

# LANZAMIENTO Y EXCELENCIA LINGÜÍSTICA

	FASES DEL PRODUCTO	EVOLUCIÓN DEL PRODUCTO	LENGUAJE E IA
PRECOMERCIALIZACIÓN	<b>PERFIL DEL PRODUCTO (TTP) DEL PRODUCTO DESEADO</b>	El TPP describe el perfil comercial deseado del medicamento. Sirve para respaldar los resultados de seguridad y rendimiento del producto y su posicionamiento.	<p>Se establecen las pautas lingüísticas y las narrativas iniciales para el posicionamiento del producto deseado.</p> <p>Esto permite establecer activos lingüísticos para respaldar las comunicaciones y los mensajes del producto.</p> <p>Los servicios lingüísticos basados en IA ofrecen beneficios limitados en esta fase temprana.</p>
	<b>PLAN DE DESARROLLO CLÍNICO (CDP) DEL MEDICAMENTO EN INVESTIGACIÓN</b>	El CDP presenta la estrategia de investigación y el programa clínico planificado que generará los datos científicos que respaldarán el producto deseado.	<p>Los ensayos clínicos y los proyectos de I+D generan grandes volúmenes de datos, documentación y activos lingüísticos.</p> <p>Durante la fase de desarrollo clínico, se acumulan numerosos activos lingüísticos en diversos idiomas para documentar los resultados de seguridad y rendimiento clínico del medicamento.</p> <p>La IA favorece mejoras significativas, ahorro en costes y una mayor coherencia lingüística, que luego se verán reflejados en los expedientes normativos y en la fase de lanzamiento.</p>
	<b>ESTRATEGIA REGULATORIA GLOBAL (GRS) DEL POSIBLE MEDICAMENTO FINAL</b>	La GRS define la estrategia regulatoria para el posible medicamento final, incluidos los mecanismos reguladores, los objetivos y los territorios donde está previsto presentar y ejecutar la documentación obligatoria.	<p>Aquí se pueden transferir grandes volúmenes de documentación y activos lingüísticos de las fases de I+D y desarrollo clínico a la fase de presentación de expedientes normativos en la que se recopila, resume y evalúa concienzudamente toda la documentación preclínica, clínica y de calidad relevante.</p> <p>La IA ofrece una gran oportunidad para mejorar la eficiencia, aumentar el ahorro en costes y optimizar la coherencia lingüística para la presentación inicial de documentación requerida para las solicitudes de aprobación de nuevos medicamentos para su registro tras la comercialización.</p>
	<b>ESTRATEGIA DE LANZAMIENTO GLOBAL (GLS) DEL PRODUCTO COMERCIAL APROBADO</b>	<p>Una estrategia de lanzamiento puede ser global o aplicarse en territorios específicos según lo establecido en la GRS.</p> <p>Las actividades de comunicación para el lanzamiento del producto comienzan con mucha anterioridad a su entrada comercial en el mercado con el objeto de preparar a las partes interesadas internas y externas para la adopción del producto.</p>	<p>El extenso repositorio de contenido y activos lingüísticos recabados durante la fase previa a la comercialización puede ayudar a garantizar el éxito del producto, favorecer su diferenciación y gestionar las expectativas de lanzamiento.</p> <p>La IA puede ser de gran ayuda en la comunicación y los servicios lingüísticos y, especialmente, en la implementación a gran escala en diversos países donde el contenido es multilingüe.</p>

PRECOMERCIALIZACIÓN

LANZAMIENTO