

LOGRAMOS QUE LAS
PERSONAS
DESARROLLEN
EL NEGOCIO
DE SUS EMPRESAS



SOCIEDAD ESPAÑOLA
DE **OFTALMOLOGÍA**

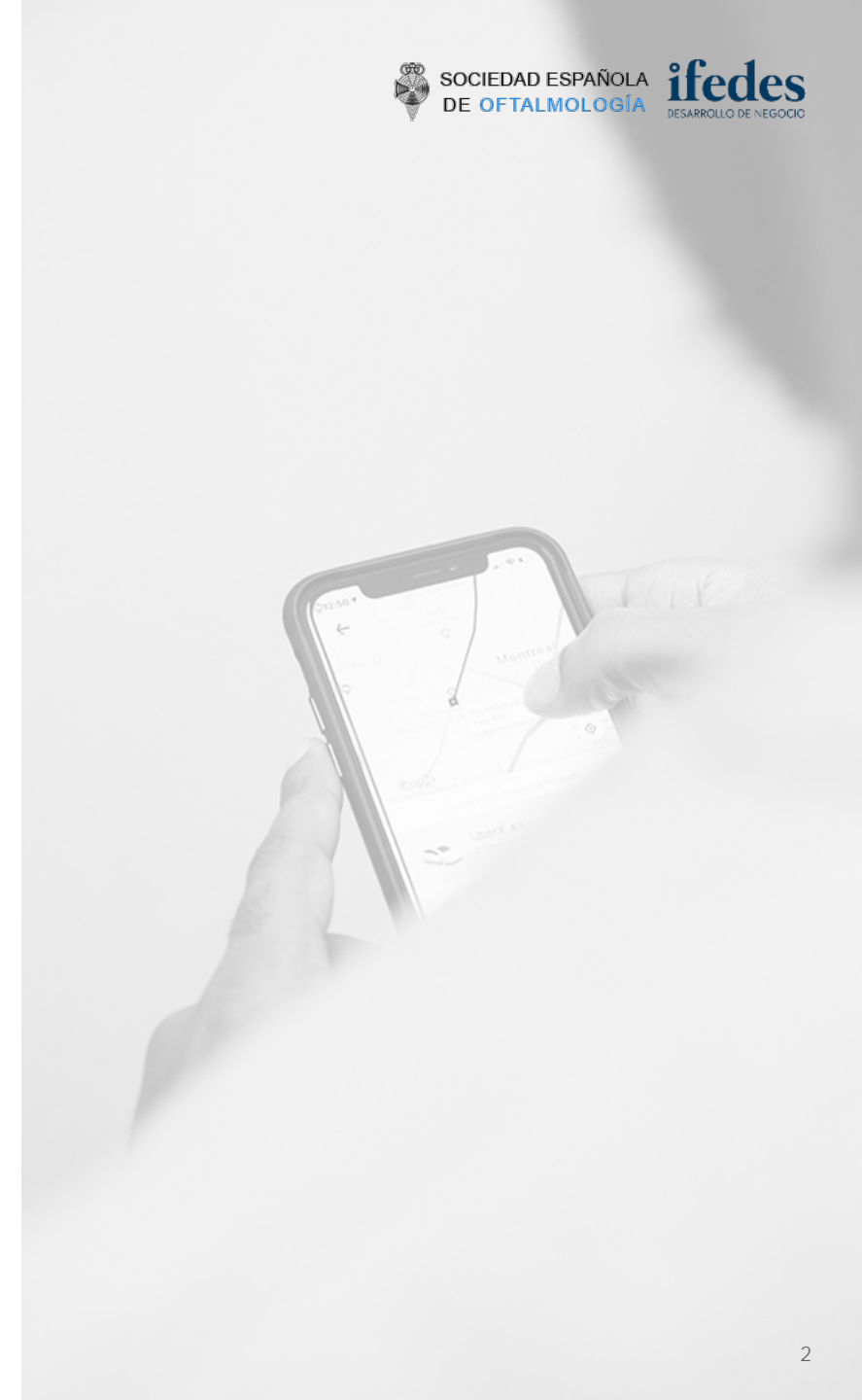
DESARROLLO PLAN ESTRATÉGICO 2022-25

Madrid, 20 de Octubre de 2022

ÍNDICE

PLAN ESTRATÉGICO 2022-25 SOCIEDAD ESPAÑOLA DE OFTALMOLOGÍA

1.	Misión y Valores	4
2.	Análisis del producto-mercado-cliente	6
3.	Análisis Externo: Mercado y Competencias	12
4.	Análisis Interno	52
5.	Diagnóstico estratégico	93
6.	Estrategias Competitivas y Funcionales	115
7.	Despliegue Estratégico	115
8.	Anexos	161



MISIÓN Y VALORES SEO



1. MISIÓN Y VALORES S.E.O.

MISIÓN ACTUAL

Proteger la visión y mejorar la calidad de vida sirviendo como defensor de los pacientes y ciudadanos, liderando la formación y promoviendo la defensa de la profesión de oftalmología.

- **Formación** médica oftalmológica (valor principal).
- Promoción de **relaciones con la administración sanitaria**, nacional y autonómicas.
- Gestión de la **práctica oftalmológica**.
- **Comunicación**: profesional y pública.
- **Calidad**: guías, registros de datos, medida resultados y análisis políticas de salud.
- **Herramientas tecnológicas** basadas en la web y desarrollo de software.
- Programas de **ética**.

MISIÓN REDEFINIDA

Liderar la formación en oftalmología, la defensa de los profesionales y la educación sanitaria de los ciudadanos, para proteger y promover la salud visual y la calidad de vida.

VALORES

- INTEGRIDAD Y TRANSPARENCIA
- EXCELENCIA PROFESIONAL Y CIENTÍFICA
- PARTICIPACIÓN E INNOVACIÓN
- COOPERACIÓN

ANÁLISIS PRODUCTO MERCADO CLIENTE



2. ANÁLISIS DEL PRODUCTO-MERCADO-CLIENTE



ACTIVIDAD SEO

Potencial

- A. Publicación y venta de la revista Archivos de la SEO.
- B. Suscripción y venta de otras publicaciones y libros de la SEO.
- C. Organización del Congreso anual de la Sociedad.
- D. Otros servicios:
 - A través de la Sociedad:
 - D.1. Seminarios, Ponencias, Mesas Redondas y Monografías
 - D.2. Protocolos de Práctica Clínica
 - D.3. Avaes científicos
 - D.4. Defensa de los Derechos Profesionales
 - A través de la Fundación:
 - D.5. Organización de Eventos
 - D.6. Concursos y premios
 - D.7. Becas y ayudas
 - D.8. Formación
 - D.9. Investigación

PÚBLICO OBJETIVO

- A. Profesionales Médicos
 - A.1. Médicos oftalmólogos
 - A.2. Residentes de oftalmología
 - A.3. Científicos y otros profesionales relacionados con el desarrollo de los fines de la SEO.
- B. Industria: farmacéutica y tecnología médica

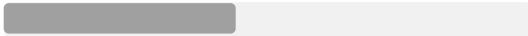
STAKEHOLDERS

- Estudiantes de medicina
- Administración Pública, Proveedores de salud, Asociaciones de Pacientes, Pacientes y Sociedad civil, Comisión Nacional de oftalmología, Sociedades especializadas en patologías oculares, Sociedades científicas regionales e internacionales, Otras SSCC, Universidades, Agencias Públicas de Investigación, Colegios Profesionales, Aseguradoras de salud, Medios de comunicación ...

MÉDICO OFTALMÓLOGO

FACTORES CRÍTICOS

Importe cuota



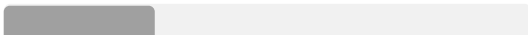
Posicionamiento / Visibilidad



Protocolos práctica clínica



Suscripciones revistas científicas



Formación



Networking



- Profesional especialista en oftalmología que desarrolla su **actividad médico-quirúrgica en el Sistema Público de Salud y/o en el ámbito privado**, algunos con consulta propia.
- **Pueden estar especializados en determinadas áreas del sistema visual** (retina, córnea,...) **o en patologías oculares específicas** (glaucoma, estrabismo,...).
- Se encargan de la **detección y tratamiento de cualquier problema visual** e incluso de la **graduación del paciente**. No obstante, es el **único profesional** que puede **recetar fármacos y realizar pruebas específicas** para diagnosticar una enfermedad.
- Algunos de ellos, dedican parte de su tiempo de forma voluntaria a campañas de prevención dirigidas a la población en general como el glaucoma u otro tipo de programas de promoción de "bancos oculares" para la donación por ejemplo de córneas.
- Edad >35-40 años

NECESIDADES

- **Visibilidad / posicionamiento / notoriedad** profesional en el ámbito científico y social.
- **Formación continua** para el reciclaje / especialización en áreas / enfermedades específicas, nuevas técnicas,...
- **Estar al corriente de:** investigaciones, nuevos tratamientos y prácticas médicas,...
- **Networking** a nivel regional / nacional / internacional.
- **Diferenciarse de los optómetras / ópticos.**
- **Defensa de la especialidad y el derecho de los profesionales.**

SOLUCIONES

- Servicios de **asistencia a los profesionales:** asesoramiento jurídico, práctica clínica,...
- **Formación continua** de calidad.
- **Disponibilidad a información actualizada** de nuevas enfermedades, técnicas, terapias y tecnologías aplicadas.
- **Desarrollo y participación en proyectos de investigación de relevancia** nacional e internacional.
- **Asistencia y participación en eventos científico-médicos de relevancia** nacional e internacional.
- Disponer de una **plataforma que aporte visibilidad y posicionamiento a la especialidad** tanto en el mundo científico-médico como en la sociedad en general.

PROBLEMAS

- **Mucho trabajo** que les impide dedicar tiempo a otras actividades distintas a la práctica profesional.
- **El público en general no siempre conoce la diferencia entre su titulación / funciones y la de los optómetras**, lo cual les genera frustración.
- **Cierto intrusismo** en el campo de la especialidad.
- **Rutina** de los procedimientos a seguir en consulta relacionados con la **graduación de la vista o problemas menores que pueden resultar muy repetitivos.**

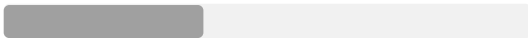
MÉDICO RESIDENTE DE LA ESPECIALIDAD

FACTORES CRÍTICOS

Importe cuota



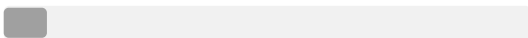
Posicionamiento / Visibilidad



Protocolos práctica clínica



Suscripciones revistas científicas



Formación



Networking



- Graduado en Medicina interesado en adquirir la especialidad en oftalmología cursando el MIR (4 años).
- Edad <35-40 años.

NECESIDADES

- **Formación específica en:**
 - **Las últimas técnicas quirúrgicas** para poder establecer un servicio diferencial a los pacientes que mejore la posición competitiva respecto a otros colegas.
 - **Manejo de equipos de tecnología avanzada.**
- **Tener habilidades relacionadas con la destreza manual y buena coordinación mano-ojo** si está interesado en la microcirugía.
- **Ayuda** a su formación e investigación.
- **Networking** con la comunidad científica y otros agentes de la salud.
- **Orientación y apoyo en el establecimiento profesional** tanto en el ámbito privado como público.

SOLUCIONES

- **Becas y ayudas** a la formación e investigación.
- **Formación especializada** de calidad.
- Facilitar posibilidad de **estancia y desarrollo de experiencia profesional** en el extranjero.
- Posibilidad de **participar en proyectos de I+D** de relevancia.
- **Asesoramiento:** jurídico, práctica clínica, profesional,...
- Disponer de una **plataforma que les de visibilidad** profesional.
- Posibilidad de **participar en publicaciones y eventos de relevancia** en su campo.

PROBLEMAS

- **Saturación del mercado de especialistas de oftalmología** que hace difícil la supervivencia posterior a la residencia en el establecimiento personal en la práctica privada.
- **Dificultad de acceder a formación específica y a participar en proyectos de investigación** de forma individual.
- **Falta de relaciones y experiencia** profesional.
- **Incertidumbre post-MIR.**
- **Miedo a cometer errores** en la práctica profesional.

INDUSTRIA

- Empresas de la industria farmacéutica y de tecnología médica especializadas o con división de oftalmología.
- En su mayoría grandes players multinacionales.
- Pertenecientes en muchos casos a asociaciones sectoriales que les representan y defienden sus intereses ante autoridades autonómicas, nacionales e internacionales: Fenin, Farmaindustria.
- Contribuyen en gran medida a la I+D+i, que crece anualmente.

NECESIDADES

- **Mayor conciencia en la sociedad del cuidado de la salud ocular**, de la existencia de determinadas enfermedades oculares y la necesidad de prevenirlas, controlarlas y tratarlas.
- **Invertir en I+D para la mejora de la tecnología en dispositivos médicos y en medicamentos** que aporten soluciones efectivas.
- **Contacto con profesionales médicos** para informarles sobre los beneficios y novedades de sus productos y los prescriban.
- **Mantener la competitividad y asegurar el suministro de medicamentos:** inversión en plantas de producción, automatización, outsourcing de tareas, ...
- **Mejorar su reputación pública.**
- **Mejorar/fortalecer su relación con las Administraciones Públicas.**
- **Alternativas de financiación.**
- **Adaptación a los nuevos modelos de establecimiento de precios.**
- **Estar actualizado en un entorno regulatorio cambiante.**
- **Nuevos acuerdos para la distribución** de productos.
- **Protección de la propiedad intelectual.**
- **Diversificación** de líneas de negocio y/o geográfica.
- **Compliance y responsabilidad del producto.**

SOLUCIONES

- **Financiación / patrocinio** de publicaciones, cursos de formación, congresos y otros eventos científicos que les aporte visibilidad y permita el networking con agentes del sector.
- **Colaboración** con entidades público-privadas en proyectos de I+D+i.

PROBLEMAS

- **Elevada competencia** de otros grandes players.
- **Exigencia de transparencia en sus relaciones con la Administración y otros agentes de la salud** (profesionales, sociedades científicas,...).
- **Desabastecimiento / falta de suministro de ciertos medicamentos** por el sistema de precios de referencia en España, por problemas en el suministro de determinados principios activos, deslocalización de la producción, pérdidas de patente, alta presencia de medicamentos genéricos,... **y la compra online.**
- **Presión de los gobiernos** que se traduce en un **mayor control** sobre las empresas en cuanto a monitorización de stocks, sanciones en casos de falta de suministro,...
- **Derivado de la pandemia: cambios en la relación con los profesionales médicos** (menos visitas, menos eventos,...), retrasos en ensayos clínicos y por tanto, en el lanzamiento de nuevos medicamentos,...

FACTORES CRÍTICOS

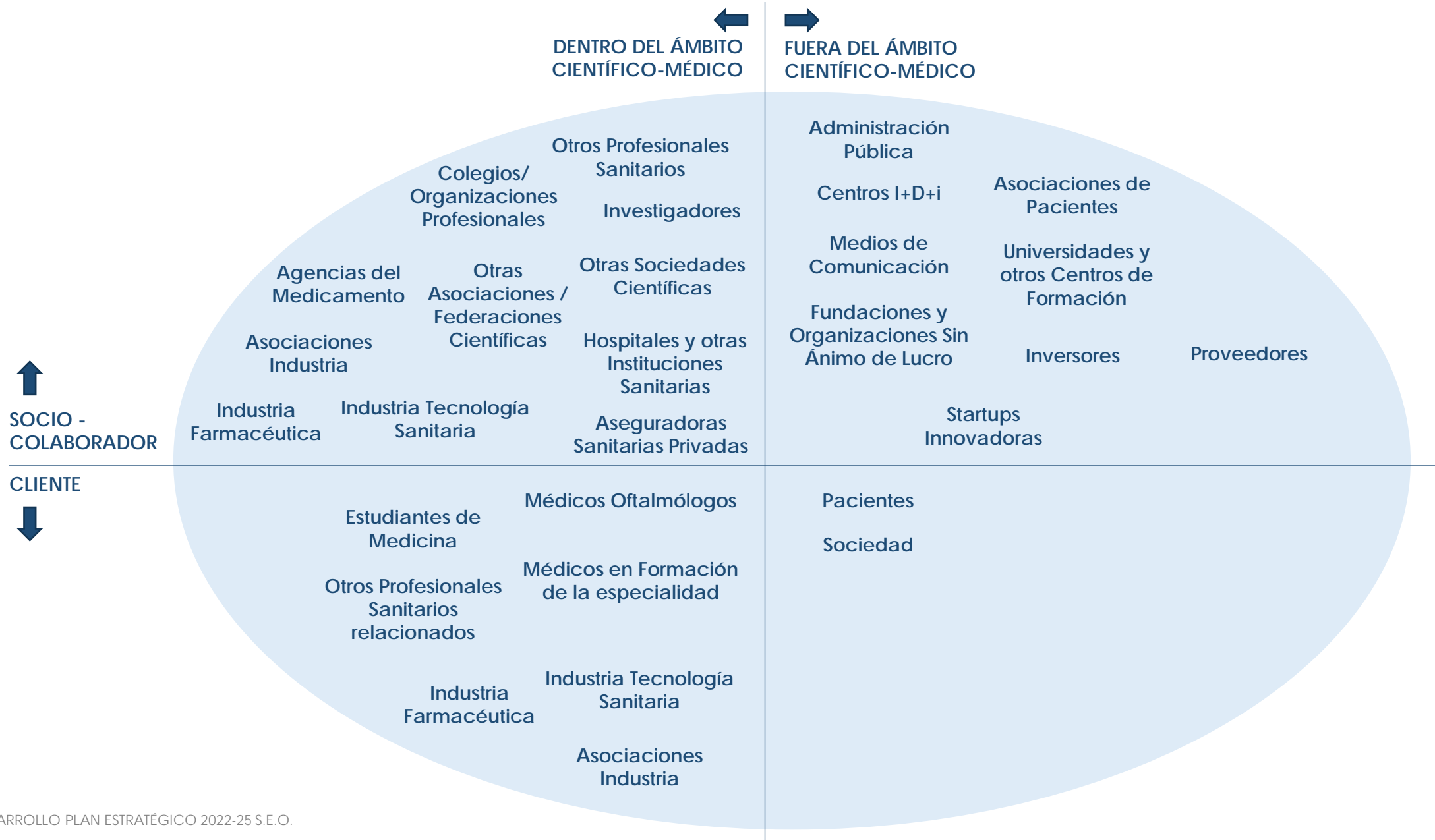
Visibilidad / Notoriedad

Conocimiento científico / práctico

Aval médico

Networking con profesionales

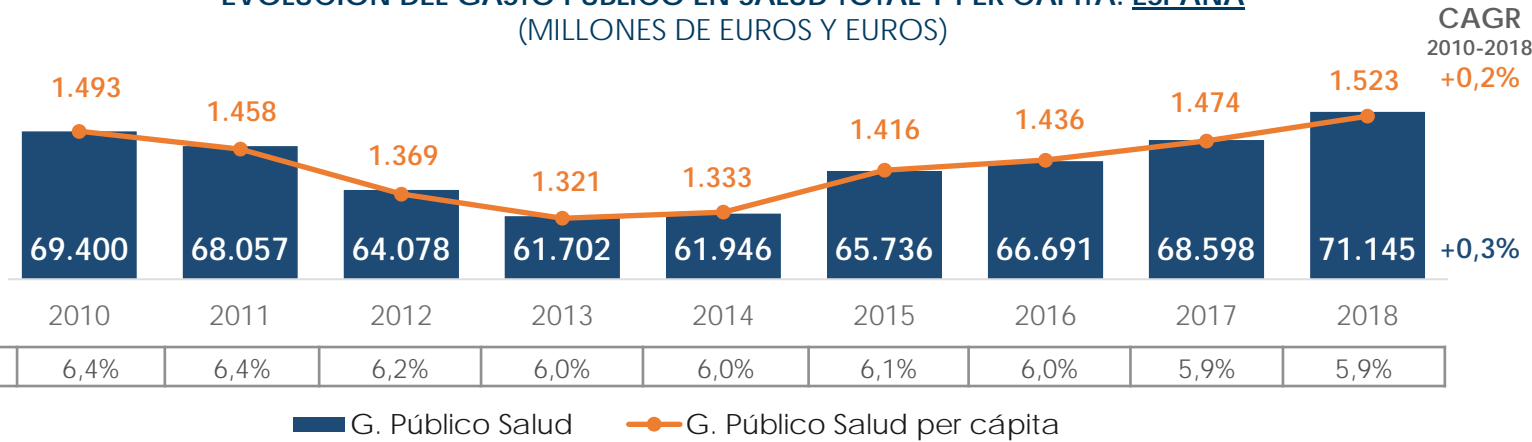
2. ANÁLISIS DEL PRODUCTO-MERCADO-CLIENTE | ECOSISTEMA STAKEHOLDERS



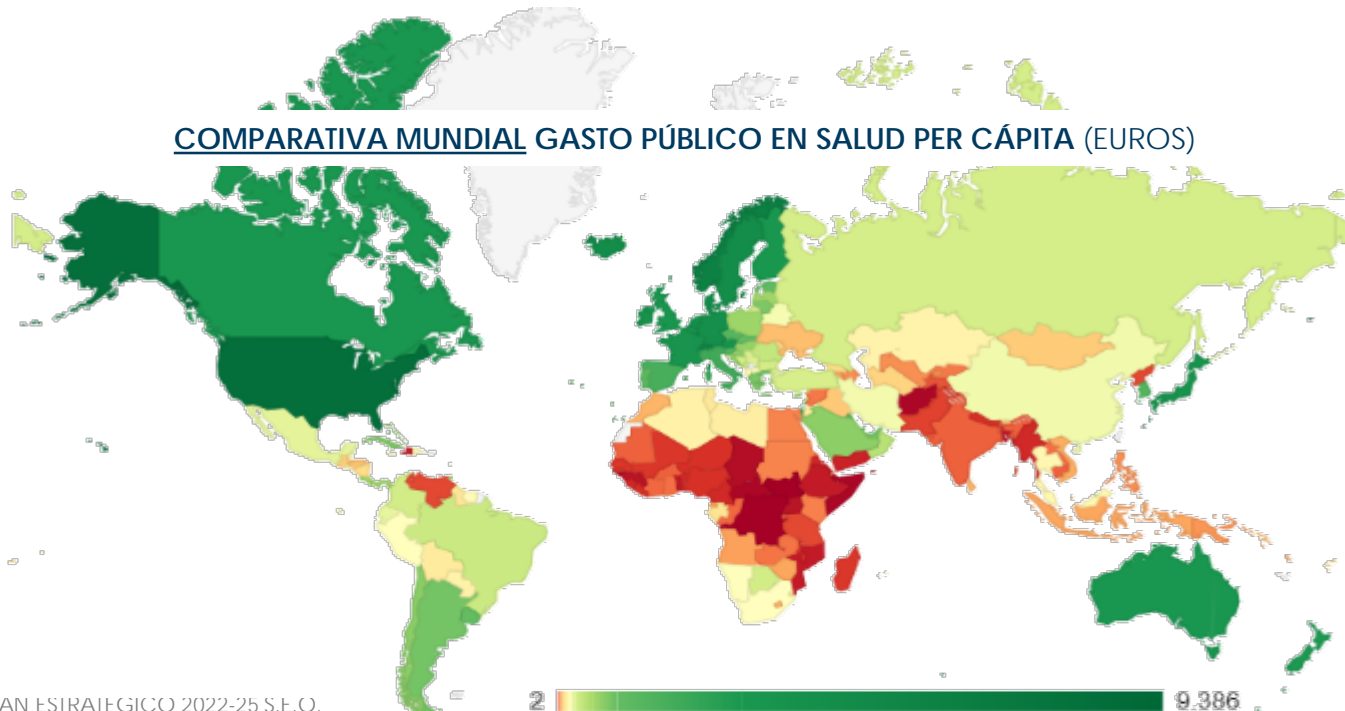
ANÁLISIS EXTERNO



EVOLUCIÓN DEL GASTO PÚBLICO EN SALUD TOTAL Y PER CÁPITA. ESPAÑA
(MILLONES DE EUROS Y EUROS)



COMPARATIVA MUNDIAL GASTO PÚBLICO EN SALUD PER CÁPITA (EUROS)



EN ESPAÑA, CRECE EL GASTO PÚBLICO EN SALUD EN LOS ÚLTIMOS 5 AÑOS (+3% ANUAL) AUNQUE MANTIENE SU PUESTO EN EL RANKING MUNDIAL EN PORCENTAJE SOBRE EL PIB Y GASTO PER CÁPITA.

LA PREVISIÓN A CORTO PLAZO ES DE MAYOR AUMENTO COMO RESPUESTA A LA PANDEMIA.

Del total del gasto en salud a nivel nacional, el 70% se financia con recursos públicos.

A pesar de la evolución positiva del gasto público en salud, España sigue manteniéndose en la posición 10 del ranking mundial en cuanto a importe invertido, el 26 en cuanto a % PIB y el 25 en gasto per cápita.

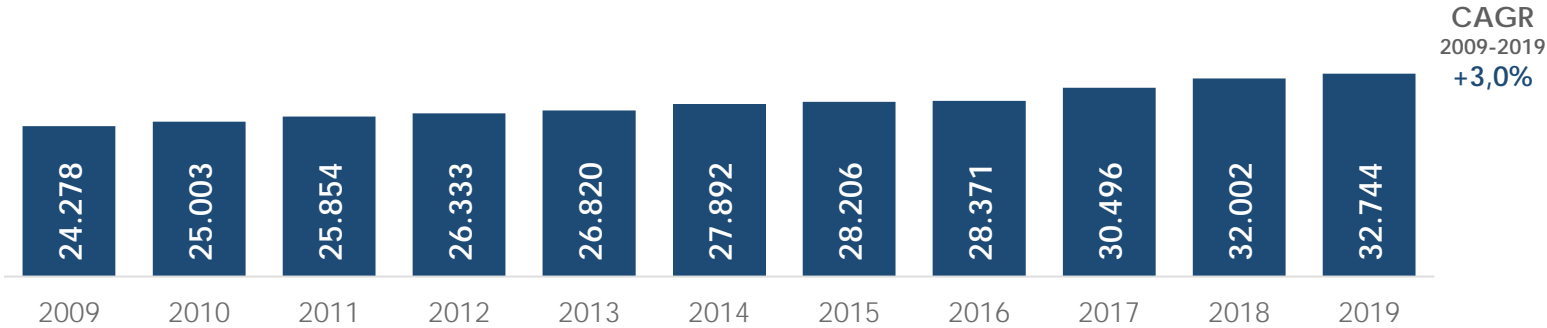
Según clasificación sectorial, las Comunidades Autónomas fueron responsables del 93% del gasto público.

Según el Plan Presupuestario de 2021 remitido por el gobierno a Bruselas, el gasto sanitario de 2020 se situará en unos 84.000 millones de euros (7,6% del PIB) y superará los 84.500 millones de euros en 2021. Gran parte del incremento se debe a medidas adoptadas para dar respuesta al Covid-19.

Fuente: Estadística de gasto Sanitario Público Ministerio de Sanidad; datosmacro (Expansión); Plan Presupuestario 2021 Gobierno de España.

3. ANÁLISIS EXTERNO | ENTORNO GENERAL | GASTO PRIVADO EN SALUD

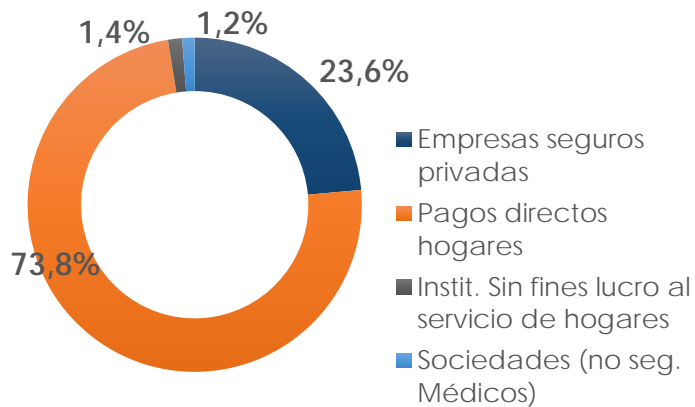
EVOLUCIÓN DEL GASTO PRIVADO EN SALUD. ESPAÑA
(MILLONES DE EUROS)



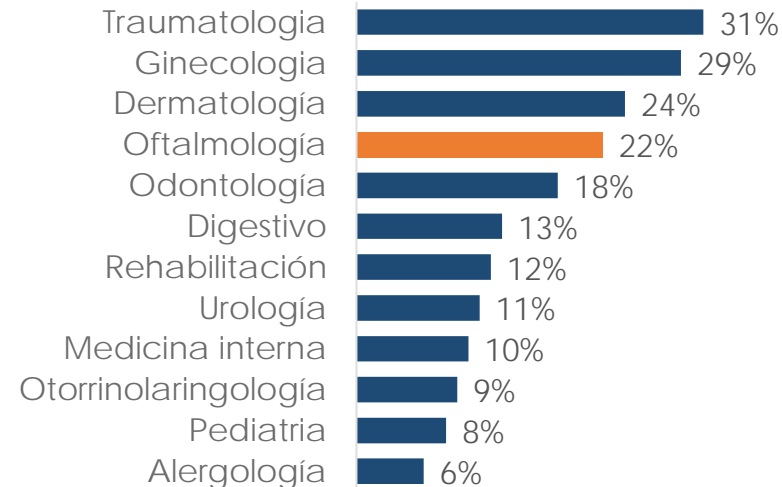
MISMA TENDENCIA MUESTRA EL GASTO PRIVADO EN SALUD, QUE CRECE AL 3% ANUAL DESDE 2009. DENTRO DE ÉSTE, CASI UNA CUARTA PARTE PROVIENE DE ASEGURADORAS SANITARIAS PRIVADAS.

LA OFTALMOLOGÍA SE SITÚA ENTRE LAS ESPECIALIDADES MÁS DEMANDADAS.

DISTRIBUCIÓN DEL GASTO EN SALUD PRIVADO SEGÚN AGENTE DE FINANCIACIÓN. 2018



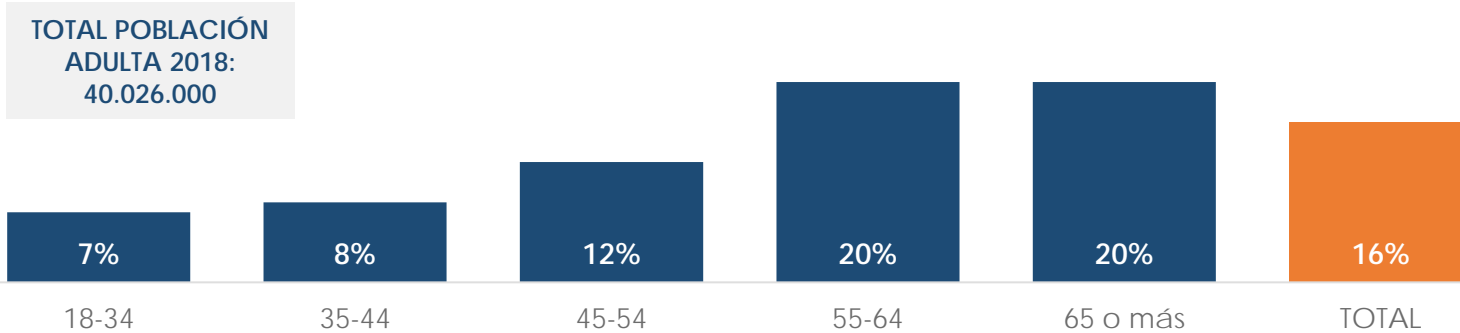
ÁREAS TERAPÉUTICAS MÁS DEMANDADAS EN SANIDAD PRIVADA. AÑO 2020



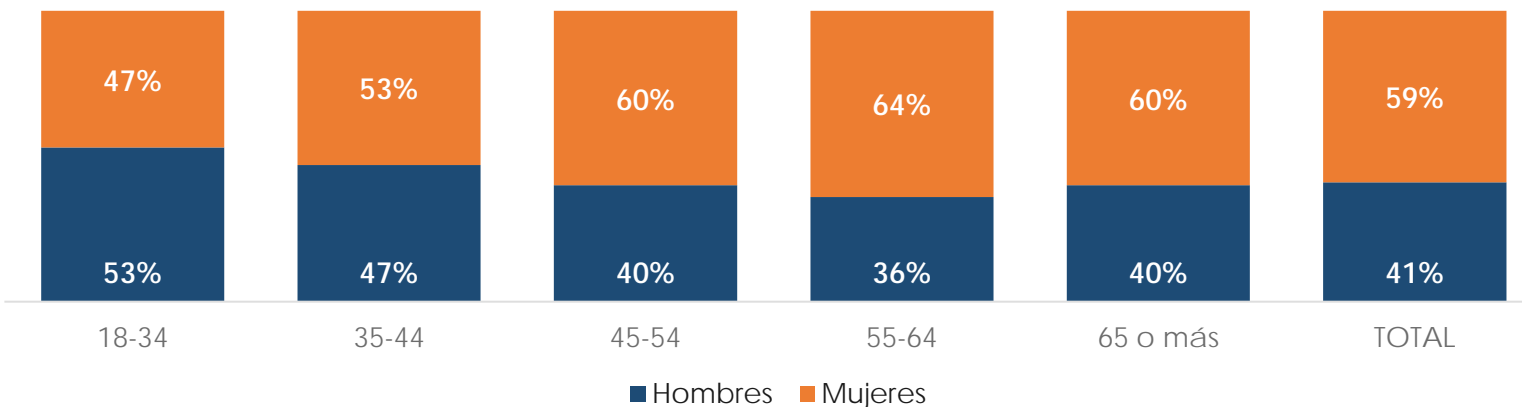
El **gasto sanitario privado** representa el 30% del Gasto en Salud y el **2,7% del PIB** nacional.

La **oftalmología** es **demandada por el 22%** de los clientes de sanidad privada, según datos del barómetro de este último año.

PREVALENCIA DE LAS ENFERMEDADES OFTALMOLÓGICAS POR GRUPOS DE EDAD.
AÑO 2018; ESPAÑA (% POBLACIÓN DIAGNOSTICADA SOBRE EL TOTAL DE POBLACIÓN ADULTA)



PREVALENCIA POR GÉNERO. ESPAÑA
 (% SOBRE EL TOTAL DE ADULTOS DIAGNOSTICADOS CON LA ENFERMEDAD)



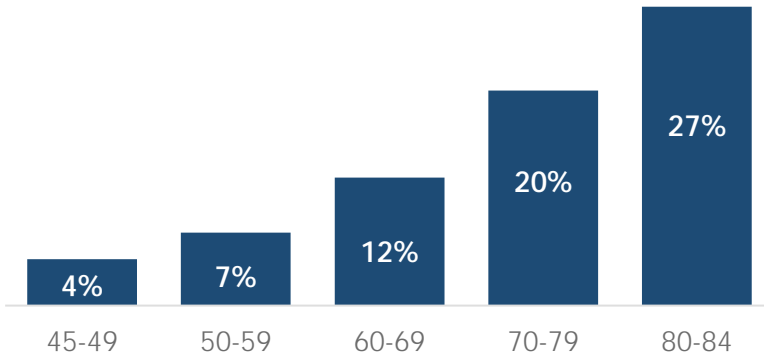
ELEVADA PREVALENCIA DE LAS ENFERMEDADES OFTALMOLÓGICAS QUE AUMENTA EN GRUPOS DE EDAD MÁS AVANZADA Y EN MUJERES.
EN 2018, EL 16% DE LA POBLACIÓN ADULTA EN ESPAÑA FUE DIAGNOSTICADA.

El total de personas diagnosticadas con enfermedades oftalmológicas en España durante 2018 fue de **6,4 millones de personas**.

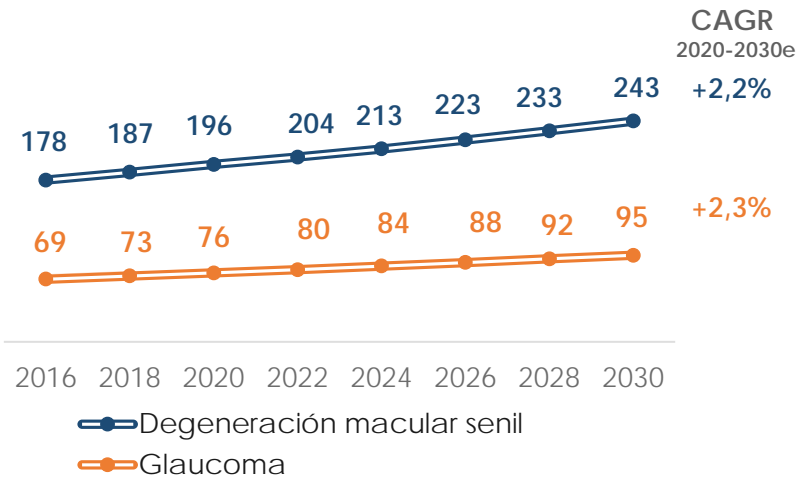
Salvo en la franja de 18-34 años, en el resto de rangos de edad la prevalencia es mayor en las mujeres.

Fuente: Statista, en base a la Encuesta Nacional de Salud y Bienestar (National Health & Wellness Survey)

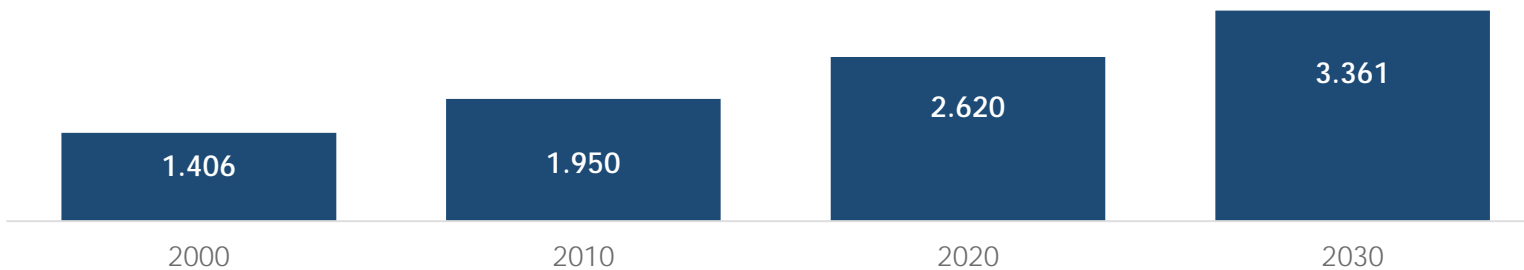
ESTIMACIONES DE PREVALENCIA ESPECÍFICA POR GRUPO DE EDAD PARA CUALQUIER DEGENERACIÓN MACULAR SENIL. MUNDO



NÚMERO PREVISTO DE PERSONAS CON GLAUCOMA Y DEGENERACIÓN MACULAR SENIL EN TODO EL MUNDO (MILLONES DE PERSONAS)



NÚMERO PREVISTO DE PERSONAS CON MIOPIA PARA CADA DÉCADA. MUNDO (MILLONES DE PERSONAS)



EL ENVEJECIMIENTO DE LA POBLACIÓN Y EL CAMBIO EN EL ESTILO DE VIDA HACE PREVER QUE A FUTURO AUMENTARÁ EL NÚMERO DE PERSONAS CON DETERMINADAS ENFERMEDADES OCULARES.

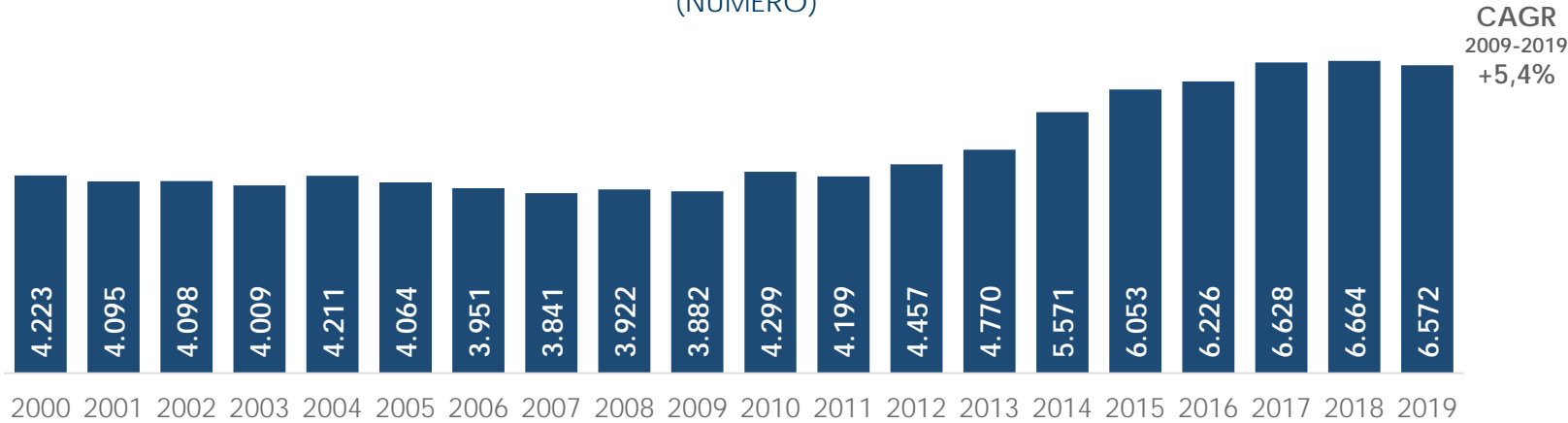
La distribución de las enfermedades oculares varía según los grupos de edad. Mientras que algunas enfermedades oculares, como la miopía, la retinopatía de la prematuridad y la ambliopía ocurren en la infancia, el riesgo de otras, como las cataratas, la presbicia, el glaucoma y la degeneración macular senil, aumenta con la edad.

La reducción del tiempo que se pasa al aire libre, el aumento de las tareas en que se utiliza la visión de cerca y las mayores tasas de urbanización, entre otros factores, pueden contribuir a un **aumento sustancial del número de personas con miopía en todo el mundo.**

Los cambios en el estilo de vida **también** han conducido a un **aumento** del número de **personas con diabetes** en todos los países durante los últimos 30 años.

3. ANÁLISIS EXTERNO | ENTORNO ESPECÍFICO | MERCADO OBJETIVO

EVOLUCIÓN DEL NÚMERO DE ESTUDIANTES DE MEDICINA EGRESADOS EN ESPAÑA
(NÚMERO)



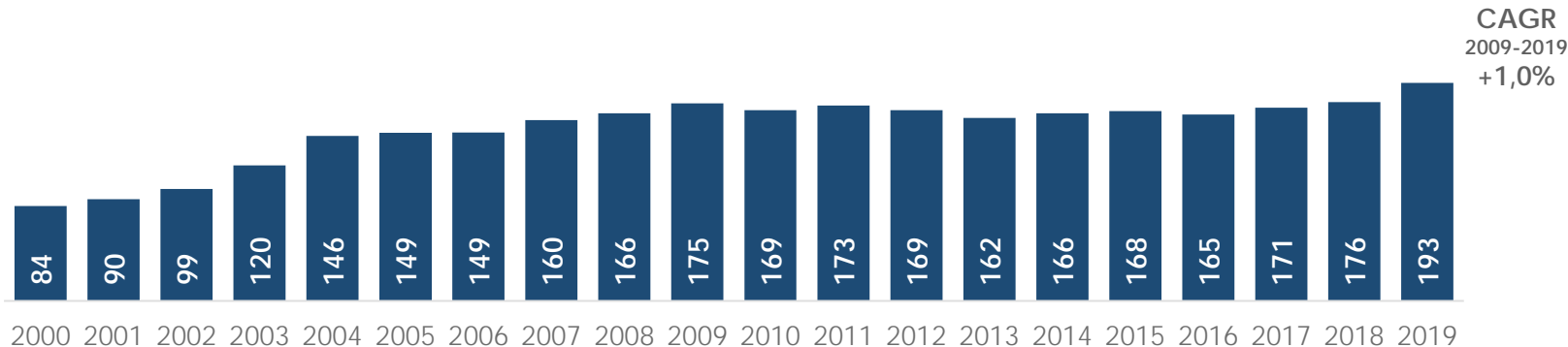
AUMENTA EL NÚMERO DE GRADUADOS DE MEDICINA EN ESPAÑA, AUNQUE EN LOS ÚLTIMOS AÑOS SE ESTABILIZA EN TORNO A LOS 6.600 ANUALES.

EN CUANTO A LAS PLAZAS MIR CONVOCADAS DE LA ESPECIALIDAD, EN LOS ÚLTIMOS 10 AÑOS SE HA MANTENIDO PRÁCTICAMENTE CONSTANTE EN ≈170/AÑO, CON UN LIGERO AUMENTO EN 2019.

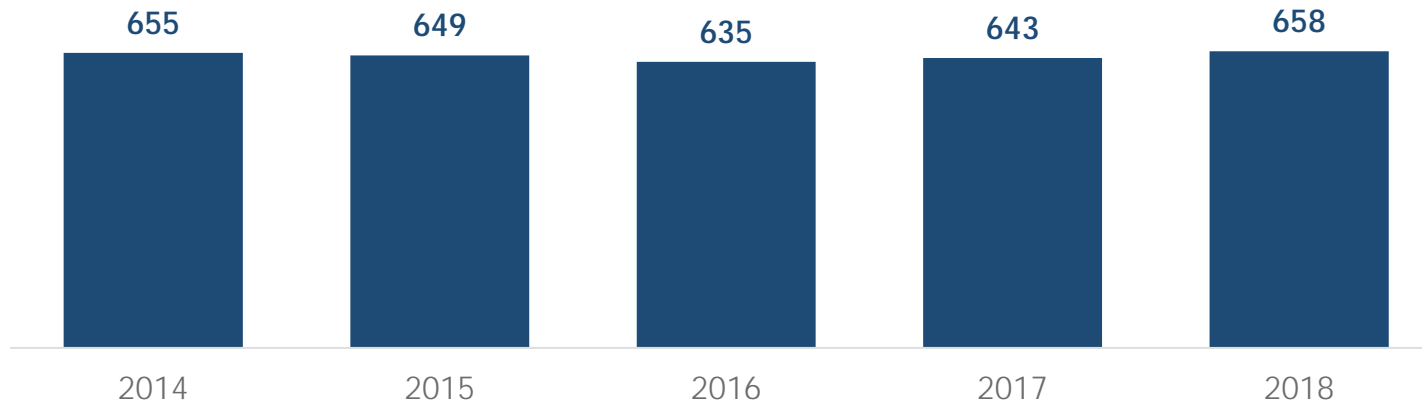
En el curso 2018-2019 se graduaron en medicina 6.572 profesionales de los que 4.307 fueron mujeres, manteniéndose la proporción de 2 mujeres por cada hombre.

En 2019 el número de plazas MIR aumentó cerca de un 8%, superando las 190.

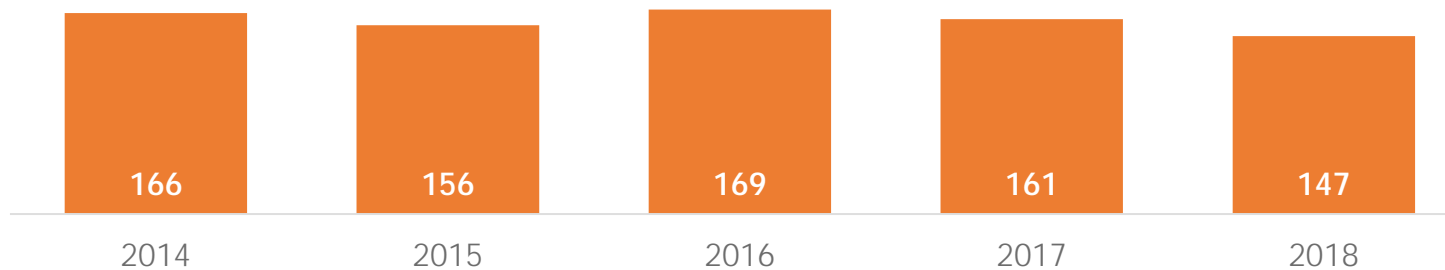
EVOLUCIÓN DE PLAZAS CONVOCADAS MIR ESPECIALIDAD OFTALMOLOGÍA. ESPAÑA
(NÚMERO)



ESPECIALISTAS EN FORMACIÓN EN OFTALMOLOGÍA 2014-2018. ESPAÑA
(NÚMERO)



NUEVOS ESPECIALISTAS EN OFTALMOLOGÍA 2014-2018. ESPAÑA
(NÚMERO)



EN ESPAÑA, CADA AÑO SE INCORPORAN AL MERCADO ENTRE 150 Y 160 NUEVOS OFTALMÓLOGOS Y MÁS DE 600 ESTÁN EN FORMACIÓN.

A PESAR DE ELLO, SE CONSIDERA UNA ESPECIALIDAD DEFICITARIA, TANTO EN ESPAÑA COMO A NIVEL MUNDIAL PARA CUBRIR LA CRECIENTE DEMANDA.

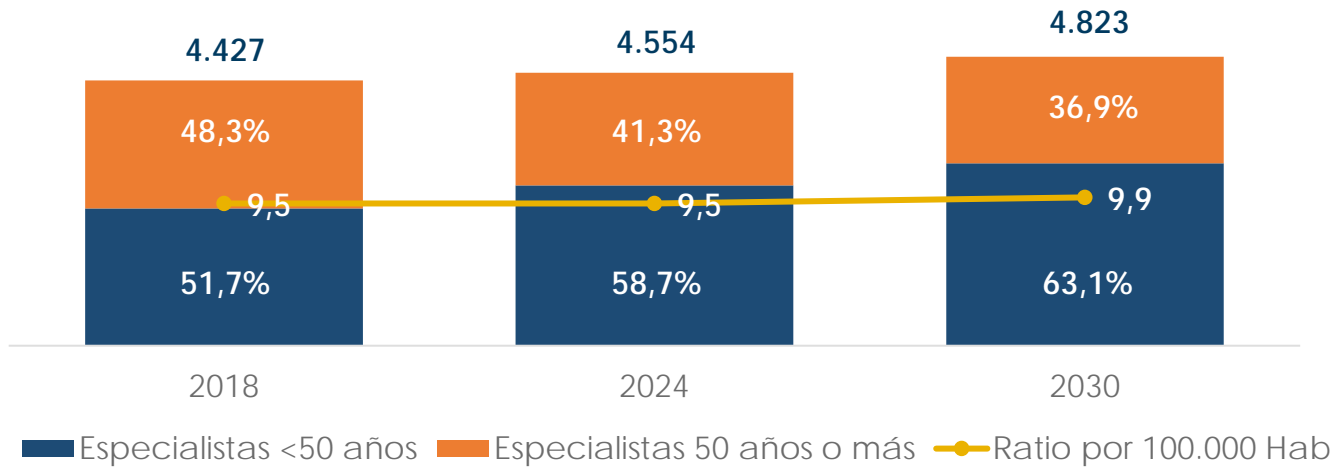
El número de especialistas en formación y nuevos ha experimentado pocos cambios en los últimos años.

A pesar de ello, Oftalmología es **una de las especialidades considerada como deficitaria**, según el estudio de Oferta y Necesidad de especialistas médicos en España (2010-2025) elaborado por el Ministerio de Sanidad.

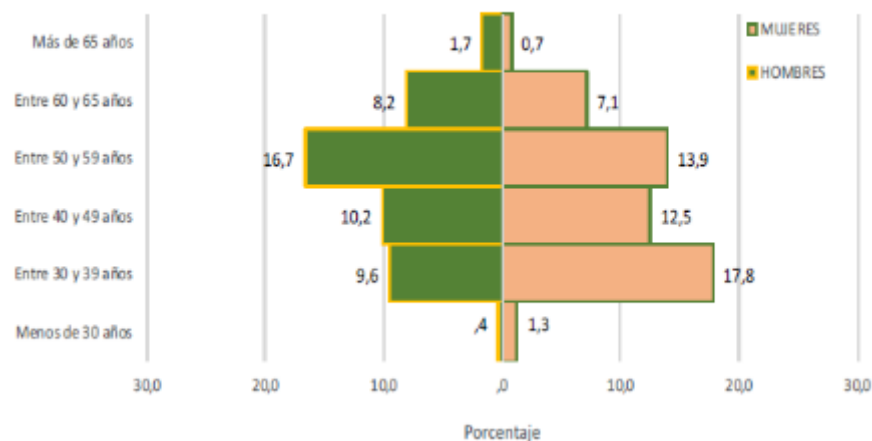
Así mismo, en dicho estudio se indica que se trata de una especialidad **que a futuro podría ver reducidos sus efectivos por tener una pirámide de médicos envejecida**.

En este sentido, según un estudio del Consejo Internacional de Oftalmología, **existe escasez de oftalmólogos a nivel mundial para cubrir la creciente demanda mundial**. En España el número de profesionales es muy inferior al de la UE.

TENDENCIAS PRINCIPALES PARÁMETROS OFTALMOLOGÍA. ESPAÑA



Oftalmología. Empleo Público SNS 2018



NO OBSTANTE, SE PREVÉ UN CRECIMIENTO DEL NÚMERO DE OFTALMÓLOGOS EN LOS PRÓXIMOS AÑOS, REJUVENECIÉNDOSE SU PERFIL(*).

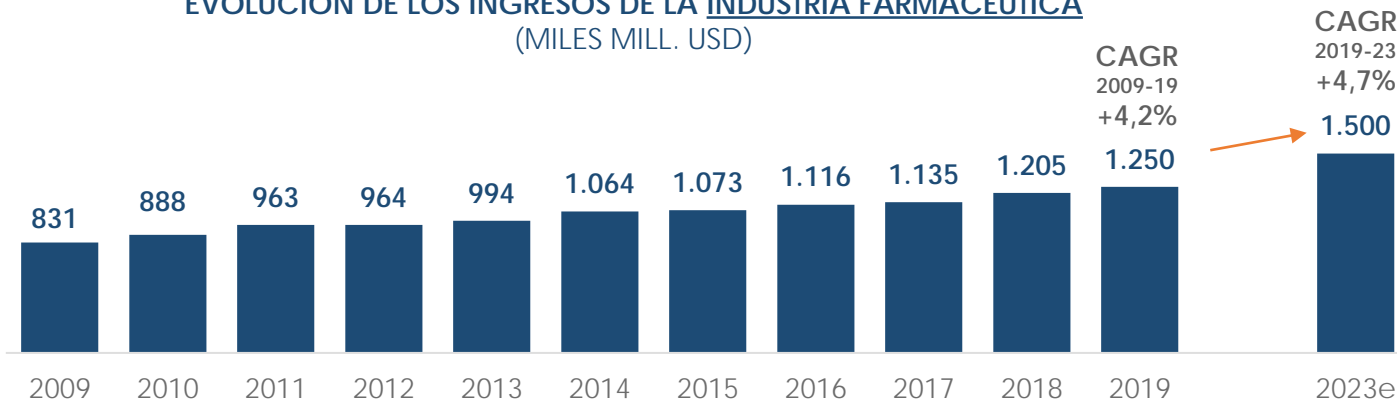
Según el estudio de Oferta y Demanda de médicos especialistas elaborado por la Universidad de Las Palmas, en el SNS existen a 2018 un total de 3.099 médicos oftalmólogos trabajando en el sector público.

De éstos, el 48% tienen 50 años o más y el ratio por 100.000 habitantes es de 6,98.

(*) En base al modelo de planificación de especialistas médicos del estudio de oferta y demanda de médicos especialistas elaborado por la Univ. de Las Palmas,

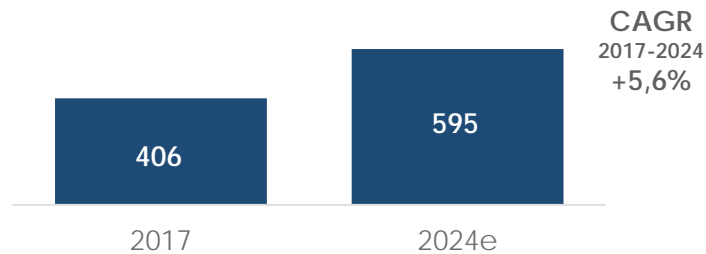
3. ANÁLISIS EXTERNO | ENTORNO ESPECÍFICO | INDUSTRIA MUNDO

EVOLUCIÓN DE LOS INGRESOS DE LA INDUSTRIA FARMACÉUTICA
(MILES MILL. USD)

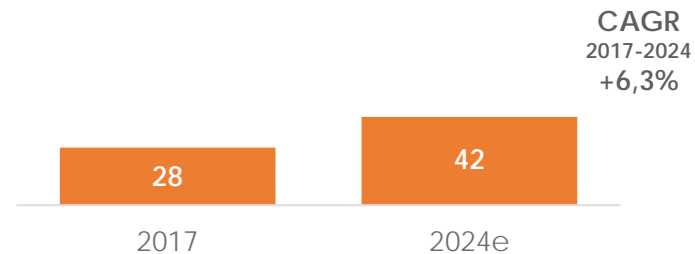


TANTO LA INDUSTRIA FARMACÉUTICA COMO LA DE TECNOLOGÍA MÉDICA PRESENTAN CRECIMIENTOS ANUALES CONSTANTES (4-5%) QUE SE PREVEÉ CONTINÚEN EN LOS PRÓXIMOS AÑOS. SE TRATA DE MERCADOS FORMADOS POR MULTITUD DE EMPRESAS PERO CADA VEZ MÁS CONCENTRADOS EN GRANDES PLAYERS.

EVOLUCIÓN INGRESOS DE LA TECNOLOGÍA MÉDICA
(MILES MILL. USD)



EVOLUCIÓN INGRESOS DE LA TECNOLOGÍA MÉDICA EN OFTALMOLOGÍA* (MILES MILL. USD)



A pesar de estar constituido por cientos de empresas, el **sector farmacéutico** está **muy concentrado** en manos de **grandes multinacionales**, la mayor parte de EEUU, UE y Suiza (Pfizer, Roche, Sanofi...): **10 compañías** acaparan en torno al 40% del mercado y 15 el 51%.

Esta **concentración** se ve favorecida por la **estrategia de crecimiento inorgánico** que están siguiendo muchas de ellas, con el propósito de mejorar su posición. Sólo en **2019**, las **fusiones y adquisiciones** en el sector rondaron los **357 MM\$ (331 MME)**.

Lo mismo ocurre en la **industria de la Tecnología Médica**, con una previsión de crecimiento algo superior a la industria farmacéutica, pero con un panorama competitivo similar.

En el segmento de la **oftalmología**, que **previsiblemente crecerá a una tasa del 6% anual**, los grandes líderes se mantienen: **Essilor, Novartis y J&J se repartirán +60% del mercado en 2024e**.

TOP20
Empresas

53%
Cuota Mercado



55%
Cuota Mercado

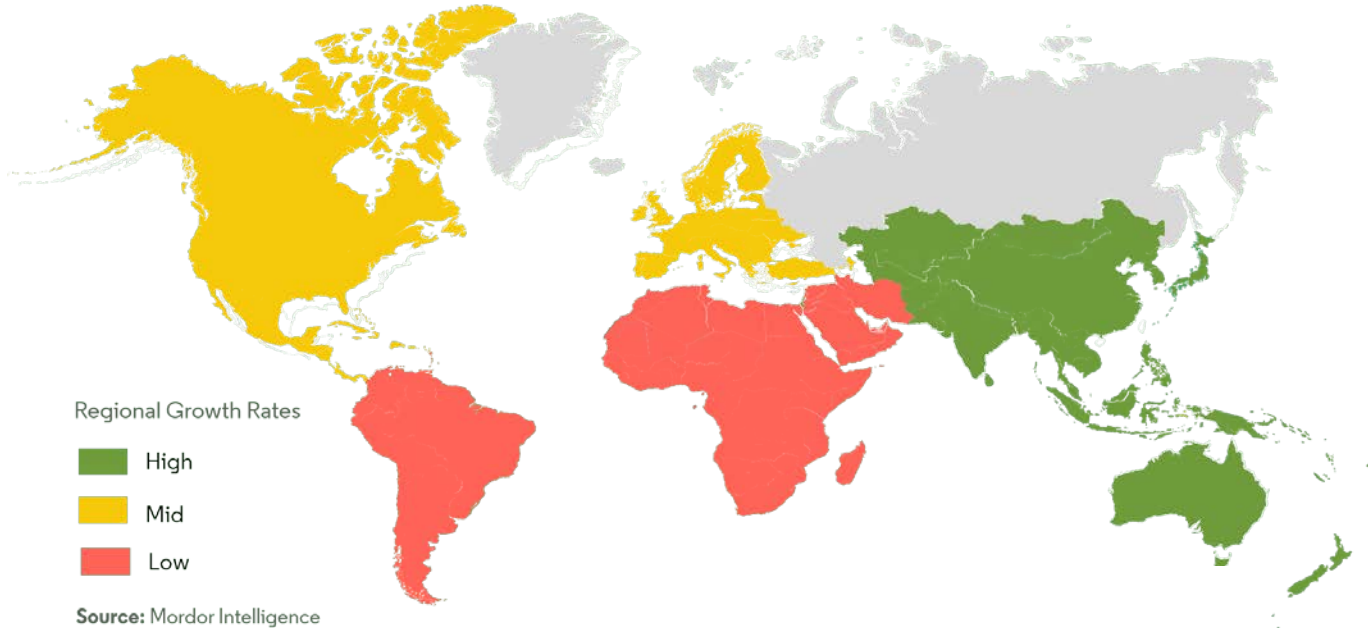
39

MM\$ Inversión en I+D
CAGR 2017-24: 4,5%

TOP5
Empresas
2024e



CRECIMIENTO POR REGIÓN DEL MERCADO GLOBAL DE DISPOSITIVOS Y MEDICAMENTOS OFTALMOLÓGICOS



KEY DRIVERS DE CRECIMIENTO HISTÓRICO

- Envejecimiento poblacional.
- Aumento del número de usuarios de lentes de contacto que padecen ojo seco.
- Aumento de la financiación de las organizaciones de investigación públicas y privadas.
- Aumento del gasto sanitario.
- Aumento de las alergias.

KEY DRIVERS DE CRECIMIENTO FUTURO

- Aumento de cirugías con láser.
- Digitalización del lugar de trabajo.
- Aumento de la prevalencia de trastornos oculares (presbicia, degeneración macular, diabetes).
- Aumento población geriátrica.
- Efectos secundarios de otros medicamentos.
- Trastornos oculares relacionados con el COVID-19.
- Creciente oferta para la enfermedad del ojo seco.
- Avances tecnológicos en el campo de la oftalmología.

POR LO QUE RESPECTA AL SEGMENTO OFTALMOLÓGICO, ESTÁ CRECIENDO COMO CONSECUENCIA DEL ENVEJECIMIENTO DE LA POBLACIÓN Y OTROS FACTORES QUE AUMENTAN EL NÚMERO DE PERSONAS CON PROBLEMAS EN LA VISIÓN.

El tamaño del **mercado global de medicamentos oftálmicos** se sitúa en **37 Bill\$** en 2020 y se espera **aumente a un ritmo del 6,3%** hasta 2028, **alcanzando los 60 Bill\$**.

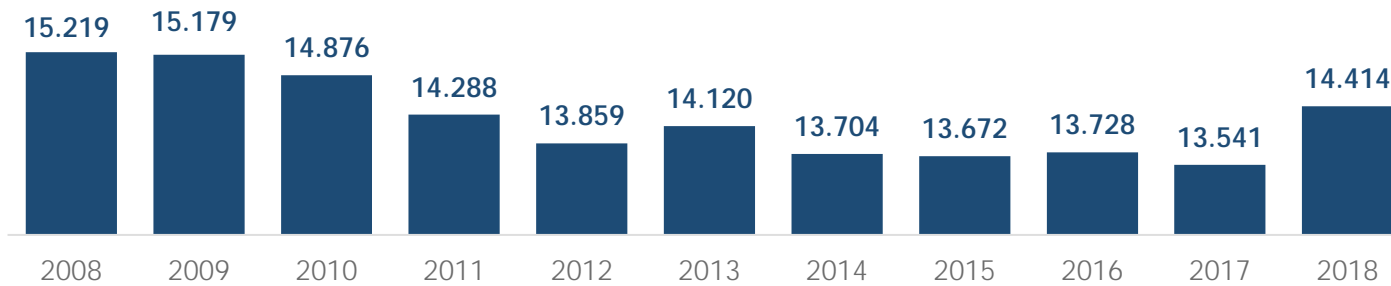
Los grandes players son: Johnson & Johnson, Carl-Zeiss, Ellex Medical Lasers, Essilor International, Hoya Corporation, Insight Vision, Nidek, Novagali Pharma, Topcon Corporation, Ziemer Ophthalmic Systems, entre otros.

El mercado está **dominado por trastornos de la retina** (33,5% del mercado en 2020) y también se espera que sea el segmento de más rápido crecimiento. **El glaucoma es el segundo segmento más grande, debido a la alta prevalencia y al desconocimiento de la población.**

Además, se prevé que el aumento de casos de trastornos oculares relacionados con COVID-19 impulse el crecimiento del mercado. Según datos publicados en el Indian Journal of Ophthalmology, en China el 32% de los pacientes COVID-19 tenían afectación ocular y el 92% dieron positivo por conjuntivitis relacionada.

3. ANÁLISIS EXTERNO | ENTORNO ESPECÍFICO | INDUSTRIA ESPAÑA

EVOLUCIÓN DE LOS INGRESOS DE LA INDUSTRIA FARMACÉUTICA
(MILL. EUROS)

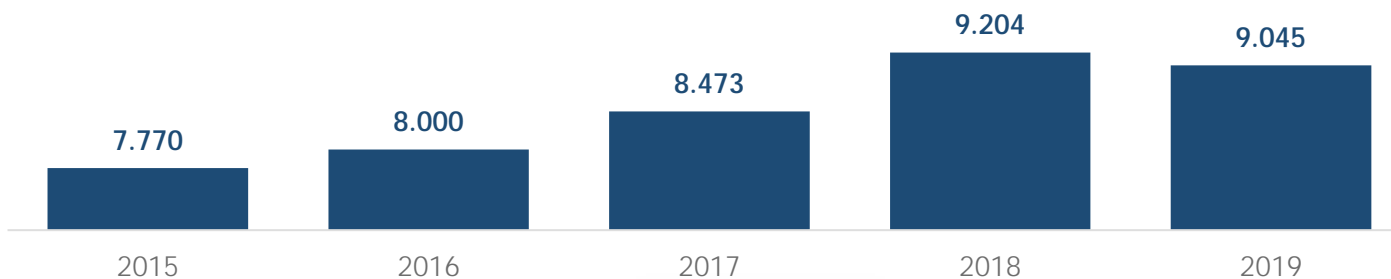


CAGR
2008-2018
-0,5%

320
Fabricantes de productos farmacéuticos
(CAGR 2008-18: -1,4%)

1.212
Mill Euros en Inv. I+D (2019)

EVOLUCIÓN INGRESOS DE LA TECNOLOGÍA MÉDICA*
(MILL. USD)



CAGR
2015-2019
3,9%

≈1.200
Empresas activas

LA INDUSTRIA EN ESPAÑA REPRESENTA ENTRE EL 1% Y EL 2% MUNDIAL CON CRECIMIENTOS ALGO INFERIORES A LOS REGISTRADOS A NIVEL GLOBAL, PERO CON UNA SITUACIÓN COMPETITIVA MUY SIMILAR.

Al tratarse de un mercado multinacional, aunque en ambas industrias el número de empresas existentes es elevado (+300 en la farmacéutica y +1.000 en tecnología médica), **las grandes compañías concentran gran parte de la cuota.**

Respecto a la tendencia de crecimiento de los **sectores de Tecnología Sanitaria**, según Fenin, **Oftalmología creció un 2% en 2019 vs. 2018**, en línea con la mayoría de sectores.

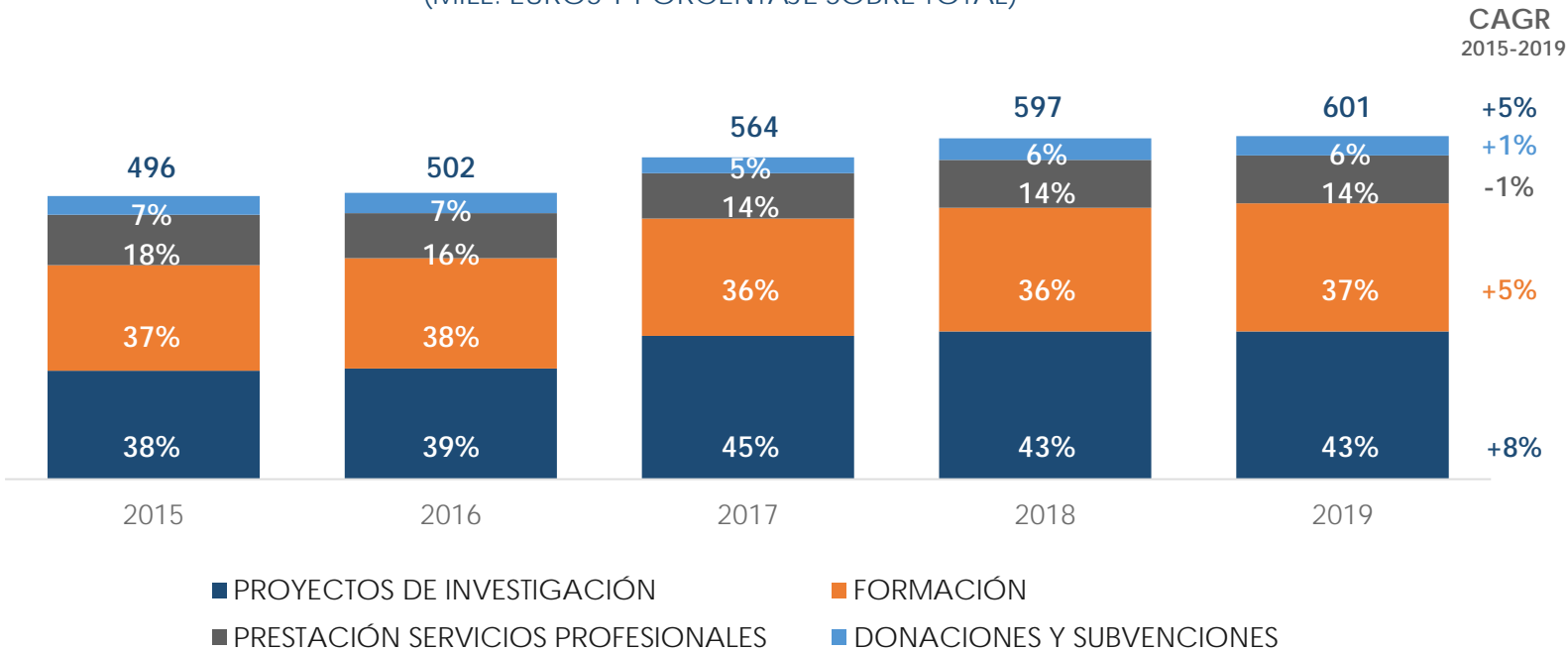
En Fenin este sector está formado por 5 empresas muy innovadoras que representan el 75% de la facturación y que en 2019 facturaron 151 millones de euros.

* Incluye todas aquellas tecnologías empleadas para diagnosticar, monitorizar o tratar las enfermedades y patologías que afectan a los seres humanos.

Fuente: Statista; Fenin

3. ANÁLISIS EXTERNO | ENTORNO ESPECÍFICO | INDUSTRIA ESPAÑA

EVOLUCIÓN DE LA COLABORACIÓN DE LA INDUSTRIA FARMACÉUTICA CON LOS AGENTES DEL SECTOR
(MILL. EUROS Y PORCENTAJE SOBRE TOTAL)



LA INDUSTRIA FARMACÉUTICA CONTRIBUYE EN GRAN MEDIDA Y CON TENDENCIA CRECIENTE A LA FORMACIÓN CIENTÍFICA Y LA INVESTIGACIÓN, COLABORANDO CON APORTACIONES DE VALOR TANTO A PROFESIONALES COMO A ORGANIZACIONES SANITARIAS.

Desde hace 5 años, los laboratorios adheridos al Código de Buenas Prácticas de Farmaindustria, publican anualmente, las colaboraciones en investigación y en formación médica que han desarrollado con profesionales y con organizaciones sanitarias.

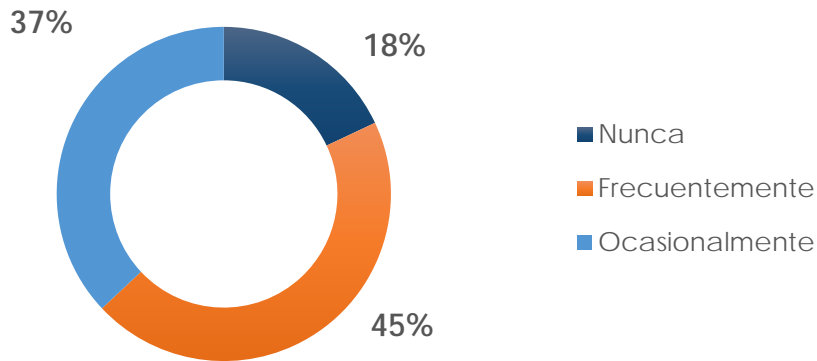
En 2019 contribuyó con 601 millones de euros, de los cuales:

- 115 Mill€ fueron destinados a ayudas a profesionales sanitarios para que pudieran acudir a reuniones y congresos científicos-profesionales; y 109 a apoyar a las organizaciones sanitarias responsables de su celebración.
- 259 millones de euros a desarrollar proyectos de investigación en el ámbito biomédico.
- 84 millones a la prestación de servicios profesionales de asesoramiento y consultoría: ponencias, actividades de formación, elaboración de informes,...
- 34 millones a donaciones y subvenciones a organizaciones sanitarias.

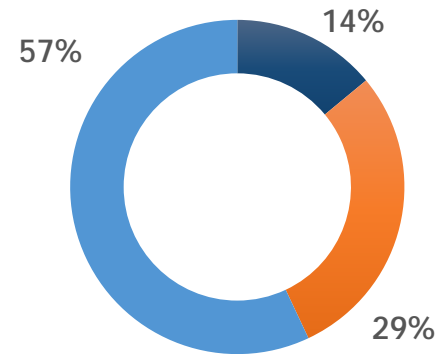
% Crec. TOTAL	1,1%	12,5%	5,9%	0,7%
% Crec. DONACIONES	7,6%	-21,1%	33,9%	-9,3%
% Crec. SERV. PROF.	-10,2%	0,6%	5,7%	0,0%
% Crec. FORMACIÓN (A PROFESIONALES)	-5,9%	2,7%	2,6%	-2,5%
% Crec. FORMACIÓN (A ORG. SANITARIAS)	22,7%	11,7%	8,8%	10,7%
% Crec. PROJ. INVEST.	2,1%	29,4%	3,2%	0,0%

INTENSIDAD DE LA ACTIVIDAD FORMATIVA EN EL SISTEMA SANITARIO*

EMPRESAS DE TECNOLOGÍA MÉDICA



SOCIEDADES CIENTÍFICAS

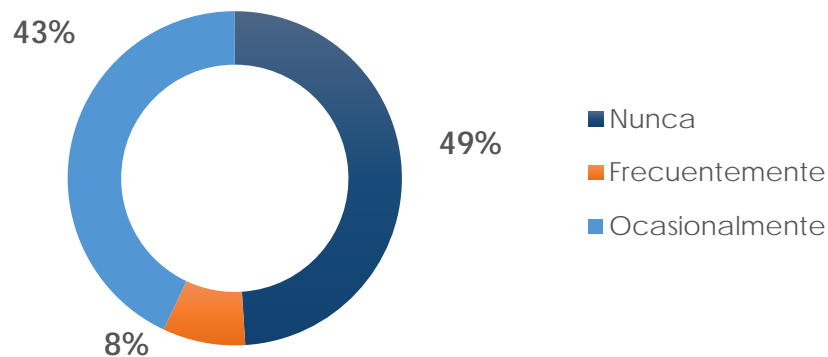


ASÍ MISMO, LA INDUSTRIA DE TECNOLOGÍA MÉDICA JUEGA TAMBIÉN UN ROL IMPORTANTE EN LA FORMACIÓN DE PROFESIONALES SANITARIOS A TRAVÉS DE CURSOS, SEMINARIOS Y MEDIANTE LA PUESTA A DISPOSICIÓN DE LOS PROFESIONALES MÉDICOS DE EQUIPOS Y CENTROS DE FORMACIÓN POR SIMULACIÓN.

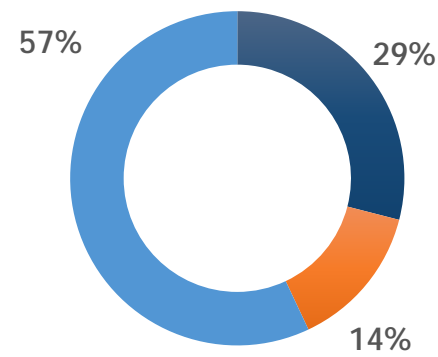
La industria de Tecnología Sanitaria colabora con los profesionales sanitarios: sociedades científicas, asociaciones profesionales, colegios profesionales, mediante actividades formativas y de divulgación y foros de diálogo y colaboración, reuniones institucionales, etc.

COLABORACIÓN EN LA ELABORACIÓN DE PROTOCOLOS O GUÍAS DE PRÁCTICA CLÍNICA*

EMPRESAS DE TECNOLOGÍA MÉDICA



SOCIEDADES CIENTÍFICAS



3. ANÁLISIS EXTERNO | ENTORNO ESPECÍFICO | SSCC DE PROFESIONALES SANITARIOS

73

Especialidades sanitarias con Sociedades Científicas en España

187

Sociedades Científicas en España

11

Sociedades oftalmológicas españolas

+180

Sociedades oftalmológicas en el mundo*

SOCIEDADES OFTALMOLOGÍA EN ESPAÑA



A NIVEL AGREGADO



*Considerando los miembros del International Council of Ophthalmology (ICO)

Fuente: Ministerio de Sanidad; infomed

3. ANÁLISIS EXTERNO | CONCLUSIONES

GASTO EN SALUD

- El **gasto en salud en España** muestra una **tendencia creciente en los últimos 5 años**, A un ritmo del **3% anual** constante, tanto en el **segmento público como en el privado**.
- Del total del gasto en salud nacional, el **70%** se financia con **recursos públicos**. A pesar de la evolución positiva del gasto público en salud, **España** sigue manteniéndose en la **posición 10 del ranking mundial** en cuanto a **importe invertido**, el **26 en porcentaje sobre el PIB (algo más del 6%)** y el **25 en gasto per cápita**.
- Según el **plan presupuestario de 2021** remitido por el gobierno a Bruselas, el gasto sanitario **superará los 84,5 mil millones de euros en 2021**. Gran parte del incremento se debe a medidas adoptadas **para dar respuesta al COVID-19**.
- Por su parte, el **gasto sanitario privado** representa el **2,7% del PIB nacional** y cerca de **una cuarta parte** del mismo proviene de empresas de **seguros privados**.
- Cabe destacar que la **oftalmología** es **una de las áreas terapéuticas más demandadas** en sanidad privada, según datos del barómetro de este último año, situándose en cuarto lugar por detrás de trauma, ginecología y dermatología.

PREVALENCIA ENFERMEDADES OFTALMOLÓGICAS

- Por lo que respecta a la prevalencia de las enfermedades oftalmológicas, **aumenta en grupos de edad más avanzada y en mujeres**.
- Concretamente, en 2018 al **16% de la población adulta** en España se le diagnosticó una enfermedad oftalmológica, de los que casi el **60%** fueron **mujeres**.
- Así mismo, **la distribución de las enfermedades oculares varía según los grupos de edad**. Mientras que algunas como la miopía, la retinopatía de la prematuridad y la ambliopía ocurren en la infancia, el riesgo de otras, como las cataratas, la presbicia, el glaucoma y la degeneración macular senil, se incrementa con la edad.
- El **envejecimiento** de la **población** y el **cambio** en el **estilo de vida** hace prever que **a futuro aumentará el número de personas con determinadas enfermedades oculares**.
 - La reducción del tiempo que se pasa al aire libre, el aumento de las tareas en que se utiliza la visión de cerca y las mayores tasas de urbanización, entre otros factores, pueden contribuir a un aumento sustancial del número de personas con **miopía** en todo el mundo.
 - Los cambios en el estilo de vida también han conducido a un aumento del número de personas con **diabetes** en todos los países durante los últimos 30 años.

3%

CAGR últimos 5 años del
Gasto Salud en España

70%

Corresponde a Gasto
Público en Salud

24%

Del Gasto Privado proviene
de Aseguradoras

16%

Población adulta
diagnosticada con
enfermedad oftalmológica

3. ANÁLISIS EXTERNO | CONCLUSIONES

PROFESIONALES MÉDICOS

- Tendencia creciente en el **número de graduados de medicina** en España, aunque en los últimos años se ha **estabilizado** en torno a los **6.600 anuales**.
- En cuanto a las **plazas MIR de oftalmología convocadas**, en los últimos 10 años se ha mantenido prácticamente constante (**≈170/año**), con un **ligero aumento en 2019** superando las 190.
- **Cada año** se incorporan al mercado **entre 150 y 160 nuevos especialistas en oftalmología** y **más de 600** están en formación.
- Según un estudio del Consejo Internacional de Oftalmología, existe **escasez de oftalmólogos a nivel mundial** para cubrir la creciente demanda y, **en España, el número de profesionales es muy inferior al de la UE**.
- De hecho, **la oftalmología es una de las especialidades considerada como deficitaria**, según el estudio de oferta y necesidad de especialistas médicos en España (2010-2025) elaborado por el Ministerio de Sanidad.
- Así mismo, en dicho estudio se indica que se trata de una especialidad que **a futuro verá reducidos sus efectivos por tener una pirámide de médicos envejecida**.
- En base al modelo de planificación de especialistas médicos del estudio de oferta y demanda de médicos especialistas elaborado por la universidad de las palmas, **se prevé un crecimiento del número de oftalmólogos en los próximos años, rejuveneciéndose su perfil**.
- Según el estudio mencionado, en **2018** existen un total de **4.427 oftalmólogos**, de los que **un 70% trabajan en el sector público** y **cerca de la mitad tienen 50 años o más**.
- Por otro lado, en España existen **73 especialidades sanitarias con sociedades científicas**, lo que supone un total de **187 sociedades científicas**, de las cuales **11 se corresponden con oftalmología (más de 180 a nivel mundial)**.

INDUSTRIA

- La **industria farmacéutica mundial crece un 4% anual**, generando unos ingresos superiores al billón de dólares y se espera que lo siga haciendo a un ritmo similar en los próximos años.
- A pesar de estar constituida por cientos de empresas, se trata de un **mercado muy concentrado en manos de grandes multinacionales**, la mayor parte de EEUU, UE y Suiza: 10 compañías acaparan en torno al 40% de la cuota y 15 el 51%.
- Esta concentración se ve **favorecida por la estrategia de crecimiento inorgánico** que están siguiendo muchas de ellas, con el propósito de mejorar su posición. Sólo en 2019, las fusiones y adquisiciones en el sector rondaron los 357 MM\$ (331 MM€).
- **Similar situación** presenta la **industria de la tecnología médica**, que se prevé aumente un 5,6% anual hasta alcanzar cerca de 600 MM\$ en 2024.

+4.400

Oftalmólogos en España

150-160

Nuevos especialistas
/año

+600

Especialistas en
formación

+180

SSCC de Oftalmología
a nivel mundial

1.250 MM\$

(CAGR 19-23: 4%)
Industria farmacéutica
mundial

450 MM\$

(CAGR 17-24: 5,6%)
Industria Tecnología
médica mundial

51%

en manos de 15
multinacionales

3. ANÁLISIS EXTERNO | CONCLUSIONES

INDUSTRIA (Cont.)

- El **crecimiento del mercado oftalmológico global** (dispositivos + medicamentos) es consecuencia principalmente del envejecimiento de la población y su impacto en la industria del cuidado ocular. Otros **factores que han contribuido** son el **aumento de**:
 - El **número de personas con problemas en la visión**.
 - De la **financiación de las organizaciones de investigación** públicas y privadas.
 - Del **gasto sanitario**.
 - De las **alergias**.
- Y **a futuro**, los key drivers de crecimiento serán:
 - El **aumento de cirugías con láser**.
 - La **digitalización del lugar de trabajo**.
 - El **aumento de la prevalencia de trastornos oculares** (presbicia, degeneración macular, diabetes).
 - El **aumento población geriátrica**.
 - Los **efectos secundarios de otros medicamentos**
 - Los **trastornos oculares relacionados con el covid-19**. Según datos publicados en el Indian Journal of Ophthalmology, en china el 32% de los pacientes covid-19 tenían afectación ocular y el 92% dieron positivo por conjuntivitis relacionada.
 - La **creciente oferta** para la enfermedad del **ojo seco**.
 - Los **avances tecnológicos** en el campo de la oftalmología.
- El tamaño del **mercado global de medicamentos oftálmicos** se sitúa en **37 bill\$ en 2020** y se espera aumente a un ritmo del **6,3% hasta 2028**, alcanzando los 60 bill\$.
- El mercado está **dominado por los trastornos de la retina** (+33% del mercado en 2020) y también se espera que sea el segmento de más rápido crecimiento. El **glaucoma** es el **segundo segmento** más grande, debido a la alta prevalencia y al desconocimiento de la población.
- Los **grandes players** son: Johnson & Johnson, Carl-zeiss, Ellex Medical Lasers, Essilor International, HOYA Corporation, Insight Vision, Nidek, Novagali Pharma, Topcon Corporation, Ziemer Ophthalmic Systems, entre otros.
- En cuanto a la evolución del mercado de la **tecnología médica en oftalmología**, se estima un **crecimiento del 6%** anual hasta 2024, pasando de los 30 MM\$ actuales a los 42. En este segmento, los grandes líderes se mantendrán: **Essilor, Novartis y Johnson & Johnson** se repartirán **más del 60%** del mercado en 2024.

37 Bill\$
(CAGR 20-28: 6,3%)
Mercado Global
Medicamentos oftálmicos

30 Bill\$
(CAGR 17-24: 6%)
Mercado Global Tecnología
médica oftalmológica

**Essilor,
Novartis y J&J**
+60% del Mercado

3. ANÁLISIS EXTERNO | CONCLUSIONES

INDUSTRIA (Cont.)

- En España, la **industria farmacéutica** representa el **1,2% del total mundial** superando los **14 MM€ en 2018** y la de **tecnología médica** el **2% (9 MM\$)**. En cuanto a la evolución, los crecimientos en ambos mercados han sido algo inferiores a los registrados a nivel global. En ambos casos el número de empresas existentes es elevado (+300 en la farmacéutica y +1.000 en tecnología médica), aunque las grandes multinacionales aglutinan gran parte del mercado.
- Por otro lado, **la industria farmacéutica contribuye en gran medida a la formación médica y la investigación**. En concreto, los laboratorios adheridos al Código de Buenas Prácticas de Farmaindustria, publican anualmente y desde hace 5 años, las colaboraciones en investigación y en formación médica que han desarrollado con profesionales y con organizaciones sanitarias.
- En este sentido, en 2019 la industria farmacéutica que opera en España contribuyó con **483 millones de euros** a actividades colaborativas de **investigación y a formación científica** en el país, de los cuales:
 - **115 millones de euros** (24%) fueron destinados a la formación científica y clínica de los profesionales, en concreto, a **ayudas a profesionales sanitarios para que pudieran acudir a reuniones y congresos científicos-profesionales**.
 - **259 millones de euros** (54%) a contratos con organizaciones y profesionales sanitarios para desarrollar **proyectos de investigación en el ámbito biomédico** (estudios preclínicos, ensayos clínicos y estudios de postautorización de medicamentos).
- Así mismo, la colaboración se extiende a la **prestación de servicios profesionales de asesoramiento y consultoría**: ponencias, actividades de formación, elaboración de informes,... (84 millones de euros, de los cuales **72 millones** estuvieron **dirigidos a profesionales sanitarios**) y las **donaciones y subvenciones** a organizaciones sanitarias que ascendieron a **34 millones**.
- En total, las transferencias de valor entre industria farmacéutica y agentes del sector alcanzaron en 2019 los **601 millones de euros**, una cifra **muy similar a la de 2018** (597 millones).
- Así mismo, la **industria de Tecnología Sanitaria juega también un importante rol en la formación de profesionales sanitarios** a través de cursos, seminarios y mediante la puesta a disposición de los profesionales médicos de equipos y centros de formación por simulación.

601 Mill€

Transferencias de Valor de la Industria Farmacéutica a los agentes del sector en 2019

115 Mill€

Formación científica y clínica a profesionales

259 Mill€

Proyectos de investigación

72 Mill€

Asesoramiento y consultoría a profesionales médicos

34 Mill€

Donaciones y subvenciones a organizaciones sanitarias

○ E-HEALTH

La importancia de los datos que a través de la eHealth **permite a pacientes y profesionales sanitarios acceder a su información sanitaria** en toda la UE, incluyendo la ePrescripción y el Resumen del Paciente.

○ TELEMEDICINA

Que reduce en gran medida los ingresos hospitalarios, las admisiones y el número de días de hospitalización, **disminuyendo los costes en gasto sanitario**.

○ INTELIGENCIA ARTIFICIAL

Y su uso para el análisis de imágenes médicas, la recomendación de tratamientos, el procesamiento de datos del paciente, la asistencia médica en el diagnóstico, la transformación de los datos de papel en digitales o el sistema de gestión de las hospitalizaciones de pacientes.

○ ALIANZAS ESTRATÉGICAS

Incremento de las **alianzas de las grandes compañías farmacéuticas en I+D basadas en un modelo abierto y colaborativo con hospitales, universidades y otros centros públicos y privados**. Esta tendencia se ve incrementada por la aparición de start-ups y pequeñas empresas biotecnológicas con innovadoras propuestas, que hace que las grandes compañías se alejen de los primeros pasos de la investigación de un medicamento para intervenir en procesos posteriores a través de la adquisición de estas empresas.

○ PERSONALIZACIÓN

Avances en aplicaciones de la **medicina personalizada y de precisión**.

○ INNOVACIÓN

La innovación, de la mano del conocimiento humano y los avances en tecnología alcanzará nuevas cimas en los próximos años. Se trata de **avances médicos y farmacológicos** que transformarán las vidas de muchos pacientes. Entre otras tendencias:

- **Medicamentos bioterapéuticos**, mediante el desarrollo de tecnologías novedosas que involucran células modificadas o herramientas de modificación genética.
- **Prescripción digital**.
- Impulso del **Big Data**, la **Inteligencia Artificial** y el **Aprendizaje Automático** para el descubrimiento y desarrollo de medicamentos.

○ DIGITALIZACIÓN

Apuesta por la digitalización, por **una salud más conectada y una mejora en la relación médico-paciente**, que aumente la igualdad en el acceso a la salud teniendo en cuenta dos factores clave como son: el envejecimiento de la población y el aumento de pacientes crónicos.

Para hacerlo efectivo y para la mejora y adaptación de la regulación a los nuevos tiempos, **es necesario una mayor implicación, alineación y coordinación entre todos los interlocutores (públicos y privados)**.

○ CIRUJÍA 4.0

Combina la **cirugía mínimamente invasiva**, la **cirugía robótica** y la **digitalización**. En un futuro no muy lejano la Inteligencia Artificial y la realidad virtual beneficiarán el entrenamiento de los cirujanos, permitiendo simulaciones de intervenciones y el mejor tratamiento para cada paciente.

○ INCIDENCIA MUNDIAL

Según el informe mundial sobre la Visión de la OMS (2019), **al menos 2.200 millones de personas tienen deficiencia visual o ceguera.**

Más de mil millones de personas en todo el mundo viven con deficiencia visual porque **no reciben la atención que necesitan** para afecciones como la miopía, la hipermetropía, el glaucoma y las cataratas.

El **envejecimiento de la población**, los **cambios en los estilos de vida** y el **acceso limitado a la atención oftalmológica**, en particular en los países de ingresos bajos y medios, son algunos de los **principales factores** que impulsan el aumento del número de personas con deficiencia visual.

○ TENDENCIA FUTURA

La combinación de **una población creciente y cada vez más envejecida** aumentará **significativamente el número total de personas con enfermedades oculares y deficiencia visual**, ya que la prevalencia aumenta con la edad.

Otros factores que provocan las afecciones oculares más comunes son:

- **Miopía:** El aumento del tiempo que se pasa en espacios interiores y de las actividades que implican una “visión de cerca”.
- **Retinopatía diabética:** cada vez son más las personas con diabetes, especialmente la diabetes de tipo 2, que puede afectar a la visión si no se detecta y trata.
- **Detección tardía.**

○ ACCESO A LOS SERVICIOS

Según el informe de la OMS, **se necesita una mayor integración de la atención oftalmológica en los servicios nacionales de salud**, en particular en el nivel de la atención primaria, para garantizar que se atiendan las necesidades de atención oftalmológica de un mayor número de personas, entre otras cosas mediante la prevención, la detección precoz, el tratamiento y la rehabilitación.

P- POLÍTICO

- Apuesta por la **inversión en Sanidad y la investigación relacionada con salud** con motivo de la pandemia. **Previsión de aumento del gasto sanitario.**
- **Inestabilidad política y crisis de confianza** derivada de la gestión del COVID-19.

E - ECÓNOMICO

- **Incertidumbre económica y desaceleración del crecimiento** derivada del COVID-19 **que también afecta a la industria**, (restricciones en los servicios médicos no esenciales, ralentización en la producción de dispositivos por cierre de fábricas, problemas en la cadena de suministros,...).
- **Aumento de la financiación** a organismos públicos y privados de **investigación médica.**
- **Auge de las operaciones corporativas en la industria farmacéutica** y de la tecnología médica, que favorece la concentración del mercado en pocos players.

S - SOCIO-CULTURAL

- **Ciudadanos cada vez más exigentes e informados** con una **sensibilidad** creciente por la obtención de la máxima **seguridad y calidad.**
- **Aumento de la preocupación por la salud y la prevención de enfermedades** que se traduce en mayor búsqueda / necesidad de información fiable y en consumo de productos / servicios relacionados.
- **Envejecimiento poblacional.**
- **Cambios en estilo de vida y hábitos alimentarios** que aumentan la prevalencia de enfermedades oculares y diabetes.
- Creciente **tendencia a la colaboración / cooperación** entre empresas / IITT / otros organismos públicos y privados.
- Búsqueda de **experiencias diferentes y únicas** que combinen el mundo digital con el físico. Demanda de **soluciones en tiempo real y más efectivas.**

T- TECNOLÓGICO

- Aumento de la **importancia y velocidad de digitalización** de la sociedad **y su aportación a la atención médica bajo demanda**, con el móvil como herramienta fundamental.
- **Big Data** y su uso para la reducción de errores en la medicación, como facilitador de la atención preventiva o para la previsión de personas y gestión de los centros.
- **Realidad Virtual** para el tratamiento de pacientes: simulación de cirugías, tratamiento del dolor,...
- **Dispositivos médicos portátiles** para la monitorización de pacientes de alto riesgo y prevenir eventos de salud importantes.
- **Inteligencia Artificial:** chatbots y asistentes virtuales de salud, y su uso en medicina de precisión, imágenes médicas, descubrimiento de fármacos y genómica.
- Tecnología **blockchain** para propiciar unos registros de salud electrónicos precisos y seguros.

E - ECOLÓGICO

- El **cambio climático y otros factores ambientales y químicos contaminantes** y su influencia en la salud y bienestar de las personas.
- Creciente **conciencia medioambiental** y apuesta por la **sostenibilidad** por parte de consumidores, empresas e inversores.
- La **guerra contra el plástico** ha traído como consecuencia la búsqueda y uso de nuevos materiales alternativos en muchos productos.
- **Cadenas de suministro circulares** que eliminan los desperdicios reintroduciéndolos de nuevo en el proceso productivo.

L- LEGAL

- El marco normativo de España se caracteriza por una **elevada densidad y complejidad.**
- **Exigencia de mayor transparencia, trazabilidad, seguridad de los datos personales.**
- Novedades y **cambios normativos continuos en relación con la gestión de la pandemia** (distancia social, regulaciones en establecimientos, privacidad de datos, teletrabajo,...)
- **Código Ético / de Buenas Prácticas de la Industria farmacéutica y del Sector de la Tecnología Sanitaria** que autorregula y limita la interrelación con los profesionales médicos y protege la formación médica independiente aportando transparencia.
- LOPS – **Ley de Ordenación de las Profesiones Sanitarias** que reconoce a los ópticos-optometristas como profesionales sanitarios y su implicación en la asunción de mayores competencias en el ámbito del diagnóstico.

ANÁLISIS
EXTERNO

ENTONNO
COMPETITIVO

3.1



3. ANÁLISIS EXTERNO | ENTORNO COMPETITIVO

PROFESIONAL MÉDICO / ECOSISTEMA CIENTÍFICO

- Existencia de **otras organizaciones de la especialidad con un posicionamiento y visibilidad relevantes** en el panorama internacional que, aunque no compiten directamente, sí **pueden considerarse referentes**:



USUARIO FINAL (Paciente / Sociedad)

- En el **campo de la salud visual**, por razones diversas que van desde el desconocimiento de las diferentes funciones entre el óptico y el oftalmólogo a la frecuencia en la visita al óptico para la revisión de la graduación,... han de considerarse:



FORMACIÓN

- En servicios de **formación y organización de eventos científico-profesionales**, además de las SSCC, los profesionales cuentan con alternativas en:

- **Admin. Autonómica** a través de sus fundaciones de docencia e investigación
- **Empresas de formación** para profesionales de la salud



- **Industria farmacéutica** (competidores y colaboradores a la vez)









INVESTIGACIÓN

- En investigación médica, existen **otros agentes del sector que**, de forma individual y/o en colaboración con terceros, **desarrollan proyectos de I+D**:

- **Universidades**
- **Organismos de investigación públicos y privados**
- **Industria Farmacéutica**
- **Startups**

3. ANÁLISIS EXTERNO | RESUMEN BENCHMARK – SSCC INTERESES COMUNES

	 SOCIEDAD ESPAÑOLA DE OFTALMOLOGÍA	 AMERICAN ACADEMY OF OPHTHALMOLOGY	 PAAO Pan-American Association of Ophthalmology	 NOG NEDERLANDS OOGHEELKUNDIG GEZELLSCHAP	 DOG Deutsche Ophthalmologische Gesellschaft	 SEO SOCIEDAD ESPAÑOLA DE OFTALMOLOGÍA
Nº SOCIOS	2.817	32.000	6.500-7.000	1.100	7.800	ND
CUOTA ANUAL	150 € (75 € RESI)	995 \$ (GRATIS RESI)	200 \$ (50 \$ RESI)	ND	125 €	ND
BENEFICIOS SOCIOS	<ul style="list-style-type: none"> Publicaciones sociedad + otras Ponencia oficial Monografías Protocolos práctica clínica Descuento congreso 	<ul style="list-style-type: none"> Publicac. Sociedad + otras Registro iris Ophthalmic news & education network Aplicación recientes investigaciones Consejos práctica médica Dtos en productos / servicios Centro de empleo Presencia en el buscador Opción a premios Actualización regulatoria 	<ul style="list-style-type: none"> Revista sociedad y publicar Opción a becas, premios y ayudas para formación especializada Curso liderazgo Promoción internacional Newsletter y actualidad Eventos networking Dtos en congresos y cursos regionales Acceso webinars y dtos campuspaa Otros 	<ul style="list-style-type: none"> Publicaciones Plazas de Trabajo Becas de Investigación y Formación Acceso a Tesis y papers Congreso Nacional One Network 	<ul style="list-style-type: none"> Participación en los Congresos a tarifas especiales. Revista. Participación en las secciones DOG. Acceso personal a la oficina 	<ul style="list-style-type: none"> Secciones científicas Enlaces de Interés/ Publicaciones Documentos de Posición Comunicados COVID-19
COMISIONES / GRUPOS TRABAJO	4	125 Comités y grupos de trabajo.	ND	3	ND	ND
FORMACIÓN	<ul style="list-style-type: none"> Puntual 	<ul style="list-style-type: none"> Formación continua dirigida a oftalmólogos y otros miembros del equipo de atención ocular. Meeting Anual, materiales educativos impresos y online (Academy Store), y centro educativo online. American Academy of Ophthalmic Executives Programa Desarrollo liderazgo 	<ul style="list-style-type: none"> Campus PAAO: cursos online, webinars, curso de liderazgo, manuales, guías,.... 	<ul style="list-style-type: none"> Academia NOG LVAO 	<ul style="list-style-type: none"> Congreso ADD Curso Básico Curso Láser Simposios 	<ul style="list-style-type: none"> Puntual
INVESTIGACIÓN	-			Fundación Donders Binkhorst	EYE FOUNDATION	ND
OTROS	<ul style="list-style-type: none"> Avales Buscador de profesionales 	<ul style="list-style-type: none"> Información sobre el cuidado de los ojos a medios, pacientes y sociedad en general (EyeSmart) Guías práctica médica Eyewiki Servicio de abogacía 	<ul style="list-style-type: none"> ND 	<ul style="list-style-type: none"> Vacantes Observaciones Congreso NOIC Congreso STILL Boletines 	<ul style="list-style-type: none"> Proyecto detección temprana la discapacidad visual en los hogares de personas mayores. Entrenamiento del movimiento ocular para la retinosis pigmentaria. 	-
RELACIONES / PARTNERS / COLABORADORES	●	●	●	●	●	●
COMUNICACIÓN	●	●	●	●	●	●

3. ANÁLISIS EXTERNO | RESUMEN BENCHMARK – SSCC OTRAS ESPECIALIDADES

					
Nº SOCIOS	2.817	+6.000	1.950	+3.700	2.350
CUOTA ANUAL	150 € (75 € RESI)	185 € (93 € RESI)	ND	ND	95 € (80 € RESI)
BENEFICIOS SOCIOS	<ul style="list-style-type: none"> Publicaciones sociedad + otras Ponencia oficial Monografías Protocolos práctica clínica Descuento congreso 	<ul style="list-style-type: none"> Publicaciones sociedad Ponencia oficial Opción pertenencia ssc Opción becas y proyectos invest. Priori, promos y dtos campus sec Descuento congreso 	<ul style="list-style-type: none"> Publicaciones sociedad + otras Dto. Congreso y simposios Opción becas invest. Y formación Acceso a escuelas y cursos Servicios unidad de invest. 	<ul style="list-style-type: none"> Información científica Cursos presenciales y online Acceso a Becas y Premios Acceso a revista FH y otras Acceso a Grupos de Trabajo Acceso a realizar Tesis doctoral Asesoramiento jurídico Descarga de certificados Acceso a Lista SEFH de mensajería 	<ul style="list-style-type: none"> Revista SEORL Dto. Congreso Acceso a formación continuada (cursos + becas para estancias nacionales e internacionales) Acceso a publicaciones y documentos: ponencias, protocolos, .. Mediación en defensa intereses Networking
COMISIONES / GRUPOS TRABAJO	4	20	12 Comisiones 15 + 3 Grupos Trabajo	26	ND
FORMACIÓN	<ul style="list-style-type: none"> Puntual 	<ul style="list-style-type: none"> Cursos Campus SEC Másteres y posgrados Plazas formativas ofertadas por los centros hospitalarios de España Liga de casos clínicos Programa Educación Médica para Residentes mediante Simulación. 	<ul style="list-style-type: none"> Escuela de Ecografía y Ecografía en Reumatología pediátrica. Iniciativas formativas anuales: cursos, escuelas, jornadas y formación online. Máster SER en colaboración con la Universidad Rey Juan Carlos. Reumacademia y Proyecto de Formación en Enfermedades Autoinmunes Sistémicas. 	<ul style="list-style-type: none"> Programa de formación formaSEFH dirigida a 4 colectivos: Especialistas; Residentes; Expertos y Técnicos con sus correspondientes plataformas específicas. Congreso Nacional anual Jornadas: cursos y webinars 	<ul style="list-style-type: none"> Área residentes <ul style="list-style-type: none"> R-I FORMIR UEMS PROGRAMA DE ESPECIALIDAD
INVESTIGACIÓN	-	<ul style="list-style-type: none"> Agencia de Investigación de la SEC (AISEC): estudios propios y más de 50 estudios científicos de cardiología. 	<ul style="list-style-type: none"> Unidad de Investigación: elaboración y ejecución de proyectos. 	<ul style="list-style-type: none"> Proyectos de innovación, investigación básica traslacional e investigación aplicada. 	ND
OTROS	<ul style="list-style-type: none"> Avales Buscador de profesionales 	<ul style="list-style-type: none"> Alquiler espacios Bolsa empleo Guías clínicas Alertas 	<ul style="list-style-type: none"> Bolsa empleo Traducciones Avales Solicitudes ANECA, tesis y certificados Biblioteca Asesoría Dº Sanitario Oficina de mediación Consultoría clínica 	<ul style="list-style-type: none"> Noticias y próximos eventos. Ofertas de empleo Acreditación y gestión avales Web oficial de residentes Proyecto MAPEX que sitúa al paciente como eje pivotal REDCap – SEFH: aplicación para crear y manipular BBDD online. Guías y procedimientos 	<ul style="list-style-type: none"> Ayudas SEORL
RELACIONES / PARTNERS / COLABORADORES	●	●	●	●	●
COMUNICACIÓN	●	●	●	●	●

ANÁLISIS INTERNO



ANÁLISIS
INTERNO

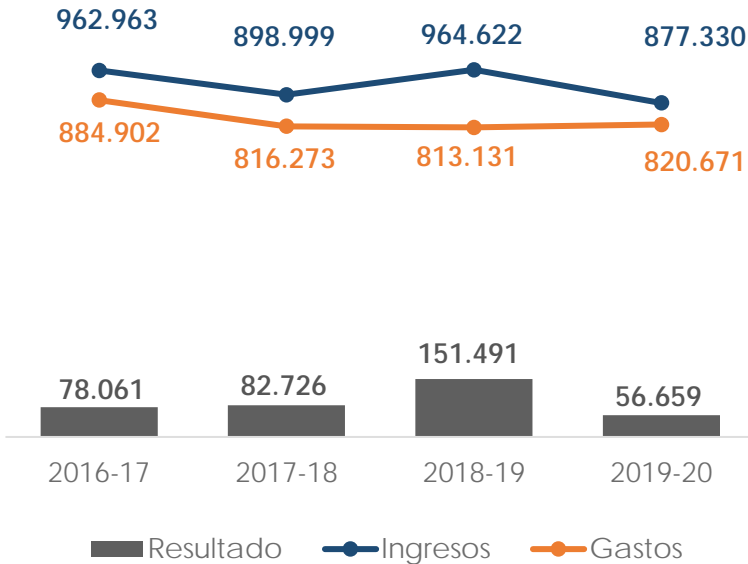
ACTIVIDAD
S.E.O.

4.1



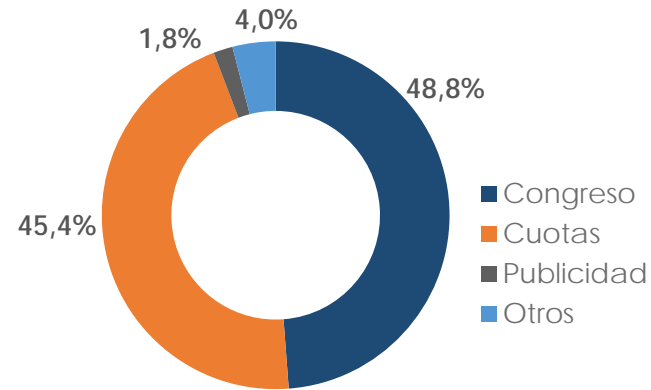
4.1. ANÁLISIS INTERNO | ACTIVIDAD S.E.O. | EVOLUCIÓN PRINCIPALES PARTIDAS

EVOLUCIÓN DEL RESULTADO ECONÓMICO(*)
(EUROS)

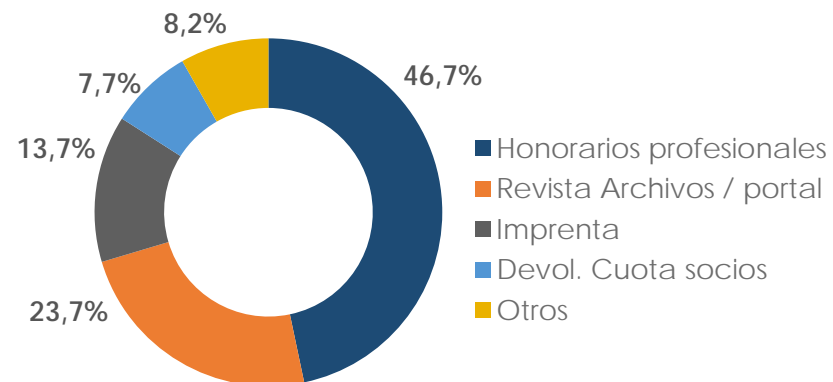


Var. Ingrs %	-6,6%	+7,3%	-9,0%
Var. Gastos %	-7,8%	-0,4%	+0,9%
Var. Rtdo %	+6,0%	+83,1%	-62,6%

DISTRIBUCIÓN INGRESOS POR ORIGEN 2019-20
(PORCENTAJE SOBRE TOTAL INGRESOS)



DISTRIBUCIÓN GASTOS POR CONCEPTO 2019-20
(PORCENTAJE SOBRE TOTAL GASTOS)



SE OBSERVA UNA ELEVADA Y CRECIENTE DEPENDENCIA DEL RESULTADO DEL CONGRESO Y DE LAS CUOTAS DE LOS SOCIOS, QUE CONCENTRAN EL 94% DE LOS INGRESOS.

En los últimos años, los ingresos de la SEO se han situado en torno a los 900.000 euros, con variaciones anuales en función del resultado del congreso.

Por lo que respecta a los gastos, tras la bajada experimentada en 2017-18, se han mantenido más o menos constantes.

En cuanto a los gastos, los honorarios profesionales y la revista y portal web absorben el 70%.

EVOLUCIÓN DE LOS INGRESOS POR ORIGEN (EUROS Y PORCENTAJE SOBRE TOTAL INGRESOS)

	2016-17 %	2017-18 %	2018-19%	2019-20 %	CAGR 16-20
Congreso (resultado)	53,3%	50,1%	54,4%	48,8%	-6%
Cuotas socios	40,0%	42,9%	39,9%	45,4%	+1%
Publicidad	3,9%	3,4%	2,9%	1,8%	-26%
Royalties Elsevier	-	1,3%	1,1%	1,3%	-2% ⁽¹⁾
Avales	0,3%	-	0,4%	0,9%	+60%
Suscrip. / Venta revistas y libros	0,7%	0,6%	0,9%	0,8%	+2%
Subvenciones industria	1,8%	1,6%	0,4%	0,3%	-44%
Formación	-	-	-	0,2%	
Otros ⁽²⁾	-	-	-	0,4%	
Total	100%	100%	100%	100%	-3%

EVOLUCIÓN DE LOS GASTOS POR CONCEPTO (EUROS Y PORCENTAJE SOBRE TOTAL GASTOS)

	2016-17 %	2017-18 %	2018-19 %	2019-20 %	CAGR 16-20
Honorarios profesionales ⁽¹⁾	47,2%	41,4%	50,0%	46,7%	-3%
Revista Archivos / oftalmoseo ⁽²⁾	24,0%	23,9%	22,8%	23,7%	-3%
Imprenta ⁽³⁾	9,5%	9,6%	11,3%	13,7%	10%
Devolución cuota socios	3,6%	4,8%	7,8%	7,7%	26%
Gastos diversos oficina ⁽⁴⁾	9,3%	13,4%	3,9%	3,4%	-30%
Gastos viajes + congresos	0,7%	0,7%	1,0%	1,9%	36%
Cuotas / afil. / cursos / suscrip.	3,6%	4,2%	1,1%	1,5%	-27%
Gastos sociedad ⁽⁵⁾	2,0%	1,9%	2,0%	1,3%	-16%
Total	100%	100%	100%	100%	-2%

NOTAS INGRESOS:

(1) CAGR 2017-2020

(2) Servicios por Gestión ISBN Depósito Legal Coord. SEO,...

NOTAS GASTOS:

(1) Incluye: secretaría general y otros profesionales externos.

(2) Incluye Elsevier, traducciones y comentarios literatura.

(3) Incluye: ponencias, monografías y varios imprenta.

(4) Incluye mensajería y alquiler almacén.

(5) Incluye premios, becas y reuniones. En 2016-17 incluye provisión de fondos (abogados, envíos Perú, Elsevier, Museos)

LA CONTRIBUCIÓN DE LAS PARTIDAS COMO PUBLICIDAD, SUBVENCIONES DE LA INDUSTRIA Y FORMACIÓN ES CLARAMENTE INSUFICIENTE Y SU EVOLUCIÓN ES DECRECIENTE.

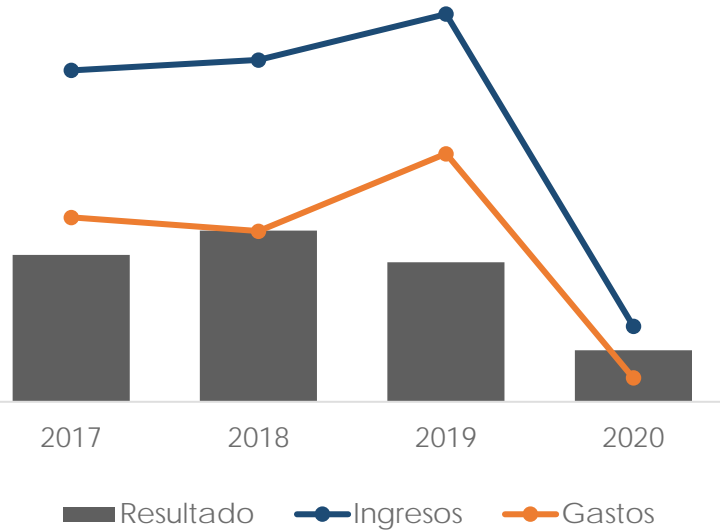
Los ingresos que complementan al congreso y las cuotas han ido reduciéndose, a excepción de los avales y las suscripciones y venta de libros, pero éstos sólo representan el 1,7% del total.

Es destacable la **disminución progresiva de los ingresos por publicidad** en la revista Archivos y el diario del Congreso, que se ha reducido a **menos de la mitad en 3 años**, y la de las **aportaciones de la industria** a las ponencias y la comunicación solicitada **(-83% vs, 2016)**.

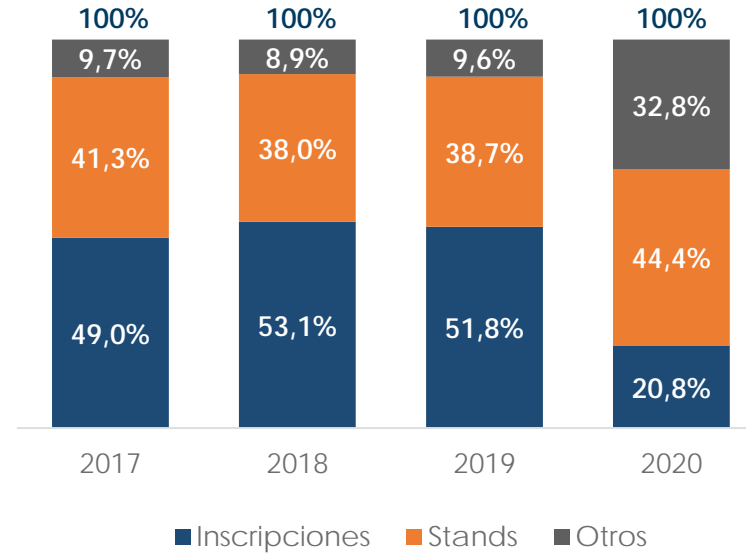
Las **devoluciones de cuotas**, recoge las originadas **por cuestiones administrativas** (cambios o errores en datos) **y por solicitudes de baja** todavía no gestionadas.

Por ello, en 2020 se ha realizado una revisión de datos para actualizarlos y minimizar este importe, recuperando los ingresos devengados no cobrados.

EVOLUCIÓN DEL RESULTADO DE LOS CONGRESOS (EUROS)



DISTRIBUCIÓN DE LOS INGRESOS DE LOS CONGRESOS (% SOBRE TOTAL INGRESOS CONGRESOS)



Var. Inscrip. %	+11,8%	+10,5%	-91,4%
Var. Stands %	-5,1%	+15,5%	-77,6%
Var. Otros %	-5,4%	+22,0%	-33,2%

	2017	2018	2019	2020
SEDE	ZARAGOZA	GRANADA	MADRID	-
FORMATO	PRESENCIAL	PRESENCIAL	PRESENCIAL	ONLINE
%RTDO / INGR	44%	50%	36%	68%

LA INCIDENCIA DEL IMPORTE DEL RESULTADO DEL CONGRESO SOBRE EL MARGEN DE CONTRIBUCIÓN DE LA SEO ES MUY RELEVANTE.

INDEPENDIEMENTE DEL FORMATO EN EL QUE SE CELEBRE, DEBE ASEGURARSE UN VOLUMEN DE INGRESOS SUFICIENTE PARA ASEGURAR LA SOSTENIBILIDAD DE LA SEO.

Los ingresos y gastos del congreso dependen en gran medida de la sede en la que se celebra, de ahí que en 2019 (Madrid) se registrara un importante incremento en ambos.

En 2020, al realizarse online, ambas partidas se redujeron un 80% y 90% respectivamente, siendo el resultado (en importe) un tercio del promedio de los años precedentes.

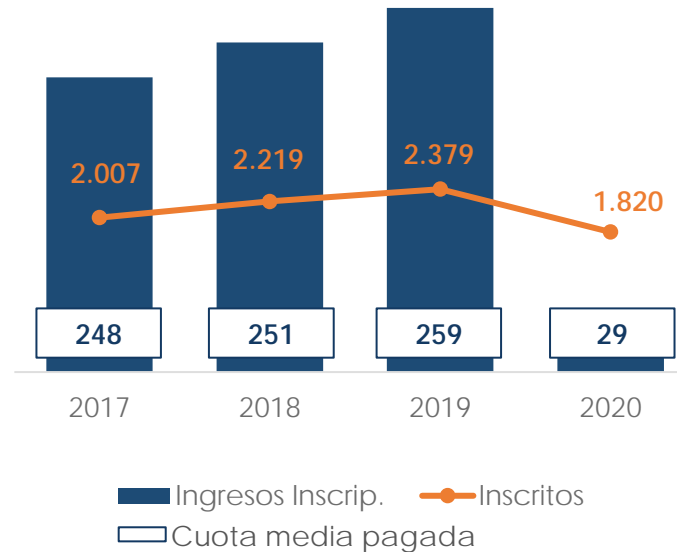
En un formato presencial, los ingresos provienen fundamentalmente de las inscripciones (~50%) y de los stands de los expositores (~40%).

El 10% restante corresponde a patrocinios, publicidad, folletos, APP del Congreso, entre otros.

EVOLUCIÓN INGRESOS POR STANDS Y N° EXPOSITORES
(EUROS Y NÚMERO)



EVOLUCIÓN INGRESOS POR INSCRIPCIONES
(EUROS Y NÚMERO)



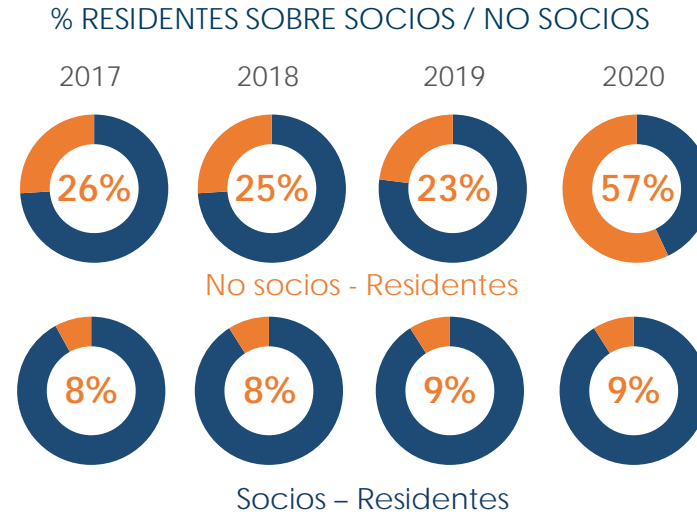
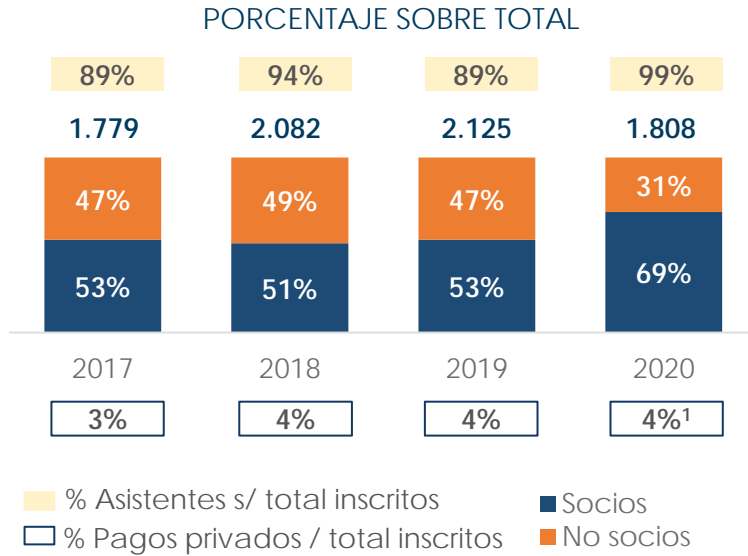
EN CUANTO A LOS PRINCIPALES CONCEPTOS DE INGRESO DE LOS CONGRESOS, EN LOS ÚLTIMOS AÑOS DE FORMATO PRESENCIAL SE OBSERVA UN AUMENTO TANTO EN EL N° EXPOSITORES COMO EN EL N° INSCRITOS Y LA CUOTA MEDIA PAGADA. NO OBSTANTE, EN 2020 SE HA PRODUCIDO UNA REDUCCIÓN TANTO EN LOS PARTICIPANTES COMO EN LAS CUOTAS E INGRESOS POR SITE.

En 2020, con el **formato online** del Congreso motivado por la pandemia, **se redujeron drásticamente los ingresos**, al haber **menos inscritos** y también **menos expositores**, así como por la gratuidad del mismo para los socios y la **menor cuota** de inscripción para no socios.

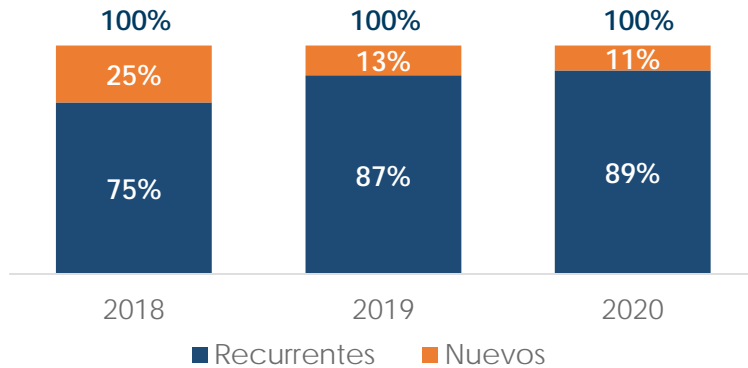
Lo mismo ocurrió con los ingresos por expositor, que al tratarse de sites su importe fue muy inferior al de un stand.

Al eliminar el componente presencial, la asistencia al Congreso, tanto de profesionales como de la industria, se ve muy afectado, al reducirse la actividad de networking.

EVOLUCIÓN DEL PERFIL DE INSCRITOS ASISTENTES (*)



EVOLUCIÓN CARTERA DE EXPOSITORES (PORCENTAJE SOBRE TOTAL Y NÚMERO)



	2018	2019	2020
Ganados	11	6	2
Perdidos	9	4	29
Recurrentes	33	40	17
Total	44	46	19

EXISTE UN EQUILIBRIO EN LA INSCRIPCIÓN Y ASISTENCIA AL CONGRESO ENTRE SOCIOS Y NO SOCIOS SALVO EN 2020, DONDE LA GRATUIDAD PARA LOS SOCIOS HIZO QUE AUMENTARA SU PARTICIPACIÓN Y SU PESO SOBRE EL TOTAL. DE ENTRE LOS NO SOCIOS QUE ASISTEN AL CONGRESO UN % ELEVADO SON RESIDENTES.

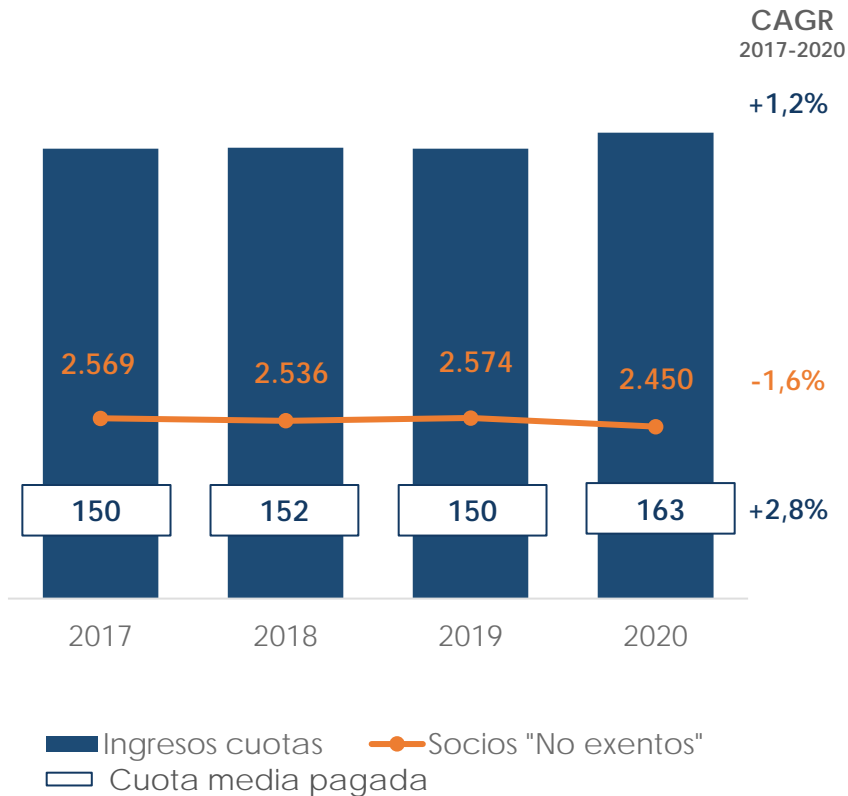
Del total de inscritos, en torno al 90% asisten finalmente al Congreso y aproximadamente un 4% lo paga de forma privada, siendo el resto invitación / subvención por parte de la industria.

En cuanto al perfil de inscrito, salvo en 2020, existe un equilibrio entre socios y no socios.

El peso del médico residente es superior entre los no socios, representando ≈25% en los Congresos presenciales, y cerca del 60% con el formato online. Entre los socios, el peso de los residentes que asistieron al Congreso se mantuvo en el 9%.

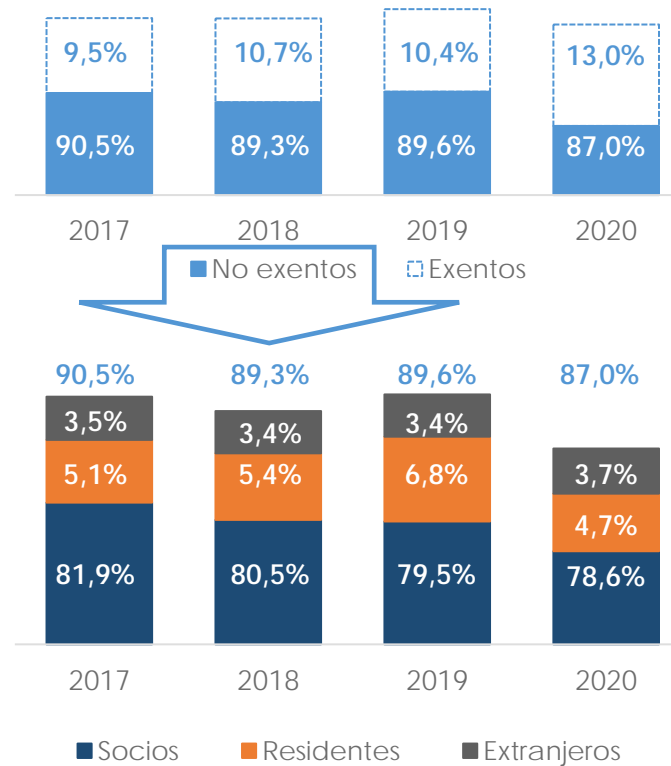
Por lo que respecta a los expositores, se observa que la captación de nuevas empresas es cada vez menor, aunque siempre ha compensado las "perdidas" hasta 2020.

EVOLUCIÓN DE LOS INGRESOS POR CUOTAS Y NÚMERO DE SOCIOS "NO EXENTOS" (EUROS Y NÚMERO)



Var. Ingrs %	+0,2%	-0,2%	+3,6%
Var. Socios %	-1,3%	+1,5%	-4,8%
Var. Cuota %	+1,5%	-1,7%	+8,8%

EVOLUCIÓN PERFIL SOCIOS (NÚMERO Y % SOBRE TOTAL)



	2017	2018	2019	2020	CAGR
Socios	2.326	2.286	2.282	2.214	-2%
Residentes	144	153	195	132	-3%
Extranjeros	99	97	97	104	2%
No exentos	2.569	2.536	2.574	2.450	-2%
Exentos	271	303	298	367	11%

DESDE 2017 LOS INGRESOS POR CUOTAS SE HAN MANTENIDO PRÁCTICAMENTE CONSTANTES, CON UN LIGERO REPUNTE EN 2020.

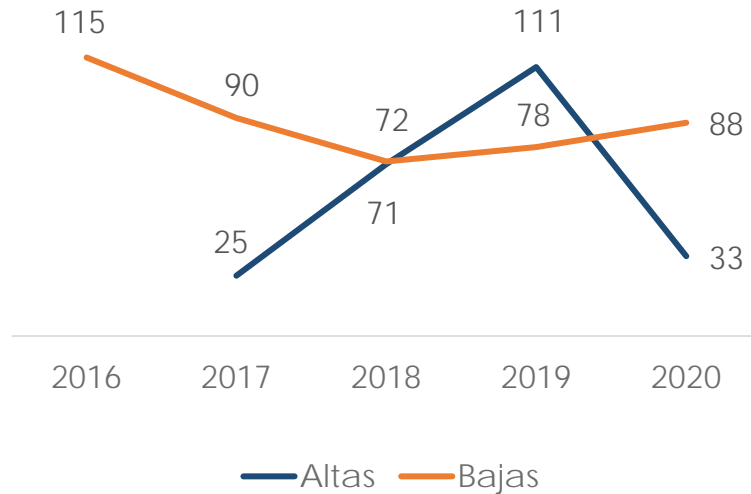
NO OBSTANTE, SE REDUCE PROGRESIVAMENTE EL NÚMERO DE SOCIOS "NO EXENTOS" DE PAGO, DE LOS CUALES UN 5% PAGAN LA MITAD Y LOS SOCIOS QUE PAGAN CAEN UN 2% ANUAL.

⌋ Aumentan los ingresos por cuotas en 2020 derivado de una mayor cuota media pagada, consecuencia del perfil de los socios, al disminuir el número de residentes y aumentar los extranjeros.

⌋ No obstante, este año se produce un cambio de tendencia en la evolución creciente del total de socios, debido a la reducción continuada del número de socios no exentos y la caída, a diferencia de los años anteriores, en el número de residentes.

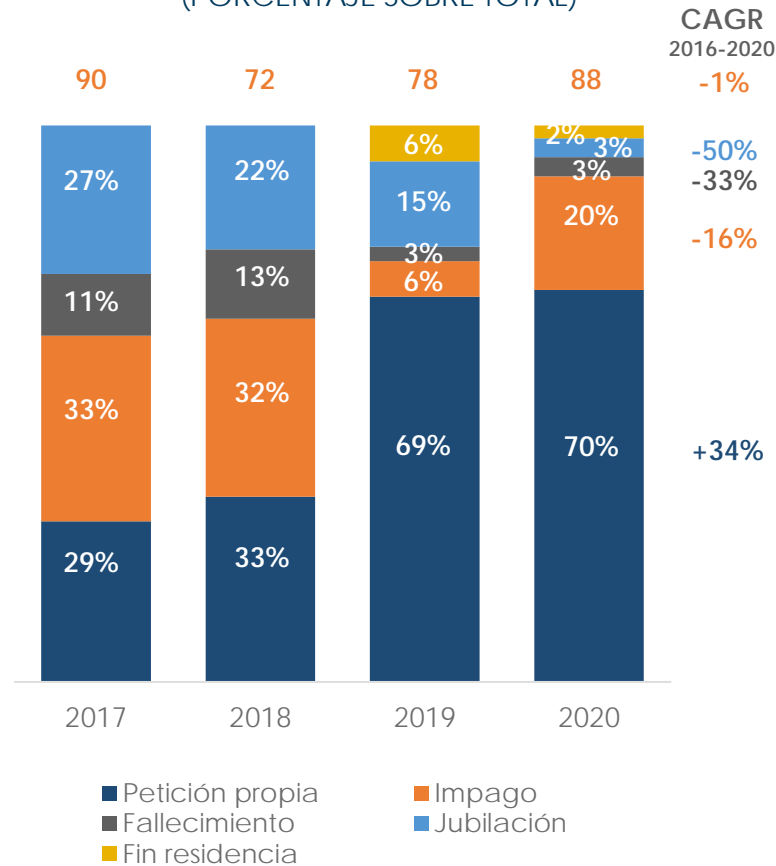
4.1. ANÁLISIS INTERNO | ACTIVIDAD S.E.O. | EVOLUCIÓN INGRESOS | SOCIOS (2/2)

EVOLUCIÓN ALTAS Y BAJAS DE SOCIOS (NÚMERO)



Var. Altas %	+184%	+56%	-70%
Var. Bajas %	-20%	+8%	+13%

DISTRIBUCIÓN DE LAS BAJAS POR MOTIVO (PORCENTAJE SOBRE TOTAL)



Var. Fin resi %			-60%
Var. Jubila. %	-33%	-25%	-75%
Var. Fallecim. %	-10%	-78%	+50%
Var. Impago %	-23%	-78%	+260%
Var. Petición %	-8%	+125%	+15%

CAGR 2016-2020
-1%
-50%
-33%
-16%
+34%

ES NECESARIO DESARROLLAR UNA POLÍTICA ACTIVA DE CAPTACIÓN DE NUEVOS SOCIOS Y REVISAR LA PROPUESTA DE VALOR DE LA SEO PARA MANTENER EL VOLUMEN DE SOCIOS.

La captación de socios ha sido creciente en los últimos años, hasta que en 2020 se ha producido una caída importante, explicada en parte por la celebración del Congreso online.

En cuanto a las bajas, que se reducían año tras año hasta 2018, repuntan en 2019, por petición de los socios y por finalización de residencia, situación que no ocurría desde 2016.

○ CUOTAS SOCIOS

Las cuotas de los socios de la SEO no han experimentado cambios en los últimos años:

- España y Portugal: 150 €
- Residente: 75 € (con certificado acreditativo)
- Europa: 162 €
- Resto extranjeros: 250 €

○ SERVICIOS INCLUIDOS EN LA CUOTA

- **12 números de la revista Archivos** de la Sociedad Española de Oftalmología-online-
- **Ponencia Oficial de la Sociedad Española de Oftalmología** -desde 2021 quizás solo online-
- La **monografía de la Mesa Redonda** de la Sociedad Española de Oftalmología -desde 2021 quizás solo online-
- La **monografía de la Comunicación Solicitada** de la Sociedad Española de Oftalmología-desde 2021 quizás solo online-
- Acceso a **Protocolos de Práctica Clínica** Preferentes
- **Descuento en la inscripción del congreso** anual de la Sociedad
- **Acceso online a las sesiones** de los últimos congresos
- **Acceso online a todas las Ponencias, Mesas Redondas y Comunicaciones** solicitadas de la Sociedad
- **Acceso Full text a las siguientes revistas:**
 - Archives of Ophthalmology
 - Ophthalmology
 - Cataract & Refractive surgery
 - American Journal of Ophthalmology
 - Journal of the American Association for Pediatric Ophthalmology and Strabismus (JAAPOS)
 - British journal of ophthalmology
 - Investigative ophthalmology & Visual science

○ OTROS SERVICIOS

- Asociados al **International Council Ophthalmology** con acceso a información actualizada de oftalmología a nivel internacional: novedades, recursos y eventos (jornadas y congresos, incluyendo el World Ophthalmology Congress).
- **Contribución a la sección de oftalmología de la UEMS** (European Union of Medical Specialists).
- **Afiliación a FACME** - Federación de Asociaciones Científico Médicas Españolas.
- **Premios y becas.**
- **Nomenclátor estandarizado** con los actos y procedimientos médicos en oftalmología basado en la Clasificación Internacional de Enfermedades. Con esta guía el sector de la oftalmología puede determinar los algoritmos necesarios para el cómputo de las tarifas retributivas por acto médico.
- **Sección de Defensa de derechos profesionales**
- **Buscador de acceso libre de profesionales oftalmólogos** por provincia y subespecialidad en el portal oftalmoseo.
- **Noticias de interés** tanto en el en el portal oftalmoseo como en el boletín informativo que se envía periódicamente a los socios.
- **Formación: cursos puntuales** como el impartido en 2020 sobre patología retiniana en formato online.

PRINCIPALES ACTIVIDADES REALIZADAS EN LOS ÚLTIMOS AÑOS Y CAMBIOS EXPERIMENTADOS COMO CONSECUENCIA DE LA PANDEMIA COVID-19

FORMACIÓN

- **Congreso** anual: conferencias y mini-sesiones de habilidades prácticas y discusiones interactivas.
- **Revista** Archivos de la SEO revisada por pares e indexada en Pubmed-Medline y otras bases de datos nacionales e internacionales.
- **Monografías** (ponencia, mesa redonda y comunicación solicitada), textos y otros materiales impresos.
- **Activos digitales**: protocolos y guías clínicas, ponencias, revisiones bibliográficas.
- **Audiencias expandidas** para incluir a médicos en formación y personal no médico (farmacéuticos, enfermeras...).
- Creciente **subespecialización** de la formación.
- **Material educativo personalizado y personalizable**.
- Programas educativos con **autoevaluación de competencias** pre y post.

Entre marzo y mayo de 2020 **aumentaron un 73% las demandas de formación** vs. mismo periodo 2019.

El distanciamiento social ha generado **mayor atracción por el aprendizaje digital y las plataformas virtuales**.

DEFENSA PÚBLICA Y PROFESIONAL

Los **impactos de la pandemia en las políticas de salud** son amplios:

- **Desigualdades en salud**: accesibilidad de la asistencia y capacidad de reacción.
- **Producción** de moléculas y bioelementos clave, equipos y suministros desechables.
- **Cadenas de suministro**, almacenamiento y distribución de emergencia.

La pandemia modificará las prioridades, ganando presencia una **telemedicina** que garantice la accesibilidad y la eficiencia clínica.

Los años posteriores a la pandemia serán **críticos para** que la SEO proyecte las posiciones de **defensa** de sus competencias en materia de **asistencia oftalmológica y financiación** en un entorno de deuda enormemente aumentada.

PROTECCIÓN Y PROMOCIÓN DE LA PROFESIÓN

La **recomendación excepcional** que se publicó en marzo de 2020 en relación con la asistencia oftalmológica de **demorar toda actividad NO URGENTE, favoreciendo la consulta no presencial telemática y/o telefónica** durante el estado de alarma, tuvo los siguientes **impactos**:

- **Amplio seguimiento por las sociedades** de subespecialidad y otras sociedades.
- **Responsabilidad de asumir la salud pública**, pérdida de ingresos, atención diferida.
- Responsabilidad para **proporcionar recomendaciones COVID-19 fiables**.
- Desafío de **comunicación**, mediante recomendaciones expertas y válidas.

Ante esta situación, el sitio web <https://www.ofthalmoseo.com/covid-19/> ha crecido ampliamente durante la pandemia tanto en contenidos como en el número de visitas.

El avance de la profesión oftalmológica en la era post-pandémica implicará la atención y asignación de RRHH y económicos en diferentes áreas:

- **Regulaciones para modelos de pago alternativo**.
- **Códigos de terminología de los procedimientos** actuales.
- **Regulación de la telemedicina** en oftalmología.
- **Servicios de oftalmología en los hospitales**.
- Programas de **capacitación durante la residencia** de oftalmología.
- Desarrollo de **legislación** para la oftalmología
- **Asistencia a la industria farmacéutica y de dispositivos oftálmicos** en la aprobación de nuevos productos.

ACCIONES DE MARKETING Y COMUNICACIÓN

NEWSLETTER

- Cerca del 80% de los socios están suscritos a la newsletter y las tasas de apertura y Clic están por encima del promedio para una asociación según un estudio reciente de sendinblue

+2.200

Suscritos a la Newsletter

50%⁽¹⁾

Tasa de Apertura promedio

10%⁽¹⁾

Tasa de Clic promedio

- Los rebotes y bajas son prácticamente nulos.
- Las temáticas con mayor número de clics (en Septiembre y Octubre) son las que hacen referencia al nuevo Nomenclátor y a los número de la revista Archivos.

STAND EN CONGRESO

- Anualmente, la SEO dispone de un stand informativo en el Congreso de la especialidad.

PORTAL OFTALMOSEO

- La SEO cuenta con un portal web en el que se da a conocer la asociación, los grupos de trabajo, información sobre los Congresos y la Fundación SEO y un área privada para socios desde la que acceden a la información y publicaciones correspondientes.
- Dentro del portal existe una tienda online de libros y publicaciones relacionadas con la especialidad.
- Así mismo, dispone de un apartado de noticias y un buscador de profesionales.

REDES SOCIALES

- La SEO tiene perfiles profesionales en Twitter y LinkedIn, aunque con un volumen de seguidores y frecuencia de publicación limitados.

+800 **+1.630**
Seguidores⁽²⁾ Seguidores⁽²⁾



- La AJOE tiene perfil de Facebook propio.

+270
Seguidores⁽²⁾



(1) Según un estudio reciente de sendinblue (plataforma de SaaS de marketing relacional), la tasa de apertura promedio de una asociación es del 37% y la tasa de clic el 2%.

(2) A Febrero de 2021

4.1. ANÁLISIS INTERNO | CONCLUSIONES ACTIVIDAD SEO

EVOLUCIÓN DE LA ACTIVIDAD

La **actividad económica** de la SEO en los **últimos años** (hasta 2019-20) muestra unos **ingresos en torno a los 900.000 euros**, con **variaciones anuales en función del resultado del Congreso** anual de la especialidad.

- El **resultado del Congreso y las cuotas** de los socios concentran el **94% de los ingresos**. Estas últimas se han mantenido en cifras similares durante el periodo analizado, por lo que se desprende una **elevada y creciente dependencia del resultado del Congreso**.
- El **resto de ingresos** han ido **reduciéndose**, a **excepción de los avales y las suscripciones y venta de libros**, pero éstos sólo representan el **1,7% del total**.
- Es destacable la **disminución progresiva de los ingresos por publicidad** en la revista Archivos y el diario del Congreso, que se ha reducido **a menos de la mitad en 3 años**, y la **de las aportaciones de la industria** a las ponencias y la comunicación solicitada (-83% vs. 2016).

Por lo que respecta a los **gastos**, tras la **bajada** experimentada en **2017-18**, se han **mantenido en algo más de 800 miles de euros**.

Congreso

El volumen de **ingresos y gastos** del Congreso **depende en gran medida de la sede** en la que se celebra:

- En 2019 (Madrid) se registró un importante incremento en los ingresos y también en los gastos, por el elevado coste del Palacio de Congresos.
- En cambio, en 2020 al realizarse online, los ingresos y gastos se redujeron un 80% y 90% respectivamente, siendo el resultado un tercio del importe promedio de los años precedentes. Este hecho va a tener una repercusión en el resultado económico de la anualidad 2020-2021.

-9%

Var. Ingresos 2019-20 vs. Año anterior

49%
CONGRESO

45%
CUOTAS

+0,9%

Var. Gastos 2019-20
vs. Año anterior

4.1. ANÁLISIS INTERNO | CONCLUSIONES ACTIVIDAD SEO

Congreso (Cont.)

En los **congresos presenciales**, los ingresos provienen fundamentalmente de las inscripciones (~50%) y de los stands de los expositores (~40%). El 10% restante corresponde a patrocinios, publicidad, folletos, app del congreso, etc.

- En los últimos años (hasta 2020) venía registrándose un aumento tanto en el número expositores como en el de inscritos y la cuota media pagada.
- No obstante, en el Congreso online de 2020 motivado por la pandemia, se produjo una **reducción** en los **participantes** (inscritos y expositores) y en los **cuotas**, dada la gratuidad del mismo para los socios y la reducción para los no socios. **Lo mismo ocurrió con los ingresos por expositor**, que al tratarse de sites su importe fue muy inferior al de un stand.

En cuanto al **perfil de inscrito/asistente**, existe un **equilibrio entre socios y no socios salvo en 2020**, donde la gratuidad para los socios hizo que aumentara su participación y su peso sobre el total.

- **Del total de inscritos**, en torno al **90% asisten** finalmente al congreso y **aproximadamente un 4% lo paga** de forma privada, siendo el resto invitación / subvención por parte de la industria.
- De entre los **no socios que asisten** al congreso, un **25% aproximadamente** son residentes, porcentaje que aumentó al **60%** en 2020 **con el formato online**. Entre los socios, el peso de los residentes asistentes se mantuvo en el 9%.

Por lo que respecta a los **expositores**, se observa que la **captación de nuevas empresas es cada vez menor**, aunque siempre ha compensado las “perdidas” hasta 2020, donde se produjo una **reducción importante**, pasando de más de 40 a menos de 20.

Cuotas de los socios

Desde 2017 los **ingresos por cuotas** se han mantenido **prácticamente constantes**, con un **ligero repunte en 2019-20 derivado de una mayor cuota media pagada**, consecuencia del perfil de los socios, al disminuir el número de residentes y aumentar los extranjeros, ya que los importes de cuota no han sido modificados a lo largo de estos años.

Sin embargo, en 2020 se produce un **cambio de tendencia en la evolución creciente del total de socios**, debido a la **reducción continuada del número de socios no exentos de pago** (2% anual) y la **caída**, a diferencia de los años anteriores, en el **número de residentes**. Este hecho, tendrá consecuencias también en el resultado económico de 2020-21.

- La **captación de socios (altas)** que había sido creciente en los últimos años, **cae en 2020**, explicada en gran medida por la celebración del congreso online.
- Mientras que **las bajas**, que seguían una tendencia a la baja, **desde 2019 se han incrementado**, principalmente por petición propia de los socios y por finalización de residencia, situación que no ocurría desde 2016.

-63%

Resultado Congreso 2020
vs. 2019

90,5% vs. 87%

Socios “no exentos” 2017 vs 2020

De los cuales
5% pagan la mitad (RESIDENTES)

4.1. ANÁLISIS INTERNO | CONCLUSIONES ACTIVIDAD S.E.O.

ACCIONES DE MARKETING Y COMUNICACIÓN

Por lo que respecta a las acciones de marketing y comunicación de la SEO, pueden resumirse en:

1. Boletín electrónico (newsletter):

- Cerca del 80% de los socios (+2.200) están suscritos
- Las tasas de apertura y clic están por encima del promedio para una asociación, según un estudio reciente de sendinblue:
 - 50% tasa apertura promedio (vs. 37%)
 - 10% tasa clic promedio (vs. 2%)
- Los rebotes y bajas son prácticamente nulos.
- Las temáticas con mayor número de clics (en Septiembre y Octubre) son las que hacen referencia al nuevo Nomenclátor y a los número de la revista Archivos.

2. Stand informativo en el Congreso anual de oftalmología:

3. Portal web oftalmoseo:

- La SEO cuenta con un portal web en el que se da a conocer la asociación, los grupos de trabajo, información sobre los Congresos y la Fundación SEO y un área privada para socios desde la que acceden a la información y publicaciones correspondientes.
- Dentro del portal, existe una tienda online de libros y publicaciones relacionadas con la especialidad.
- Así mismo, dispone de un apartado de noticias y un buscador de profesionales.

4. RRSS:

- La SEO tiene perfiles profesionales en **Twitter y LinkedIn**, aunque con un **volumen de seguidores** (+800 y +1.630 respectivamente) **y frecuencia de publicación limitados** en comparación con otras sociedades similares.
- La **AJOE** tiene perfil de **Facebook** propio con **+270 seguidores**.

+2.200

Suscritos Newsletter

50%

Tasa
apertura

10%

Tasa
clic

+800

Seguidores
Twitter SEO

+1.630

Seguidores
LinkedIn SEO

+270

Seguidores
Facebook AJOE

ANÁLISIS
INTERNO

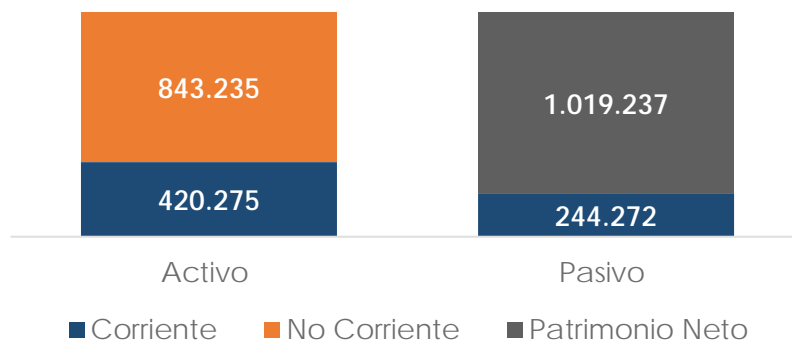
ECONÓMICO
FINANCIERO

4.2



EQUILIBRIO DE LAS MASAS PATRIMONIALES 2019

Euros y %



	ACTIVO	PASIVO
CORRIENTE	33,3%	19,3%
NO CORRIENTE	66,7%	-
PATRIMONIO NETO		80,7%

ACTIVO CIRCULANTE	33,3%
Realizable	21,8%
Disponibile	11,5%

S.E.O. PRESENTA UN EQUILIBRIO DE LAS MASAS PATRIMONIALES (EQUILIBRIO FINANCIERO) DADO QUE EL PATRIMONIO NETO PERMITE CUBRIR EL ACTIVO NO CORRIENTE Y DISPONER DE UN EXCEDENTE DE SEGURIDAD.

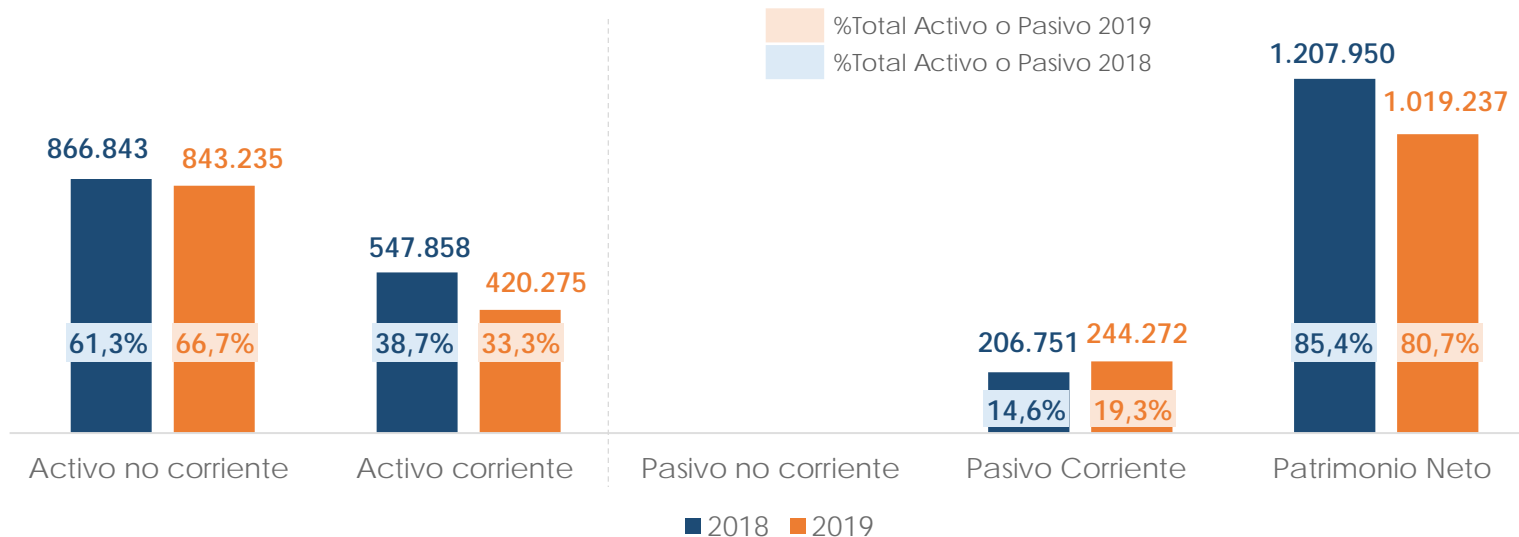
Por lo que respecta al **Activo**, en 2019 se produjo una **reducción vs. 2018** derivada principalmente de un menor importe de deuda con clientes, alineándose con el de los años anteriores.

En cuanto al **Pasivo**, aumentó el corriente al crecer las deudas con proveedores, empresas del grupo y asociadas, y se redujo el Patrimonio Neto al registrarse unas pérdidas del ejercicio de 189 miles de euros.

Destaca la **ausencia de Pasivo no corriente**, concentrándose toda la deuda en el corto plazo y en recursos propios.

EVOLUCIÓN DEL EQUILIBRIO DE LAS MASAS PATRIMONIALES. 2018-2019

%Total Activo o Pasivo 2019
%Total Activo o Pasivo 2018



EVOLUCIÓN CUENTA PÉRDIDAS Y GANANCIAS

CUENTA DE RESULTADOS	2017 %	2018 %	2019 %	2020 % (*)
Importe neto de la cifra de negocios	100%	100%	100%	100%
TOTAL INGRESOS DE EXPLOTACIÓN	100%	100%	100%	100%
Aprovisionamientos	-65%	-57%	-87%	-96%
<i>Consumo de mercaderías</i>	-0,02%	0%	-4%	-28%
<i>Trabajos realizados por otras empresas</i>	-65%	-57%	-83%	-68%
MARGEN BRUTO	35%	43%	13%	4%
Otros gastos de explotación	-35%	-41%	-24%	-22%
EBITDA	0,1%	2%	-11%	-18%
Amortización del inmovilizado	-2%	-2%	-2%	
EBIT	-1,5%	0,8%	-12,6%	
Gastos Financieros				
RESULTADO ANTES DE IMPUESTOS	-1,5%	0,8%	-12,6%	

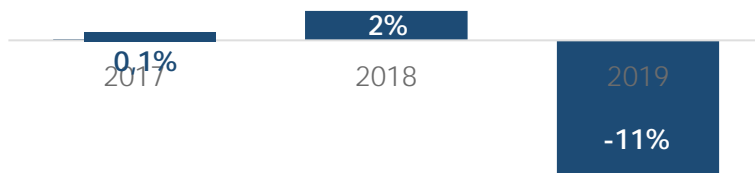
EN 2019 SE OBSERVA UNA EVOLUCIÓN NEGATIVA TANTO DEL EBITDA COMO DEL BAI, FUNDAMENTALMENTE POR EL AUMENTO DE LOS TRABAJOS REALIZADOS POR OTRAS EMPRESAS. EN 2020(*), LA TENDENCIA A LA BAJA CONTINÚA, EN ESTE CASO, POR LA IMPORTANTE REDUCCIÓN DE LOS INGRESOS.

El hecho que más ha contribuido a la caída del EBITDA en 2019 ha sido el incremento experimentado por los aprovisionamientos (+52%), principalmente por los trabajos realizados por otras empresas.

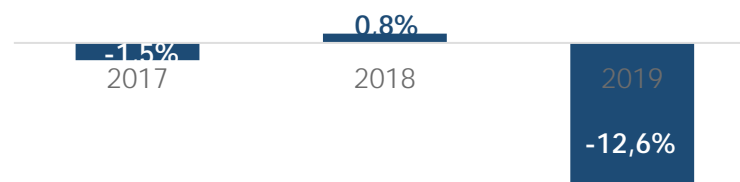
Todo ello, a pesar de la reducción de Otros gastos de explotación un 43%, más concretamente de arrendamientos y cánones.

Los datos provisionales de 2020 anticipan un escenario similar en cuanto a resultado, pero en este caso consecuencia de la fuerte caída de los ingresos, en un 61%, que no ha sido compensada por la reducción experimentada por los gastos.

EVOLUCIÓN DEL EBITDA
%SOBRE INGRS. EXPLOTACIÓN



EVOLUCIÓN DEL RESULTADO ANTES DE IMPUESTOS
EUROS Y %SOBRE INGRS. EXPLOTACIÓN



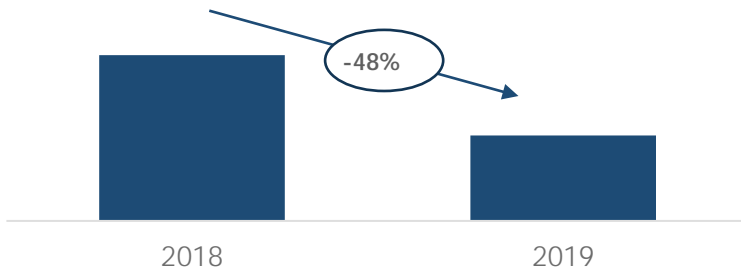
RATIOS DE LIQUIDEZ

Ratio	2018	2019	Ref.
Liquidez (Solvencia)	2,6	1,7	2
Disponibilidad	0,3	0,6	0,2

RATIOS ENDEUDAMIENTO

Ratio	2018	2019	Ref.
Endeudamiento (global)	0,2	0,2	<1
A Corto plazo	0,2	0,2	
A Largo plazo	0	0	

EVOLUCIÓN DEL FONDO DE MANIOBRA EUROS



RATIOS RENTABILIDAD

Ratio	2018	2019	Ref.
ROA	1,0%	-18,5%	>1
ROE	0,8%	-14,9%	>1

MEJORA LA SITUACIÓN FINANCIERA EN 2019, TANTO DESDE EL PUNTO DE VISTA DEL ENDEUDAMIENTO COMO DE LA SOLVENCIA Y LIQUIDEZ. SEO CUENTA CON SOLIDEZ FINANCIERA SUFICIENTE PARA ACOMETER LAS INVERSIONES NECESARIAS.

Los ratios de liquidez, aunque bajan en 2019, muestran **capacidad suficiente para hacer frente a los pagos a corto y medio plazo.**

Lo mismo indica el Fondo de Maniobra positivo.

El ratio de **endeudamiento** es **muy bajo**, y toda ella a corto plazo, lo cual significa que el **PN** es **muy elevado** y es posible que no se estén aprovechando las oportunidades de financiación que pudieran mejorar el resultado.

Tanto la **rentabilidad económica** como la **financiera** son **bajas** en 2018, algo **intrínseco a las entidades sin ánimo de lucro**. En 2019 es negativa al dar pérdidas.

NOTA:
Liquidez: Activo circulante / Exigible CP
Disponibilidad: Disponible / Exigible CP
Endeudamiento (global): Pasivo total / Patrimonio neto
Endeudamiento CP: Exigible CP / Patrimonio Neto
Endeudamiento LP: Exigible LP / Patrimonio Neto
ROE (Rent. Financiera Neta): Beneficio Neto / Patrimonio Neto
ROA (Rent. Económica Neta): Beneficio Neto / Activo

4.2. ANÁLISIS INTERNO | CONCLUSIONES ANÁLISIS ECO-FINANCIERO

S.E.O. presenta un equilibrio de las masas patrimoniales (**equilibrio financiero**) dado que el **patrimonio neto permite cubrir el activo no corriente y disponer de un excedente de seguridad**.

- En 2019 se produjo una **reducción del Activo vs. 2018** derivada principalmente de un **menor importe de deuda con clientes**, alineándose con el de los años anteriores.
- En cuanto al **Pasivo**, **aumentó el corriente al crecer las deudas con proveedores, empresas del grupo y asociadas, y se redujo el Patrimonio Neto al registrarse unas pérdidas** del ejercicio de 189 miles de euros.

Destaca la **ausencia de Pasivo no corriente**, concentrándose toda la deuda en el corto plazo y en recursos propios.

Por lo que respecta a la **cuenta de resultados**:

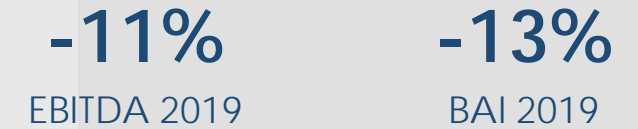
- En 2019 se observa una **evolución negativa** tanto del **EBITDA como del BAI**, fundamentalmente por el **incremento** experimentado por los **aprovisionamientos (+52%)**, principalmente por los **trabajos realizados por otras empresas**. **Todo ello, a pesar de la reducción de Otros gastos de explotación un 43%**, más concretamente de los arrendamientos y cánones.
- Los **datos provisionales de 2020 anticipan un escenario similar** en cuanto a resultado, pero **en este caso consecuencia de la fuerte caída de los ingresos** en un 61%, que no ha sido compensada por la reducción experimentada por los gastos.

A nivel general, **mejora la situación financiera en 2019**, tanto desde el punto de vista del endeudamiento como de la solvencia y liquidez. **Se cuenta con solidez financiera suficiente para acometer las inversiones necesarias**.

- Los **ratios de liquidez**, aunque bajan en 2019, muestran **capacidad suficiente para hacer frente a los pagos a corto y medio plazo**.
- Lo mismo indica el **Fondo de Maniobra positivo**.

El **ratio de endeudamiento es muy bajo**, y **toda la deuda es a corto plazo**, lo cual significa que el PN es muy elevado y es posible que no se estén aprovechando las oportunidades de financiación que pudieran mejorar el resultado.

Tanto la rentabilidad económica como la financiera son bajas en 2018, algo intrínseco a las entidades sin ánimo de lucro. En 2019 es negativa al dar pérdidas.



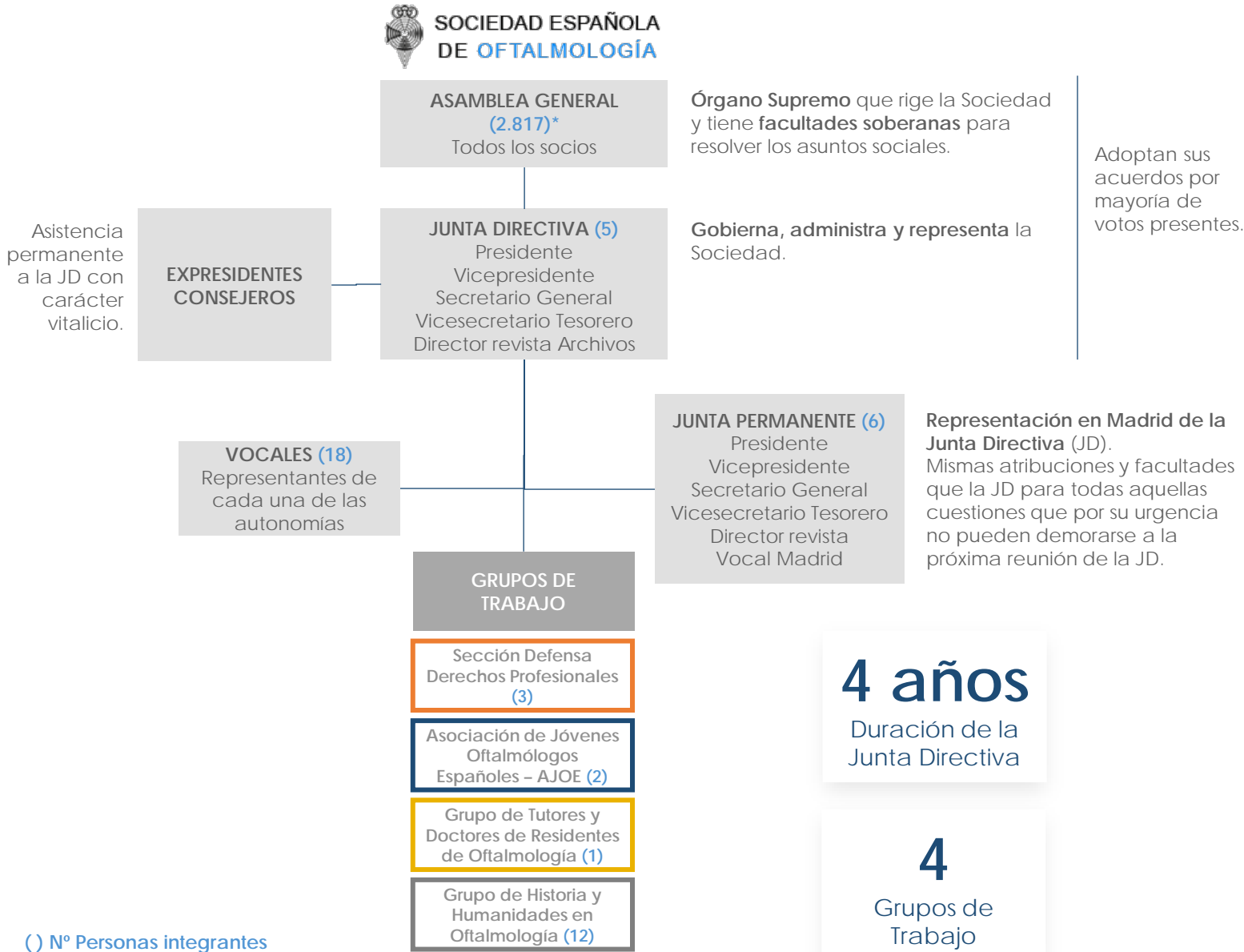
ANÁLISIS
INTERNO

ORGANIZACIÓN
Y PERSONAS

4.3



4.3. ANÁLISIS INTERNO | ORGANIZACIÓN Y PERSONAS | ORGANIGRAMA (1/2)

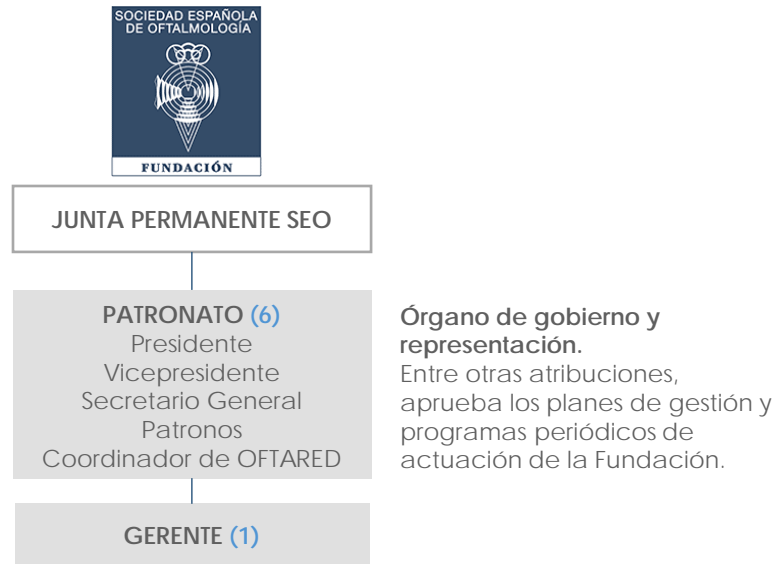


EL MECANISMO ELECTIVO DE LA SEO CUMPLE LOS ESTANDARES Y MECANISMOS DE PARTICIPACIÓN Y RENOVACIÓN.
LA ACTIVIDAD COMO REPRESENTANTES DE LA ASOCIACIÓN ES SIEMPRE VOLUNTARIA Y EXIGE DEDICACIÓN ADICIONAL A SUS LABORES PROFESIONALES.

Las reuniones de la **Asamblea General** son **ordinarias**, celebradas **1 vez al año en Septiembre** coincidiendo con la celebración del Congreso, y **extraordinarias**.

La **Junta Directiva** se elige **cada 4 años** y ningún miembro puede ser reelegido hasta transcurrir al menos 4 años desde su último cese.

() Nº Personas integrantes



4 años
Duración nombramiento patronos

ACTIVIDADES POSIBLES

- Realizar, desarrollar y/o colaborar en **programas específicos de educación, asistencia, formación e investigación** oftalmológica.
- Organizar **cursos, seminarios y Congresos**.
- Conceder **becas y ayudas de formación o investigación** oftalmológica.
- **Editar libros**, o cualquier tipo de **material** que contribuya a los fines de la Fundación.
- **Instituir premios** de todo tipo para potenciar los fines de la Fundación.
- **Establecer relaciones** con todo tipo de centros, instituciones y organizaciones públicas o privadas tanto en España como en el extranjero.

Actividades Recientes:

- Jornada Anual Día Mundial de la Visión
- Stand en el Congreso
- Exposiciones y pujas de cuadros
- Reuniones temáticas
- Actos homenaje

() Nº Personas integrantes

LA SOCIEDAD CUENTA CON UNA FUNDACIÓN PARA EL FOMENTO DE LA INVESTIGACIÓN, LA DOCENCIA, LA FORMACIÓN CONTINUADA Y LA CALIDAD ASISTENCIAL, CON ELEVADO POTENCIAL DE RECORRIDO.

Los fines de la Fundación se centran en el fomento de:

- La **investigación**, la **docencia**, la **formación continuada** y la **calidad de la asistencia** en cualquier campo relacionado con la Oftalmología y ayudar a la lucha contra la ceguera en cualquier parte del Mundo.
- La **transferencia de resultados de investigación a la práctica clínica** e impulsar la **formación y desarrollo de empresas de innovación tecnológica** en el campo de la Oftalmología.

Pudiendo colaborar con cualquier otra institución o entidad en programas y proyectos relacionados con los fines anteriores.

SECCIÓN DEFENSA DERECHOS PROFESIONALES

- El objetivo de esta sección es proporcionar a sus socios una **mejor y más ágil respuesta frente a las cada vez más numerosas demandas y conflictos** que se producen relacionadas con el ejercicio de la profesión. En concreto, la **representación y defensa de los intereses profesionales** dentro del ejercicio de la oftalmología, **tanto en el ámbito de la sanidad pública como privada.**
- Guiada por oftalmólogos y **asistida por especialistas legales.**

CARACTERÍSTICAS

- Dependencia de la SEO y aval por una gran mayoría de socios.
- Defensa del oftalmólogo desde un punto de vista profesional, colegiado y coherente.
- Incluida en la cuota de socio.
- Operatividad en el marco legal de España/Unión Europea y en coordinación con la Federación Europea de Oftalmología (FEOPH), la cual representa a las sociedades nacionales europeas de oftalmología.

ASOCIACIÓN DE JÓVENES OFTALMÓLOGOS ESPAÑOLES



- Creada con la intención de **acercar a la juventud y fomentar su participación científica** en las reuniones nacionales.
- Esta iniciativa puesta en marcha permite **representar a los residentes de oftalmología, tanto a nivel nacional como internacional.**
- Proporciona **mayor accesibilidad y fomento de las relaciones interprofesionales** de nuestro colectivo.
- Espacio abierto que **complemente las actividades docentes de la SEO**, que establezca un **foro de contacto** y que permita la **integración de los residentes.**
- Dirigida a **residentes de oftalmología y a oftalmólogos jóvenes durante el primer año post residencia.**
- Pasan a ser socios al asociarse a la SEO y cumplir los requisitos.

GRUPO DE TUTORES Y DOCTORES DE RESIDENTES DE OFTALMOLOGÍA

- Constituido en 2014 con la finalidad de **ayudar a los Docentes MIR en el desempeño de sus funciones.**
- Se constituyó como un Grupo **abierto a todos los especialistas con residentes a su cargo e interesados en la docencia de residentes** independientemente de tener o no el nombramiento de tutor.

ACTIVIDADES

- Realización de **reuniones periódicas para intercambiar experiencias y mejorar la formación** para poder orientar mejor a los residentes.
- **Desarrollo de cursos específicos** sobre mejora de la calidad docente en la formación de los residentes
- Utilización de **herramientas para una evaluación objetiva** de las competencias de los residentes
- **Soluciones prácticas para los problemas habituales** de los tutores y docentes.
- **Otros:** el desarrollo de habilidades de comunicación y motivación, conocimiento del proceso del aprendizaje del adulto y de la metodología docente, la adquisición de habilidades en la gestión de personas y de conflictos, el conocimiento de los aspectos éticos de la profesión y las habilidades para el trabajo en equipo, etc.

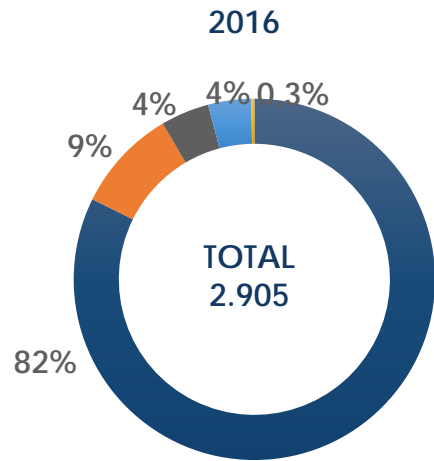
GRUPO DE HISTORIA Y HUMANIDADES EN OFTALMOLOGÍA



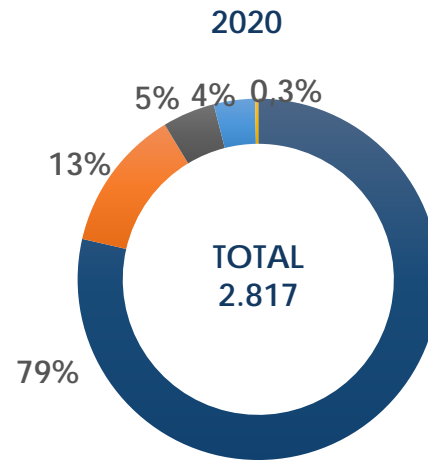
- Se constituyó en 1994, aglutinando a médicos oftalmólogos **interesados en compartir el gusto por la Historia de la especialidad y por las Humanidades**, y por despertar ese interés en otros miembros más jóvenes de la SEO.
- Dar a conocer aquellos hechos acaecidos a lo largo de la historia de la Oftalmología que contribuyeron a conformar el saber y nuestro quehacer oftalmológico.

ACTIVIDADES

- Realización de reuniones anuales
- Revista Española de Historia y Humanidades en Oftalmología.
- Acceso a otros documentos relacionados: conferencias, artículos, cuadernos de historia de la medicina,...
- Enlaces a la Academia Panamericana de Historia de la Medicina; Cogan Ophthalmic History Society; Journal for the History of Ophthalmology and of Vision Sciences.



■ Socios	2.391
■ Socio de mérito	268
■ Residentes	126
■ Extranjeros	112
■ Extranjeros socios honor	8



■ Socios	2.214
■ Socio de mérito	359
■ Residentes	132
■ Extranjeros	104
■ Extranjeros socios honor	8

AUNQUE EL VOLUMEN DE OFTALMÓLOGOS ASOCIADOS ES ALTO Y SE MANTIENE MÁS O MENOS CONSTANTE, EXISTE POTENCIAL DE MEJORA EN LA CAPTACIÓN DE RESIDENTES, LA FIDELIZACIÓN DE LOS SOCIOS EN GENERAL Y LA CAPACIDAD DE ATRACCIÓN DE EXTRANJEROS, PRINCIPALMENTE DE HABLA HISPANA, DONDE LA SEO ES REFERENTE.

DIAGNÓSTICO ESTRATÉGICO



ENTORNO, MERCADO Y TENDENCIAS

1. **Nuevas tecnologías con aplicación práctica en la medicina y el desarrollo de nuevos medicamentos:** Big Data, IA, RV, IoT, machine learning,
2. Avances en aplicaciones de la **medicina personalizada y de precisión.**
3. Apuesta por la **digitalización**, por una **salud más conectada y una mejora en la relación médico-paciente**, que requiere de una mayor implicación, alineación y coordinación entre todos los interlocutores (público-privados).
4. **Auge del colaboracionismo y el networking** (alianzas estratégicas, open innovation,...).
5. **Sociedad cada vez más exigente y preocupada por la salud y su prevención que busca información fiable y de calidad** en diversos entornos y con creciente incidencia en el ámbito online.
6. **Búsqueda de experiencias diferentes y únicas que combinen el mundo digital con el físico.** Demanda de **soluciones en tiempo real y más efectivas.**
7. **Elevada y creciente prevalencia de las enfermedades oftalmológicas**, potenciada por el envejecimiento poblacional, cambios en el estilo de vida, efectos secundarios de otros medicamentos, COVID-19,...
8. La **oftalmología**, entre las especialidades **más demandadas en sanidad privada.**
9. **Desarrollo / ampliación de servicios al socio** en línea con otras sociedades científicas y con las demandas actuales de los profesionales.

INDUSTRIA

10. **Crecimiento actual y futuro de la Industria** farmacéutica y de tecnología médica en el segmento de la **oftalmología**, con especial protagonismo de los **trastornos de retina y el glaucoma.**
11. **Aportación** creciente de la **industria a la formación e investigación** tanto a profesionales como a sociedades científicas.
12. **Necesidad de contar con avales científicos** para dar respaldo a eventos, actividades formativas, nuevos productos,...
13. **Aumento de las cirugías con láser** que potenciará el mercado oftalmológico.

PROFESIONALES MÉDICOS

14. **Necesidad de visibilidad** en el ámbito científico-médico y profesional.
15. **Necesidad de mejorar el posicionamiento de la especialidad como referente en la salud ocular** en la sociedad.
16. **Necesidad de potenciar las relaciones con los diversos agentes del sector y stakeholders:** Administración Pública, asociaciones de pacientes, centros de investigación, proveedores de salud, industria,...
17. **Necesidad de formación continuada y especializada** de calidad y **de ayudas y becas** para su acceso, principalmente para los jóvenes.
18. **Necesidad de información actualizada** en nuevas investigaciones, fármacos, terapias, técnicas y tecnologías aplicadas en el desarrollo de su actividad.
19. Incorporación al mercado de en torno a **150 nuevos especialistas al año y más de 600 en formación, con previsión de crecimiento** dado el déficit actual vs. demanda creciente.

STAKEHOLDERS

20. **Creciente apuesta por la I+D+i en el ámbito de la salud** tanto desde el ámbito público como privado, con mayor volumen de financiación destinada a este fin.
21. **Aumento continuado del gasto en salud**, tanto público como privado, que se prevé lo siga haciendo en los próximos años.
22. Según la OMS, **necesidad de mayor integración de la atención oftalmológica en los servicios nacionales de salud**, en particular **en el nivel de la atención primaria.**
23. Creciente **protagonismo de la sanidad privada y dentro de ésta, de las aseguradoras sanitarias.**
24. **Amplio mapa de relaciones potenciales en el ámbito científico, profesional, institucional y social** a nivel nacional e internacional.
25. **Carencia en el SNS de formación dirigida a los profesionales sanitarios**, siendo ésta insuficiente y poco ágil, especialmente en avances terapéuticos.

ENTORNO, MERCADO Y TENDENCIAS

1. **Falta de concienciación de la sociedad respecto al cuidado de la salud ocular**, de la existencia de determinadas enfermedades oftalmológicas y la necesidad de prevenirlas, controlarlas y tratarlas.
2. Confusión / desconocimiento en la sociedad **sobre la diferencia entre los oftalmólogos y los ópticos-optometristas**.
3. **Elevado posicionamiento de los ópticos** en el cuidado y revisión ocular periódica (graduaciones, venta de productos recurrentes,...), convirtiéndose en un referente social y con la Administración Pública.
4. **Posible entrada de grupos inversores interesados en la especialidad** que puedan desprestigiar y mercantilizar la profesión.

INDUSTRIA

5. **Incertidumbre económica y desaceleración del crecimiento** derivada del COVID-19 **que también afecta a la industria**.
6. **Industria cada vez más concentrada** en grandes players multinacionales con gran poder de negociación y recursos.
7. **Alta dependencia de las sociedades científicas de las aportaciones de la industria** a actividades formativas y eventos.
8. **Posible prohibición de que la industria farmacéutica financie la formación continuada de los profesionales sanitarios** aprobada por la Comisión Parlamentaria para la Reconstrucción Social y Económica del Congreso de los Diputados.

PROFESIONALES MÉDICOS

9. **Déficit de oftalmólogos** vs. la creciente demanda a nivel nacional y mundial.
10. **Pirámide de médicos de la especialidad con edad media elevada**.
11. **Riesgo de fuga de competencias** con especialidades próximas e intrusismo (LOPS – **Ley de Ordenación de las Profesionales Sanitarias** que reconoce a los ópticos-optometristas como como profesionales sanitarios).
12. **Fácil acceso a información científica y formación** en otras sociedades relacionadas, laboratorios farmacéuticos, institutos docentes de las Universidades, empresas especializadas,...
13. **Dependencia de otras especialidades o niveles asistenciales** para la captación de pacientes.
14. **Necesidad de regulación de la aplicación práctica de la telemedicina**.

STAKEHOLDERS

15. **Descentralización del sistema sanitario** que dificulta el diálogo y relación con la Administración.
16. **Excesiva información** sobre aspectos médicos y de cuidado de la salud en **multitud de fuentes y organizaciones, no todas fiables**, que lleva a la confusión a la sociedad general, pacientes, AAPP, medios de comunicación, etc.
17. **Novedades y cambios normativos continuos en relación con la gestión de la pandemia**.
18. Existencia de **otras sociedades científicas con intereses comunes que se están moviendo más y disponen una mayor oferta de servicios**.
19. **Reducida influencia de las sociedades científicas** en la toma de decisiones de las autoridades sanitarias.

5. DIAGNÓSTICO ESTRATÉGICO | MATRIZ DAFO - FORTALEZAS

PERSPECTIVA FINANCIERA

1. **Solvencia financiera** y capacidad para hacer frente a los pagos y abordar inversiones.
2. **Ratio de endeudamiento bajo** y a corto plazo.
3. **Órgano de gestión externo profesionalizado**, cercano y con elevada trayectoria y experiencia en entidades similares.
4. El **congreso nacional** como actividad generadora de beneficio.
5. Elevada **participación e interés de la industria** en el congreso y otros eventos de la especialidad.

PERSPECTIVA CLIENTE - MERCADO

6. Larga **trayectoria y prestigio** de la sociedad con **revista** científica propia y **congreso nacional de calidad** y con elevado **reconocimiento**.
7. Valor del **aval científico** de la sociedad para dar prestigio y credibilidad a eventos / productos / actividades de la industria y otras entidades.
8. **Posicionamiento de la especialidad y de la sociedad científica** entre los agentes del sector, la industria y la sociedad en general.
9. **Sociedad de referencia en idioma español** con elevado potencial de explotación en el mercado ibérico y latinoamericano.

PERSPECTIVA PROCESOS

10. **Fundación SEO** con posibilidad de fomentar actividades relacionadas con la investigación, la docencia, la formación y la calidad asistencial.
11. **Evolución positiva de la sociedad en los últimos años**, con iniciativas como la AJOE o la defensa de los derechos de los profesionales de la especialidad, creándose grupos de trabajo ad-hoc, y mayor apertura internacional.
12. **Apuesta por la modernización** de sus estructuras, la introducción de nuevas tecnologías y una sede física propia.
13. Se cuenta con los **medios necesarios para desarrollar actividades y eventos online**.
14. **Convenios con otras sociedades y organizaciones** nacionales e internacionales que posibilitan el acceso a formación, información y publicaciones de interés.

PERSPECTIVA PERSONAS

15. **Inexistencia de divisiones internas** y disensiones en cuanto a los objetivos e intereses de la sociedad.
16. **Alto porcentaje de profesionales asociados**.
17. A excepción de 2020, **evolución positiva del número de altas y** creciente número de **residentes**.
18. **Nivel curricular de los cargos directivos** homologable con los parámetros internacionales.

5. DIAGNÓSTICO ESTRATÉGICO | MATRIZ DAFO - DEBILIDADES

PERSPECTIVA FINANCIERA

1. Las **aportaciones de la industria se centran** fundamentalmente en el **congreso**.
2. **Elevada dependencia** económica de la sociedad **del resultado del congreso**, que además es variable en función de la sede del mismo.
3. El **actual modelo online del congreso no** es **sostenible** con la actual estructura de ingresos y costes de la sociedad.
4. **Repunte de las bajas** de socios a partir de 2019 que se suma a la caída en el número de altas en 2020.
5. **Reducción** continuada del número de **socios “que pagan”** y los que lo hacen con cuota íntegra.
6. Los **resultados negativos de los dos últimos años** reducen la liquidez y el fondo de maniobra.

PERSPECTIVA CLIENTE - MERCADO

7. **Propuesta de valor débil y poco segmentada**.
8. **Falta de orientación al socio joven** y sus necesidades.
9. **Escasa presencia y actividad** en el ámbito **internacional**.
10. **Escasa capacidad de influencia** como líder de opinión y referente de información sobre salud ocular **en la sociedad pública y con los medios de comunicación**, así como con la **Administración**.
11. **Potencial de mejora en el posicionamiento y captación de socios** como sociedad científica referente de la especialidad en el mercado **de habla hispana y europeos**.
12. Necesidad de **renovación de la imagen** de marca y de los soportes de comunicación adaptándolos a las nuevas tendencias.
13. **Fragmentación** de las actividades en distintas asociaciones dentro de la especialidad (a nivel territorial y de subespecialidad).
14. **Cooperación / colaboración con el resto de agentes del sector y stakeholders** con bajo impacto.

PERSPECTIVA PROCESOS

15. **Potencial de mejora en el aprovechamiento de la Fundación** para el desarrollo de actividades complementarias, especialmente formación e investigación.
16. **Limitada actividad y planificación de marketing y comunicación** que ayude a mejorar la visibilidad y posicionamiento de la sociedad.
17. **Limitada actividad de “captación” de nuevos socios**, desde jóvenes estudiantes de medicina con la promoción de la especialidad a extranjeros de habla hispana / europeos / Portugal y otros perfiles sanitarios relacionados.
18. **Falta de dinamismo apoyado en grupos de trabajo / comisiones operativas** que impulsen actividades / iniciativas.
19. **Necesidad de mayor digitalización** en servicios, eventos y formación.
20. **Necesidad de aumentar la frecuencia** en la realización de **eventos** de interés.

PERSPECTIVA PERSONAS

21. Se requiere mayor involucración de miembros no electos en la participación de actividades de la Asociación.

5. DIAGNÓSTICO ESTRATÉGICO | MATRIZ CAME

AMENAZAS (TOP 5)

1. **Confusión / desconocimiento** en la sociedad sobre la diferencia entre **oftalmólogos y ópticos-optometristas**, unido al **elevado posicionamiento de los ópticos** en el cuidado y revisión ocular periódica, convirtiéndose en un referente social y con la Administración Pública.
2. **Posible prohibición de que la industria farmacéutica financie la formación continuada de los profesionales sanitarios**, aprobada por la Comisión Parlamentaria para la Reconstrucción Social y Económica del Congreso de los Diputados.
3. **Necesidad de regulación** de la aplicación práctica de la **telemedicina**.
4. **Descentralización del sistema sanitario** que dificulta el diálogo y relación con la Administración.
5. **Excesiva información** sobre aspectos médicos y de cuidado de la salud en multitud de fuentes y organizaciones, no todas fiables, **que lleva a la confusión** a la sociedad general, pacientes, AAPP, medios de comunicación, etc.

OPORTUNIDADES (TOP 5)

1. **Elevada y creciente prevalencia de las enfermedades oftalmológicas**, potenciada por el envejecimiento poblacional, cambios en el estilo de vida, efectos secundarios de otros medicamentos, COVID-19,...
2. **Necesidad de contar con avales científicos** para dar respaldo a eventos, actividades formativas, nuevos productos,...
3. **Necesidad de visibilidad** en el ámbito científico-médico y profesional.
4. **Necesidad de mejorar el posicionamiento de la especialidad como referente en la salud ocular** en la sociedad.
5. **Necesidad de potenciar las relaciones con los diversos agentes del sector y stakeholders**: Administración Pública, asociaciones de pacientes, centros de investigación, proveedores de salud, industria,...

DEBILIDADES

- **Elevada dependencia económica del resultado del congreso, cuyo actual modelo online no es sostenible.**
- **Aportaciones de la industria centradas fundamentalmente en el congreso.**
- **Evolución de la cartera de socios**: repunte de las bajas a partir de 2019 + caída en el número de altas en 2020 + reducción continuada de socios "que pagan" y los que lo hacen con cuota íntegra.
- Los **resultados negativos de los dos últimos años** reducen la liquidez y el fondo de maniobra.
- **Propuesta de valor débil y poco segmentada**, con falta de orientación al socio joven y sus necesidades.
- **Escasa presencia y actividad en el ámbito internacional.**
- **Escasa capacidad de influencia como líder de opinión y referente de información** sobre salud ocular en la sociedad, medios de comunicación y Administración.
- **Fragmentación de actividades** en distintas asociaciones dentro de la especialidad (territoriales y subespecialidad).
- **Cooperación / colaboración con el resto de agentes del sector y stakeholders con bajo impacto.**
- **Potencial de mejora en el aprovechamiento de la Fundación**, especialmente formación e investigación.
- **Limitada actividad y planificación de marketing** que favorezca la visibilidad y posicionamiento + **necesidad de renovar imagen de marca y soportes de comunicación.**
- **Limitada actividad de "captación" de nuevos socios,**
- **Falta de dinamismo apoyado en grupos de trabajo / comisiones operativas** que impulsen actividades / iniciativas y su frecuencia, con **mayor involucración de miembros no electos.**
- **Necesidad de mayor digitalización** en servicios, eventos y formación.

CORREGIR Y AFRONTAR

1. **PROFUNDIZAR EN LA DEFENSA DE LA PROFESIÓN Y SUS COMPETENCIAS EN MATERIA DE SALUD OCULAR Y ASISTENCIA OFTALMOLÓGICA, ASÍ COMO EN DARLA A CONOCER DE FORMA ADECUADA Y POSICIONARLA EN TODA LA RED DE STAKEHOLDERS (SOCIEDAD, ADMINISTRACIÓN, MEDIOS DE COMUNICACIÓN, ÁMBITO CIENTÍFICO,...).**
2. **MEJORAR LA VISIBILIDAD, NOTORIEDAD Y RECONOCIMIENTO DE LA SEO COMO REFERENTE A NIVEL NACIONAL E INTERNACIONAL (PRINCIPALMENTE EN MERCADO NACIONAL, IBEROAMERICANO Y EUROPEO) A TRAVÉS DE UNA COMUNICACIÓN EFECTIVA, PLANIFICADA Y SEGMENTADA POR PÚBLICO OBJETIVO E IMPLICANDO RECURSOS INTERNOS Y EXTERNOS DE REFERENCIA.**
3. **DIVERSIFICAR LAS FUENTES DE INGRESOS AMPLIANDO LA OFERTA DE SERVICIOS A LOS SOCIOS Y POTENCIANDO LA COLABORACIÓN / ASISTENCIA A LA INDUSTRIA, AUMENTANDO SU APORTACIÓN MÁS ALLÁ DEL CONGRESO.**
4. **DESARROLLAR UNA POLÍTICA DE CAPTACIÓN DE SOCIOS PROACTIVA, AMPLIANDO SEGMENTOS, FRONTERAS Y PERFILES PROFESIONALES, QUE MANTENGA LA SOSTENIBILIDAD DE LA SOCIEDAD Y AUMENTE SU REPRESENTATIVIDAD.**
5. **MEJORAR LA PROPUESTA DE VALOR DE LA SOCIEDAD CON SERVICIOS DE INTERÉS Y VALOR AÑADIDO PARA LOS DISTINTOS SEGMENTOS DE ASOCIADO.**
6. **PROMOVER E INTERVENIR DE FORMA ACTIVA EN LA REGULACIÓN DE LA APLICACIÓN PRÁCTICA DE LA ESPECIALIDAD, TANTO EN EL ÁMBITO PRIVADO COMO EN EL PÚBLICO, Y TANTO EN UN FORMATO PRESENCIAL COMO EN EL CAMPO DE LA TELEMEDICINA: MODELOS DE PAGO ALTERNATIVOS, CÓDIGOS DE TERMINOLOGÍA DE LOS PROCEDIMIENTOS (NOMENCLÁTOR), DESARROLLO Y ACTUALIZACIÓN DE GUÍAS Y PROTOCOLOS CLÍNICOS, ...**
7. **POTENCIAR LAS RELACIONES INSTITUCIONALES CON LOS REPRESENTANTES DE LA ADMINISTRACIÓN SANITARIA, Y AUMENTAR LA PARTICIPACIÓN / INFLUENCIA EN LAS DECISIONES Y APLICACIÓN DE POLÍTICAS SANITARIAS QUE AFECTEN A LA VISIÓN.**
8. **ADAPTAR LOS EVENTOS, SERVICIOS Y FORMACIÓN A LAS NUEVAS TENDENCIAS Y PRIORIDADES DE LOS SOCIOS, PROMOVRIENDO EL APRENDIZAJE VIRTUAL Y PERSONALIZADO POR MÚLTIPLES CANALES DE COMUNICACIÓN Y PARA DIFERENTES AUDIENCIAS E IDIOMAS, ASEGURANDO SU SOSTENIBILIDAD.**

5. DIAGNÓSTICO ESTRATÉGICO | MATRIZ CAME

AMENAZAS (TOP 5)

1. **Confusión / desconocimiento** en la sociedad sobre la **diferencia entre oftalmólogos y ópticos-optometristas**, unido al **elevado posicionamiento de los ópticos** en el cuidado y revisión ocular periódica, convirtiéndose en un referente social y con la Administración Pública.
2. **Posible prohibición de que la industria farmacéutica financie la formación continuada de los profesionales sanitarios**, aprobada por la Comisión Parlamentaria para la Reconstrucción Social y Económica del Congreso de los Diputados.
3. **Necesidad de regulación** de la aplicación práctica de la **telemedicina**.
4. **Descentralización del sistema sanitario** que dificulta el diálogo y relación con la Administración.
5. **Excesiva información** sobre aspectos médicos y de cuidado de la salud en multitud de fuentes y organizaciones, no todas fiables, **que lleva a la confusión** a la sociedad general, pacientes, AAPP, medios de comunicación, etc.

OPORTUNIDADES (TOP 5)

1. **Elevada y creciente prevalencia de las enfermedades oftalmológicas**, potenciada por el envejecimiento poblacional, cambios en el estilo de vida, efectos secundarios de otros medicamentos, COVID-19,...
2. **Necesidad de contar con avales científicos** para dar respaldo a eventos, actividades formativas, nuevos productos,...
3. **Necesidad de visibilidad** en el ámbito científico-médico y profesional.
4. **Necesidad de mejorar el posicionamiento de la especialidad como referente en la salud ocular** en la sociedad.
5. **Necesidad de potenciar las relaciones con los diversos agentes del sector y stakeholders**: Administración Pública, asociaciones de pacientes, centros de investigación, proveedores de salud, industria,...

FORTALEZAS








- **Solvencia financiera y bajo ratio de endeudamiento**, con órgano de gestión externo profesionalizado.
- Larga **trayectoria y prestigio** de la sociedad, con **revista científica propia** y **Congreso nacional de calidad y reconocimiento**, generador de beneficio y con elevada **participación e interés de la industria**.
- **Valor del aval científico de la sociedad** para dar prestigio y credibilidad.
- **Posicionamiento de la especialidad y de la sociedad científica** entre los agentes del sector, la industria y la sociedad en general. **Sociedad de referencia en idioma español** con elevado potencial de explotación en el mercado ibérico y latinoamericano.
- **Fundación SEO** con posibilidad de fomentar actividades relacionadas con la investigación, la docencia, la formación y la calidad asistencial.
- **Evolución positiva de la sociedad en los últimos años**, con iniciativas como la AJOE o la defensa de los derechos de los profesionales de la especialidad, creándose grupos de trabajo ad-hoc, y mayor apertura internacional. **Apuesta por la modernización** de sus estructuras, la introducción de nuevas tecnologías y sede física propia.
- **Convenios con otras sociedades y organizaciones nacionales e internacionales** que posibilitan el acceso a formación, información y publicaciones de interés.
- **Inexistencia de divisiones internas y disensiones** en cuanto a los objetivos e intereses de la sociedad.
- **Alto porcentaje de profesionales asociados**, con evolución positiva del número de altas y creciente número de residentes (salvo 2020).
- **Nivel curricular de los cargos directivos** homologable con los parámetros internacionales.

MANTENER Y EXPLOTAR

1. **AUMENTAR LA PRESENCIA Y ACTIVIDAD EN EL ÁMBITO INTERNACIONAL COMO SOCIEDAD REFERENTE EN IDIOMA ESPAÑOL**, APROVECHANDO EL CONOCIMIENTO Y NIVEL CURRICULAR DE SUS MIEMBROS Y APORTANDO VISIBILIDAD Y OPORTUNIDADES DE DESARROLLO PROFESIONAL A LOS SOCIOS.
2. **FOMENTAR LA COLABORACIÓN / COOPERACIÓN CON LOS DIFERENTES AGENTES DEL ECOSISTEMA CIENTÍFICO NACIONAL E INTERNACIONAL, ASÍ COMO CON LAS SOCIEDADES TERRITORIALES Y DE SUBESPECIALIDAD**, AUNANDO ESFUERZOS Y APROVECHANDO SINERGIAS.
3. **PONER EN VALOR LA FUNDACIÓN COMO HERRAMIENTA PARA DESARROLLAR ACTIVIDADES FORMATIVAS Y DE FOMENTO DE LA INVESTIGACIÓN**, APROVECHANDO LOS BENEFICIOS FISCALES Y SU CARÁCTER SOCIAL, PROMOVRIENDO LA CAPTACIÓN DE FONDOS DE ÁMBITO EMPRESARIAL.
4. **LIDERAR LA ACTIVIDAD FORMATIVA** DE LOS PROFESIONALES, CONVIRTIÉNDOSE EN REFERENTE EN FORMACIÓN CONTINUADA Y ESPECIALIZADA, IMPLICÁNDOSE TANTO EN EL DESARROLLO Y ACREDITACIÓN DE LOS PROGRAMAS FORMATIVOS COMO EN SU IMPARTICIÓN, BIEN SEA INDIVIDUALMENTE O EN COLABORACIÓN CON TERCEROS.
5. **AMPLIAR Y ESTRUCTURAR LA ORGANIZACIÓN INTERNA DE LA SOCIEDAD EN BASE A GRUPOS DE TRABAJO / COMISIONES POR ÁREA DE INTERÉS A POTENCIAR**, INVOLUCRANDO A SOCIOS NO ELECTOS Y AUMENTANDO LA PARTICIPACIÓN E INVOLUCRACIÓN DE SOCIOS DE DISTINTO PERFIL.
6. **ASEGURAR LA TRANSPARENCIA TANTO EN LA GESTIÓN COMO EN LOS PROCESOS ELECTIVOS**, MEJORANDO LA COMUNICACIÓN INTERNA.
7. **PROMOCIONAR EL DESARROLLO DE LA TELEMEDICINA EN AQUELLOS ÁMBITOS EN LOS QUE SEA NECESARIO, PARA FAVORECER LA ACCESIBILIDAD Y MEJORAR LA EFICIENCIA CLÍNICA**.
8. **CONSOLIDAR Y APLICAR EL CÓDIGO ÉTICO EN DEFENSA DE UNA PRÁCTICA CLÍNICA BASADA EN LA EVIDENCIA CIENTÍFICA, LAS NORMAS DEONTOLÓGICAS, EL COMPORTAMIENTO ÉTICO DE SUS SOCIOS Y LAS BUENAS PRÁCTICAS CLÍNICAS**.
9. **FAVORECER LA CREACIÓN DE REGISTROS CLÍNICOS DE BASES DE DATOS QUE FAVOREZCAN ESTUDIOS Y MEDIDAS DE RESULTADOS QUE PUEDAN SER POSTERIORMENTE ÚTILES PARA APLICAR EN LAS POLÍTICAS SANITARIAS**.

5. DIAGNÓSTICO ESTRATÉGICO | BUSINESS MODEL CANVAS - ACTUAL

ACTUAL
FUTURO

<p>ASOCIACIONES CLAVE </p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Industria 2. Otras SSCC / Federaciones / Asociaciones (relacionadas con la oftalmología y otras especialidades; regionales, nacionales e internacionales) 3. Administración pública 4. Proveedores de salud público-privados 5. Otros organismos público-privados (Universidades, Centros Tecnológicos,...) 6. Asociaciones de pacientes 7. Medios de comunicación 	<p>ACTIVIDADES CLAVE </p> <p>SEO:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Org. eventos científicos / networking • Ed. revistas, libros y otro material oftalmología. • Mejora y actualización prácticas médicas. • Defensa intereses médicos oftalmólogos • Aportación info veraz y de interés para los distintos segmentos mercado. Creación de opinión y prestigio de la profesión. • Formación continuada de calidad para oftalmólogos (propia / en colaboración) • Establecer relaciones con stakeholders. • Actuar como paraguas de SSCC oftalmológicas regionales y subespec. <p>FUNDACIÓN:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Fomento investigación, docencia, formación y calidad asistencial. • Instaurar premios y conceder becas y ayudas a la formación e investigación. • Impulsar la formación y desarrollo de empresas de inn. tecnológica en Oftalmología. 	<p>PROPUESTAS DE VALOR </p> <ol style="list-style-type: none"> 1. OFTALMÓLOGOS <ul style="list-style-type: none"> • Congreso, ponencias, mesas redondas, monografías • Networking • Acceso a revista Archivos + otras publicaciones • Protocolos práctica clínica y de aplicación de nuevas tecnologías • Defensa derechos profesionales • Premios • Formación continuada 2. RESIDENTES DE OFTALMOLOGÍA Lo mismo que los oftalmólogos + <ul style="list-style-type: none"> • Visibilidad / participación en actividades de la SEO • Eventos exclusivos y organizados por jóvenes oftalmólogos • Formación ad-hoc • Becas y ayudas formación e investigación • Orientación / ayuda al desarrollo prof. / laboral nac / internac. • Nexo entre los diferentes servicios y hospitales 3. ESTUDIANTES DE MEDICINA <ul style="list-style-type: none"> • Orientación e información sobre la especialidad 4. OTROS PERFILES RELACIONADOS <ul style="list-style-type: none"> • Orientación e información sobre la especialidad • Actuar como paraguas para su interacción en los diferentes ámbitos de trabajo • Colaboración en proyectos de investigación 5. INDUSTRIA <ul style="list-style-type: none"> • Aval científico • Participación Congreso, ponencias y com. solicitada • Visibilidad en revista, diario Congreso y otros (publi) • Patrocinio de eventos y actividades • Validación nuevos procedimientos diagnósticos y terapéuticos • Organización de eventos en colaboración • Formación en colaboración 6. PACIENTES <ul style="list-style-type: none"> • Información veraz y de interés sobre enfermedades concretas • Reuniones en colaboración con Asociaciones de pacientes? • Visibilidad 7. PÚBLICO GENERAL (SOCIEDAD) <ul style="list-style-type: none"> • Información veraz y de interés sobre salud ocular (prácticas saludables, actividades preventivas, patologías frecuentes, tratamientos,...) 	<p>RELACIONES CON CLIENTES </p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Personal: <ul style="list-style-type: none"> • Stand congreso • Grupos de trabajo 2. Automatizada / online: <ul style="list-style-type: none"> • Newsletter • Redes Sociales • Email? 	<p>SEGMENTOS DE MERCADO </p> <p>PROFESIONALES IBERIA + LATAM + EUROPA</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Oftalmólogos 2. Residentes de oftalmología 3. Estudiantes de medicina 4. Otros perfiles científicos y sanitarios relacionados <p>OTROS</p> <ol style="list-style-type: none"> 5. Industria 6. Pacientes 7. Público general (sociedad)
<p>ESTRUCTURA DE COSTES</p> <ul style="list-style-type: none"> • Honorarios profesionales → 47% • Revista Archivos / oftalmoseo → 24% • Imprenta • Gastos diversos oficina (mensajería, alquiler almacén) • Gastos viajes y congresos • Cuotas / afiliaciones / cursos / suscripciones • Gastos sociedad (becas, premios, reuniones) 		<p>FUENTES DE INGRESOS</p> <ul style="list-style-type: none"> • Congreso (Inscripciones / Stands / Otros) → 50% • Cuotas asociados → 45% • Publicidad • Royalties Elsevier • Avales • Suscripción / Venta revistas y libros • Subvenciones industria • Formación • Otros eventos 		

ESTRATEGIA COMPETITIVA Y FUNCIONALES



6. ESTRATEGIA | RETOS ESTRATÉGICOS

01 Mejorar la visibilidad y posicionamiento con la Administración sanitaria y la sociedad civil.

- o Profundizar en la defensa de la profesión y sus competencias en materia de salud ocular.
- o Potenciar y optimizar las relaciones institucionales con la Administración aumentando su participación e influencia.
- o Mejorar la relación y posicionamiento como referente de cara a los medios de comunicación y la sociedad.
- o Aumentar el reconocimiento / prestigio de la especialidad a través de una comunicación efectiva y segmentada.
- o Renovar y mejorar la imagen de marca y las herramientas de comunicación desde un punto de vista de marketing.

02 Promover el liderazgo científico en el ámbito de la oftalmología.

- o Proporcionar acceso a conocimiento científico-técnico actualizado, por diversos canales y adaptado por perfil.
- o Promover la mejor calidad y la ética en la práctica asistencial (código ético)
- o Costes por proceso, nomenclátor
- o Incrementar y explotar la actividad relacional en el ámbito científico regional / nacional / internacional.
- o Liderar la formación continuada y especializada de la especialidad.
- o Promover e incentivar el desarrollo e investigación científica en colaboración con agentes externos.
- o Aportar criterio ético y deontológico al uso de nuevos procedimientos terapéuticos o diagnósticos en colaboración con la industria.

03 Generar engagement con los socios y aumentar el sentimiento de pertenencia.

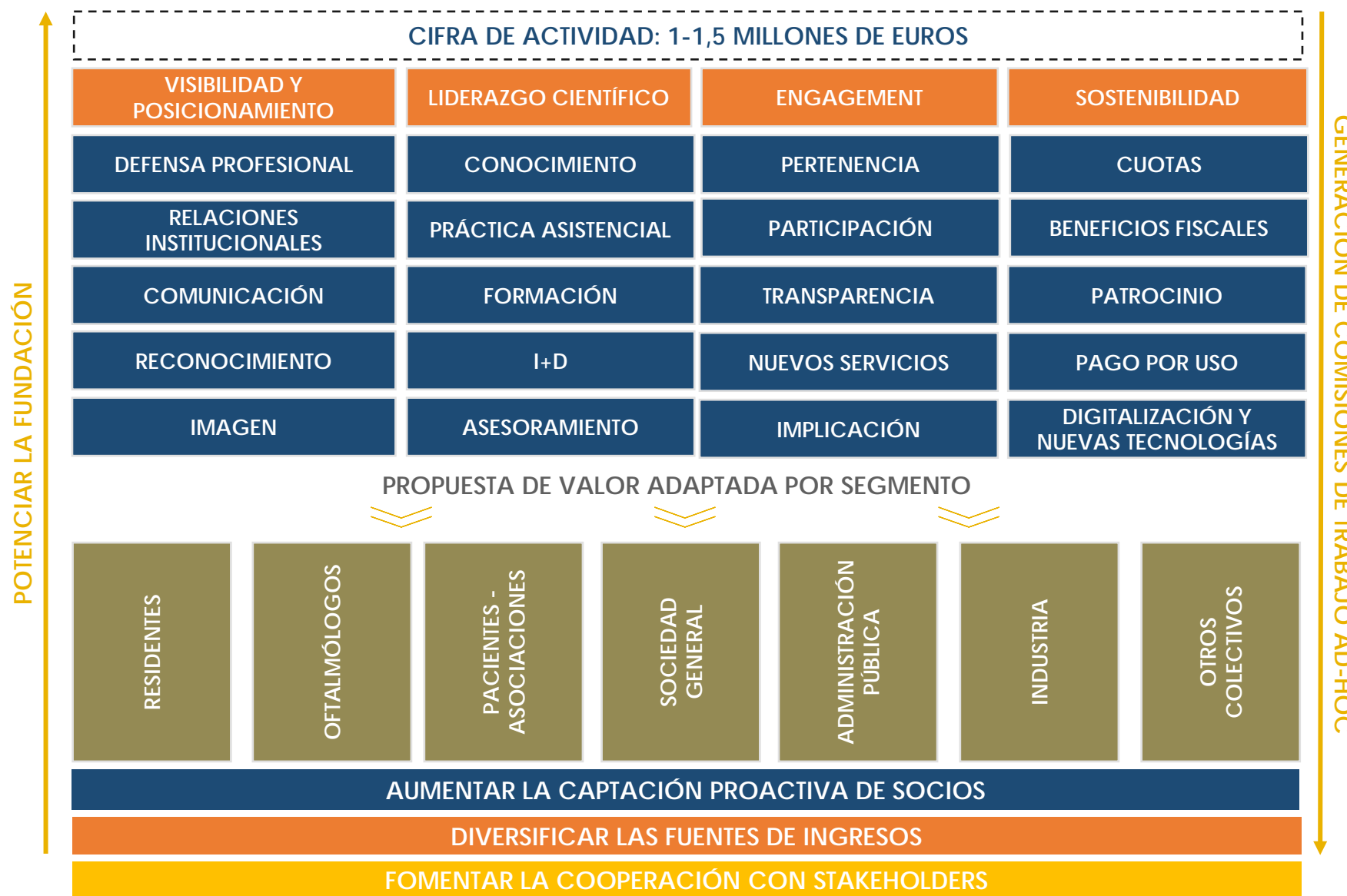
- o Generar nuevos servicios de valor añadido e interés por tipología de socio.
- o Asegurar la transparencia en los procesos, procedimientos y actividad de la sociedad.
- o Mantener una comunicación interna continuada y efectiva con los socios.
- o Fomentar la participación e involucración de los socios en la actividad de la sociedad, asegurando la representatividad de los distintos perfiles.

04 Adaptar la organización a los retos futuros, asegurando la sostenibilidad y solidez económica.

- o Captación proactiva de socios ampliando los perfiles y nacionalidad.
- o Diversificar las fuentes de ingresos, incorporando nuevos servicios fuera de cuota para los socios y aumentando la captación de fondos de la industria.
- o Desarrollar y potenciar la Fundación como herramienta de captación de recursos para el desarrollo de actividades.
- o Digitalización e incorporación de nuevas tecnologías en el desarrollo de la actividad de la sociedad y en la aplicación práctica de la especialidad.
- o Adaptar los servicios y eventos a las preferencias de los distintos perfiles de socio asegurando su sostenibilidad.
- o Articular la organización en comisiones / grupos de trabajo por área de interés a potenciar que asegure la dedicación de recursos personales y económicos a la consecución de los objetivos marcados.



6. ESTRATEGIA | RESUMEN DE LA ESTRATEGIA



La estrategia de la S.E.O. pasa por:

- Aumentar la visibilidad y posicionamiento con todos los stakeholders** (profesionales médicos, Administración, pacientes y asociaciones de pacientes, medios de comunicación y sociedad general), **a través del fomento de las relaciones y la comunicación efectiva y segmentada** de su actividad.
- Promover el liderazgo científico** en el ámbito de la oftalmología **a través de la generación y transmisión de conocimiento científico-técnico actualizado**, a través de la formación, investigación y asesoramiento adaptado por perfil.
- Aumentar el sentimiento de pertenencia** de los socios, fomentando su **participación e implicación** en la actividad de la sociedad, mejorando la **transparencia y comunicación**, y desarrollando una **oferta servicios de interés** para los distintos perfiles.
- Asegurar la sostenibilidad** de la sociedad **diversificando las fuentes de ingresos y aumentando el número de socios**.

6. ESTRATEGIA | ESTRATEGIA DE LIDERAZGO CIENTÍFICO

Conocimiento científico-técnico actualizado

Generar y transmitir conocimiento científico-técnico actualizado derivada de la recopilación de información, de la investigación (propia o ajena) y de la formación personalizada.

Calidad y ética en la práctica asistencial

Asegurar la calidad y ética en la práctica asistencial mediante la generación de códigos de buenas prácticas, adecuada aplicación de la tecnología, desarrollo de estudios y desarrollo de documentos de referencia.

Formación e investigación

Articular un **servicio de formación para socios y no socios** es crítico para SEO. Además de **generar ingresos adicionales**, debe de servir para **ganar visibilidad y posicionamiento** en otros colectivos afines, mejorar la posición con la industria médica en general y con otras instituciones médicas.

Establecer correctamente un **Plan de Formación por niveles y usuarios** a los que se dirige, **buscar la recurrencia** en acciones de formación y contar con un **cuadro docente de prestigio** son las palancas clave para su correcta puesta en marcha.

Disponer de una **plataforma online** que permita gestionar correctamente las inscripciones, el pago y la asistencia además de eliminar barreras de tipo geográfico, disponibilidad de tiempo, etc. es la manera óptima de desarrollarlo.

PRÁCTICA CLÍNICA

CÓDIGO ÉTICO

NOMENCLÁTOR

MODELOS DE PAGO

LESGISLACIÓN

6. ESTRATEGIA | ESTRATEGIA DE ENGAGEMENT CON LOS SOCIOS

Nuevos servicios de valor añadido

Es necesario **incrementar los servicios** prestados al colectivo buscando sobre todo:

- Articular servicios de interés **para los jóvenes Residentes**, con el objetivo de retener este perfil al acabar la residencia: bolsa de empleo, becas de investigación, residencia y estancias en centros de referencia, etc,
- **Formación para los socios e interesados** de colectivos afines.
- Apoyo en la **investigación y gestión de proyectos**, etc.

Transparencia

Uno de los ejes de trabajo planteados para **lograr mejorar el sentimiento de pertenencia** al colectivo pasa por profundizar en los mecanismos de transparencia en la gestión. En este sentido, para seguir avanzando en esta dinámica se recomienda **articular memorándums de información de las acciones realizadas, de los resultados obtenidos y de las acciones de mejora y planes de actuación previstos** en el funcionamiento de SEO.

Comunicación interna continuada

Desarrollar **mecanismos** de comunicación interna **que fomenten el feedback y la interrelación con los socios**, buscando sistemas de **mayor participación en la toma de determinadas decisiones**.

Adecuar las herramientas de comunicación a sistemas que soporten esta interacción e **incrementar la frecuencia** de comunicación **con mensajes diferenciados**.

Participación e involucración

Generar 10 Grupos o Comisiones de trabajo internas para avanzar y ganar rapidez en el desarrollo de iniciativas enmarcadas en este Plan de Trabajo **y para lograr mayor involucración de miembros no pertenecientes a la Junta Directiva** en el desarrollo de actividades.

Integrar a colectivos propios (AJOE) y ajenos (otras especialidades) **en la dinámica de trabajo habitual** de las actividades de SEO, sin que ello signifique necesariamente participar en la toma de decisiones (que corresponde por mandato y estatutos a la Junta Directiva).



6. ESTRATEGIA | ESTRATEGIA DE RETOS FUTUROS Y SOSTENIBILIDAD

Captación proactiva de socios

Uno de los objetivos de la SEO es aglutinar y representar a la profesión y reunir una mayor masa de socios. No obstante, las perspectivas de crecimiento de potenciales socios a la SEO dentro del ámbito nacional no son muy elevadas, pues la incorporación de nuevos profesionales y especialistas sigue patrones constantes desde hace tiempo.

En este sentido, los retos pasan por la **búsqueda de socios y/o partners** en las actividades de SEO **en otras zonas geográficas** (Sudamérica) **y en colectivos afines** (ej. medicina general, farmacia hospitalaria, etc.).

Diversificación de los ingresos

Tres ejes de trabajo fundamentales:

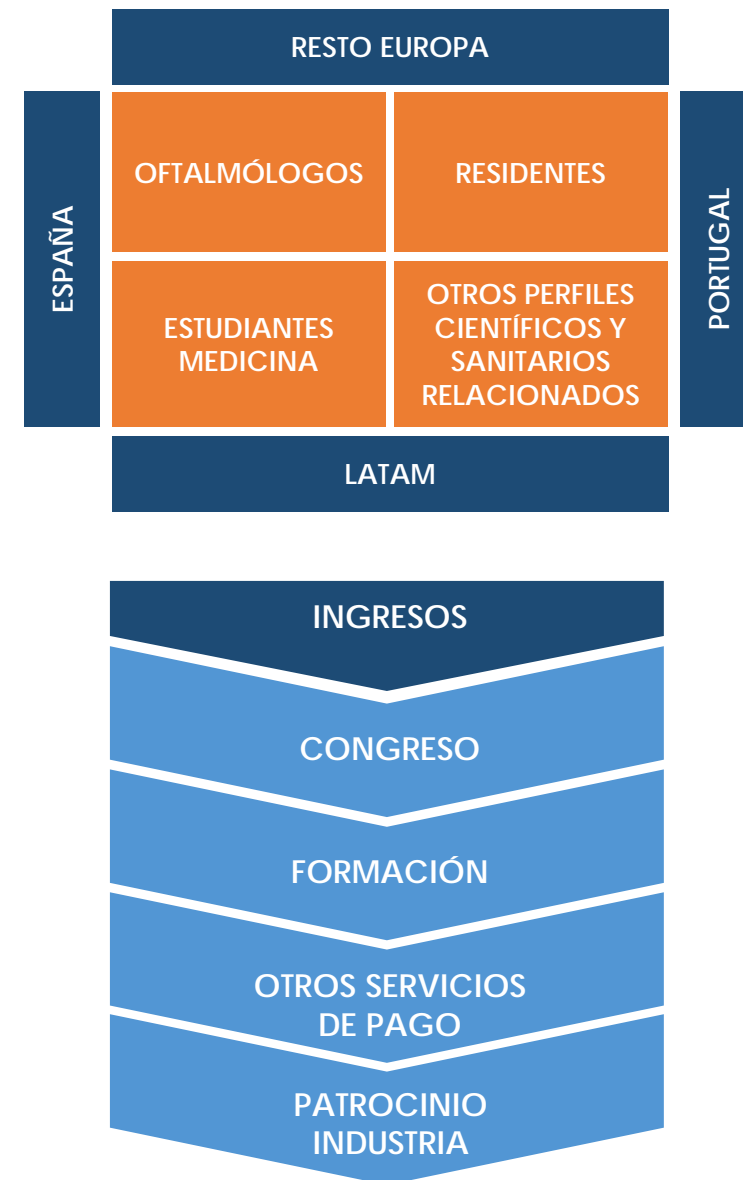
1. **Adecuar las cuotas al valor de los servicios prestados e incrementar el número de socios** activos.
2. Desarrollar programas de **Patrocinio de eventos y actividades** (más allá del Congreso) **con la Industria** tales como la esponsorización de determinados apartados de la web, la cofinanciación de actividades de formación y de eventos adicionales, entre otros.
3. Establecer el **pago parcial de las actividades de formación para los socios y trabajar un formato mixto del congreso**, que independientemente de su naturaleza, debe de ser cofinanciado por las inscripciones de socios, colaboradores, etc.

Potenciar la Fundación

Dinamizar la Fundación como **eje de trabajo para el desarrollo de actividades orientadas a la difusión de la salud ocular** hacia la sociedad, integrando y colaborando con asociaciones o entidades de carácter social.

Articular a través de la Fundación **programas de investigación**, bien sea **como líder o como participante en proyectos** liderados por otras entidades para la investigación en temas **de salud ocular**.

Aumentar el volumen de Patronos en la Fundación como mecanismo para **ganar mayor representatividad**.



6. ESTRATEGIA | ESTRATEGIA DE RETOS FUTUROS Y SOSTENIBILIDAD

Digitalización y nuevas tecnologías

Enfocar los servicios de SEO hacia la **digitalización progresiva**, tanto de los **archivos documentales como de los servicios** (Congreso, formación, revista, etc.), buscando su máxima **difusión y automatización**.

Canalizar **a través de una web actualizada**, una comunicación segmentada por tipo de audiencia, con secciones diferenciadas, que disponga de un **repositorio de información / documentación** de interés **para cada perfil**.

Así mismo, **digitalizar los servicios**, previa revisión, ofrecidos por la SEO, **principalmente la oferta formativa y de investigación** (proyectos de terceros / propios). Disponer de una **plataforma formativa online** y un **CRM** o herramienta comercial que permita registrar y gestionar los "clientes" actuales y potenciales, y realizar campañas para atraer alumnos y formadores.

En cuanto a las **nuevas tecnologías** aplicadas a la práctica clínica, la SEO ha de estar al corriente de cuáles son interesantes, para **evaluar su aplicabilidad** en la especialidad y **regular su buen uso**, a través de manuales y formación ad-hoc.

WEB ACTUALIZADA

SEGMENTACIÓN DE LA
INFORMACIÓN

REPOSITORIOS
DOCUMENTACIÓN

PLATAFORMA FORMATIVA
ONLINE

CRM

NUEVAS TECNOLOGÍAS

OBJETIVO

- **Digitalización e incorporación de nuevas tecnologías** en el desarrollo de la actividad de la sociedad, en la aplicación práctica de la especialidad y en el Plan de formación.
- **Regular el buen uso de las nuevas tecnologías en oftalmología** (IA aplicada al diagnóstico y formación médica, telemedicina, desarrollo de herramientas web, simulación quirúrgica,...). Código ético.

ACCIONES 2022

- **Difundir** entre el colectivo los **objetivos del grupo** de trabajo.
- Establecer un **pool de Tecnologías** de uso en la práctica **médica** (Robótica, IA,...).
- Prospeccionar sobre el **uso** de Sistemas de **Telemedicina**.
- Desarrollar **informes de evaluación** de Tecnología.
- Impartir **formación sobre el uso** de Alta Tecnología en el Congreso y organizar una **mesa redonda**.
- **I+D** en tecnología médica oftalmológica.
- Elaborar un **directorio de investigadores y empresas** con interés en Alta Tecnología.

KEY RESULTS 2022

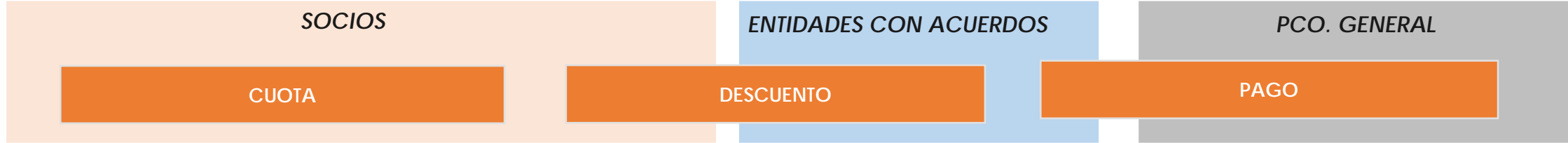
- Elaborar **directorio de investigadores y empresas** de Alta Tecnología.
- Desarrollar **informes de evaluación de tecnologías**.
- Desarrollar un **manual de uso de telemedicina** en la práctica clínica.
- Participar en la **formación** sobre el **uso de Alta Tecnología** en el congreso.

ACCIONES 2023-24

- Difundir **comunicación** sobre alta Tecnología.
- Establecer **recomendaciones sobre uso** de N. Tecnologías en la práctica médica.
- Generar un **Registro de Patologías**.
- Firmar **convenios con entidades** para **facilitar I+D**.
- Coordinar investigación para la obtención de **financiación**.

KEY RESULTS 2023-2024

- Firmar **al menos dos convenios** con entidades para el **I+D de nuevas tecnologías**.
- Generar un **registro nacional de patologías oculares**.



- Revista Archivos de la S.E.O.
- Ponencia Oficial
- La monografía de la Mesa Redonda
- La monografía de la Comunicación Solicitada
- Acceso a Protocolos de Práctica Clínica Preferente
- Acceso online a las sesiones de los últimos congresos
- Acceso online a todas las Ponencias, Mesas Redondas y Comunicaciones solicitadas
- Acceso Full text a revistas especializadas

- Inscripción del Congreso anual de la Sociedad
- Actividades de Formación

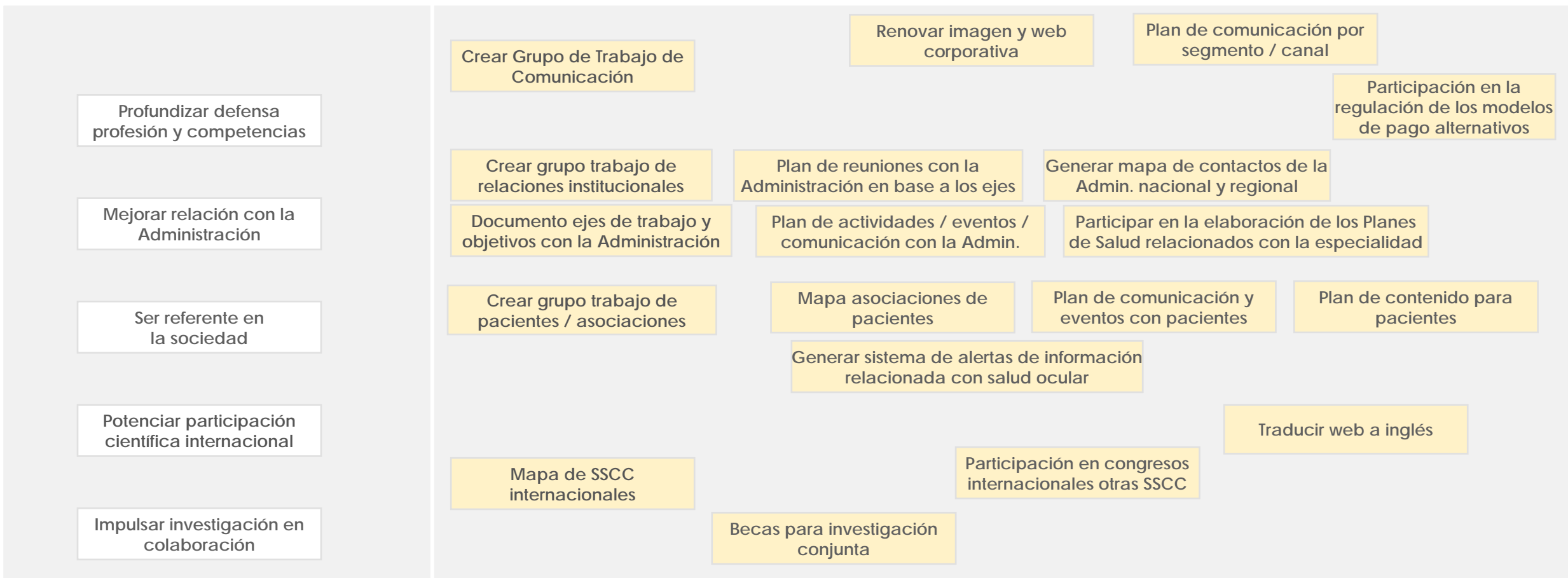
- Inscripción del Congreso anual de la Sociedad
- Actividades de Formación

6. ESTRATEGIA | MAPA ESTRATÉGICO - OBJETIVOS

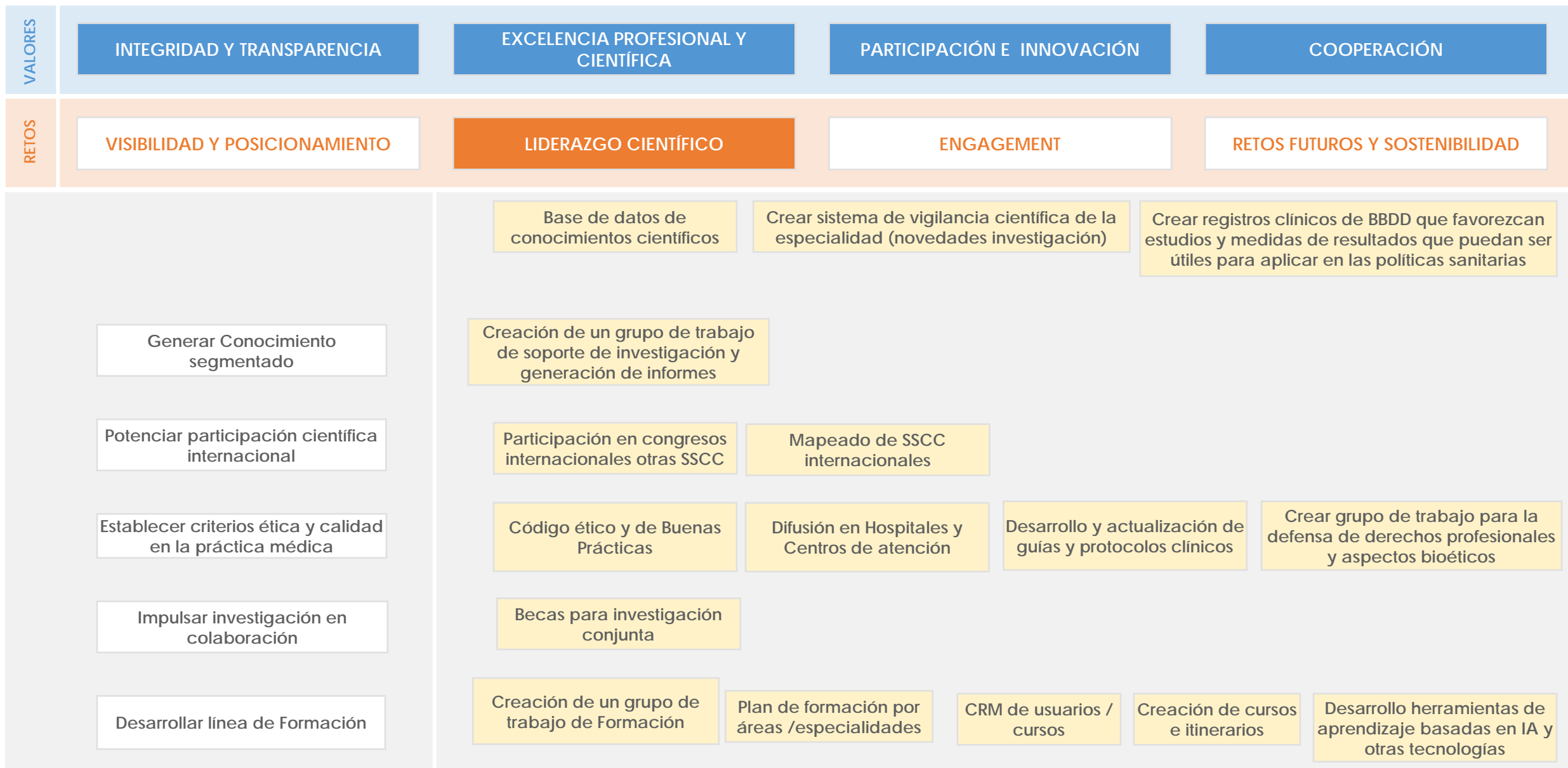
VALORES	INTEGRIDAD Y TRANSPARENCIA	EXCELENCIA PROFESIONAL Y CIENTÍFICA	PARTICIPACIÓN E INNOVACIÓN	COOPERACIÓN
RETOS	VISIBILIDAD Y POSICIONAMIENTO	LIDERAZGO CIENTÍFICO	ENGAGEMENT	RETOS FUTUROS Y SOSTENIBILIDAD
ECO-FINANCIERA				Revisar cuotas
CLIENTE - ENTORNO	Profundizar defensa profesión y competencias Mejorar relación con la Administración Ser referente en la sociedad	Generar Conocimiento segmentado	Aumentar la participación	Potenciar Fundación Aumentar volumen de socios Ampliar relación con la Industria
SERVICIOS Y PROCESOS		Potenciar participación científica internacional Impulsar investigación en colaboración	Establecer criterios ética y calidad en la práctica médica Desarrollar línea de Formación	Desarrollar nuevos servicios Participación con otras sociedades científicas
TECNOLOGICA			Mejorar comunicación interna (transparencia)	Digitalizar servicios y comunicación Regular aplicación tecnología en la práctica médica

6. ESTRATEGIA | MAPA ESTRATÉGICO – MAPA DE PROYECTOS

VALORES	INTEGRIDAD Y TRANSPARENCIA	EXCELENCIA PROFESIONAL Y CIENTÍFICA	PARTICIPACIÓN E INNOVACIÓN	COOPERACIÓN
RETOS	VISIBILIDAD Y POSICIONAMIENTO	LIDERAZGO CIENTÍFICO	ENGAGEMENT	RETOS FUTUROS Y SOSTENIBILIDAD



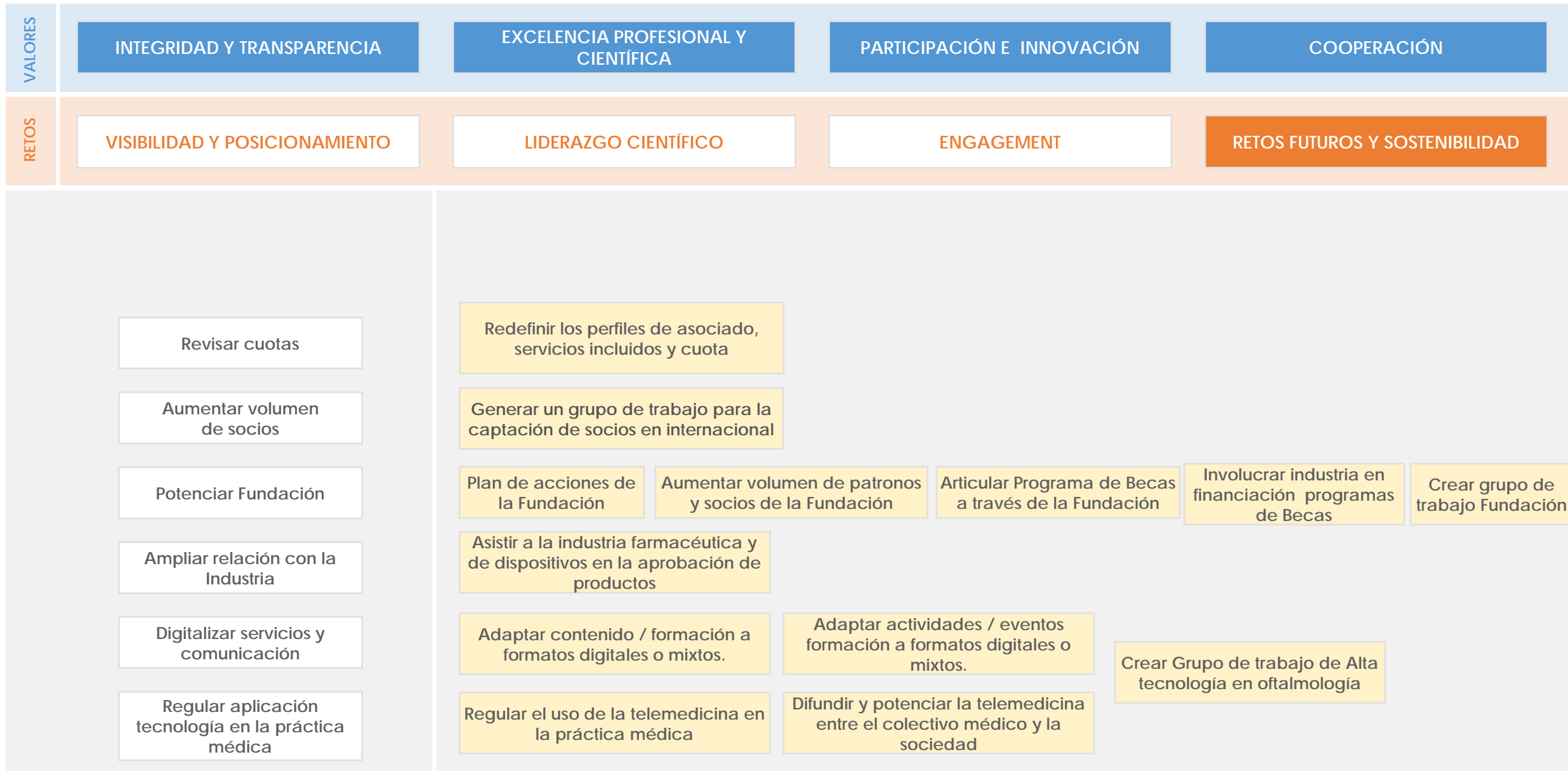
6. ESTRATEGIA | MAPA ESTRATÉGICO – MAPA DE PROYECTOS



6. ESTRATEGIA | MAPA ESTRATÉGICO – MAPA DE PROYECTOS



6. ESTRATEGIA | MAPA ESTRATÉGICO – MAPA DE PROYECTOS



1

Incrementar el volumen de asociados y la aportación de cuotas al presupuesto

Lograr un volumen de socios en torno a 3.200 – 2.800 asociados no exentos -

Aportación de cuota de asociados en torno a 45 – 50% de presupuesto de ingresos – Cuota media de 200 € - 225€

2

Lograr que el 30% de los asociados participen en un algún programa de formación

Ingresos por formación supongan un 10 - 15% presupuesto de ingresos a final del plan

Aportación mediante patrocinios del 50% de los costes de ejecución del programa formativo

3

Incrementar el número y actividades de las comisiones trabajo

Adicionalmente a las actuales, crear comisiones de trabajo para mejorar:

- Relaciones con la Administración
- Relaciones Internacionales
- Defensa derechos profesionales y bioética
- Investigación
- Comunicación
- Relaciones con los pacientes
- Cooperación / colaboración
- Formación
- Apoyo a la Fundación
- Aplicación de nuevas tecnologías

Integrar mínimo a 50 – 60 asociados en las actividades de las comisiones de SEO.

DESPLIEGUE ESTRATÉGICO

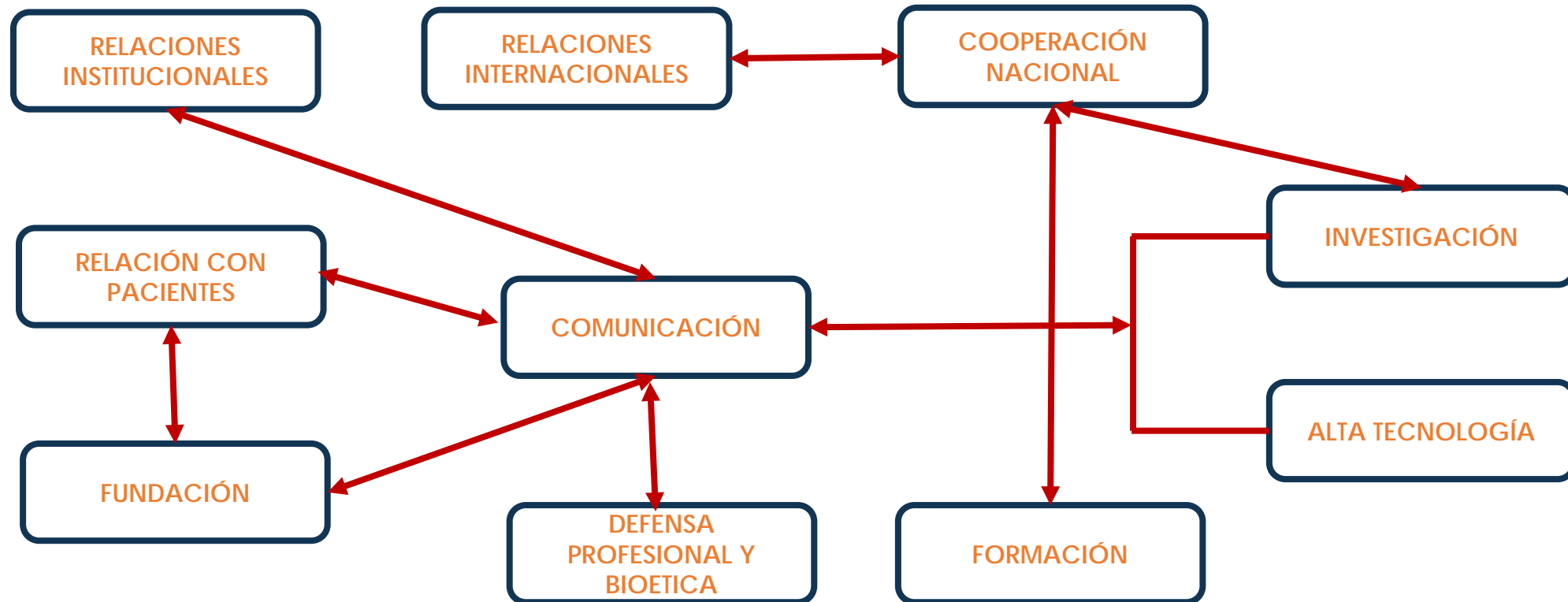


3 Incrementar el número y actividades de las comisiones trabajo

GRUPO DE TRABAJO	OBJETIVO	Nº INTEGRANTES
○ FORMACIÓN	Organización y promoción de las actividades formativas.	6
○ INVESTIGACIÓN	Organización de la base documental y recursos científicos para el uso interno en actividades de investigación de los socios.	6
○ RELACIONES INSTITUCIONALES	Organización y defensa de la profesión frente a la administración.	6
○ COLABORACIÓN INTERNACIONAL	Participación en Congresos Internacionales, difusión de actividades y captación de socios / interesados en servicios y Formación.	5
○ COLABORACIÓN NACIONAL	Desarrollo actividades con otras asociaciones y colectivos afines. Captación de socios / interesados en servicios y Formación.	6
○ COMUNICACIÓN	Organización de la comunicación y contenidos diferenciados por tipo de público: asociados, colectivo médico, pacientes y sociedad.	6
○ RELACIÓN CON PACIENTES	Relaciones con pacientes y asociaciones de pacientes.	5
○ FUNDACIÓN SEO	Actividades relacionadas con becas – investigación – ventajas fiscales	6
○ DEFENSA DERECHOS PROFESIONALES Y ASPECTOS BIOÉTICOS	Defensa del marco profesional y ético en la profesión.	6
○ ALTA TECNOLOGÍA EN OFTALMOLOGÍA	IA aplicada al diagnóstico y formación médica, telemedicina, desarrollo de herramientas web, simulación quirúrgica,...	6

3 Incrementar el número y actividades de las comisiones trabajo

El modelo de Grupos de Trabajo debe de mantener **relaciones adecuadas** en el foco de su actividad pues comparten muchos de los objetivos planteados en el Plan. El esquema de relaciones a potenciar se plantea del siguiente modo:



El objetivo es ganar **velocidad, especialización y mayor participación** en el desarrollo de iniciativas.

FORMACIÓN

RETO

ENGAGEMENT

OBJETIVOS

- Ser el **principal referente en formación de la especialidad para el profesional médico de habla hispana** (oftalmólogos, residentes, médicos de atención primaria –incl. Pediatras y Geriatras- y otros profesionales relacionados).

ACTIVIDADES

2021

2022

2023

2024

Crear grupo trabajo de Formación

Definir itinerarios formativos por perfil profesional (oftalmólogos + residentes oftalmología)

Búsqueda de patrocinadores en la industria

Ampliar el perfil de alumnado hacia otras especialidades médicas y pacientes

Definir programas formativos en base a las necesidades identificadas por perfil

Establecer convenios de cooperación con las diferentes sociedades de subespecialidades

Acreditación de los cursos con la autoridad competente como formación continuada

Fomentar la participación de la AJOE en los Congresos y programas formativos

Integrar diferentes modalidades formativas adaptadas a las necesidades / nuevos hábitos

Definir cursos, precios, calendarios de formación y docentes

Implantación

OBJETIVO

Ser el **principal referente en formación de la especialidad para el profesional médico de habla hispana** (oftalmólogos, residentes, médicos de atención primaria –incl. Pediatras y Geriatras-) **y otros profesionales relacionados.**

ACCIONES 2022

- Definir **itinerarios y programas formativos** por perfil profesional (**oftalmólogo + residente**) con participación de AJOE.
- Establecer **convenios de cooperación** en la materia con las diferentes **sociedades de subespecialidades.**
- **Acreditar los cursos** con la autoridad competente **como formación continuada.**
- Buscar financiación a través del **patrocinio de la industria.**
- Integrar **diferentes modalidades formativas** adaptadas a las necesidades / nuevos hábitos + tecnología.

ACCIONES 2023

- **Identificar necesidades** formativas para **perfiles profesionales de la atención primaria**, especialmente pediatras y geriatras, **y otras especialidades médicas** relacionadas.
- Definir e impartir **programas formativos** para estos perfiles con protocolos de actuación en base al diagnóstico del paciente.

KEY RESULTS 2022

- **Firmar al menos 2 convenios de cooperación con sociedades de subespecialidades** para el desarrollo e impartición de los programas formativos.
- **Impartir al menos 5 cursos acreditados** como formación continuada.

KEY RESULTS 2023

- Implantar plataforma de teleformación.

KEY RESULTS 2024

- Aplicar tecnología avanzada en formación (ej. Simuladores) en colaboración con grupo de trabajo de Alta tecnología.

INVESTIGACIÓN

RETO

VISIBILIDAD Y POSICIONAMIENTO

LIDERAZGO CIENTÍFICO

OBJETIVOS

- Promover la investigación, darle visibilidad y reconocimiento.
- Generar y aglutinar conocimiento científico de la especialidad **y potenciar su difusión**, organizando documentos y recursos de interés para el uso segmentado de socios y no socios.
- Atraer a jóvenes investigadores y post-doctorales en oftalmología.
- Promover la **colaboración con otros grupos de investigación** a nivel nacional e internacional.

ACTIVIDADES

	2021	2022	2023	2024
Crear grupo trabajo de Investigación				
Promover	Actividades de mentoring para el fomento de la investigación	Lobby en instituciones y hospitales de referencia para potenciar la investigación en la especialidad.	Formación básica en investigación	Ser el vehículo de líneas de investigación de otras fundaciones Crear convocatorias competitivas de proyectos de investigación independientes y en colaboración.
Visibilizar	Crear una plataforma / área en la web con líneas de investigación abiertas / grupos de investigación para que aquel que esté interesado pueda unirse.	Generar y difundir base documental y recursos científicos para la consulta de socios / no socios (plataforma online / charla en el Congreso)		
Reconocer	Convocar premios y becas para la financiación de proyectos y estancias en centros de referencia	Lobby en instituciones para que puntúe la actividad de investigación a nivel curricular.		Aumentar la presencia de representantes y socios de la SEO en redes de investigación internacional

OBJETIVO

- Promover la investigación, darle **visibilidad y reconocimiento**.
 - **Generar y aglutinar conocimiento científico** de la especialidad y potenciar su difusión, organizando documentos y recursos de interés para el uso segmentado de socios y no socios.
 - **Atraer a jóvenes investigadores y post-doctorales** en oftalmología.
 - Promover la **colaboración con otros grupos de investigación** a nivel nacional e internacional.

ACCIONES 2022

- Promover la investigación:
 - **Mentoring** de proyectos de investigación.
 - **Lobby** en instituciones y hospitales de referencia para potenciar la investigación en la especialidad.
- **Visibilizar** la investigación:
 - Crear una **plataforma / área en la web con líneas de investigación abiertas / grupos de investigación** para que aquel que esté interesado pueda unirse.
 - Generar y difundir **base documental y recursos científicos** para la consulta de socios / no socios (plataforma online / charla en el Congreso)
- **Reconocer** la investigación:
 - Convocar **premios y becas** para la financiación de proyectos y estancias en centros de referencia
 - **Lobby** en instituciones para que puntúe la actividad de investigación a nivel curricular

ACCIONES 2023

- **Formación básica** en investigación.
- Ser el **vehículo de líneas de investigación de otras fundaciones**
- Crear **convocatorias competitivas de proyectos de investigación** independientes y en colaboración.
- Aumentar la **presencia de representantes y socios** de la SEO en **redes de investigación internacional**.

KEY RESULTS 2022

- Tutorizar al menos **1-2** proyectos de investigación.
- Disponer de una plataforma / área web con líneas / grupos de investigación abiertas.
- **1-2** premios / becas para la financiación de proyectos de investigación.

KEY RESULTS 2023

- Pendiente definir

KEY RESULTS 2024

- Pendiente definir

RELACIONES INSTITUCIONALES

RETO

VISIBILIDAD Y POSICIONAMIENTO

OBJETIVOS

- Mejorar el **posicionamiento de la SEO como referente en salud ocular** ante la Administración.
- Determinar **cómo queremos relacionarnos** con las diferentes administraciones.
- **Participar en la elaboración de los Planes de Salud** relacionados con la especialidad.

ACTIVIDADES

2021	2022	2023	2024
Crear grupo trabajo de relaciones institucionales	<p>Generar Mapa de interlocutores con la Administración nacional y autonómica</p> <p>Elaborar documento de ejes de trabajo y objetivos con la Administración</p> <p>Generar un argumentario común para la interlocución con la Administración</p>		
	<p>Coordinación con las sociedades científicas autonómicas e identificación de necesidades / problemáticas concretas</p>	<p>Coordinación con las sociedades científicas de subespecialidad para cuestiones concretas a tratar con la Administración</p>	
	<p>Contratación servicio de generación de lobby con agencia de comunicación</p>		<p>Coordinación con el resto de grupos de trabajo con los que sea necesario para abordar / fomentar actividades</p>

OBJETIVO

- Mejorar el **posicionamiento** de la SEO como referente en salud ocular ante la Administración.
- Participar en la elaboración de los **Planes de Salud** relacionados con la especialidad.

ACCIONES 2022

- Determinar **cómo queremos relacionarnos con las diferentes administraciones.**
- Elaborar **mapa de interlocutores con la Administración** nacional y autonómica.
- Elaborar documento de **ejes de trabajo y objetivos** con la Administración a nivel nacional.
- Generar un **argumentario común** para la interlocución con la Administración.
- Coordinación con las **sociedades científicas autonómicas y las de subespecialidad e identificación de necesidades / problemáticas** concretas.
- Contratar **servicio de generación de lobby con agencia de comunicación.**
- **Coordinación con el resto de grupos de trabajo** con los que sea necesario para abordar / fomentar actividades.

ACCIONES 2023-24

- **Implantación y seguimiento** de las acciones planteadas.
- Elaborar documento de **ejes de trabajo y objetivos** con la Administración a nivel autonómico.

KEY RESULTS 2022

- **Contactar con los interlocutores válidos** de las administraciones consideradas prioritarias a nivel nacional.
- **Abrir al menos 2 objetivos** planteados con la Administración nacional.

KEY RESULTS 2023

- **Contactar con los interlocutores válidos** de las administraciones de las **3** CCAA con mayor necesidad.
- **Abrir al menos 2 objetivos** planteados con la Administración autonómica.

KEY RESULTS 2024

- Pendiente definir

7. ESTRATEGIA | DESPLIEGUE ESTRATÉGICO

COLABORACIÓN INTERNACIONAL

RETO

VISIBILIDAD Y POSICIONAMIENTO

LIDERAZGO CIENTÍFICO

OBJETIVOS

- Mejorar la visibilidad y posicionamiento de la SEO a nivel internacional, principalmente en el mercado hispanohablante y europeo.

ACTIVIDADES

2021	2022	2023	2024
Crear grupo trabajo de colaboración internacional	Mapeado de SSCC internacionales	Becas de intercambio a nivel europeo	
	Participación en congresos internacionales de otras SSCC		
	Traducir web a inglés	Simposio Europeo (FEOph)	Ponencias en inglés en el Congreso de la SEO
		Participar en el examen FEBO (título europeo de oftalmología - general y de subespecialidad) tanto en su organización como en formación (academia)	Fomentar que los oftalmólogos españoles obtengan el FEBO
	Trasladar ofertas de plazas a cubrir en países de Europa a jóvenes oftalmólogos y difusión en web		
	Promover acuerdos con la AAO para que financien becas para formación especializada de oftalmólogos españoles en América		
	Atraer oftalmólogos hispanoamericanos a trabajar en España	Atraer oftalmólogos hispanoamericanos a formarse en España: crear másteres en subespecialidades avalados / certificados por la SEO	

OBJETIVO

- Mejorar la **visibilidad y posicionamiento de la SEO a nivel internacional**, principalmente en el mercado hispanohablante y europeo.

ACCIONES 2022

- Elaborar un **mapa de sociedades científicas internacionales** de interés.
- **Participación en congresos internacionales** de otras sociedades científicas.
- Organizar **becas de intercambio a nivel europeo**.
- **Simposio Europeo** (FEOph)
- **Ponencias en inglés** en el Congreso de la SEO.
- **Traducir la web** de la SEO a inglés.
- **Trasladar ofertas de plazas a cubrir en países de Europa** a jóvenes oftalmólogos y difusión en web.
- Promover **acuerdos con la AAO para que financien becas para formación especializada** de oftalmólogos españoles en América.
- Atraer oftalmólogos hispanoamericanos a trabajar en España.

ACCIONES 2023-24

- **Participación en congresos internacionales** de otras sociedades científicas.
- **Participar en el examen FEBO** (título europeo de oftalmología – general y de subespecialidad) tanto en su organización como en formación (academia).
- **Fomentar** que los oftalmólogos españoles obtengan el FEBO.
- **Atraer oftalmólogos hispanoamericanos a formarse en España:** crear másteres en subespecialidades avalados / certificados por la SEO.

KEY RESULTS 2022

- Participar en al menos **2-3** congresos internacionales de otras SSCC.
- Traducir web en inglés.
- Alcanzar un acuerdo con la AAO para financiar beca de formación especializada.
- Ofertar becas de intercambio con al menos **1** país europeo.

KEY RESULTS 2023

- Pendiente definir

KEY RESULTS 2024

- Pendiente definir

COLABORACIÓN NACIONAL

RETO

VISIBILIDAD Y POSICIONAMIENTO

LIDERAZGO CIENTÍFICO

ENGAGEMENT

OBJETIVOS

- **Mejorar la visibilidad y posicionamiento de la SEO** a nivel nacional como sociedad de referencia en oftalmología, colaborando con otras sociedades regionales y de subespecialidad, así como con sociedades científicas de otras especialidades médicas relacionadas.
- Aumentar el **engagement** de los socios, fomentando la participación y colaboración en proyectos de carácter más transversal.

ACTIVIDADES

2021

2022

2023

2024

Crear grupo trabajo de colaboración nacional

Mapeado de SSCC nacionales de interés y contacto (profesional médico)

Participación en congresos nacionales y otras actividades (ej. Docencia) de / con otras SSCC

Mapear y contactar con las principales Asociaciones de Pacientes en colaboración con el GT de Relación con pacientes.

Realizar actividades con las Asociaciones de Pacientes más relevantes (en colaboración con GT Relación con Pacientes)

Mapear y contactar con otras asociaciones como la de Baja Visión u otras de personas con capacidades limitadas

Participar en actividades que desarrollen y apoyar en el logro de la supresión de barreras

Mejorar la comunicación tanto interna como externa (ej. Colaborar en RRSS con otras asociaciones, aumentar la presencia de SEO en RRSS como LinkedIn)

Dar visibilidad a las actividades que desarrolla la SEO (Ej. Proyectos solidarios)

Otras vías en las que se podría participar y darían visibilidad: D.G. Tráfico, Deporte, Accidentes de trabajo, Valoraciones de incapacidad (peritaje),...

OBJETIVO

- Mejorar la **visibilidad y posicionamiento** de la SEO **a nivel nacional** como sociedad de referencia en oftalmología, colaborando con otras sociedades regionales y de subespecialidad, así como con sociedades científicas de otras especialidades médicas relacionadas.
- **Aumentar el sentimiento de pertenencia de los socios**, fomentando la participación y colaboración en proyectos de carácter más transversal.

ACCIONES 2022

- Elaborar un **mapa de sociedades científicas nacionales** de interés.
- **Mapear y contactar con las principales Asociaciones de Pacientes** en colaboración con el GT de Relación con pacientes.
- **Mapear y contactar con otras asociaciones** como la de Baja Visión u otras de personas con capacidades limitadas / distintas.
- **Mejorar la comunicación** tanto interna como externa (ej. Colaborar en RRSS con otras asociaciones, aumentar la presencia de SEO en RRSS como LinkedIn)
- **Participar en congresos nacionales y otras actividades** (ej. Docencia) **de / con otras SSCC**.
- **Explorar otras vías de colaboración con asociaciones no científicas** en las que se podría participar y darían visibilidad: D.G. Tráfico, Deporte, Accidentes de trabajo, Valoraciones de incapacidad (peritaje),...

ACCIONES 2023-24

- **Participar en congresos nacionales y otras actividades** (ej. Docencia) **de / con otras SSCC**
- **Realizar actividades con las Asociaciones de Pacientes** más relevantes (en colaboración con GT Relación con Pacientes)
- **Participar en actividades que desarrollen otras asociaciones** y apoyar en el logro de la supresión de barreras.
- **Dar visibilidad a las actividades que desarrolla la SEO** (Ej. Proyectos solidarios)
- **Participación en otras vías** en las que se podría participar y darían visibilidad: D.G. Tráfico, Deporte, Accidentes de trabajo, Valoraciones de incapacidad (peritaje),...

KEY RESULTS 2022

- Realizar al menos **1** actividad junto con otra sociedad científica nacional / **1** con asociaciones de pacientes.

KEY RESULTS 2023

- Participar en al menos **1** actividad en colaboración con asociaciones no científicas pero relacionados con la salud ocular.

KEY RESULTS 2024

- Pendiente definir

7. ESTRATEGIA | DESPLIEGUE ESTRATÉGICO

COMUNICACIÓN

RETO

VISIBILIDAD Y POSICIONAMIENTO

OBJETIVOS

- Dar **visibilidad** a SEO en los distintos grupos de interés o segmentos: sociedad en general, asociaciones / pacientes, colectivo médico y asociados.
- Convertir a la SEO en el **referente de información** en materia de **salud ocular**.
- **Renovar y mejorar la imagen de marca y las herramientas de comunicación** en línea con las tendencias y canales actuales.

HERRAMIENTAS ACTUALES

COMUNICACIÓN EXTERNA

- Propias:
 - Portal web oftalmoseo
 - Redes sociales (Twitter / LinkedIn)
- De terceros:
 - Gabinete de prensa (medios generalistas / especializados)
 - Otras asociaciones / federaciones

COMUNICACIÓN INTERNA

- Newsletter
- Congreso
- Redes Sociales (Twitter, LinkedIn, Facebook AJOE)
- Web (área privada socios)
- Revista Archivos de la SEO

ACTIVIDADES

2022

2023

Definir los objetivos, mensaje / voz / estrategia y herramientas / frecuencia para cada uno de los segmentos clave (interno / externos)

Actualizar web e imagen corporativa. Segmentar por tipología de audiencia.

Elaborar una base de datos / mapa de medios de comunicación de interés, asociaciones de pacientes, etc. Y sus contactos.

Calendario de eventos anual y comunicación a los vocales y representantes de la SEO para que tomen posiciones al respecto.

Elaborar un plan anual de contenidos / temáticas de interés por segmento.

Buscar referentes dentro de la SEO como interlocutores para los medios de comunicación.

Crear un comité transversal intergrupo, en el que participen el resto de grupos de trabajo para aportar información relevante a comunicar + personas de enlace en cada grupo

Generar una metodología de trabajo intergrupo - agencia de comunicación.

Crear un grupo de trabajo remunerado para la generación de contenidos para la Agencia de Comunicación

OBJETIVO

- Dar **visibilidad** a SEO en los distintos grupos de interés o segmentos: sociedad en general, asociaciones / pacientes, colectivo médico y asociados.
- Convertir a la SEO en el referente de información en materia de salud ocular.
- **Renovar y mejorar la imagen de marca y las herramientas de comunicación** en línea con las tendencias y canales actuales.

ACCIONES 2022

- Definir los **objetivos, mensaje / voz / estrategia y herramientas / frecuencia** para cada uno de los segmentos clave (interno / externos).
- Elaborar una **base de datos / mapa de medios de comunicación** de interés, **asociaciones** de pacientes, etc. Y sus contactos.
- Elaborar un **plan anual de contenidos** / temáticas de interés **por segmento**.
- Crear un **comité transversal intergrupo**, en el que participen el resto de grupos de trabajo para aportar información relevante a comunicar + personas de enlace en cada grupo.
- Generar una **metodología de trabajo intergrupo – agencia de comunicación**.
- Crear un **grupo de trabajo remunerado para la generación de contenidos** para la Agencia de Comunicación

KEY RESULTS 2022

- Disponer de un **plan de medios por segmento** con calendario anual de eventos.
- Crear un **grupo de trabajo remunerado para la generación de contenidos** coordinado con la agencia de comunicación.
- **Contar con un comité transversal inter-grupo (resto de grupos) y metodología de trabajo con agencia de comunicación.**

ACCIONES 2023-24

- **Actualizar web e imagen corporativa.** Segmentar por tipología de audiencia.
- **Calendario de eventos anual** y comunicación a los vocales y representantes de la SEO para que tomen posiciones al respecto.
- Buscar **referentes dentro de la SEO como interlocutores para los medios** de comunicación.

KEY RESULTS 2023-2024

- **Web actualizada con contenido segmentado** por tipología de audiencia (profesionales, gestores sanitarios, pacientes).
- Disponer de **interlocutores** dentro de la SEO **con los medios** de comunicación **para las distintas áreas temáticas.**

RELACIÓN CON PACIENTES

RETO

VISIBILIDAD Y POSICIONAMIENTO

OBJETIVOS

- Mejorar el **posicionamiento de la SEO como referente en salud ocular** para las asociaciones de pacientes / pacientes: asesorar, acompañar, visibilizar patologías,....
- Determinar **cómo queremos relacionarnos con las asociaciones** de pacientes.
- **Conocer casos de interés / información relevante / experiencias e inquietudes de los pacientes** que permitan desarrollar el Código ético y de Buenas Prácticas, generar formaciones / líneas de investigación en torno a las mismas, ejes de comunicación,..

ACTIVIDADES

2022

2023

2024

Mapa asociaciones de pacientes Nacional y contacto

Mapa asociaciones de pacientes Regional no contempladas en ámbito nacional y contacto

Priorización de asociaciones / regiones y selección en base a la vinculación con sociedades oftalmológicas regionales

Área de pacientes / asociaciones de pacientes dentro de la web actual

Plan de contenido para pacientes

Plan de comunicación y eventos con pacientes

Puesta en marcha del Plan de actividades con Asociaciones Nacionales

Puesta en marcha Plan de actividades con Asociaciones Regionales priorizadas

Participación en actividades desarrolladas por las asociaciones

Generar sistema de alertas de información relacionada con salud ocular por enfermedad

OBJETIVO

- Mejorar el **posicionamiento** de la SEO como **referente en salud ocular para las asociaciones de pacientes / pacientes**: asesorar, acompañar, visibilizar patologías,...
- **Conocer casos de interés / información relevante / experiencias e inquietudes de los pacientes** que permitan desarrollar el Código ético y de Buenas Prácticas, generar formaciones / líneas de investigación en torno a las mismas, ejes de comunicación,...

ACCIONES 2022

- Determinar **cómo queremos relacionarnos con las asociaciones de pacientes / pacientes**.
- Elaborar **mapa de asociaciones de pacientes nacional** y contactar.
- Elaborar **mapa de asociaciones de pacientes regional** no contempladas en ámbito nacional y priorizar / seleccionar las más relevantes.
- Crear un **área de pacientes dentro de la web** actual y desarrollar un **plan de contenido** específico.
- En colaboración con el grupo de Comunicación, definir un **plan de comunicación y eventos con pacientes**.
- Generar un **sistema de alertas** de información relacionadas con salud ocular por enfermedad.

ACCIONES 2023-24

- **Puesta en marcha del Plan de comunicación y eventos** con pacientes.
- **Puesta en marcha del Plan de actividades con Asociaciones** nacionales / regionales priorizadas.
- **Participación en actividades desarrolladas por las asociaciones**.

KEY RESULTS 2022

- **Contactar** con al menos **10-15 asociaciones de pacientes** priorizando por prevalencia de la enfermedad.
- Área de pacientes en web.
- **Plan de comunicación y eventos** definido en colaboración con las asociaciones.

KEY RESULTS 2023

- Desarrollar **3-4 actividades al año con asociaciones de pacientes**.

KEY RESULTS 2024

- Pendiente definir

DEFENSA DE LOS DERECHOS PROFESIONALES Y ASPECTOS BIOÉTICOS DE OFTALMOLOGÍA

RETO

LIDERAZGO CIENTÍFICO

OBJETIVOS

- Defensa de los derechos profesionales de los oftalmólogos.
- Ofrecer soporte legal ante posibles situaciones de conflicto.
- Posicionamiento frente a la sociedad como referentes en salud ocular.

ACTIVIDADES

2022

2023

2024

Difusión y aplicación del Nomenclátor y sus baremos de costes entre los distintos colectivos

- Otros profesionales relacionados
- Asociaciones de pacientes / médicas
- Administración

Análisis de costes por proceso para su uso en la Sanidad Pública

Estudio comparativo de otros modelos de funcionamiento y baremos a nivel internacional

Establecer colaboraciones con todos los stakeholders para ser los referentes en salud ocular

Plan de trabajo para lograr liberalizar la asistencia médica privada: cuadro de médicos abiertos en las compañías aseguradoras, en colaboración con APOE

Establecer un argumentario de defensa de las competencias frente al intrusismo

Trasladar dicho argumentario a la sociedad en colaboración con el Grupo de Comunicación y el apoyo económico de la Industria

Influir en el Ministerio de Educación para que se aplique la Ley de Ordenación de profesiones sanitarias vs. Planes de estudio de los ópticos-optometristas (PARA RELACIONES INSTITUCIONALES)

Establecer un argumentario de posicionamiento del oftalmólogo como profesional médico especializado en salud ocular

Aplicar el código ético / de buenas prácticas en el modelo de relación médico-paciente

En colaboración con la sección profesional de la SEO conocer casos de irregularidades vs código ético

Ofrecer soporte legal en situaciones de conflicto con ópticos para que no apliquen la oftalmología clínica en colaboración con APOE

Colaboración con asociaciones relacionadas con la bioética y ética médica.

Potenciar y dar visibilidad a la enfermería oftalmológica y otros profesionales sanitarios relacionados

OBJETIVO

- **Defensa** de los **derechos profesionales** de los oftalmólogos.
- Ofrecer **soporte legal** ante posibles situaciones de conflicto.
- **Posicionamiento** frente a la sociedad **como referentes en salud ocular**.

ACCIONES 2022

- **Difundir y aplicar el Nomenclátor y sus baremos de costes** entre los distintos colectivos (Otros profesionales relacionados, Asociaciones de pacientes / médicas, Administración)
- Establecer **colaboraciones con todos los stakeholders** para ser los referentes en salud ocular.
- Establecer un **argumentario de defensa de las competencias** frente al intrusismo.
- **Aplicar el código ético / de buenas prácticas** en el modelo de relación médico-paciente.
- **Colaborar con asociaciones** relacionadas con la **bioética y ética médica**.

KEY RESULTS 2022

- Puesta en marcha del nuevo nomenclátor y su baremos de costes.
- Disponer de un **argumentario** de defensa de las competencias frente al intrusismo de los ópticos, pseudociencias y pseudoterapias.
- Realizar **reuniones de trabajo periódicas con los representantes de las sociedades autonómicas y de subespecialidad** para trasladar más efectivamente el mensaje.
- **Aplicar el código ético / buenas prácticas y ofrecer soporte legal** en casos de conflicto con los ópticos.
- **Influir en el Ministerio para la aplicación de la LOPS & planes de estudios de los ópticos**.

ACCIONES 2023-24

- Analizar los **costes por proceso** para su uso en la **Sanidad Pública**.
- Establecer un **plan de trabajo** para lograr **liberalizar la asistencia médica privada**, en colaboración con APOE.
- **Trasladar argumentario de defensa de competencias a la sociedad** en colaboración con el Grupo Comunicación y el apoyo económico de la Industria.
- En colaboración con la sección profesional de la SEO **conocer casos de irregularidades vs código ético**.
- Elaborar un **estudio comparativo de otros modelos de funcionamiento y baremos** a nivel **internacional**.
- Influir en el Ministerio Educación para aplicar la **Ley de Ordenación de profesiones sanitarias vs. Planes de estudio de los ópticos-optometristas** (en colaboración con Grupo Relaciones Institucionales).
- Ofrecer **soporte legal en situaciones de conflicto con ópticos** para que no apliquen la oftalmología clínica **en colaboración con APOE**.
- Potenciar y dar **visibilidad a la enfermería oftalmológica y otros profesionales sanitarios relacionados**.

KEY RESULTS 2023-2024

- Colaboración con UNIPROMEL y APOE para **liberalizar la asistencia privada oftalmológica y modificar el modelo de relación con las aseguradoras**.
- Potenciar la **enfermería oftalmológica**.

ALTA TECNOLOGÍA

RETO

RETOS FUTUROS Y SOSTENIBILIDAD

OBJETIVOS

- **Digitalización e incorporación de nuevas tecnologías** en el desarrollo de la actividad de la sociedad y en la aplicación práctica de la especialidad.
- Incorporar el uso de las Nuevas Tecnologías en el Plan de **Formación**.
- **Regular el buen uso de las nuevas tecnologías en oftalmología** (IA aplicada al diagnóstico y formación médica, telemedicina, desarrollo de herramientas web, simulación quirúrgica,...). Código ético.

ACTIVIDADES

	2021	2022	2023	2024	
Crear grupo trabajo		Prospección sobre el uso de Sistemas de Telemedicina	Informes de evaluación de Tecnología	Comunicación sobre alta Tecnología	Recomendaciones sobre uso de N. Tecnologías en la práctica médica
Difundir entre el colectivo objetivos del grupo de trabajo					
	Establecer un pool de Tecnologías de uso en la práctica médica (Robótica, IA)	Formación sobre el uso de Alta Tecnología en el Congreso	Mesa Redonda en el Congreso Anual	Generar un Registro de Patologías	
		I+D en tecnología Medica Oftalmológica	Directorio de Investigadores y empresas con interés en Alta Tecnología	Firma de convenios con Entidades para facilitar I+D	Coordinar investigación para la obtención de financiación

OBJETIVO

- **Digitalización e incorporación de nuevas tecnologías** en el desarrollo de la actividad de la sociedad, en la aplicación práctica de la especialidad y en el Plan de formación.
- **Regular el buen uso de las nuevas tecnologías en oftalmología** (IA aplicada al diagnóstico y formación médica, telemedicina, desarrollo de herramientas web, simulación quirúrgica,...). Código ético.

ACCIONES 2022

- **Difundir** entre el colectivo los **objetivos del grupo** de trabajo.
- Establecer un **pool de Tecnologías** de uso en la práctica **médica** (Robótica, IA,...).
- Prospeccionar sobre el **uso** de Sistemas de **Telemedicina**.
- Desarrollar **informes de evaluación** de Tecnología.
- Impartir **formación sobre el uso** de Alta Tecnología en el Congreso y organizar una **mesa redonda**.
- **I+D** en tecnología médica oftalmológica.
- Elaborar un **directorío de investigadores y empresas** con interés en Alta Tecnología.

KEY RESULTS 2022

- Elaborar **directorío de investigadores y empresas** de Alta Tecnología.
- Desarrollar **informes de evaluación de tecnologías**.
- Desarrollar un **manual de uso de telemedicina** en la práctica clínica.
- Participar en la **formación** sobre el **uso de Alta Tecnología** en el congreso.

ACCIONES 2023-24

- Difundir **comunicación** sobre alta Tecnología.
- Establecer **recomendaciones sobre uso** de N. Tecnologías en la práctica médica.
- Generar un **Registro de Patologías**.
- Firmar **convenios con entidades** para **facilitar I+D**.
- Coordinar investigación para la obtención de **financiación**.

KEY RESULTS 2023-2024

- Firmar **al menos dos convenios** con entidades para el **I+D de nuevas tecnologías**.
- Generar un **registro nacional de patologías oculares**.

7. ESTRATEGIA | DESPLIEGUE ESTRATÉGICO

Grupo	Composición	Retos	Objetivos	Acciones	Key results
Formación	Muñoz Negrete Pablo Júlvez Calonge Cano Gómez de Liaño Llovet Osuna Saornil Alvarez	<i>Engagement</i>	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Ser el principal referente en formación de la especialidad para el médico de habla hispana. 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Programas formativos por perfil profesional. ✓ Participación de AJOE en los programas. ✓ Acreditación cursos formación continuada. ✓ Nuevos modelos formativos personalizados. ✓ Convenios con sociedades subespecialidad. ✓ Financiación con patrocinios de industria. ✓ Formación MAP, especialidades y pacientes. 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Firmar ≥ 2 convenios con subespecialidades. ✓ Impartir ≥ 5 cursos acreditados como FC. ✓ Implantar plataforma de teleformación. ✓ Aplicar tecnologías avanzadas (simuladores).
Investigación	García Feijoo Vidal Sanz Teus Guezala Cobo Soriano Sánchez Dalmau González García	<i>Visibilidad y posicionamiento. Liderazgo científico</i>	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Promover la investigación, darle visibilidad y reconocimiento. ✓ Generar y aglutinar el conocimiento científico, potenciar su difusión y organizar los recursos. ✓ Atraer jóvenes investigadores y posdoctorales. ✓ Promover colaboración con otros grupos de investigación nacional e internacional. 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ <i>Mentoring</i> de proyectos de investigación. ✓ <i>Lobby</i> en instituciones y hospitales. ✓ Plataforma web con líneas / grupos abiertas. ✓ Generar y difundir recursos científicos. ✓ Convocar becas para proyectos y estancias. ✓ Formación básica en investigación. ✓ Convocatorias competitivas de proyectos. ✓ Aumentar la presencia socios SEO en redes. 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Tutorizar ≥ 1-2 proyectos de investigación ✓ Plataforma web con líneas / grupos abiertas. ✓ 1-2 premios / becas de investigación.
Relaciones Institucionales	Suárez Figueroa Abreu Reyes González del Valle Toledano Fernández Salvá Ladaría Almorin Fdez-Vigo	<i>Visibilidad y posicionamiento</i>	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Mejorar el posicionamiento de la SEO como referente en salud ocular ante Administración. ✓ Participar en elaboración de Planes de Salud. 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Mapa de interlocutores con Administración. ✓ Documento ejes trabajo con Administración. ✓ Argumentario común para interlocución. ✓ Coordinación SSCC regional/subespecialidad. ✓ Contratar lobby con agencia comunicación. ✓ Coordinación restantes grupos de trabajo. 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Contactar interlocutores Admón. Nacional. ✓ Abrir ≥ 2 objetivos con Admón. Nacional. ✓ Contactar con interlocutores de 3 CCAA. ✓ Abrir ≥ 2 objetivos con CCAA.
Colaboración Internacional	Benítez del Castillo García Delpech García Medina Rodríguez Calvo Alió y Sanz	<i>Visibilidad y posicionamiento. Liderazgo científico</i>	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Mejorar la visibilidad y posicionamiento de la SEO principalmente Europa e Hispanoamérica 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Mapeado de sociedades internacionales. ✓ Participación congresos SSCC internacionales. ✓ Becas de intercambio a nivel europeo. ✓ Acuerdos AAO beca formación especializada. ✓ Ponencias en inglés en congreso SEO. ✓ Traducción contenidos web al inglés. ✓ Atraer hispanos formación y trabajo España. ✓ Fomentar y participar en examen FEBO. 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Participar ≥ 2 congresos internacionales SSCC. ✓ Acuerdo AAO beca formación especializada. ✓ Becas intercambio con algún país europeo. ✓ Traducir web al inglés.
Colaboración Nacional	Piñero Bustamante Rojo Aranau De Rojas Silva Grande Baos Gutiérrez López Andrés Alba	<i>Visibilidad y posicionamiento. Liderazgo científico Engagement</i>	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Mejorar la visibilidad y posición nacional de la SEO como referente en oftalmología. ✓ Colaboración con sociedades regionales, de subespecialidad y otras especialidades. ✓ Aumentar el <i>engagement</i> de los socios, fomentando su participación y colaboración. 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Mapeado de sociedades científicas nacionales. ✓ Mapeado principales asociaciones pacientes. ✓ Mejorar la comunicación interna y externa. ✓ Participar en congresos con otras SSCC. ✓ Colaboración con asociaciones no científicas. ✓ Actividades con Asociaciones Pacientes. ✓ Actividades solidarias de la SEO. 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Realizar ≥ 1 actividad con SSCC nacional. ✓ Realizar ≥ 1 actividad asociaciones pacientes. ✓ Participar en ≥ 1 actividad con asociaciones no científicas relacionadas con la salud ocular.

7. ESTRATEGIA | DESPLIEGUE ESTRATÉGICO

Grupo	Composición	Retos	Objetivos	Acciones	Key results
Comunicación	Gegúndez Fernández García Layana Medín Catoira Torres Ledesma Mantolán Sarmiento Giménez Condón	Visibilidad y posicionamiento	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Dar visibilidad a SEO en la sociedad, colectivo médico, asociaciones / pacientes y socios. ✓ Convertir a la SEO en el referente de información en materia de salud ocular. ✓ Renovar y mejorar la imagen de marca y las herramientas de comunicación. 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Definir objetivos, mensaje / voz y estrategias. ✓ Mapeado de medios y asociaciones pacientes. ✓ Elaborar plan anual contenidos por segmento. ✓ Comité transversal intergrupo remunerado. ✓ Actualizar web y segmentar por audiencia. ✓ Interlocutores SEO para medios comunicación. 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Implantar plan anual de contenidos. ✓ Crear comité transversal intergrupo coordinado con agencia de comunicación.
Relación Pacientes	Valentín-Gamazo Garay Aramburu Gutiérrez Sánchez Romero Aroca Olloqui González	Visibilidad y posicionamiento	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Mejorar posición de la SEO como referente en salud ocular para asociaciones y pacientes. ✓ Conocer información relevante de pacientes que permitan desarrollar el Código ético, generar formaciones y ejes de comunicación. 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Mapeado de asociaciones de pacientes. ✓ Crear un área de pacientes dentro de la web. ✓ Plan de comunicación y eventos con pacientes. ✓ Alertas informativas enfermedades oculares. ✓ Puesta en marcha del Plan de comunicación. ✓ Puesta en marcha del Plan de actividades. ✓ Participación en actividades de asociaciones. 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Contactar con 10-15 asociaciones de pacientes. ✓ Área de pacientes en web. ✓ Plan de comunicación y eventos definido en colaboración con las asociaciones. ✓ Desarrollar 3-4 actividades al año con asociaciones de pacientes.
Defensa Profesional y Bioética	Gegúndez Fernández Guerrero Ramírez Cárceles Cárceles Belda Sanchis Jiménez Benito Martínez-Costa	Liderazgo científico	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Defensa de los derechos de los oftalmólogos. ✓ Soporte legal ante situaciones de conflicto. ✓ Posicionamiento frente a la sociedad general como referentes en salud ocular. 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Aplicar el nomenclátor y su baremo de costes. ✓ Colaborar con stakeholders para ser referentes. ✓ Establecer argumentario frente al intrusismo. ✓ Aplicar el código ético / de buenas prácticas. ✓ Colaborar con comités de bioética. ✓ Liberalizar asistencia médica privada (APOE). ✓ Cumplimiento LOPS & planes estudios ópticos. ✓ Soporte legal en conflictos con ópticos. ✓ Costes por proceso en Sanidad Pública. ✓ Estudio comparativo internacional de baremos. ✓ Potenciar enfermería oftalmológica. 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Disponer del argumentario frente a intrusismo. ✓ Reuniones sociedades CCAA / subespecialidad. ✓ Disponer de costes por proceso. ✓ Estudio comparativo de otros modelos y baremos a nivel internacional.
Alta Tecnología	Gegúndez Fernández Fdez-Vigo López Martínez de la Casa Mendicute del Barrio Fdez-Vigo Escribano Ventura Abreu	Retos futuros y sostenibilidad	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Digitalización e incorporación de nuevas tecnologías en la actividad de la sociedad y en la aplicación práctica de la especialidad. ✓ Incorporar uso de Nuevas Tecnologías en el Plan de Formación. ✓ Regular el buen uso de nuevas tecnologías: IA aplicada al diagnóstico y formación, telemedicina, herramientas web, simulación quirúrgica, código ético. 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Pool de tecnologías de uso en oftalmología ✓ Prospección sobre uso de telemedicina. ✓ Informes de evaluación de tecnologías. ✓ Formación uso Alta Tecnología en el Congreso. ✓ Directorio de empresas de Alta Tecnología. ✓ Difundir comunicación sobre Alta Tecnología. ✓ Generar un registro nacional de patologías. ✓ Firmar convenios I+D en tecnología médica. ✓ Coordinar para obtención de financiación. 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Desarrollar manual de uso de telemedicina. ✓ Formación uso Alta Tecnología en el congreso. ✓ Firmar ≥ 2 convenios para proyectos de investigación de nuevas tecnologías. ✓ Disponer de un registro de patologías.

ANEXO



ANEXO

ANÁLISIS
BENCHMARK

8.1



8. ANEXO | ANÁLISIS EXTERNO | BENCHMARK



01 SOCIOS

- Más de 6.000 socios, entre cardiólogos y profesionales relacionados con las enfermedades cardiovasculares, tanto españoles como procedentes del ámbito europeo, latinoamericano o internacional.

02 TIPOLOGÍAS Y CUOTA

- Cardiólogo / cirujano cardiovascular – Miembro numerario (185 €/ año).
- Otros profesionales, médicos o no, interesados en las enfermedades cardiovasculares, pediatras en cardiología - Miembro numerario (185 €/ año).
- Residentes MIR en cardiología o cirugía cardiovascular. Miembro residente (20€ / año y 93 €/año los dos primeros años siguientes a su finalización como Miembro Residente).

03 BENEFICIOS GENERALES

- Acceso gratuito a las revistas de REC Publications: Revista Española de Cardiología, REC: CardioClinics y REC: Interventional Cardiology.
- Descuentos especiales en las cuotas de inscripción al Congreso.
- Posibilidad de pertenecer a nuestras Secciones Científicas.
- Opción a Becas y Proyectos de Investigación.
- Opción a tener una cuenta de correo electrónico gratuito.
- Prioridad en plazas, promociones y descuentos en Campus SEC.

Beneficios pensados para ti	M. Numerario Cardiólogo u otras especialidades	M. Residente MIR en cardiología o cirugía cardiovascular en España	M. Asociado *Socios de otras sociedades de cardiología	M. Afiliado Pertenecer a AEEC y AITE
Revista Española de Cardiología ^{1,2} y REC-CardioClinics: ^{1,2} • Acceso gratuito a todos los contenidos completos • Newsletters de las 3 revistas, incluyendo REC-Interventional Cardiology	Incluido	Incluido	Incluido	Recepción de newsletters
Becas y Proyectos de Investigación SEC: ^{1,2} • Posibilidad de optar a convocatoria anual	Incluido	Incluido		Incluido
Congreso de las Enfermedades Cardiovasculares ^{1,2}	Tarifa reducida	• Gratis para R1 • Tarifa superreducida R2 a R5	Tarifa reducida	Tarifa superreducida
Formación: ^{1,2} • Prioridad en plazas y becas • Promociones y descuentos en el Campus SEC	Incluido	Incluido	Incluido	Incluido
Asamblea General SEC	Participación Derecho a voto	Participación	Participación	Participación
Elección de cargos rectores SEC	• Derecho a voto • Presentación a sufragio			
Asociaciones/Secciones/Grupos de Trabajo: ^{1,2} • Miembro • Tarifa reducida en Reuniones Anuales	• Incluido • Elección de las Juntas: - Derecho a voto - Presentación a sufragio	Incluido	Incluido	Incluido
Agencia de Investigación: ^{1,2} • Posibilidad de presentar Proyectos como investigador principal	Incluido	Incluido		
Sociedad Europea de Cardiología (ESC): ^{1,2} • Alta como Miembro • Apoyo SEC a candidatura/fellowship ESC • ESC Congress: < 36 años en cardiología optarán a plazas gratis • Descuento cuota como Professional Membership	Incluido	• Incluido • Examen Europeo en Cardiología General para R4 y R5	Incluido	
Fundación Española del Corazón (FEC): ^{1,2} • Asociado • Revista trimestral electrónica: Ciencia Cardiovascular	Incluido	Incluido	Incluido	Incluido
American College of Cardiology: ^{1,2} • Apoyo SEC a candidatura/fellowship ACC	Incluido	Incluido	Incluido	
Certificado de Acreditaciones CASEC/SNS/EBACUEMS: ^{1,2} • Descargar automáticamente en la web	Gratis	Gratis	Gratis	
Cuenta de correo corporativo: @secardiologia.es ^{1,2}	Gratis	Gratis	Gratis	

Cuota anual:

M. Residentes que solicitan ser M. Numerarios los 2 primeros años:

M. Numerarios jubilados:

185€

93€

Sin cargo

20€

Sin cargo

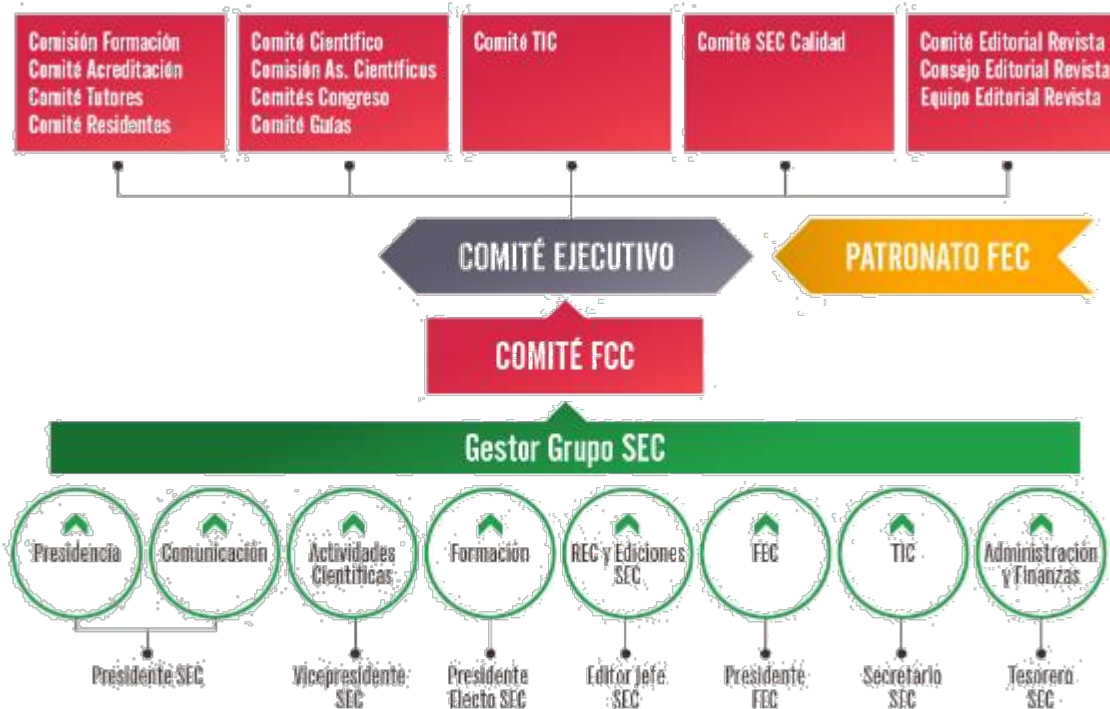
Sin cargo

Sin cargo

* Según Acuerdo Marco de Colaboración firmado con la SEC.



01 ORGANIGRAMA



Objetivos de la Fundación: la **prevención de las enfermedades cardiovasculares** mediante la **educación sanitaria** de la población y el **apoyo a la investigación** cardiovascular en España, mediante la concesión de **becas a proyectos de investigación básica y clínica** en cardiología.

Cuenta con **más de 4.000 miembros**: los cardiólogos de la SEC, profesionales de enfermería en cardiología, asociaciones de pacientes, entidades privadas y socios particulares.

02 SECCIONES CIENTÍFICAS

Tienen como objetivo la promoción y coordinación del estudio de los diferentes aspectos de la patología cardíaca, así como fomentar el avance, práctica e investigación sobre ellos.

Entre sus tareas prioritarias están el desarrollo de **estudios, registros y labores investigadoras** y la celebración de **reuniones y encuentros profesionales**, que fomenten la **extensión del conocimiento** y el **mantenimiento de la excelencia profesional** de los cardiólogos.



03 SOCIEDADES FILIALES



SOCIOS

ORGANIZACIÓN

SERVICIOS

RELACIONES

COMUNICACIÓN

01 FORMACIÓN

01 FORMACIÓN

- Cursos Campus SEC, cursos presenciales y virtuales, másteres y posgrados; catálogo de plazas formativas ofertadas por los centros hospitalarios de España; Liga de casos clínicos; Programa en Educación Médica para Residentes de Cardiología mediante Simulación.

02 PROYECTOS DE INVESTIGACIÓN, BECAS Y PREMIOS SEC

02 INVESTIGACIÓN Y REGISTROS

- La Agencia de Investigación de la Sociedad Española de Cardiología (AISEC), dependiente de la Vicepresidencia de la SEC, tiene como objetivo **coordinar, promover y facilitar la investigación, tanto básica como aplicada**, en el terreno de las enfermedades cardiovasculares en España.
- Además de **estudios propios**, en la Agencia de Investigación se gestionan **más de 50 estudios científicos de cardiología**.

03 CONGRESO

03 CONGRESO

- Socio SEC Numerario: 350€ + IVA (Gratis si Jubilado)
- Socio SEC Residente: 130€ + IVA (Gratis si R1)
- Socio SEC AETE: 130€
- No socio: 450€ + IVA
- Planes con modalidades de acceso limitado

04 GRUPOS DE TRABAJO

04 GRUPOS DE TRABAJO

20 Grupos de trabajo científicos

05 PUBLICACIONES

05 PUBLICACIONES

- Revista Española de Cardiología
- REC: Interventional Cardiology
- REC: Cardioclinics
- Libros, revistas, documentos de consenso, protocolos, consentimientos informados, informes, fichas para pacientes,...
- APPs (26)
- Infografías
- Podcast

06 OTROS

06 OTROS

- Guías clínicas
- Alertas farmacológicas
- Ofertas de empleo
- Alquiler de espacios y servicios
- Aval científico

SOCIOS

ORGANIZACIÓN

SERVICIOS

RELACIONES

COMUNICACIÓN

01 ASOCIADOS Y COLABORADORES

Alianzas para la promoción de **actividades y proyectos que fomenten el conocimiento científico** de las enfermedades del corazón, la realización de **estudios y registros**, el **asesoramiento y apoyo de las autoridades y entidades sanitarias de las diferentes CCAA**, así como el desarrollo de **campañas, reuniones y congresos** que tengan como objetivo la mejora de la salud cardiovascular de los ciudadanos.

ASOCIADOS con **intereses y preocupaciones comunes** por la salud de la población y relacionadas con la cardiología:



COLABORADORES: regionales, nacionales e internacionales con los que se desarrollan acciones comunes y con las que se tienen convenios de colaboración o acuerdos (organizaciones del ámbito de la salud, otras SSCC, Comisión Nacional de la Especialidad, Ministerio de Sanidad y Política Social, Consejerías de sanidad de las distintas CCAA,...):



02 PROGRAMA DE PARTICIPACIÓN EMPRESARIAL



Integrados en el Consejo Asesor.
Aportan recursos y medios necesarios y asesoran en la prevención y mejora del tratamiento de las enfermedades cardiovasculares.



Participación esencialmente táctica.



03 PROYECTOS INSTITUCIONALES

Proyecto **SECoopera**, para favorecer la cooperación internacional en el ámbito de la cardiología; **Grupo de jóvenes cardiólogos** (+1.800 cardiólogos <40 años); **Proyecto Carabela IC**, que busca mejorar el modelo de abordaje a los pacientes con IC en base a las experiencias en la práctica clínica real y la experiencia de paciente, a través de la reingeniería de procesos; Reuniones de **best practices**; **SEC-Calidad**, Grupo de Jóvenes Expertos en Anticoagulación;

SOCIOS

ORGANIZACIÓN

SERVICIOS

RELACIONES

COMUNICACIÓN

01 NOTAS DE PRENSA

02 NOTICIAS SEC Y ENTREVISTAS

03 NEWSLETTER

04 REDES SOCIALES

05 PREMIO PERIODÍSTICO SEC-FEC ANUAL

06 CARDIOTV

07 BLOG CARDIOLOGÍA HOY

03 NEWSLETTER

- Mensual + especiales
- Reportajes en vídeo, noticias escritas, artículos de opinión, entrevistas, encuestas interactivas...).

04 REDES SOCIALES

- Twitter, Facebook, YouTube, Instagram, Flickr, LinkedIn, Slideshare, Podcast

05 PREMIO PERIODÍSTICO SEC-FEC ANUAL

- Convocado por la SEC y la Fundación Española del Corazón con la colaboración de la Asociación Nacional de Informadores de la Salud.
- Tiene como objetivo reconocer a aquellos periodistas que con su trabajo contribuyen a ampliar la difusión del conocimiento de las enfermedades cardiovasculares entre la población general y los sectores especializados.

+37.000

Suscritos a la Newsletter

 **+26.000**

Suscriptores

≈44 mil +39 mil

Seguidores

Seguidores



+15 mil

Seguidores



≈5 mil

Seguidores



22

Seguidores



SOCIOS

ORGANIZACIÓN

SERVICIOS

RELACIONES

COMUNICACIÓN

01 SOCIOS

- Representa a más de **1.950 socios**, en su mayoría reumatólogos, aunque también hay socios de otras especialidades relacionadas con las patologías reumáticas como Enfermería, Biología, Fisioterapia, etc., investigadores y estudiantes MIR de reumatología.

02 BENEFICIOS GENERALES

- Recepción gratuita de las **publicaciones** de la SER.
- Inscripciones con un **coste inferior en los Congresos Nacionales y Simposios** de la SER.
- Opción a **becas de investigación y formación**.
- Acceso a **Escuelas y Cursos**.
- Solicitud de distintos servicios de la **Unidad de Investigación**.
- **Acceso gratuito a revistas médicas**, a través de la Biblioteca Jaime Rotés Querol.

01 ESTRUCTURA ORGANIZATIVA

UNIDAD DE INVESTIGACIÓN: promoción de la **calidad** en la **investigación en Reumatología** mediante:

- Diseño, puesta en marcha, ejecución y difusión de **proyectos de investigación (nacionales e internacionales en colaboración)**, en muchos casos patrocinados por la industria.
- Desarrollo de **Guías de Práctica Clínica**
- Documentos de **Recomendaciones** basados en evidencia científica
- **Formación** en metodología de investigación y epidemiología
- **Evaluación** de **proyectos externos** que solicitan la garantía metodológica de la SER
- Servicio de **documentación y asesoría** bibliográfica y del catálogo de revistas
- **Promoción y divulgación** de **trabajos doctorales** de investigación.



Fuente: Sociedad Española de Reumatología <https://www.ser.es>

SOCIOS

ORGANIZACIÓN

SERVICIOS

RELACIONES

COMUNICACIÓN

02 COMISIONES TÉCNICAS *(entre paréntesis personas que la integran)*

1. **Guías de práctica clínica y recomendaciones (8)**
2. **Asuntos internos (8)**
3. **Relaciones con el socio (8)**
4. **Ayuda a la investigación (6):** ayudas para facultativos investigadores.
5. **Comunicación, relaciones con pacientes, RSC y TIC (8):** dirigida a socios, población general, asociaciones de pacientes, agentes y aliados del sector, buscando aliados entre los medios de comunicación.
6. **Medicina privada (5)**
7. **Educación y Formación + Subcomisión de Master y Grado (9):** formación continuada, online, máster,...
8. **Finanzas (8)**
9. **Publicaciones y becas (7):** premios a publicaciones, becas con el apoyo de laboratorios farmacéuticos,...
10. **Grupos de trabajo y Grupos de especial interés (6)**
11. **Programas científicos (7):** Congreso y simposios
12. **Relaciones externas (7):** fomento de la internacionalización de la SER tanto en Europa como en Iberoamérica: summer school, representantes de comisiones permanentes en Europa, representación en la European Union Medical Specialists (UEMS), acciones conjuntas con SSCC iberoamericanas,...

03 GRUPOS DE TRABAJO relacionados con áreas de interés concretas:

1. AFRODITA (grupo de trabajo en enfermedades reumáticas autoinmunes e inflamatorias y mujeres en edad fértil)
2. ARCO (grupo de estudio en artritis reumatoide de reciente comienzo),
3. ARTROSER (grupo de trabajo en artrosis)
4. EASSER (grupo de trabajo de enfermedades autoinmunes sistémicas)
5. ECOSER (grupo de ecografía articular)
6. ERNASER (grupo de trabajo enfermedades reumáticas de niños y adolescentes)
7. FARMACOVIGILANCIA (grupo de trabajo en farmacovigilancia)
8. GEACSER (grupo de estudio de las artropatías cristalinas)
9. GEAPSOSER (grupo de trabajo de artritis psoriásica)
10. GEFISER (grupo de estudio de fibromialgia)
11. GRESSER (grupo de espondiloartritis)
12. GTESER (grupo de trabajo de Enfermería en Reumatología)
13. OSTEORESSER (grupo de trabajo en enfermedades metabólicas óseas)
14. RBE (grupo de revisores de medicina basada en la evidencia)
15. UVEÍTIS (grupo de estudio de uveítis).

GRUPOS DE ESPECIAL INTERÉS:

1. JOVREUM (red de jóvenes profesionales)
2. SENIOR (socios mayores de 65 años)
3. SERPA (práctica privada).

SOCIOS

ORGANIZACIÓN

SERVICIOS

RELACIONES

COMUNICACIÓN

01 FORMACIÓN

- Acceso a múltiples cursos así como a la **escuela de Ecografía y Ecografía en Reumatología pediátrica**.
- Organización anual del **Congreso Nacional** y **dos simposios** monográficos o, multidisciplinares.
- Se llevan a cabo en torno a **una veintena de iniciativas formativas anuales**: cursos, escuelas, jornadas, y actividades de formación online.
- **Máster SER** en Enfermedades Reumáticas mediadas por el Sistema Inmune en colaboración con la Universidad Rey Juan Carlos.
- **Reumacademia y Proyecto de Formación en Enfermedades Autoinmunes Sistémicas**.

02 BECAS, TESIS Y PROYECTOS DE INVESTIGACIÓN

- Opción a diversos tipos de **becas** (ampliación de estudios en el extranjero, estancias cortas en España o en el extranjero, proyectos, rotaciones en la Unidad de Investigación, asistencia a congresos extranjeros) y premios.
- **Ayudas** para la realización de **tesis doctorales**.
- Apoyo de la **Unidad de Investigación** en diferentes aspectos de elaboración y ejecución de proyectos (diseño, metodología, análisis, publicaciones...).

03 CONGRESO

- Socio SER Numerario: 415-545€ + IVA
- Socio SER Residente: 334-435€ + IVA
- No socio: 487-615€ + IVA
- Otros profesionales socios SER: 375-465€ + IVA

05 PUBLICACIONES

- Revistas de la sociedad (Reumatología Clínica, Los Reumatismos).
- Acceso, vía web, a revistas nacionales y extranjeras y distribución en congresos, simposios o en sus consultas.

06 OTROS

- Bolsa de empleo
- Traducción de manuscritos
- Avaes SER
- Biblioteca virtual
- Asesoría en derecho sanitario
- Solicitudes ANECA, tesis y certificados
- Oficina de mediación
- Consultoría clínica
- Servicios a pacientes y RSC: en unión con asociaciones de pacientes organizan un Congreso de Pacientes, así como un campamento de verano para niños con enfermedades reumáticas,...

01 ALIANZAS Y COLABORACIONES

Mantiene **alianzas con otros organismos de interés** y, en especial, tiene una estrecha relación con las **sociedades autonómicas de Reumatología** de todo el país, con EULAR (Liga Europea contra los Reumatismos) y con **otras sociedades internacionales de Reumatología**.

02 PATROCINADORES



SOCIOS

ORGANIZACIÓN

SERVICIOS

RELACIONES

COMUNICACIÓN

01 NOTICIAS

02 MULTIMEDIA

03 DOSSIERES DE PRENSA

04 CAMPAÑAS DE COMUNICACIÓN

05 NEWSLETTER

06 REDES SOCIALES

07 WEB INFOREUMA.COM

05 NEWSLETTER

- Boletines tanto generales como especiales o monográficos

06 REDES SOCIALES

- Facebook
- Twitter
- YouTube
- Instagram
- LinkedIn

07 WEB INFOREUMA.COM

- Dirigida a población general, pacientes y entorno, con información sobre la reumatología y otras cuestiones sobre salud (enfermedades, tratamientos, testimonios,...)



6.270

Suscriptores

≈14 mil

Seguidores



+8 mil

Seguidores



+1.200

Seguidores



≈5.500

Seguidores



SOCIOS

ORGANIZACIÓN

SERVICIOS

RELACIONES

COMUNICACIÓN

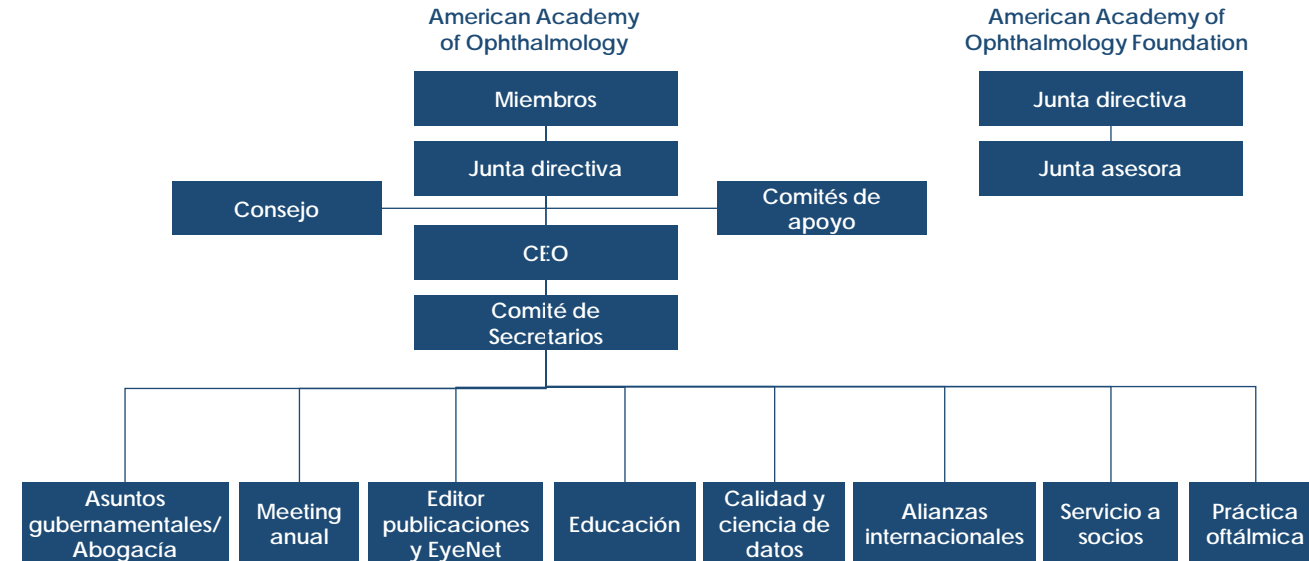
01 SOCIOS

- **Médicos especialistas** en Oftalmología sede **EEUU: 995\$**
- **Médicos especialistas** en Oftalmología sede **fuera EEUU: 525\$**
- **Residente** de Oftalmología en **EEUU: gratis; Fuera de EEUU: 175\$**
- **Estudiante** de medicina: **Gratis**
- **Miembro asociado:** relacionado con la oftalmología, que contribuya a ésta o investigador en oftalmología a tiempo completo: **630\$**
- **Miembro de la industria** dedicado a la investigación en oftalmología a tiempo completo: **1.400\$**

02 BENEFICIOS GENERALES

- Acceso digital gratuito y completo a **15 revistas especializadas**.
- **Registro IRIS:** para la mejora de la atención al paciente, simplificación informes de calidad, asistencia personalizada,...
- **Ophthalmic News and Education Network:** videos instructivos, cursos, autoevaluaciones,...
- Archivo de acceso digital a **aplicaciones de recientes investigaciones** en la práctica diaria.
- **Revista EyeNet:** revista de noticias mensual de la Academia.
- **Gestión de la práctica:** herramientas y consejos.
- Elegibilidad para la cobertura de **OMIC**, compañía de seguros de responsabilidad médica específica.
- **Descuentos** en productos, servicios y reuniones de la Academia.
- **Ophthalmology Job Center**
- **Recursos COVID-19:** orientación y consejos prácticos de aplicación de protocolos.
- **Presencia en el buscador** de oftalmólogos.
- Reporte y seguimiento de **créditos** obtenidos en el **CME**
- Programa de **premios**
- **Actualización en cuestiones regulatorias**, legislativas,...

01 ESTRUCTURA ORGANIZATIVA



02 COMISIONES TÉCNICAS Y GRUPOS DE TRABAJO

Cuenta 125 Comités y grupos de trabajo.

SOCIOS

ORGANIZACIÓN

SERVICIOS

RELACIONES

COMUNICACIÓN

01 FORMACIÓN

- **Formación continua** dirigida a oftalmólogos y otros miembros del equipo de atención ocular.
- **Meeting Anual, materiales educativos** impresos y online (Academy Store), y un **centro educativo online**.

02 INFORMACIÓN SOBRE EL CUIDADO DE LOS OJOS

- Se presentan como principal proveedor de información sobre el cuidado de los ojos para el público general.
- Todo ello, a través de **publicaciones educativas para el paciente**, el programa **EyeSmart** (site dirigido al público donde se informa de forma precisa y confiable de salud ocular y la labor de los oftalmólogos) y **campañas de información pública** para promover la salud y la seguridad de los ojos. En cuanto a las **relaciones con los medios de comunicación**, la Academia **proporciona información equilibrada, creíble y oportuna** sobre la preservación y protección de la visión.

03 ABOGACÍA

- Cuentan con una división que **representa a los oftalmólogos y sus pacientes ante los legisladores estatales y federales**. El personal de la academia y los médicos líderes se reúnen periódicamente con funcionarios gubernamentales para brindar **información sobre cuestiones legislativas y reglamentarias** que afectan la prestación de una atención oftalmológica de calidad.
- La Academia también **trabaja con organizaciones oftálmicas estatales** para representar los intereses de los oftalmólogos y sus pacientes en las legislaturas estatales y con organizaciones de atención administrada.

04 PRÁCTICA OFTÁLMICA

- **Materiales y publicaciones** relacionados con la práctica, **seminarios, asesoramiento** y búsqueda de empleo a través del **Ophthalmology Job Center**.
- La **American Academy of Ophthalmic Executives** ofrece programas educativos y servicios a medida.

06 OTROS

- Eyewiki: enciclopedia del ojo
- Guía para un cuidado del ojo de calidad (*Preferred Practice Pattern® series*), con material de soporte para la toma de decisiones clínicas: nuevas tecnologías, terapias complementarias e información para minimizar errores.
- Programa de desarrollo de liderazgo
- Premios

01 ALIANZAS Y COLABORACIONES

- La AAO cuenta con representantes de 14 organizaciones externas
- Sociedades de subespecialidades / intereses especializados y otras sociedades estatales
- A través de el programa piloto de "twinning" las sociedades estatales se "hermanan" con sociedades nacionales de América Latina y Europa para organizar simposios conjuntos en los Congresos.

02 PATROCINADORES

- Allergan
- Genentech
- Ophthalmic Mutual Insurance Company (OMIC)
- Regeneron
- Zeiss

8. ANEXO | ANÁLISIS EXTERNO | BENCHMARK



- 01 MEDIOS
- 02 NEWSLETTER
- 03 REDES SOCIALES
- 04 SITES

- **Website organizada por público objetivo:** oftalmólogos / gestión de la práctica / pacientes y público.
- Dentro de ésta, apartados para jóvenes oftalmólogos, oftalmólogos senior, oftalmólogos internacionales, residentes y estudiantes de medicina

01 MEDIOS

- Apartado de noticias y contenidos para los medios.
- Publicidad de terceros en revista EyeNet, newsletter y Congreso anual

02 NEWSLETTER

- Información y consejos sobre salud ocular y conservación de la visión.

06 REDES SOCIALES

PROFESIONALES MÉDICOS

- Facebook
- Twitter
- YouTube
- LinkedIn

PÚBLICO Y PACIENTES

- Facebook
- Twitter
- YouTube
- Instagram

MUSEO DEL OJO

- Facebook
- Twitter
- Instagram
- Tripadvisor
- Yelp

07 SITES

- Eyewiki
- International Society of Refractive Surgery

 +54 mil Seguidores (PROFESIONALES)	 +51 mil Seguidores (PÚBLICO Y PACIENTES)	 450 Seguidores (MUSEO OJO)
 +31 mil Seguidores (PROFESIONALES)	 +18 mil Seguidores (PÚBLICO Y PACIENTES)	 274 Seguidores (MUSEO OJO)
 +9 mil Suscriptores (PROFESIONALES)	 +32 mil Suscriptores (PÚBLICO Y PACIENTES)	 +31 mil Seguidores (PROFESIONALES)
 +26 mil Seguidores (PÚBLICO Y PACIENTES)		 +1.300 Seguidores (MUSEO DEL OJO)

SOCIOS

ORGANIZACIÓN

SERVICIOS

RELACIONES

COMUNICACIÓN

01 SOCIOS

- Miembros en más de 35 países.

Cuota anual:

- Miembro titular: 200\$
- Miembro en formación (hasta 35 años): 50\$
- Miembro afiliado (no oftalmólogo): 75\$

02 BENEFICIOS GENERALES

- Descuentos exclusivos en Congresos y cursos regionales, en el “Día Panamericano de la Investigación” y en “Lo mejor de la Academia en Español”.
- Formación online: acceso a webinars y descuentos en cursos online (campuspaa.org).
- Suscripción a la revista Pan-american Journal of Ophthalmology y oportunidad de publicar en ella.
- Oportunidades en formación especializada: becas, premios y ayudas
- Curso de liderazgo
- Oportunidad de representar a la PAAO en el Programa de profesores visitantes en los congresos nacionales
- Promoción internacional
- Tarjeta de miembro
- Newsletter (eVision) y actualizaciones de PAAO Now semanal.
- Eventos de networking con colegas y familia.

01 FORMACIÓN

- Campus PAAO: cursos online en español, webinars, curso de liderazgo para el aprendizaje de habilidades de los mejores líderes internacionales, manuales, guías, becas,...

02 PAAO-YO

- Dirigida a jóvenes oftalmólogos

01 ALIANZAS Y COLABORACIONES

- Colaboración con respetados oftalmólogos internacionales
- Trabajo conjunto con las Sociedades Nacionales y Sociedades de subespecialidades asociadas.
- Partners industria: 60% de las aportaciones a la fundación



Alcon
A Novartis
Division



Allergan



Johnson & Johnson VISION



ZEISS



Lions Clubs International
FOUNDATION

SOCIOS

ORGANIZACIÓN

SERVICIOS

RELACIONES

COMUNICACIÓN

01 NOTICIAS

02 NEWSLETTER

03 REDES SOCIALES



1.900
Seguidores



136
Suscriptores

SOCIOS

ORGANIZACIÓN

SERVICIOS

RELACIONES

COMUNICACIÓN

01 SOCIOS

- Más de 1100 socios, oftalmólogos, profesionales relacionados y estudiantes de medicina.

02 TIPOLOGÍAS Y CUOTA

- **Miembros ordinarios** Oftalmólogos en ejercicio, que trabajen en los Países Bajos o las Antillas Neerlandesas y estén registrados en el registro KNMG (Federación médica compuesta por siete asociaciones profesionales y The Medical Student).
- **Miembros potenciales** Médicos asistentes en formación para convertirse en oftalmólogo
- **Miembros honorarios** Miembros que han hecho una gran contribución
- **Miembros extraordinarios** Oftalmólogos que trabajen fuera de los Países Bajos o las Antillas Neerlandesas, o personas con formación académica directamente involucradas en la ciencia de la oftalmología
- **Miembros especiales** Graduados de educación profesional superior con interés demostrable en oftalmología
- **Miembros en reposo** Miembros que han terminado su empleo en oftalmología

03 BENEFICIOS GENERALES

- Recepción gratuita de las **publicaciones** del NOG.
- **Plazas de trabajo**
- Opción a **becas de investigación y formación**.
- Acceso a **Escuelas y Cursos**.
- Solicitud de distintos servicios de la **Unidad de Investigación**.
- **Acceso a tesis y papers**.
- **Acceso gratuito a Congresos Nacionales**.
- **Acceso a ONE Network** (Ophthalmologic News & Education) de la Academia Estadounidense de Oftalmología (AAO).

01 COMISIONES TÉCNICAS

1. **Comité de Intereses de Apelación.**
2. **Comité de garantía de calidad.**
3. **Concilium Ophthalmologicum.**

02 JUNTA Y MESA

1. **Presidente de BJ Klevering**
2. **Secretario de RCM Maatman**
3. **Tesorero**
4. **Miembro de ILA van Liempt y presidente de la BBC**
5. **Miembro y presidente del comité de calidad**
6. **Miembro de JR Vingerling**

SOCIOS

ORGANIZACIÓN

SERVICIOS

RELACIONES

COMUNICACIÓN

03 GRUPOS DE TRABAJO

1. **Compañía Donders de Estrabología**
2. **Club de Angiografía por Fluorescencia de los Países Bajos (FANCLUB)**
3. **Sociedad Holandesa de Cirugía de Refracción (NGRC)**
4. **Grupo Holandés de Glaucoma**
5. **Club Holandés de Implantes Intraoculares (NIOIC)**
6. **Consulta de Oncología Oftalmológica (OOO)**
7. **Círculo histórico oftálmico (OHK)**
8. **Sociedades oftálmicas regionales**
9. Grupo de Trabajo de **Córnea**
10. Grupo de trabajo **Sociedad Orbital Holandesa (DOS)**
11. Grupo de Trabajo de **Electro-Oftalmología**
12. Grupo de trabajo de **Ergoftalmología**
13. Grupo de Trabajo de **Oftalmología Pediátrica**
14. Grupo de Trabajo de **Retina Médica**
15. Grupo de Trabajo de **Neurooftalmología**
16. Grupo de trabajo de **física oftálmica**
17. Grupo de trabajo de **oftalmólogos rehabilitadores**
18. Grupo de trabajo sobre **estrabología**
19. Grupo de Trabajo de **Oftalmología Tropical**
20. Grupo de trabajo de **uveítis**
21. Grupo de Trabajo de **Cirugía Vitreoretiniana**
22. Grupo de trabajo **científico.**

01 FORMACIÓN

- Plan de formación (5 años) evaluada por el Concilium Ophthalmologicum, 9 clínicas de formación reconocidas en Oftalmología, cursos online y presencial impartidos por LVAO (Asociación Nacional de Oftalmología Auxiliares Médicos). Dichos cursos pueden ser de acreditación individual o para proveedores.
- Academia NOG, cursos acreditados para asociados.

02 GRUPOS DE TRABAJO CIENTÍFICOS

- 22 Grupos de trabajo científicos para promover la investigación científica sobre los trastornos oculares en los Países Bajos.
- No hay costos asociados con la membresía.

03 AGENDA DE CONOCIMIENTO

- La Agenda de Conocimiento en Oftalmología conduce a la investigación científica que contribuye a una atención de alta calidad, accesible y eficiente y, por lo tanto, es una parte estructural de la atención médica oftálmica especializada. Describe las principales lagunas de conocimiento dentro de la Oftalmología.

04 FUNDACIÓN DONDEERS BINKHORST

- El FC Donders Fund y la Fundación de Investigación Científica Oftalmológica Dr. PG Binkhorst se ha fusionado en la Fundación Donders Binkhorst.
- Premio anual como una contribución al progreso de la investigación en el campo de la oftalmología. Se evalúa su importancia científica, social, originalidad del tema, método de investigación y las cualidades técnicas.
- El Premio Donders / Binkhorst consta de un importe máximo de 10.000 €.

SOCIOS

ORGANIZACIÓN

SERVICIOS

RELACIONES

COMUNICACIÓN

05 DISERTACIONES

- Suscripción de disertación. Como miembro del NOG puede solicitar una suscripción de tesis en la oficina del NOG.
- Los costos para esto son 50 € por año.
- Actualmente, el NOG cuenta con 19 suscriptores de tesis.
- Como titular de una suscripción de tesis, recibirá tesis oftálmicas a través del candidato a doctorado. Por los costos incurridos, el candidato a doctorado recibe del NOG por cada disertación enviada a los titulares de la suscripción de la disertación un reembolso del precio de costo de una disertación.

06 OTROS

- Avisos de eventos
- Noticias de interés en el campo oftalmológico.
- Boletines
- Agenda y documentos de la reunión ALV
- Vacantes
- Observaciones
- Congreso NOIC
- Congreso STILL

01 REDES SOCIALES

- Carece de redes sociales, únicamente tiene cuenta de YouTube con 206 suscriptores, pero sin actividad desde hace 4 años.
- Su principal canal es la página web.

02 NOTAS DE PRENSA 03 NEWSLETTER 04 NOTICIAS NOG Y ENTREVISTAS

01 ASOCIADOS Y COLABORADORES





SOCIOS

ORGANIZACIÓN

SERVICIOS

RELACIONES

COMUNICACIÓN

01 SOCIOS

Reúne a más de **7.800** médicos y científicos que investigan, examinan y tratan la medicina oftalmológica.

02 TIPOLOGÍAS Y CUOTA

- **Especialistas nacionales y extranjeros** que no pertenecen a los grupos siguientes (250 euros)
- **Médicos en formación** continua para oftalmología (asistentes), especialistas que trabajan a tiempo parcial (25h), licencia parental, científicos que trabajan en el campo de la investigación de la visión. (125 euros)
- **Miembros jubilados con revista** (125 euros)
- **Miembros jubilados sin revista** (gratis)
- **Especialistas en países vecinos de Europa del Este** (125 euros)

03 BENEFICIOS GENERALES

- **Participación en los Congresos a tarifas especiales.**
- **Revista mensual** "Der Ophthalmologe" o la revista en inglés "Graefe's Archive for Clinical and Experimental Ophthalmology" sin costo adicional.
- **Subscripción al "Archivo Graefe de Oftalmología Clínica y Experimental "** por un precio de 60 € .
- **Participación en las secciones DOG.**
- **Acceso personal a la oficina** para asuntos relacionados con la membresía.

01 FORMACIÓN

Los estudiantes pueden solicitar becas de viaje y de doctorado. También es posible enviar carteles y resúmenes para el Congreso DOG. Participación en el grupo de trabajo de Young DOG. El acceso de invitados para los estudiantes es gratuito durante el primer año. En los años siguientes, la tarifa de este acceso es de 60 € anuales.

- Acceso al Congreso DOG
- 12 números impresos gratuitos de la revista especializada "Der Ophthalmologe"
- Acceso a la revista en las plataformas en línea SpringerMedizin.de (www.springermedizin.de) y SpringerLink (www.link.springer.com)
- Acceso al archivo de la revista desde 1997
- "El Oftalmólogo" como ePaper
- Suscripción a la newsletter DOG
- Suscripción a la newsletter de Young DOG AG con temas para jóvenes oftalmólogos.

Cursos certificados de administración intravítrea de fármacos operatorios (IVOM/PDT) y cursos de córnea (online y presencial)

02 EVENTOS

- Congreso ADD
- Curso Básico
- Curso Láser
- Simposios



SOCIOS

ORGANIZACIÓN

SERVICIOS

RELACIONES

COMUNICACIÓN

03 BOLSA DE TRABAJO

04 EYE FOUNDATION

El objetivo de la Eye Foundation es combatir activamente la ceguera evitable. Apoya desde 2008 proyectos clínicos y oftalmológicos científicos básicos y concede contratos de investigación y becas. Además, informa al público sobre las enfermedades oculares y las causas de la ceguera y muestra formas de prevención y tratamiento.

05 PROYECTOS

- Proyecto de la Eye Foundation para detectar de forma más temprana la discapacidad visual en los hogares de personas mayores.
- Entrenamiento del movimiento ocular para la retinosis pigmentaria.

01 NOTICIAS

02 MULTIMEDIA

03 DOSSIERES DE PRENSA

04 REVISTA

05 PUBLICACIONES

06 REDES SOCIALES

07 WEB WWW.DOG.ORG

04 REVISTA

- Los miembros de la Sociedad Oftalmológica Alemana recibirán esta publicación como parte de su membresía. Los pedidos de miembros que no pertenecen a DOG se pueden realizar en cualquier librería o editorial.

05 PUBLICACIONES

- Libros
- Informe Anual
- Pautas DOG y BVA
- Hojas de ruta (metas y un plan estratégico para el DOG para los próximos cinco años.)

06 REDES SOCIALES

- Facebook

07 WEB WWW.DOG.ORG

- Dirigida a población general, pacientes y entorno, con información sobre oftalmología y otras cuestiones sobre salud (enfermedades, tratamientos, testimonios,...)

SOCIOS

ORGANIZACIÓN

SERVICIOS

RELACIONES

COMUNICACIÓN

01 SOCIOS

- **Más de 3.700 socios** entre farmacéuticos y otros profesionales sanitarios relacionados con la Farmacia Hospitalaria.
- Tipología:
 - Numerario: especialista o residente
 - Honorífico: jubilado
 - De honor
 - Adherido

02 BENEFICIOS DE LOS SOCIOS

- Información científica
- Posibilidad de realizar cursos presenciales y online
- Acceder a Becas y Premios
- Acceso a la revista Farmacia Hospitalaria y otras
- Acceso a Grupos de Trabajo
- Acceso a la realización de Tesis doctoral
- Capacidad de voto en elecciones y Asamblea
- Asesoramiento jurídico
- Descarga de certificados
- Acceso a Lista SEFH de envío de mensajes
- Otros no indicados.

01 ESTRUCTURA

- **Junta de Gobierno**
- **Junta permanente**
- **Directores y coordinadores** de la Revista "Farmacia hospitalaria", del Comité Web (3), de Investigación, de Investigación Básica Traslacional, de Investigación Aplicada, de Comunicación, de Grupos de Trabajo, de Formación.
- **Staff:** gerente, admin. y finanzas, área científica, comunicación, formación online, desarrollo de eventos (3), atención al socio.

02 GRUPOS DE TRABAJO

- **26 grupos de trabajo con sites específicas para cada una de ellas:** Adherencia de la SEFH, Atención farmacéutica en enfermedades infecciosas, Paciente crónico, Dolor, Ensayos clínicos, Bioética y ética clínica, Farmacotecnia, Farmatrasplante, Farmacéuticos de Medicina Intensiva y Cuidados Críticos, Farmacia Hospitalaria digital, Atención farmacéutica en enfermedades neurodegenerativas, Farmacia oncológica, Farmacia pediátrica, Medicamentos hemoderivados, Novedades, estandarización e investigación en selección de medicamentos, ...

03 FUNDACIÓN ESPAÑOLA DE FARMACIA HOSPITALARIA

SOCIOS

ORGANIZACIÓN

SERVICIOS

RELACIONES

COMUNICACIÓN

01 PUBLICACIONES

- **Revista bimestral Farmacia Hospitalaria** (ESP/ENG) open Access dirigida a los profesionales especialistas en farmacia hospitalaria y a todos los interesados en la terapia farmacológica. No cobra tasas por el envío de trabajos, ni tampoco cuotas por la publicación de sus artículos.
- **Biblioteca virtual** con documentación de acceso libre con las claves de socio: documentos y monografías, posicionamientos institucionales, guías, presentaciones docentes, normas y procedimientos.

02 RECURSOS

- **Normas y procedimientos:** bases de datos, código de ética farmacéutica,...
- **Presentación docente**
- **Software**
- **Iniciativas de los socios:** alertas de tratamientos con medicamentos, Interacciones entre principios activos, medicamentos y plantas medicinales, Observatorio Nacional de Prácticas Seguras en el manejo de Medicamentos Peligrosos,
- **REDCap – SEFH:** aplicación segura y basada en la web para crear y manipular bases de datos online.

03 FORMACIÓN

- **Programa de formación formaSEFH dirigida a 4 colectivos: Especialistas; Residentes; Expertos y Técnicos,** agrupada en una única plataforma que permite visualizar los cursos activos y acceder al repositorio de cursos cerrados,. Es una plataforma colaborativa donde todos los grupos de trabajo pueden organizar sus propios cursos, realizar itinerarios formativos y todos los cursos tienen su acreditación. Incluye:

- **Plataforma DPC:** formación continua para farmacéuticos especialistas.
- **Plataforma EXPERT** dirigida a especialistas que quieran profundizar en campos muy específicos de la Farmacia Hospitalaria.
- **Plataforma R-FARMA** orientados principalmente a residentes.
- **Plataforma TECNIFARMH** formación online dirigida a técnicos de FH.

- **Congreso Nacional anual**
- **Jornadas:** cursos y webinars

04 INVESTIGACIÓN E INNOVACIÓN

- **Proyectos de innovación,** investigación básica traslacional e investigación aplicada.

05 OTROS

- Sección de **Noticias y próximos eventos.**
- **Ofertas de empleo**
- **Acreditación y gestión de avales**
- **Web oficial de residentes** dedicada al acercamiento, interacción e intercambio de ideas entre los Residentes de Farmacia Hospitalaria. Con contenido relativo a:
 - **Formación**
 - **Cuarto año:** documentos de interés, calculadoras y programas, bioestadística.
 - **Legislación:** legislación vigente y programa oficial de la Especialidad.
 - **Becas-premios** a los que pueden aplicar.
 - **Casos clínicos**
 - **Enlace** a Soc. nacionales e internacionales, bibliotecas virtuales y otros.
 - **Curriculum:** cómo hacerlo, escribirlo y presentarlo, con ejemplos.
 - **ROTA-SEFH:** administración de rotaciones, normativas y guías.
- **Proyecto MAPEX** que sitúa al paciente como eje pivotal para establecer un modelo de trabajo que defina las líneas asistenciales, docentes e investigadoras del farmacéutico de hospital para atender a sus necesidades actuales y futuras.

SOCIOS

ORGANIZACIÓN

SERVICIOS

RELACIONES

COMUNICACIÓN

01 RELACIONES CON STAKEHOLDERS

- En las sites de los **grupos de trabajo** asociados a enfermedades o tratamientos concretos, existe **información y recursos dirigidos a los pacientes**, guidelines, enlaces de interés,... así como Jornadas y Congresos específicos, y proyectos de investigación relacionados.
- **Proyectos de fondos solidarios** con motivo de la pandemia para ayudar a los Servicios de Farmacia de España en su trabajo diario, acercando la medicación al paciente y fomentando la asistencia farmacéutica a través de la telefarmacia.
- **Procedimientos / recomendaciones / investigaciones sobre COVID-19.**
- **PROYECTO DE INTERNACIONALIZACIÓN** (próximamente): con el objetivo de establecer **alianzas profesionales** para el desarrollo profesional clínico, trabajando **con los pacientes, profesionales sanitarios y administración, y fortalecer las relaciones nacionales e internacionales.**

02 COLABORADORES / PATROCINADORES

- En los Fondos Solidarios:



- Proyecto MAPEX:



01 REDES SOCIALES



02 BLOG

- Blog **sefh informa** dirigido principalmente a farmacéuticos de hospital y otros profesionales sanitarios, Además, también tienen cabida contenidos dirigidos a estudiantes, industria farmacéutica, medios de comunicación y sociedad en general, pacientes y/o asociaciones de pacientes, como herramienta de difusión de conocimientos y comunicación de la SEFH.
- **Secciones:** Noticias, Residentes, Revista Farmacia Hospitalaria, Pacientes, Profesionales y SEFH
- **Temática:** actualidad terapéutica, proyectos, resoluciones de becas, concursos y convocatorias, formación, posicionamientos, Congreso, divulgación

03 ListaSEFH

- Mensajería socios

04 SALA DE PRENSA

- Notas de prensa, posicionamientos institucionales, calendario de eventos e identidad corporativa

SOCIOS

ORGANIZACIÓN

SERVICIOS

RELACIONES

COMUNICACIÓN

01 SOCIOS

Cuenta con más de 2.350 miembros con el objetivo de reunir y agrupar a médicos con interés en la Otorrinolaringología, para fomentar al estudio teórico y práctico de la especialidad y de aquellas otras áreas científicas que tengan relación con esta rama de las ciencias médicas.

02 TIPOLOGÍAS Y CUOTA

- **Socio Especialista** (95€/año)
- **Socio Residente** (80€/año)

03 BENEFICIOS GENERALES

- Formar parte de un gran **grupo de profesionales Otorrinolaringólogos**
- Disponer de una **Revista** referente en castellano/inglés, destacada en el ámbito nacional e internacional
- El **importe** de la cuota del **Congreso Nacional es inferior para Socios**
- **Acceso a formación continuada** acreditada a través de **Congreso Anual**
- **Cursos acreditados, presenciales y virtuales**
- Facilitar **becas para estancias en Servicios nacionales y extranjeros**
- Tener **acceso a publicaciones y documentos** actualizados de gran valor para el desarrollo de nuestra profesión (Ponencia anual, Consentimientos informados, Protocolos de actuación y Documentos de consenso)
- **Disponer de un mediador privilegiado** que defienda nuestros intereses profesionales y prestigio con (Prensa, Seguros médicos, Aseguradoras de Mal práctica médica, OMC, Industria y proveedores)
- **Facilitar la formación dentro y fuera de España** (mediante contactos, becas de formación, Redes Sociales de promoción y contacto entre socios a través de distintos foros, participar e influir sobre la formación de especialistas en la Comisión de Especialidad Nacional y foro de discusión sobre nuestros intereses y desarrollos)

01 ORGANIGRAMA



02 CARGOS HONORÍFICOS

- **Presidentes de Honor**
- **Medallas de Oro**
- **Socios de Honor**

SOCIOS

ORGANIZACIÓN

SERVICIOS

RELACIONES

COMUNICACIÓN

03 COMITÉS

1. Acción Social y Proyectos Humanitarios
2. Consentimientos Informados
3. COVID-19
4. ÉTICA
5. Historia de la SEORL, Biblioteca y Museo
6. Prevención del Tabaquismo
7. Telemedicina
8. Web y RSS

01 FORMACIÓN

- **Revista**
- **Aula Virtual**
- **Biblioteca** (Libro virtual, Consentimientos Informados, Artículos de opinión, Ponencias Oficiales, Monografías, suplementos de actualización, manuales y Tesis doctorales)
- **Área residentes**
 - **R-I** (I Curso de Introducción a la Otorrinolaringología, II Curso de Introducción a la Otorrinolaringología, III Curso de Introducción a la Otorrinolaringología)
 - **FORMIR** (aplicación informática que pretende acompañar al Residente y a su Tutor en el proceso de adquisición de las competencias que debe poseer un especialista ORL durante su período formativo en la especialidad de Otorrinolaringología)
 - **UEMS** (programa de guía para los centros docentes, para que cumplan el mínimo europeo fijado por la Directiva de la UEMS.)
 - **PROGRAMA DE ESPECIALIDAD**
- **Ayudas SEORL** (Para fomentar la formación, especialización y actualización de los miembros de la SEORL, se habilitan unos fondos destinados a facilitar la estancia en hospitales nacionales o extranjeros.)

SOCIOS

ORGANIZACIÓN

SERVICIOS

RELACIONES

COMUNICACIÓN

01 ALIANZAS Y COLABORACIONES

- **Sociedades Autonómicas**
 - Sociedad Andaluza de Otorrinolaringología
 - Sociedad Aragonesa de Otorrinolaringología
 - Sociedad Balear de Otorrinolaringología
 - Sociedad Otorrinolaringológica de Castilla y León, Cantabria y La Rioja
 - Sociedad Catalana de Otorrinolaringología
 - Sociedad Gallega de ORL
 - Asociación Madrileña de Otorrinolaringología
 - Sociedad Valenciana de Otorrinolaringología
 - Sociedad Vasca de Otorrinolaringología
- **Sociedades Europeas**
 - Confederation of European Otorhinolaryngology – Head and Neck Surgery
 - UEMS- ORL Section
 - European Board Examination in ORL
 - European Academy of Facial Plastic Surgery
 - European Academy of Otology and Neuro-Otology
 - European Federation of Audiology Societies
 - European Laryngological Society
 - European Rhinologic Society
 - European Society of Pediatric Otorhinolaryngology
- **Sociedades Internacionales**
 - International Federation of ORL Societies
 - International Society of Audiology
 - Politzer Society



SOCIOS

ORGANIZACIÓN

SERVICIOS

RELACIONES

COMUNICACIÓN

01 BENEFICIOS GENERALES

1. **Promoción y coordinación de trabajos de investigación** relacionados con la Optometría, el Sistema Visual y todos sus medios compensadores, así como la Baja Visión y Rehabilitación Visual, la Terapia Visual y la Optometría Pediátrica, la Contactología y la Cirugía Refractiva .
2. **Acceso a cursos, certámenes, reuniones, coloquios, mesas redondas, seminarios, conferencias tanto presenciales como online.**
3. **Colaboración con Instituciones Públicas y Privadas** nacionales e internacionales
4. **Participación en la toma de decisiones que la Administración Sanitaria plantee en materia de política sanitaria.**
5. Ayuda para **potenciación del ejercicio profesional** del Óptico-Optometrista en el Sistema Nacional de Salud.
6. **Intercambio de experiencias y conocimiento** entre los miembros de la Sociedad.
7. **Acceso a programas de formación propia especializada de postgrado.**
8. **Emisión de dictámenes o informes** a petición de organismos públicos o privados, Tribunales de Justicia, entidades científicas o de su propia Junta de Gobierno.
9. **Información** de medios de comunicación social, sobre los **avances e investigaciones** en el campo de la Optometría y la Óptica Oftálmica.
10. **Premios, reconocimientos y distinciones.**

01 JUNTA DE GOBIERNO

- **Presidente**
- **Vicepresidenta**
- **Secretario General**
- **Tesorero**
- **Vocal (5 miembros)**

02 PRESIDENTES Y MIEMBROS DE HONOR

01 SECCIONES CIENTÍFICAS

- **Optometría Geriátrica y Baja Visión**
- **Contactología y Cirugía Refractiva**
- **Optometría clínica, Hospitalaria y Farmacología**
- **Óptica Oftálmica y Protección Solar**
- **Optometría Pediátrica y Terapia Visual**
- **Visión, Conducción y Seguridad Vial**
- **Visión en el Trabajo y Ergonomía**
- **Visión Deportiva**

SOCIOS

ORGANIZACIÓN

SERVICIOS

RELACIONES

COMUNICACIÓN

02 PUBLICACIONES/ENLACES DE INTERÉS

- Ministerio de Sanidad - Sociedades Científicas
- El óptico-optometrista en el control de la diabetes
- Convenios y Colaboraciones
- Gaceta de Optometría y Óptica Oftálmica
- Journal of Optometry

03 DOCUMENTOS DE POSICIÓN

04 COMUNICADOS COVID

01 CONVENIOS Y COLABORACIONES



01 REDES SOCIALES

- Twitter
- Facebook
- YouTube



+5,1 mil

Seguidores
(PROFESIONALES)



+2,1 mil

Seguidores
(PROFESIONALES)



+1.3 mil

Suscriptores
(PROFESIONALES)