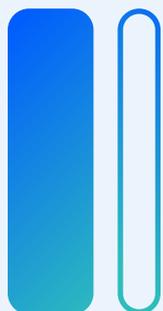
	Ontem	Hoje	Amanhã
Volumetria	Visitas presenciais de baixa escala e alto custo.	Conteúdo digital genérico e pouco personalizado.	Agentes digitais personalizados 24/7 para todos os HCPs.
Qualidade	Comunicação uniforme focada só no produto.	Personalização inicial com CRM e segmentação.	Hiperpersonalização em tempo real, com ações adaptadas.
Frequência	Visitas constantes que causam saturação e rejeição.	Frequência limitada por capacidade física das equipes.	Orquestração omnichannel com presença contínua e contextual.
Volumetria	Relacionamento baseado em eventos e presentes.	Restrições éticas dificultam medir ROI e otimizar ações.	Serviços digitais que acompanham e apoiam o HCP diariamente.



Capítulo 4

Construindo o *Sales Rep Agentic Hub*

O Futuro da Representação Médica é *Autônomo, Multicanal e Cientificamente Relevante*



A rotina do representante médico está cada vez mais complexa. Com profissionais de saúde mais seletivos, canais digitais em expansão e um volume crescente de informação científica, manter a relevância nas interações exige mais preparo, inteligência e agilidade.

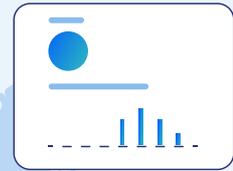
É nesse contexto que surge o *Sales Rep Agentic Hub*:

Um conjunto integrado de ferramentas inteligentes criado para acelerar e potencializar o trabalho do *sales rep*. Em vez de operar sozinho, o representante passa a contar com o apoio de agentes especializados que trabalham em segundo plano – analisando dados, sugerindo próximos passos, ajustando mensagens, selecionando argumentos científicos e identificando o melhor canal para cada contato. Em determinados contextos, poderia haver até mesmo interações autônomas diretas com os HCPs, como por exemplo para o envio automático de um determinado conteúdo científico por e-mail.



Na era de Agentic AI, o representante de vendas deixa de ser apenas um elo entre a empresa e o médico. Ele se transforma em um profissional expandido, equipado com um ecossistema digital que entrega mais precisão, escala e muito mais valor em cada interação com o HCP.

De Representante a Ecosystema Inteligente



O Sales Rep Agentic Hub é, na prática, uma solução orquestrada de múltiplos agentes autônomos, cada qual desempenhando um papel específico e altamente coordenado dentro da jornada do HCP.



Esta solução combina:



Agente de Inteligência de Jornada (*Journey Intelligence Agent*)

Alimentado por dados de CDPs, CRMs e canais digitais, ele monitora e interpreta continuamente em que fase o HCP se encontra em relação ao alvo, algo que abrange consciência (primeiro contato com o tema ou produto), interesse (demonstração de curiosidade e busca por informações), consideração (avaliação de evidências e comparação com alternativas), adoção (início do uso ou prescrição) e lealdade (uso recorrente e defesa da solução), além de identificar possíveis momentos de desengajamento.



Agente de Persona Sintética

Atua como um interpretador inteligente da visão 360° do HCP, cruzando seus dados com padrões de profissionais semelhantes para prever interesses, antecipar objeções, detectar oportunidades e ajudar os demais agentes a operar com mais precisão e contexto.



Agente de NBA/NBO (*Next Best Action / Next Best Offer*)

Responsável por sugerir a próxima ação de engajamento mais relevante para cada HCP com base em seu perfil, histórico, momento clínico e padrões de comportamento — seja enviar um artigo científico, iniciar um bate-papo com voz natural, recomendar um vídeo explicativo ou um convite para um congresso.



Agente de Canal Ótimo (*Next Best Channel*)

Define qual o melhor canal para cada interação (WhatsApp, e-mail, portal médico, voicebot, etc.) com base em preferências anteriores, performance histórica e contexto de disponibilidade.



Agente de Tom de Voz

Ajusta a linguagem da interação para o perfil individual do HCP – mais técnica, mais empática, mais concisa ou mais educativa – assegurando que o conteúdo seja entregue de forma natural, engajadora e compatível com a especialidade e estilo do médico.



Agente Científico (*Argument Selector*)

Navega por uma base dinâmica de estudos clínicos e publicações, selecionando as evidências científicas mais relevantes e atualizadas para embasar os argumentos apresentados, garantindo rigor e credibilidade técnica em cada interação.



Agente de Geração Multimodal (*GenAI*)

Constrói os conteúdos (texto, áudio, imagens, vídeos curtos, infográficos) em tempo real, alinhando os argumentos selecionados com o tom de voz adequado e o canal definido, entregando experiências personalizadas e contextualizadas.

Essa arquitetura modular não apenas amplia exponencialmente a capacidade de cobertura, mas também cria uma experiência significativamente superior do ponto de vista do HCP – que passa a interagir com um “parceiro digital” capaz de entender suas necessidades clínicas, responder de forma científica e respeitosa, e oferecer valor contínuo e não intrusivo.



A Máquina de Engajamento Científico-Contextual

Imagine...

Um médico cardiologista em São Paulo que acaba de participar de um congresso sobre novas terapias para insuficiência cardíaca.

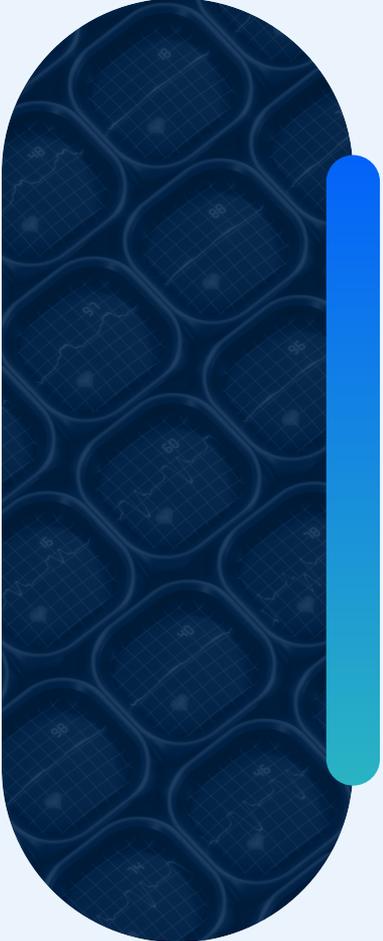
>>

O Agente de Inteligência de Jornada detecta a presença no evento. >> O agente NBA sugere o envio de um resumo clínico de um estudo relevante apresentado no congresso. >> O canal ótimo é identificado como WhatsApp. >> O tom de voz é adaptado para uma linguagem técnica e objetiva. >> O agente científico localiza uma nova meta-análise publicada no JACC. >> O conteúdo é transformado pelo agente de GenAI em um infográfico interativo e enviado em menos de 2 minutos. >> O médico interage, clica, consome o conteúdo. >> O sistema coleta o feedback implícito (tempo de leitura, interação, cliques) e retroalimenta a base para a próxima sugestão. **Tudo sem a intervenção humana direta.**



Ganhos Estratégicos para a Indústria

As aplicações do Sales Rep Agent vão muito além do marketing promocional. Elas permitem:



✓ Escalar a cobertura com qualidade

Aumentar o número de HCPs engajados sem sobrecarregar times humanos, mantendo o nível de personalização e profundidade técnica.

✓ Aumentar o valor percebido pelos médicos

Fornecer conteúdo científico realmente relevante, no formato e canal preferido, com linguagem compatível e útil para a prática clínica.

✓ Medir com mais precisão

Acompanhar cada interação em detalhe, com análise de sentimento, feedback implícito e ciclo de aprendizagem contínua.

✓ Otimizar compliance

Os agentes operam dentro de fluxos aprovados, com logs auditáveis e rastreáveis, reduzindo riscos regulatórios.

✓ Reduzir custos operacionais

Automatizando tarefas repetitivas e liberando os times humanos para interações de alto valor estratégico.

Arquitetura Técnica Recomendada

A implementação de um Sales Rep Agent de alto desempenho envolve:



Integração de uma **CDP robusta**, com dados estruturados e não estruturados dos HCPs;





Utilização de **LLMs conectados via RAG** para consulta em tempo real a bases científicas (ex: PubMed, Scielo, bases internas);



Orquestração de agentes via frameworks como **LangGraph, CrewAI** ou **AutoGen Studio**, com governança central;



Camadas de **compliance e aprovações** integradas ao workflow automatizado;



Capacidade multimodal com **GenAI** para conteúdo em texto, imagem, áudio e vídeo;



Dashboards executivos para monitoramento de desempenho, engajamento e ROI em tempo real.

Considerações Finais

O *Sales Rep Agentic Hub* não vem para substituir o representante, mas para **tornar seu trabalho mais eficiente, focado e relevante**. Ao automatizar o que é repetitivo e fornecer inteligência em tempo real, ele libera o representante para o que realmente importa: construir conversas mais estratégicas, úteis e alinhadas com o momento de cada HCP.





Trata-se de uma forma prática de lidar com a complexidade do cenário atual, ajudando o representante a se preparar melhor, agir com mais precisão e responder com mais agilidade – tudo isso sem perder o toque humano que continua essencial nas relações médicas.

Mais do que tecnologia, o Hub representa uma mudança na forma de atuar: menos esforço para organizar, mais tempo para se conectar. E, com isso, mais impacto real em cada visita.

Ao adotar essa abordagem, a indústria de saúde caminha para um novo paradigma: menos push promocional, mais pull científico e mais parceria real. O futuro da representação médica é autônomo, mas ainda mais humano – porque entende melhor o HCP do que nunca.



*Os modelos tradicionais de engajamento com HCPs atingiram seus limites. **Com Agentic AI, ganhamos a capacidade de oferecer um valor preditivo e verdadeiramente personalizado em escala.** Isso permite construir uma confiança sólida, que vai muito além das interações pontuais e realmente influencia a tomada de decisão clínica. Esta é a **oportunidade de liderar a próxima geração do relacionamento com o médico**, garantindo um ROI competitivo e diferenciado, e reforçando nosso compromisso com o cuidado ao paciente.*

Ricardo Kim, Senior Data Consulting Manager

ARTEFACT





Capítulo 5

Casos Reais de Aplicação



Como Empresas Estão Implementando Agentic AI na Prática

Neste capítulo, vamos explorar exemplos de como empresas de diferentes ramos estão adotando Agentic AI na prática, transformando seus processos e melhorando seus resultados. Apresentaremos casos de uso reais que ilustram como a tecnologia tem sido aplicada para otimizar operações, aprimorar a interação com clientes e melhorar a eficiência no desenvolvimento de produtos. Esses exemplos práticos fornecem uma visão valiosa sobre as oportunidades e desafios enfrentados pelas organizações, além de demonstrar o impacto real da implementação de IA.

Caso de Uso #1

Resumo de Interações dos HCPs

Para uma empresa global de CPG, criamos um sumário de interações dos HCPs, muito semelhante a um resumo de contas de médicos.

Desafio Comercial

Antes de uma visita presencial, os representantes médicos precisam **obter insights sobre as interações anteriores** com o HCP

- ✔ Os dados relevantes estão dispersos, a obtenção e o cruzamento são manuais
- ✔ Os principais indicadores de interesse do HCP estão ao alcance, mas não estão prontamente disponíveis
- ✔ O processo é demorado e resulta em resultados inconsistentes

Resultados da implementação de GenAI

- ✔ **NPS de 75** para a solução na equipe de representantes médicos
- ✔ **Economia de tempo e melhoria no relacionamento** com o HCP são dois dos principais benefícios recorrentes relatados pelos MRs



Visão resumida de interações off-line e on-line

KPIs e insights importantes sobre marca, tópicos, preferências de canal com base em interações anteriores

Recomendações sobre as próximas etapas, sugestão sobre **o melhor momento para compartilhar o conteúdo** (por exemplo, um e-mail)

Por que investir?

Estamos **acostumados a criar ferramentas estratégicas** para **aumentar a conformidade, otimizar o engajamento e melhorar os resultados dos pacientes**. Utilizaremos nosso conhecimento e experiência para criar uma ferramenta adaptada às suas personas e necessidades.



O produto foi entregue com uma abordagem focada no produto e utilizando metodologia ágil, por meio de sprints para garantir o alinhamento dos stakeholders às prioridades.

Este produto foi entregue em uma arquitetura GCP - temos os especialistas técnicos e certificados para trabalhar em uma versão semelhante em AWS ou Azure

Desafios técnicos

- ✓ **Disponibilidade e qualidade dos dados** para reconstituir todas as interações passadas com o HCP (resolvido por um projeto separado de governança de dados 360° do HCP)
- ✓ Obstáculos para a **integração com a ferramenta de CRM** existente, exigindo uma **abordagem ágil com sprints** para desenvolver as funcionalidades

Principais aprendizados

- ✓ Posicionar GenAI como uma ferramenta de assistência e capacitação é fundamental para a adoção
- ✓ É importante registrar o feedback do usuário e configurar uma estrutura de avaliação para melhorar continuamente a ferramenta
- ✓ Ter dados bem estruturados com descrições de colunas claramente definidas e não ambíguas melhora drasticamente o desempenho

🔄 Caso de Uso #2

Assistente de Redação Médica

Acelerando a elaboração de documentos médicos regulatórios essenciais em 30%, para que os medicamentos cheguem mais rápido aos pacientes.

Desafio de Negócio

A redação de documentos médicos, como Protocolos de Estudos Clínicos e Termos de Consentimento Livre e Esclarecido, costuma ser bem demorada:

- ✓ Exige a leitura e análise de dezenas de relatórios com mais de 100 páginas
- ✓ Requer a replicação manual de cada alteração ao longo de documentos extensos
- ✓ Provoca atrasos no acesso dos pacientes aos medicamentos

Resultados da Implementação de GenAI

- ✓ **Redução de 30% no tempo gasto** na elaboração de documentos médicos
- ✓ **Aproveitamento do conhecimento comum**, uso de termos comprovados e templates padronizados

Este assistente é utilizado por redatores médicos para acelerar a elaboração de relatórios por meio de GenAI (notadamente através da identificação e síntese de documentos, e geração de conteúdo).

Os redatores médicos mantêm o controle sobre a curadoria dos documentos de origem e o resultado final, podendo analisar e interrogar textos e tabelas. Os outputs são precisos, fornecendo as fontes dentro dos próprios documentos para validação das respostas.

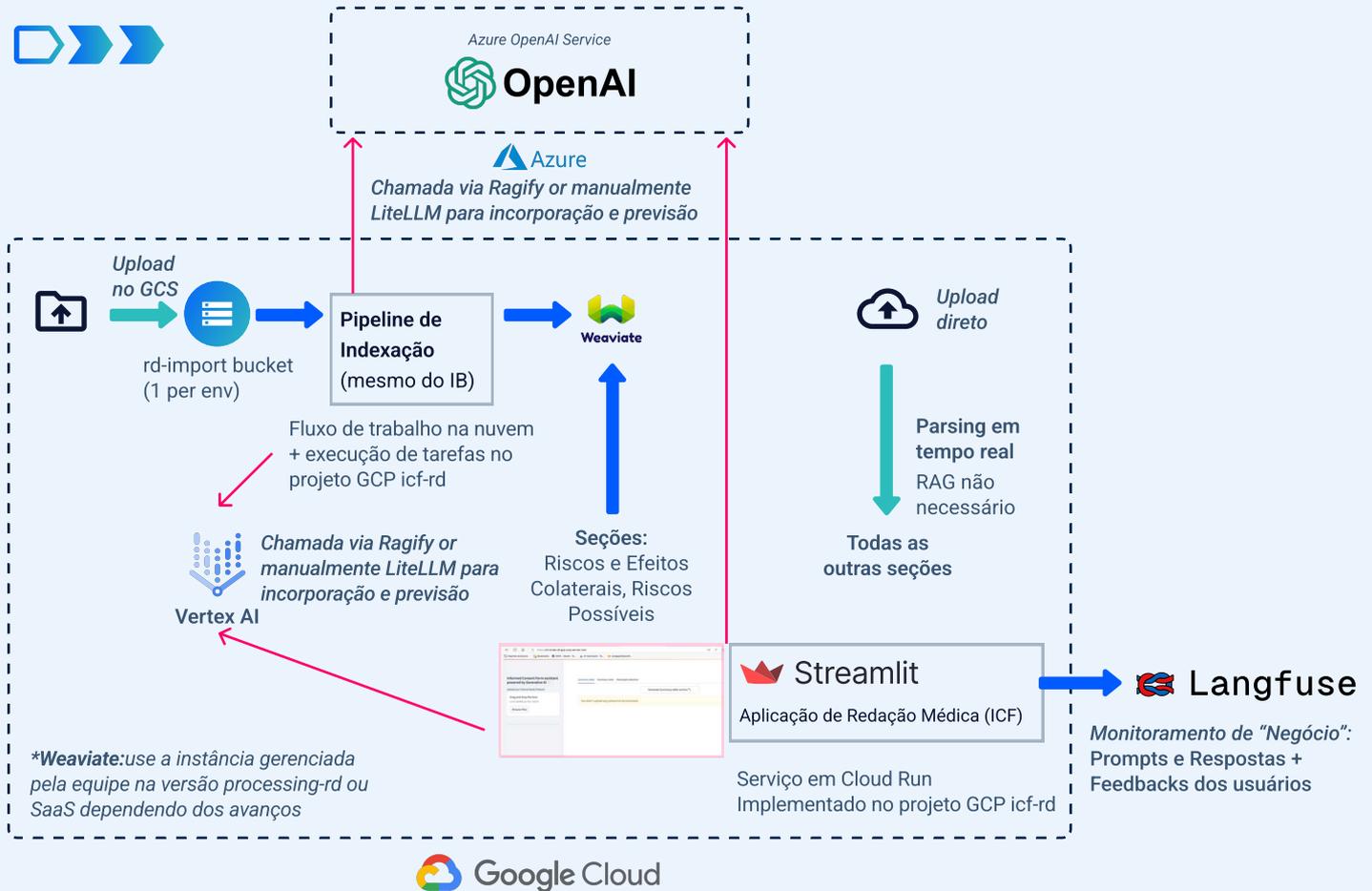
Por que investir?

Sabemos como fazer ingestão e processar grandes volumes de dados de forma eficiente para entregar resultados precisos. Também desenvolvemos um caso de uso similar focado em Relatórios de Estudos Clínicos (CSR) para P&D de medicamentos – sabemos como começar rápido e escalar com agilidade.

Esquema de Arquitetura

(O esquema a seguir não inclui os componentes do processo de avaliação, que ainda estão em revisão)





Exemplo para o Termo de Consentimento Livre e Esclarecido (TCLE):

Arquitetura de Retrieval Augmented Generation (RAG), capaz de fazer ingestão de mais de 20 mil páginas

OCR (reconhecimento de imagem) para identificar e interpretar tabelas em PDFs

Solução segura (sem compartilhamento de dados/requisições/prompts fora do ambiente do cliente)

Desafios técnicos

- ✓ Encontrar a solução ideal com **capacidades multimodais e níveis de precisão** satisfatórios para identificar e incorporar tabelas
- ✓ **Desenvolver um assistente** de redação médica com IA que seja **replicável** em vários tipos de relatórios

Principais aprendizados

- ✓ A tecnologia deve ser adaptada tanto aos diferentes tipos de documentos (como Brochuras do Investigador, Termos de Consentimento, Protocolos de Estudos Clínicos...) quanto às fases do processo (ex.: rascunho inicial vs. verificação de consistência regulatória)
- ✓ É essencial garantir que os usuários mantenham controle total por meio de um design do tipo human-in-the-loop
- ✓ Fluxos de prompt personalizados são necessários para dar suporte às funções multifuncionais já existentes
- ✓ Funcionalidades simples – como arrastar e soltar documentos – podem ser decisivas para a adoção e o sucesso da ferramenta.

🔄 Caso de Uso #3

AI Persona Generator

O AI Persona Generator que construímos para uma empresa de CPG pode ser inspirador para direcionamento de Marketing.

Desafio de Negócio

Mudanças rápidas nas expectativas e comportamentos do consumidor, um cenário competitivo em evolução e dados fragmentados tornam cada vez mais complexo para os profissionais de marketing entenderem seu público e entregarem campanhas personalizadas e direcionadas que encontrem os consumidores onde eles estão.

Resultados da Implementação de GenAI

Capacitar as equipes de marketing com a ferramenta de AI Persona resultou em:

- ✓ Um ganho de **participação de mercado de 5-10%** no segmento de Coolers
- ✓ **Engajamento e satisfação do cliente** aprimorados
- ✓ **Insights** mais rápidos e **tempo de lançamento no mercado** acelerado

Geração de personas para identificar públicos-alvo de alto valor e ajuste de campanhas antes de lançá-las.

Conversação com as personas para planejar melhor as estratégias de campanha.

Personalização do conteúdo para públicos específicos.

Simulação de campanhas com personas criadas por IA para ajustar o direcionamento e aprimorar a escolha de conteúdo conforme os resultados.

Por que investir?

Não só podemos ajudar a gerar personas com base em dados estruturados e não estruturados, **como também podemos sintetizar dados de clientes para conversar com suas personas**, garantindo que o **conteúdo** de campanhas sejam verdadeiramente **personalizados para seu público**.

Exemplos de Personas

A seguir, veja um exemplo de perfis que representam diferentes tipos de HCPs, com seus comportamentos, necessidades e motivações.





Dra. Tereza Andrade
A doutora da comunidade

☆ Experiência

Experiente (46+)

📍 Tamanho da cidade

Cidades pequenas

🏥 Local de trabalho

100% Hospital

📊 Representatividade

25%



Dr. Caio Fernandes
O especialista de plantão

☆ Experiência

Experiente (46+)

📍 Tamanho da cidade

Cidades grandes

🏥 Local de trabalho

Hospital (91,7%),
Clínica (8,3%)

📊 Representatividade

17%



Dra. Marina Silva
A médica do povo

☆ Experiência

Pouca Exp. (31–45)

📍 Tamanho da cidade

Cidades pequenas

🏥 Local de trabalho

Hospital (75,4%),
Outros (24,6%)

📊 Representatividade

10%



Dra. Rebeca Borges
A referência da clínica

☆ Experiência

Pouca Exp. (31–45)

📍 Tamanho da cidade

Cidades pequenas

🏥 Local de trabalho

100% Clínica

📊 Representatividade

15%



Dr. Roberto Kim
O clínico comprometido

☆ Experiência

Pouca Exp. (31–45)

📍 Tamanho da cidade

Cidades grandes

🏥 Local de trabalho

Hospital (61%), Clínica
(5%), Outros (33,9%)

📊 Representatividade

13%



Dr. Sam Moraes
Profissional multifunção

☆ Experiência

Experiente (73,4%) +
Pouca Exp. (26,6%)

📍 Tamanho da cidade

Pequenas (59%) +
Grandes (41%)

🏥 Local de trabalho

Clínica (18,9%), Governo
(26%), Outros (54%)

📊 Representatividade

20%



Capítulo 6

Ética & Compliance



Considerações Éticas e de Compliance em *Agentic AI* para *Healthcare*

À medida que a inteligência artificial avança para ocupar funções sensíveis nas interações entre empresas de saúde e profissionais (ou pacientes), ética, transparência e compliance deixam de ser temas paralelos para se tornarem estruturas centrais do design dessas soluções.

A arquitetura agentic – por ser autônoma, adaptativa e personalizável – traz desafios únicos de governança. Este capítulo aborda os principais riscos e como mitigá-los desde o início.



Privacidade e Consentimento Contínuo

Desafio

Os agentes operam em tempo real com dados pessoais, muitas vezes sensíveis (interações, preferências, padrões clínicos). É essencial garantir que todo tratamento seja feito com base em **consentimento informado, granular e auditável**.

Boas práticas

- ✓ Consentimento dinâmico e revogável.
- ✓ Separação clara entre dados identificáveis e agregados.
- ✓ Uso de **synthetic data** ou técnicas de privacy-preserving AI (differential privacy, homomorphic encryption) para treino de modelos.



Accountability: Quem responde por decisões automatizadas?

Desafio

Se um agente recomendar um conteúdo clínico, uma ação de canal, ou uma resposta sensível – quem é responsável? A empresa? O desenvolvedor? O time médico?

Boas práticas

- ✓ Criar uma trilha de decisão (decision log) acessível e auditável por humanos.
- ✓ Adotar frameworks de "human-in-the-loop" para decisões críticas.
- ✓ Mapear riscos por tipo de agente (conteúdo, canal, jornada) com matrizes de impacto.



Viés e Representatividade

Desafio

Modelos treinados em dados históricos podem perpetuar vieses (por especialidade, região, perfil de HCP, etc.).

Boas práticas

- ✓ Avaliar performance de agentes por grupo demográfico e perfil clínico.
- ✓ Adotar práticas de fairness-aware ML.
- ✓ Revisar conteúdo de prompts e mensagens para linguagem inclusiva e precisa.



Transparência e Explicabilidade

Desafio

Agentes precisam ser compreendidos por usuários e reguladores – especialmente em interações médicas.

Boas práticas

- ✓ Fornecer explicações simplificadas das ações do agente ("por que recebi isso?")
- ✓ Exibir fontes científicas ou referências quando o conteúdo for clínico.
- ✓ Criar dashboards internos de rastreabilidade dos agentes, com métricas de confiança e precisão.



Frameworks de Governança Recomendados

- ✓ **EU AI Act (2024)**: define categorias de risco para IA. Agentes de decisão médica ou prescrição são "high risk" e exigem documentação rigorosa.
- ✓ **Good Machine Learning Practices (GMLP – FDA)**: guia para desenvolvimento ético de IA em saúde.
- ✓ **ISO/IEC 42001:2023**: nova norma internacional de governança de sistemas de IA.

RECOMENDAÇÃO

Recomendamos a criação de um Comitê de Governança Agentic com membros de Legal, Compliance, Medical Affairs, e Tech para avaliar, validar e supervisionar a evolução dos agentes, garantindo segurança e alinhamento regulatório contínuo.



Capítulo 7

Roadmap para implementar Agentic AI

Roadmap de Adoção: Como Implementar Agentic AI

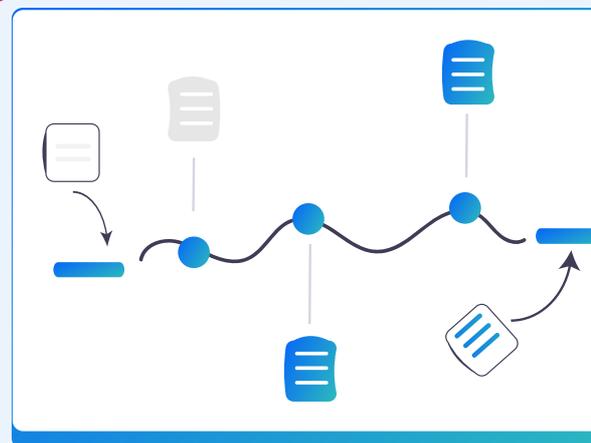
A Artefact consegue apoiar a jornada das organizações na implementação de Agentic AI, com foco na captura de valor de maneira estruturada e sustentável. Para garantir uma adoção bem sucedida, propomos um roadmap fundamentado em três pilares essenciais: **Nível Individual**, **Casos de Uso com Impacto Real** e **Transformação em Escala**.

Neste capítulo, exploraremos cada um desses pilares de forma detalhada, abordando as etapas-chave para implementar Agentic AI de maneira eficaz.

Começaremos pelo **Nível Individual**, onde o foco é **capacitar os colaboradores** para aproveitar ao máximo os agentes disponíveis, promovendo a democratização do conhecimento.

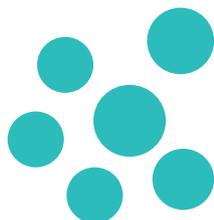
Em seguida, discutiremos os **Casos de Uso com Impacto Real**, que ajudam a organização a priorizar e desenvolver casos de uso de alto impacto para **gerar valor de forma rápida e tangível**.

Por fim, falaremos sobre a **Transformação em Escala**, que prepara a organização para **expandir o uso de IA de forma técnica e cultural**, estruturando um programa que garanta a escalabilidade, robustez e segurança dos agentes.



Como podemos apoiar sua jornada com Agentic AI - Para capturar o valor de forma estruturada e sustentável, trabalhamos em três pilares:

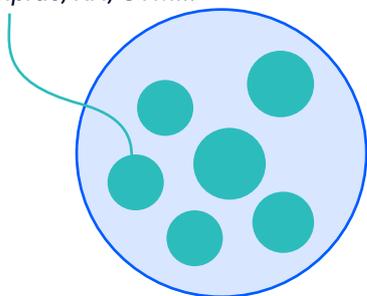
NÍVEL INDIVIDUAL



Permitimos que os indivíduos **tirem o máximo proveito dos agentes já disponíveis**

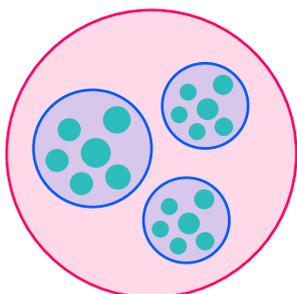
CASOS DE USO COM IMPACTO REAL

Seleção de 1 processo:
Compras, RH, GTM...



Desenvolvimento de um agente **para uma atividade específica**, ajudando a demonstrar valor rapidamente

TRANSFORMAÇÃO EM ESCALA

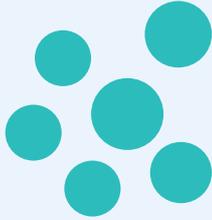


Ajudamos a projetar um programa estruturado para mapear oportunidades e priorizar iniciativas **em toda a organização**

M A T U R I D A D E

Deep Dive: Ponto de Vista Individual

NÍVEL INDIVIDUAL



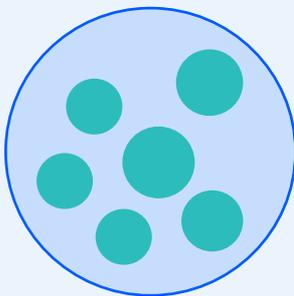
Permitimos que os indivíduos tirem o máximo proveito dos agentes já disponíveis

Ajudamos as pessoas a usufruir do poder dos Agentes por meio de:

- 1. Democratização do conhecimento:** Treinamento de pessoas para alavancar essas ferramentas em seu trabalho diário
- 2. Ferramental:** Implementação de uma GPT segura e privada em seu ambiente
- 3. Governança:** Permitir a criação self-service de agentes com ferramentas como n8n e Zapier

Deep Dive: Casos de Uso com impacto real

CASOS DE USO COM IMPACTO REAL



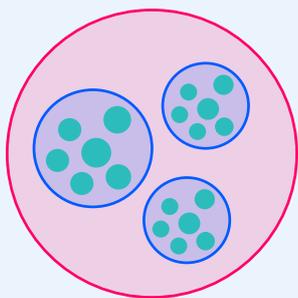
Desenvolvimento de um agente para uma atividade específica, ajudando a demonstrar valor rapidamente

Aceleramos sua transformação Agentic por meio de pilotos de use cases:

- 1. Priorizar e lançar pilotos de agentes** dentro de algumas semanas **com base no potencial de valor**
- 2.** Transformar as principais funções para obter ganhos de **produtividade, lead time e NPS**
- 3. Aplicar a IA a processos reais**, comprovando o impacto e estabelecendo as bases para escalar os casos de uso

Deep Dive: transformação em escala por meio de um programa transversal

TRANSFORMAÇÃO EM ESCALA



Ajudamos a projetar um programa estruturado para mapear oportunidades e priorizar iniciativas **em toda a organização**

Preparamos sua organização para dimensionar a Agentic AI, tanto técnica quanto culturalmente:

Estruturação do programa (~2 meses)

1. Identificar **funções e processos** prioritários
2. Dimensionar o **valor de negócio** em jogo
3. Projetar e lançar um **modelo operacional** para escalar o uso de Agentic AI
4. Incorporar uma **mudança cultural**, promovendo a adoção e o impacto de longo prazo

Prontidão da plataforma de IA

1. Criar ou melhorar as fundações de IA (**plataforma AgenticOps**)
2. Garantir que os agentes sejam escaláveis, robustos e seguros

*A implementação de Agentic AI pode parecer desafiadora, mas estamos **comprometidos em ser o parceiro estratégico que estará ao seu lado em cada etapa dessa jornada, de forma transparente e direta.** Com nossa metodologia estruturada e foco em resultados concretos, oferecemos o suporte necessário para capacitar sua equipe, acelerar a transformação e garantir uma adoção escalável e segura. **Juntos, ajudaremos a transformar seu negócio e a aproveitar todos os benefícios da IA de forma eficaz e sustentável.***



^ Artefact

Artefact como Parceiro

Por que a Artefact é o parceiro certo?

Na era da inteligência artificial generativa e do marketing orientado por dados, escolher um parceiro com experiência real faz toda a diferença. A Artefact já apoiou grandes farmacêuticas e biotechs no Brasil e no mundo, ajudando essas empresas a transformarem seu relacionamento com os profissionais de saúde de forma mais inteligente, personalizada e eficiente.

Nosso diferencial está na combinação única de equipes de AI, produto e negócio. Isso nos permite desenhar **soluções que conectam estratégia e operação, com entregas que vão além da tecnologia**: criamos jornadas adaptativas, personalização em escala e recomendações acionáveis com impacto direto no dia a dia das equipes de marketing e vendas.



Por que confiar na Artefact:

1. Experiência comprovada na indústria:

Possuímos vasta experiência no setor de Healthcare, entregando soluções práticas e resultados mensuráveis para as principais empresas líderes. Atuamos em todas as etapas da cadeia de valor, com ênfase em inovação, eficiência e crescimento sustentável.

2. Metodologia Estruturada e Personalizada

Nossa abordagem combina análises detalhadas com soluções sob medida, equilibrando visão estratégica e execução prática. Monitoramos continuamente os resultados para garantir o sucesso de nossos clientes.

3. Visão de IA como Unidade de Negócios

Incorporamos a visão de Dados e Inteligência Artificial como ativos geradores de valor, de forma que a tecnologia esteja a serviço do negócio. Com foco em resolver desafios das áreas de negócio, as aplicações devem prover resultados tangíveis e mensuráveis, seja com tomadas de decisão mais assertiva, otimização e automatização de processos e geração de insights acionáveis em tempo real, posicionando sua empresa à frente da concorrência.

4. Compromisso com Resultados Concretos e Sustentáveis

Nosso objetivo é entregar resultados sólidos e de longo alcance, promovendo inovação contínua e eficiência estratégica para posicionar sua empresa como referência no mercado.

Nosso impacto comprovado

Ao longo de anos de parceria na jornada de impulsionar negócios por meio de soluções e estratégias em dados e IA, tivemos um grande impacto, agregando cada vez mais valor nas metodologias e ações de crescimento de negócio para nossos clientes e parceiros.

35%

De aumento na eficiência operacional

Implementação de soluções de IA personalizadas, otimizando processos internos em uma grande empresa de bens de consumo, resultando em uma operação mais ágil e eficaz.

20%

Redução nos custos operacionais, com aplicação de tecnologias avançadas de automação

40%

Melhoria na precisão das previsões de demanda utilizando análise preditiva baseada em IA



O que nossos clientes falam sobre nós!

Nossos projetos já resultaram em ganhos significativos para nossos clientes. Veja alguns depoimentos de quem viu o resultado de perto.

DANONE



Forecast de Demanda e Abastecimento

Com a solução de previsão da Artefact, aumentamos a precisão e reduzimos o tempo necessário das equipes. Em apenas três meses conseguimos obter um ganho financeiro significativo.

HEINEKEN



Previsão de Rupturas de Estoque

Com a previsão de rupturas da Artefact, prevenimos riscos, aumentando a eficiência e assegurando receita ao longo de toda a cadeia de abastecimento em apenas cinco dias.

Alguns de nossos clientes

Trabalhamos com algumas das marcas mais reconhecidas no setor. Temos parceria com mais de 1.000 clientes em todo o mundo, entre mais de 300 grandes marcas internacionais.

Opella.

sanofi

Johnson & Johnson

AstraZeneca

clariane



MSD

Roche

HAS

HAUTE AUTORITÉ DE SANTÉ

IPSEN

Pierre Fabre

SERVIER
moved by you



Estratégia & Transformação

- ▲ Data & AI Strategy
- ▲ Data & AI organization
- ▲ Data Maturity Assessment
- ▲ Corporate Training
- ▲ Hackathons
- ▲ Data & AI Days
- ▲ GenAI Academy
- ▲ Artefact AI Summits



IA Aceleração

- ▲ AI & Gen AI Factory
- ▲ Data & AI for Operations
- ▲ AI for Customer Care
- ▲ Data & AI for Private Equity



Dados Fundamentos & BI

- ▲ Data Governance & Management
- ▲ Data – New BI – Self Business Intelligence
- ▲ Data for Sustainability



IT & Data Plataforms

- ▲ Data-Centric IT
- ▲ Cloud Services
- ▲ Tech-Agnostic Solutions
- ▲ Smarter Decision-Making
- ▲ Optimized IT Operations



Marketing Data & Digital

- ▲ Consumer Data Environment
- ▲ Data Valorization & Category Management
- ▲ Measurements (MROI) & Insights
- ▲ Marketing Analytics
- ▲ Data-driven Sales
- ▲ GMP Certified Reseller



Indústrias de Expertise:

BENS DE CONSUMO (CPG'S) | VAREJO & E-COMMERCE | LUXO & COSMÉTICOS | SAÚDE
| BANCOS & SEGUROS | TELECOMUNICAÇÕES | ESPORTES & ENTRETENIMENTO |
VIAGENS & TURISMO | SETOR PÚBLICO & GOVERNO | IMOBILIÁRIO | INDÚSTRIA &
UTILIDADES





Conclusão

De Intermediários a Protagonistas



O Futuro da Influência em Saúde com Agentic AI

Estamos testemunhando uma virada de chave no relacionamento entre a indústria farmacêutica e os profissionais de saúde. A adoção de Agentic AI não é apenas mais uma evolução tecnológica – é uma redefinição profunda de como entregamos valor, construímos confiança e apoiamos decisões clínicas em um mundo cada vez mais complexo.

Ao longo deste eBook, exploramos as transformações do setor, os desafios atuais nas interações com HCPs, e como Agentic AI pode atuar de forma proativa, personalizada e cientificamente relevante. Vimos que os métodos tradicionais – ainda dominados por interações presenciais, abordagens generalistas e processos lentos – já não dão conta da velocidade e sofisticação exigidas pelo cenário atual.



ⓘ O futuro, porém, não é distante. Ele já começou a se concretizar nas iniciativas de empresas pioneiras, que estão aplicando Agentic AI para automatizar jornadas, amplificar a performance dos representantes e entregar experiências significativas e éticas aos HCPs. Este é o novo normal: uma operação orquestrada por agentes inteligentes, autônomos e sempre em conformidade.

A adoção dessa nova abordagem exige visão, preparação e compromisso com a transformação digital responsável. Mas os benefícios são claros: maior eficiência, engajamento genuíno e, acima de tudo, mais valor entregue aos profissionais e aos pacientes que eles atendem.

Se há uma certeza neste momento de transição, é que as empresas que começarem a experimentar e escalar a Agentic AI agora estarão moldando os próximos capítulos da indústria de healthcare.



Links e Referências

Artigos Científicos e de Setor

DOCEREE

The role of personalized communication in HCP marketing Disponível em: <https://blog.doceree.com/role-of-personalized-communication-in-hcp-marketing>. Acesso em: 4 jul. 2025

FIERCE PHARMA

How can pharma avoid spamming HCPs? Synchronized campaigns and storytelling marketing. Disponível em: <https://www.fiercepharma.com/marketing/how-can-pharma-avoid-spamming-hcps-synchronized-campaigns-and-storytelling-marketing>. Acesso em: 4 jul. 2025

FRANKLY PHARMA

Social media influence on HCPs. Disponível em: <https://www.franklypharma.com/blog/social-media-influence-on-hcps>. Acesso em: 4 jul. 2025

MAHER, C. et al

Use of ChatGPT to obtain health information in Australia in 2024: insights from a nationally representative survey. Medical Journal of Australia, v. 222, n. 4, 2025. Disponível em: <https://www.mja.com.au/journal/2025/222/4/use-chatgpt-obtain-health-information-australia-2024-insights-nationally>. Acesso em: 27 maio 2025.

NUMBER ANALYTICS

7 AI stats for ad targeting success. Disponível em: <https://www.numberanalytics.com/blog/7-ai-stats-ad-targeting-success>. Acesso em: 4 jul. 2025.

PATTEN, S. et al

ChatGPT MD: Characterizing the Adoption and Experiences of Users of AI-Generated Health Information – A Cross-sectional Survey Study. ResearchGate Preprint, 2024. Disponível em: https://www.researchgate.net/publication/376254560_ChatGPT_MD_Characterizing_the_Adoption_and_Experiences_of_Users_of_AI-Generated_Health_Information_-_A_Cross-sectional_Survey_Study_Preprint. Acesso em: 27 maio 2025.

PR NEWSWIRE

New Jasper research reveals early AI wins for marketers in productivity & ROI, but key gaps remain. Disponível em: <https://www.prnewswire.com/news-releases/new-jasper-research-reveals-early-ai-wins-for-marketers-in-productivity-roi-but-key-gaps-remain-302392725.html>. Acesso em: 4 jul. 2025.



Relatórios, Estudos e Regulamentações

ACCENTURE

Technology Vision 2023: When Atoms Meet Bits.
Disponível em: <https://www.accenture.com/br-pt/insights/technology/technology-trends-2023>.
Acesso em: 26 maio 2025.

Conselhos Federais

MEDICINA

ENFERMAGEM

ODONTOLOGIA

FARMÁCIA

CONSELHO FEDERAL DE MEDICINA; CONSELHO FEDERAL DE ENFERMAGEM; CONSELHO FEDERAL DE ODONTOLOGIA; CONSELHO FEDERAL DE FARMÁCIA. *Estimativa do número total de profissionais de saúde no Brasil em 2024.* Disponível em: <https://portal.cfm.org.br>; <http://www.cofen.gov.br>; <http://www.cfo.org.br>; <https://www.cff.org.br>. Acesso em: 4 jul. 2025.

EVALUATE

Disponível em: <https://www.evaluate.com>. Acesso em: 26 maio 2025.

ISO/IEC

INTERNATIONAL ORGANIZATION FOR STANDARDIZATION (ISO); INTERNATIONAL ELECTROTECHNICAL COMMISSION (IEC). ISO/IEC 42001:2023 - *Information technology – Artificial intelligence – Management system.* Disponível em: <https://www.centraleyes.com/iso-iec-42001/>. Acesso em: 28 maio 2025.

MCKINSEY & COMPANY

Commercial model evolution in pharma

Disponível em: <https://www.mckinsey.com/industries/life-sciences>. Acesso em: 26 maio 2025.

The economic potential of generative AI

The economic potential of generative AI: The next productivity frontier. Disponível em: <https://www.mckinsey.com/capabilities/mckinsey-digital/our-insights/the-economic-potential-of-generative-ai-the-next-productivity-frontier>. Acesso em: 26 maio 2025.

The future of field teams in pharma

Disponível em: <https://www.mckinsey.com/industries/life-sciences>. Acesso em: 26 maio 2025.

UNIÃO EUROPEIA

Regulamento (UE) 2024/1689 do Parlamento Europeu e do Conselho, de 13 de junho de 2024, que estabelece regras harmonizadas em matéria de inteligência artificial (Lei da IA) e altera determinados atos legislativos da União. *Jornal Oficial da União Europeia*, L, 2024/1689, 12 de julho de 2024. Disponível em: <https://artificialintelligenceact.eu/the-act/>. Acesso em: 28 maio 2025.

US/CANADA/UK

U.S. FOOD AND DRUG ADMINISTRATION (FDA); HEALTH CANADA; UK MEDICINES AND HEALTHCARE PRODUCTS REGULATORY AGENCY (MHRA)

Good Machine Learning Practice for Medical Device Development: Guiding Principles. Disponível em: <https://www.fda.gov/medical-devices/software-medical-device-samd/good-machine-learning-practice-medical-device-development-guiding-principles>. Acesso em: 28 maio 2025.

Glossário

Accountability

No contexto de IA Agentic, refere-se à determinação de quem é responsável pelas decisões tomadas por agentes automatizados, especialmente em interações médicas sensíveis.

Agente de Inteligência de Jornada

Journey Intelligence Agent - Monitora e interpreta continuamente em que fase o HCP se encontra em relação ao alvo (abrangendo consciência, interesse, consideração, adoção e lealdade), além de identificar possíveis momentos de desengajamento.

Agente Científico

Argument Selector - Navega por uma base dinâmica de estudos clínicos e publicações, selecionando as evidências científicas mais relevantes e atualizadas para embasar os argumentos apresentados, garantindo rigor e credibilidade técnica em cada interação.

Agente de NBA/NBO

Next Best Action / Next Best Offer - Responsável por sugerir a próxima ação de engajamento mais relevante para cada HCP com base em seu perfil, histórico, momento clínico e padrões de comportamento.

Agente de Canal Ótimo

Next Best Channel - Define qual o melhor canal para cada interação (WhatsApp, e-mail, portal médico, voicebot, etc.) com base em preferências anteriores, performance histórica e contexto de disponibilidade.

Agente de Persona Sintética

Atua como um interpretador inteligente da visão 360° do HCP, cruzando seus dados com padrões de profissionais semelhantes para prever interesses, antecipar objeções, detectar oportunidades e ajudar os demais agentes a operar com mais precisão e contexto.

Agente de Geração Multimodal

Constrói os conteúdos (texto, áudio, imagens, vídeos curtos, infográficos) em tempo real, alinhando os argumentos selecionados com o tom de voz adequado e o canal definido, entregando experiências personalizadas e contextualizadas.

Agente de Tom de Voz

Ajusta a linguagem da interação para o perfil individual do HCP – mais técnica, mais empática, mais concisa ou mais educativa – assegurando que o conteúdo seja entregue de forma natural, engajadora e compatível com a especialidade e estilo do médico.

Agentic AI

Um tipo de inteligência artificial que adiciona autonomia e capacidade de tomada de decisão aos sistemas, permitindo que ajam de forma proativa, aprendam com a experiência e executem tarefas complexas com mínima intervenção humana. Ela mimetiza o raciocínio humano e explora problemas complexos de forma autônoma, executa ações e toma decisões.

APIs

Interfaces de Programação de Aplicações - Utilizadas pelas soluções de Agentic AI para integrar dados dinamicamente, permitindo que os agentes se conectem a vários sistemas.

Automação Robótica de Processos

RPA - Tecnologia que utiliza softwares para automatizar processos empresariais repetitivos, aumentando a eficiência operacional. Ela foca na automação de operações de back-office com orquestração de lógica simples e estática em tarefas monótonas. Sistemas Agentic combinam RPA com IA Generativa para o desempenho autônomo de tarefas.

CDP

Customer Data Platform - Uma plataforma robusta para integração de dados estruturados e não estruturados dos HCPs, crucial para alimentar o Agente de Inteligência de Jornada em um Sales Rep Agentic Hub.

Compliance

Conjunto de normas e regulamentos que as empresas devem seguir para garantir a conformidade legal e regulatória, especialmente no setor de Healthcare. Na indústria farmacêutica, isso é fundamental para garantir operações éticas e legais.

CRM

Customer Relationship Management - Sistemas utilizados para gerenciar e analisar as interações e dados dos clientes ao longo do ciclo de vida do cliente. No contexto dos HCPs, as ferramentas de CRM auxiliam na personalização inicial e segmentação. Desafios de integração com as ferramentas de CRM existentes são destacados no documento.

Dados Sintéticos

Dados que são gerados artificialmente em vez de coletados de eventos do mundo real, utilizados para treinamento de modelos, preservando a privacidade.

Engajamento Científico-Contextual

O conceito de uma "máquina" que orquestra interações hiperpersonalizadas e cientificamente relevantes com HCPs, utilizando diversos agentes de IA.

ISO/IEC 42001: 2023

Nova norma internacional de governança de sistemas de IA, recomendada para adoção.

LLMs - Large Language Models

Modelos de Linguagem de Grande Escala - que utilizam redes neurais avançadas para compreender e gerar linguagem natural, permitindo aplicações como chatbots e assistentes virtuais. São combinados com fluxos de decisão autônomos e interativos na Agentic AI.

Machine Learning

Aprendizado de Máquina - Técnica de IA que permite que sistemas aprendam a partir de dados e melhorem seu desempenho sem necessidade de programação explícita. Práticas de ML com fairness-aware são recomendadas para abordar vieses.

Next Best Action / Next Best Offer

NBA / NBO - Um agente responsável por sugerir a próxima ação de engajamento mais relevante para cada HCP com base em seu perfil, histórico, momento clínico e padrões de comportamento.

OCR

Reconhecimento Óptico de Caracteres - Uma tecnologia mencionada em um caso de uso para identificar e interpretar tabelas em documentos PDF.

Orquestração Omnicanal

A capacidade de integrar mensagens por meio de vários canais como e-mail, WhatsApp, portais médicos e até voicebots, criando jornadas que mantêm a marca ativa mesmo entre visitas presenciais.

Pipelines de IA

Fluxos automatizados de ingestão, processamento e decisão, conectando dados à ação.

Privacidade e Consentimento Contínuo

Desafio ético de garantir que todo tratamento de dados pessoais, frequentemente sensíveis, seja feito com base em consentimento informado, granular e auditável.

Privacy-preserving AI

Técnicas como privacidade diferencial e criptografia homomórfica, utilizadas para treinar modelos enquanto protegem dados sensíveis.

Prompts

Entradas usadas para guiar os modelos de IA na geração de conteúdo. A personalização de prompts é crucial para dar suporte às funções multifuncionais existentes.

RAG

Retrieval-Augmented Generation - Técnica utilizada em sistemas de inteligência artificial generativa, onde o modelo combina geração de texto com recuperação de informações relevantes de uma base de dados ou documentos externos para aumentar a precisão e relevância das respostas. Permite que os agentes consultem fontes externas em tempo real antes de tomar decisões, aumentando a precisão.

ROI

Retorno sobre o Investimento - Uma métrica usada para avaliar a eficiência de um investimento. A Agentic AI é esperada para gerar um aumento de ROI em até 44%.

Sales Rep Agentic Hub

Um conjunto integrado de ferramentas inteligentes criado para acelerar e potencializar o trabalho do representante de vendas, permitindo uma representação médica autônoma, multicanal e cientificamente relevante.

Segurança de Dados

Práticas e tecnologias utilizadas para proteger informações sensíveis contra acessos não autorizados, vazamentos ou ataques cibernéticos.

Telemedicina

A prática de prestação de serviços de saúde remotamente, utilizando tecnologia, que se tornou parte da nova oferta de valor dos HCPs.

Transparência e Explicabilidade

Desafio ético de garantir que os agentes sejam compreendidos por usuários e reguladores, especialmente em interações médicas.

Transformação Digital

Processo de integração de tecnologias digitais em todas as áreas de uma empresa para melhorar operações, eficiência e experiência do cliente. No setor de saúde, isso envolve mudanças no comportamento dos pacientes e o acesso ampliado a dados sobre os HCPs.

Viés e Representatividade

Desafio ético de garantir que modelos treinados em dados históricos não perpetuem vieses (por especialidade, região, perfil de HCP, etc.).

Voicebots

Agentes de conversação movidos a IA que podem interagir com os usuários por meio da linguagem falada, utilizados na orquestração omnicanal.