

PLAN ESTRATÉGICO DE DESARROLLO
CORPORATIVO DE LA SEAIC
2013-2018



ÍNDICE

1. Introducción.
2. Justificación del proyecto.
3. Metodología.
4. Misión, visión y valores.
5. Formulación estratégica.
 - 5.1 Análisis del entorno.
 - Clientes
 - Competidores
 - Proveedores
 - Las aportaciones de capital.
 - Amenazas
 - Oportunidades
 - 5.2 Análisis del interior.
 - Recursos estructurales y humanos.
 - Debilidades
 - Fortalezas
 - Matriz DAFO/CAME
 - 5.3 Factores clave de éxito y ejes estratégicos principales.
 - Factores clave de éxito
 - Líneas y objetivos estratégicos
6. Planificación operativa.
 - Línea estratégica I. Congresos y Formación.
 - Línea estratégica II. Revista de la SEAIC.
 - Línea estratégica III. Red de Aerobiología.
 - Línea estratégica IV. Miembros de la SEAIC.
7. Evaluación de resultados.

1. INTRODUCCIÓN.

La alergología en España

En España, el desarrollo de la Alergología se inicia por el Profesor Carlos Jiménez Díaz (1898-1967), catedrático de Medicina del Hospital Provincial de Madrid desde 1926, académico de número de la Real Academia de Medicina y miembro fundador de la Sociedad Internacional de Medicina Interna. El interés del Profesor Jiménez Díaz por los procesos alérgicos queda plasmado en su obra "El asma y otras enfermedades alérgicas", publicada en 1932.

Desde sus inicios, la Alergología se ha mantenido muy ligada a la Medicina Interna. A partir de 1966 toma un carácter de independencia al ser convocada la primera plaza de especialista. En 1978 es reconocida oficialmente como especialidad, quedando sujeta a un programa de formación específico, A través del sistema de Médicos Internos Residentes (MIR). La alergología es una especialidad médica reconocida en el estado español, la formación de la cual se regula por el Orden SCO/3081/2006, de 20 septiembre, publicada al BOE número 241, página 34979.

El alergólogo es el especialista que está formado para el estudio etiológico de las enfermedades alérgicas y abordaje de forma integral de su tratamiento

La Sociedad Española de Alergología e Inmunología clínica.

El 16 de noviembre de 1948, por acuerdo unánime de los Doctores Jiménez Díaz, Lahoz Marqués y Farrerons Co, se constituye la "Sociedad Española de Alergia" (SEA), siendo por tanto una de las sociedades médicas más antiguas de las que existen en España. Como se ha comentado nace muy ligada a la medicina interno, siendo su primer presidente el Prof. D. Carlos Jiménez Díaz hasta el año 1966

En 1974, bajo la presidencia del Doctor Ortíz Maslloréns, la Sociedad Española de Alergia modifica su denominación por la de "Sociedad Española de Alergia e Inmunología Clínica". En 1975 se crea la Secretaría Técnica de la SEAIC, bajo el patrocinio de Laboratorios Leti, con sede en Barcelona. A partir de 1982 se adopta la denominación actual: "Sociedad Española de Alergología e Inmunología Clínica" (SEAIC).

La junta Directiva ha sido el órgano de gobierno de la SEAIC, estando compuesta por Presidente, Vicepresidente, Secretario, Vicesecretario-Tesorero y seis vocales, y se renueva cada 4 años. Todos estos cargos son elegidos por votación en la Asamblea General, con una duración del mandato de 4 años, con renovaciones asimétricas cada 2 años de la mitad de la junta. El presidente es elegido dos años antes de su mandato efectivo, ocupando el cargo de electo durante esos años, con voz en la Junta pero sin voto. No ha habido

modificaciones importantes en su estructura organizativa en los últimos 20 años.

Actividades de la Sociedad

En 1949, un año después de su fundación, la Sociedad celebra el primer congreso Nacional de Alergia en el Hospital Provincial de Madrid (actual Centro de Arte Reina Sofía). A partir de entonces se han celebrado congresos nacionales cada 3-4 años hasta 1978, cuando la periodicidad pasa a ser bienal. Desde 1971 la Sociedad celebra simposios o reuniones monográficas sobre los aspectos de mayor relevancia en el ejercicio profesional de la especialidad.

Durante los primeros años la organización de congresos fue prácticamente la única actividad de la sociedad. Posteriormente se van constituyendo diversos grupos de trabajo con el objetivo inicial de establecer unos criterios científicos sobre los aspectos de la especialidad que así lo requerían. Las primeras comisiones son: Alergia laboral y Terminología (1959); Alergia Infantil (1970); Docencia, Estandarización de alérgenos, Ética, Mapa polínico, Medicamentos y Aditivos, Ponencias y Bibliografía (1978).

A partir de los años 80 se establece una estructura que ha permanecido casi sin variación constituida por 16 comités: Aerobiología, Alergia a alimentos, Alergia cutánea, Alergia a himenópteros, Alergia a látex, Alergólogos jóvenes y MIR, Asma, Calidad asistencial, Ejercicio y desarrollo profesional, Enfermería en Alergia, Formación continuada, Informática, Inmunología, Inmunoterapia, Reacciones a medicamentos y Rinoconjuntivitis. A través de estos comités se han realizado innumerables acciones de formación médica continuada, de optimización de práctica clínica, incluyendo documentos de consenso y guías de práctica clínica multidisciplinarias y estudios de investigación clínica y epidemiológica. También a través de los comités, se han realizado contactos y proyectos comunes con otras sociedades científicas nacionales e internacionales.

En el año 1986, la junta directiva decide crear la Fundación SEAIC. La Fundación ha llevado a cabo diversas actividades dirigidas al colectivo de alergólogos, pacientes y sociedad civil. La actividad fundamental es la convocatoria de ayudas para proyectos de investigación y becas para jóvenes alergólogos. Desde el punto de vista social patrocina actividades de divulgación y de educación sanitarias.

La primera publicación periódica oficial de la Sociedad Española de Alergia fue la revista "Allergologia et Immunopathologia". Desde el año 1986 hasta finales de 2005 el órgano de expresión de la SEAIC fue la "Revista Española de Alergología e Inmunología Clínica". A partir de enero de 2006 la revista oficial de la SEAIC pasa a ser "Journal of Investigational Allergology and Clinical Immunology", indexada en las principales bases de datos bibliográficas, y

cuenta con un índice de impacto de 2,26, situándose de acuerdo al Journal Citation Report como la duodécima publicación mundial en el ámbito de la Alergología e Inmunología clínica.

En la actualidad la SEAIC cuenta con aproximadamente 1300 asociados de los que 920 son socios de número (270 prenumerarios en periodo de formación MIR), por estar en posesión del título oficial de Especialista en Alergología (otorgado por el Ministerio de Educación y Ciencia), que son los que tiene voz y voto en la asamblea y los únicos que pueden ocupar cargos en los órganos de gobierno de SEAIC.

2. JUSTIFICACION DEL PROYECTO

Desde su creación la sociedad se constituyó en una asociación de carácter científico y profesional y se ha regido por unos estatutos que señalan sus fines y competencias y que textualmente son:

- Fomentar y dar a conocer los estudios sobre Alergología e Inmunología Clínica.
- Promover y facilitar el contacto de sus miembros entre sí y con otros profesionales o entidades afines.
- Contribuir a la formación y perfeccionamiento profesional en Alergología e Inmunología Clínica.
- Propiciar cualquier tipo de intercambio e iniciativa (no exclusivamente científico profesional) entre los socios, que contribuya a la buena marcha de la Sociedad.
- Intervenir como tal Sociedad en los problemas que puedan afectar a sus miembros, al ejercicio profesional, a la Especialidad, a la Sanidad y a la Salud Pública.
- Promover programas educativos para el público en general, encaminados a dar a conocer las enfermedades inmunoalérgicas, su prevención, tratamiento y cualquier actividad relacionada con este fin.

Es competencia de la Sociedad:

- Organizar o patrocinar en las condiciones que puedan determinarse, reuniones de Alergología e Inmunología Clínica en cualquiera de sus formas y celebrar Congresos y Simposios Nacionales o Internacionales.
- Potenciar la formación científica y profesional de sus miembros estimulando toda clase de actividades científicas. Ayudar a sus miembros en la tarea y en la proyección de sus actividades en toda clase de manifestaciones científicas. El Copyright de los trabajos de investigación patrocinados por la SEAIC u organismos dependientes de la misma pertenecerán a ésta.
- Mantener un servicio de información referido a la Especialidad entre sus miembros.
- Colaborar con otras entidades científicas, nacionales y extranjeras especialmente con las de Alergología e Inmunología Clínica.
- Cualesquiera otros medios adecuados para el cumplimiento de los fines señalados.

La interpretación de la formas más idóneas para la consecución de estos fines se ha desarrollado sin llegar a tener un plan estratégico bien definido. Esta

situación ha generado una falta de previsión para afrontar los cambios del futuro y la inexistencia de un plan de viabilidad económica.

En 2011 se inicia el desarrollo de un **Plan Estratégico de la SEAIC (2011-2018)** que se finaliza en 2012 y que ha definido las carencias de la situación actual y se establecen las líneas estratégicas y las necesidades de cambio en la estructura de la organización.

En este plan se definen tres líneas estratégicas:

a) Cartera de servicios

b) Proyección y alianzas de la SEAIC con agentes de interés

c) Organización y recursos.

a) Línea estratégica de la **Cartera de Servicios** se definen los siguientes objetivos estratégicos:

- Profesionalismo y excelencia profesional
- Congreso de la SEAIC
- Revista Journal of Investigational Allergology and Clinical Immunology.
- Red de aerobiología
- Generación de conocimiento.

b) Línea estratégica de **proyección y alianzas de la SEAIC con agentes de interés** se definen los siguientes objetivos estratégicos:

- Relación de la SEAIC con los pacientes
- Objetivo estratégico SEAIC y Administración/ Proveedores de salud en base a la equidad y el desarrollo de protocolos de práctica clínica para una asistencia con calidad y seguridad para el paciente
- Relación con la industria farmacéutica.
- Relación con la Comisión Nacional de la Especialidad
- Relación con la Universidad
- Relación con sociedades científicas (sociedades internacionales y autonómicas).
- Medios de comunicación
- Desarrollo de la web de la SEAIC (profesionales, pacientes y medios).

c) Línea estratégica de **Organización y recursos** en la se definen los siguientes objetivos estratégicos:

- Sede independiente de la SEAIC y de la Fundación de la SEIAC
- Profesionalización de la gestión
- Optimización de la estructura de gobierno y organizativa
- Comunicación interna, transparencia y participación
- **Atención a los aspectos financieros y sostenibilidad.**

Objetivo estratégico sobre la atención a los aspectos financieros y de sostenibilidad económica se definen tres subobjetivos:

1. **Mantener la solidez económica** ajustando el gasto del funcionamiento de la organización y en el desarrollo de sus actividades, especialmente en congreso y el apoyo e información a nuestros patronos.
2. **Ampliar los canales de financiación** con la búsqueda de nuevos financiadores y la venta de servicios.
3. **Gestión estructurada del gasto.**

Objetivos operativos de la atención a los aspectos financieros y de sostenibilidad económica :

1. Objetivo estratégico: Mantener la solidez económica

Objetivos operativos:

- a) Incremento de beneficios del congreso de un mínimo 20% mediante la reducción de costes en honorarios, gastos de desplazamientos, reducción de servicios auxiliares y gastos de restauración
- b) Disminución de un 30-40% en gastos de desplazamientos Junta a través del uso de sistema Webex de teleconferencias
- c) Gastos Comités: objetivo conseguir gasto 0 en reuniones de trabajo (uso de networking: nubes virtuales y Webex). Dedicar fondos a los comités en función de proyectos.
- d) Incremento en las aportaciones de patronos:
 - i) Por incremento en el número de empresas farmacéuticas patronos
 - ii) Incremento de la cantidad donada con una elevación de un 25% de la aportación mínima
- e) Implementación de programa de niveles de patronazgo (Patrón distinguido) como reconocimiento explícito del nivel de aportación a los fines fundacionales. Para acceder al estatus de Patrono Distinguido, se seleccionaran las 3 empresas que mayor aportación económica realicen a la fundación durante un periodo de 24 meses. Los patronos distinguidos podrán tener representantes de pleno derecho en el patronato de la fundación y contarán con preferencia en la selección de colaboraciones en el congresos (en un plazo definido) tanto en stands como en la organización de Simposios satélites u otras acciones formativas realizadas en el congreso o fuera de él.
- f) Difusión más notable en las acciones de los Patronos de la fundación en la sociedad incluyendo congreso, y memoria de la fundación.

2. Objetivo estratégico: Ampliar los canales de financiación:

Objetivos operativos:

- a) Búsqueda de nuevas vías de financiación mediante donaciones o convenios con la industria de la alimentación y productos del hogar. Responsable Grupo de desarrollo corporativo.
- b) Comercialización de los datos de la red de Aerobiología y página de pólenes.com
- c) Venta de servicios profesionales o de productos de valor a la industria farmacéutica (tratamiento y diagnóstico), industria de alimentación y productos del hogar o de la gestión sanitaria (Grupo de Desarrollo Corporativo)
- d) Venta de servicios profesionales a la industria farmacéutica clásica
- e) Convenio fundación BBVA para el desarrollo de Enciclopedia de pacientes de alergia
- f) Comercialización de la página web.

3. Objetivo estratégico: Gestión estructurada del gasto:

- a) Objetivo operativo: Un objetivo = un presupuesto
- b) Objetivo Operativo: sintonía estrecha con la asesoría contable y financiera (Ros-Petit)

En el Plan Estratégico (2011-2018) se plantea un incremento del gasto anual de la SEAIC debido a su implementación con una distribución orientativa anual:

- 1. Nueva sede en alquiler: 6.000 €
- 2. Secretaria de dirección (contrato mercantil de arrendamiento de servicios profesionales) 8.000 €.
- 3. Servicios profesionales web máster y equipo: 8.000€
- 4. Plan Integrado de formación continuada: 8.000 €
- 5. Gestión proyectos de investigación: 6.000 €
- 6. Mejoras proceso editorial revista JIACI: 20.000 €
- 9. Contratación servicio de teleconferencias webex: 1.200 €
- 10. Gestión Proceso Calidad y seguridad/excelencia profesional: 25.000 €
- 11. Ayudas a proyectos educativos: 8000 €

Total incremento de costes aprox. 90.000 €

Incremento del gasto para implementar el Plan Estratégico General (2011-2018) que representa un aumento del 25% del presupuesto.

Justificación del Plan estratégico de Desarrollo Corporativo de la SEAIC (2013-2018):

Es evidente que la planificación estratégica debe disponer de un plan de financiación adecuado para poder desarrollarlo en toda su magnitud. En la situación de crisis económica actual por la atraviesa nuestro país y los posibles cambios que pueden derivar de esta en el sector sanitario y farmacéutico, pueden afectar de forma importante a la financiación actual de las sociedades científicas, y a pesar de que en el Plan estratégico global de la SEAIC existe ya un objetivo estratégico dirigido a los aspectos financieros y de sostenibilidad económica, dada la situación y la importancia de la financiación para el desarrollo del Plan estratégico parece adecuado y necesario desarrollar un plan estratégico específico para la financiación SEAIC.

3. METODOLOGÍA.

Para el desarrollo de este proyecto, se ha utilizado el asesoramiento y recursos proporcionados en el Programa de Liderazgo y Dirección Estratégica de Sociedades Científicas (ESADE Business School) y el Plan Estratégico de la SEAIC (2011-2018).

El diagnóstico de la situación vigente ha sido desarrollado analizando las perspectivas interna, identificando debilidades y fortalezas y la perspectiva externa, identificando amenazas y oportunidades. El eje sobre el que bascula el análisis se asienta en las características de la Alergología como especialidad, las características de la propia SEAIC y el propio Plan Estratégico de la SEAIC.

Tras el análisis se ha generado una matriz DAFO/CAME, de las que se han deducido los factores claves del éxito y los ejes estratégicos del Plan de Desarrollo Corporativo (2013-2018) estableciendo las líneas estratégicas a seguir, sus respectivos objetivos estratégicos y los objetivos operativos.

4. MISIÓN, VISIÓN Y VALORES.

Los conceptos de Misión, Visión y Valores son a modo general los ya definidos en el Plan estratégico de la SEAIC (2011-2018). Se han añadido aspectos específicos acordes con el Plan estratégico de Desarrollo Corporativo.

MISIÓN

La SEAIC es una sociedad profesional y científica, de ámbito nacional y sin ánimo de lucro, promotora permanente de la formación y del desarrollo profesional y científico de sus asociados en el campo de las enfermedades

alérgicas e inmunológicas. Su misión fundamental es la difusión y generación del conocimiento, centrado en la práctica clínica de excelencia marcando sus estándares a nivel del territorio nacional de forma sea el referente obligado de diálogo con los agentes de interés tanto en el ámbito público como privado. La práctica de la excelencia conlleva ser una práctica centrada en las necesidades del paciente y de la población y junto con el fomento de la educación en salud.

La **Misión del Plan Estratégico de Desarrollo Corporativo** de la SEAIC sería proporcionar una financiación adecuada y sostenible para que la SEAIC pueda desarrollar su Plan Estratégico y cumplir sus objetivos.

VISIÓN

La visión de la SEAIC es la de la mejora de la salud y el bienestar del pacientes con enfermedades alérgicas e inmunológicas desde la perspectiva de un abordaje unitario como enfermedad sistémica, con afectación multiorgánica y con fuerte agregación familiar. Todo ello bajo el prisma del enfoque etiológico de los procesos y enmarcado en los estándares de la medicina basada en la evidencia y la relevancia de las acciones preventivas y de índoles educativas y sociales.

Desde el punto de vista del Plan Estratégico de Desarrollo Corporativo de la SEAIC, la Visión **sería mejorar la financiación** de la SEAIC tanto desde el punto de vista del **aumento de los recurso actuales** y por otra parte **diversificar estas fuentes de financiación**, para que se dispongan de una estructura económica adecuada y sostenible en el tiempo para que se pueda implementar el Plan Estratégico general de la SEAIC y el cumplimiento de sus objetivos.

VALORES

Consideramos que los valores propios de la SEAIC definidos en su Plan Estratégico General deben guiar de igual forma nuestra actuación en el desarrollo del Plan Estratégico de Desarrollo Corporativo. Los valores definidos en el Pan Estratégico General son:

1. La excelencia profesional y científica.
2. La integridad y transparencia: caracterizadas por unas acciones responsables, meticulosas y consistente realizadas bajo el espíritu del respeto al profesional, paciente y a la población, de forma abierta y optimizando su difusión.
3. La innovación y participación: Infundir y dinamizar nuestra sociedad mejorando las capacidades profesionales y humanas de alergólogo a través de ideas creativas y el talento único de todos y cada uno de nuestros asociados.
4. Abiertos a la comunidad científica nacional e internacional

5. La capacidad de autogestión y sostenibilidad: Manteniendo y reinvertiendo en nuestros fines y extendiendo nuestra actividad mediante la administración inteligente de todos nuestros recursos humanos, materiales y económicos.

5. FORMULACION ESTRATEGICA.

5.1 ANÁLISIS DEL ENTORNO.

- Clientes
- Competidores
- Proveedores
- Las aportaciones de capital.
- Amenazas
- Oportunidades

CLIENTES

a) Profesionales de la salud: Las enfermedades alérgicas tienen una elevada prevalencia, que puede alcanzar al 25-30% de la población, que son atendidas en su gran mayoría y de forma fundamental en Atención Primaria (Médicos de Familia y Pediatría), de donde se van a derivar los pacientes más graves y complejos para su evaluación, diagnóstico y tratamiento al especialista específico de las enfermedades alérgicas como es el Alergólogo. No obstante, como las enfermedades alérgicas pueden afectar a diferentes órganos, es frecuente su derivación a otras especialidades para valorar la afectación concreta de un órgano como son: ORL, Neumólogos, Digestivos, Dermatólogos, especialidades que se están también interesados en ellas.

b) Industria Farmacéutica: actualmente la industria tiene un doble papel de cliente y competidor, cliente ya que está interesada en nuestros servicios como expertos en las enfermedades alérgicas y en participar en nuestras actividades formativas (congresos, simposiums, reuniones) así como en nuestra cartera de servicios (página web, revista por ejem.), y por otra parte competidos ya que también puede ofertar servicios, como es el caso de las actividades formativas que organiza y sponsoriza para nuestro colectivo y otros colectivos médicos. Actividades que en algunos casos están avalados por la SEAIC a petición de los propios Laboratorios.

Debido a los requerimientos éticos actuales, propuestos por la misma industria, es posible abandone o minimice este campo de competidor al incrementarse las restricciones a sus servicios directos a los profesionales sanitarios.

La sociedad también puede servir de transmisor de comunicación entre la industria farmacéutica y la población general, ya que ellos no pueden establecer canales de comunicación directos. Siendo este un valor intrínseco que puede cobrar más visibilidad.

Uno de los problemas actuales de la sociedades científicas médicas es el gran protagonismo de la industria farmacéutica en los ingresos de estas, hecho que genera una gran dependencia y un relevante riesgo presupuestario.

c) Administración nacional y autonómica y otros proveedores de servicios de salud: su necesidad de conseguir una asistencia de calidad, seguridad y optimización de recursos les hacen cada vez más ávidos de disponer de documentos que definan las carteras de servicios de las enfermedades más prevalentes, de guías que enmarquen los estándares de calidad en la práctica clínica.

d) Pacientes y sociedad civil: Las enfermedades alérgicas tienen un fuerte impacto social por su elevada prevalencia (25-30% de la población española). Debido a este fuerte impacto social, la sociedad civil y los pacientes demandan información sobre las diferentes causas de las enfermedades alérgicas, su diagnóstico y su manejo desde la perspectiva de la prevención y su tratamiento.

En estos momentos el asociacionismo en las enfermedades alérgicas es poco relevante, lo que dificulta el tener los interlocutores adecuados por lo que los servicios siempre se ofertan desde la perspectiva del médico. Identificar este agente como el subsidiario de nuestra responsabilidad civil corporativa.

e) La Comisión Nacional de la Especialidad: la especialidad no está reconocida en estados relevantes de la Unión europea como Alemania y Francia, lo que limita la circulación de nuestros especialistas. Por otra parte en España nos encontramos en un momento crucial que es la reestructuración de los planes de formación de especialistas con la implantación de la troncalidad. Surge un problema de localización pues en este momento estamos capacitados y somos formados para prestar todo tipo de servicios a pacientes pediátricos. Es fundamental conservar esta situación, sin embargo la pediatría se contempla actualmente como tronco independiente. A pesar de un programa de formación la práctica clínica de la Alergología sigue siendo extremadamente heterogénea. No se dispone de métodos claros de seguimiento de la formación del residente (el libro del residente) ni de sistemas objetivos para los tutores de como evaluar la formación.

- f) **La Universidad:** La presencia en la universidad de la formación específica de alergología es muy escasa, en la mayoría de las facultades de medicina no existe una asignatura como tal, por lo tanto la especialidad no es bien conocida ni por los profesionales de la medicina y ni por los alumnos, lo que la hace ser poco apreciada a la hora de considerarla como su futura especialidad. Las nuevas facultades pudieran estar interesadas en la implantación de la asignatura y definición de competencias del estudiante de medicina.
- g) **Sociedades científicas nacionales e Internacionales,** como sería el caso de las sociedades con las que tenemos el idioma como nexo común. La alergología Española tiene un gran prestigio y credibilidad entre las Sociedades de Alergología Latinoamericanas. Estos dos aspectos hacen que puedan ser un potencial cliente que permite todavía una gran capacidad de desarrollo.
- h) Las **agencias públicas de investigación** podrían ser también clientes potenciales, así como las empresas que desarrollan los ensayos clínicos (CRO).
- i) **Otros clientes:** otros sectores de la industria como el químico, alimentario, y restauración empiezan a aproximarse como clientes. El reto es saber conjugar los intereses de los clientes con nuestras consideraciones profesionales y éticas

COMPETIDORES

- a) **Sociedades científicas** con intereses comunes como ORL, Neumología, Dermatología o Pediatría (bien de carácter Internacional o nacional) y Sociedades científicas de Alergología de carácter Internacional o autonómico.

A pesar de que inicialmente parecen competidores se debe propiciar una estrategia que las conviertan en asociados con objetivos comunes y con mayor poder para el desarrollo de objetivos importantes tanto en la formación, en práctica clínica de excelencia (estándares de calidad, carteras de servicios y guías) y en la investigación.

Actualmente la SEAIC no es el interlocutor directo con la administración sanitaria, ya que son las sociedades autonómicas las que tienen relación directa con los diferentes departamentos de salud. Por su tamaño y mayores recursos la SEAIC se debe convertir en el catalizador de los esfuerzos de estas sociedades en su interlocución para la mejora de la asistencia alergológica a sus ciudadanos, propiciando una mejora en el número de alergólogos y su distribución homogénea en el territorio

(accesibilidad), y la mejora en la asistencia integral de toda la patología alérgica de los pacientes (resolución, calidad y seguridad).

- b) Las **empresas de productos formativos para profesionales de salud**. Es el competidor posiblemente más difícil para sociedades de poco tamaño y estructura. Se debe ser cauto en las colaboraciones, que deben evitar los monopolios y ser utilizadas solo en las ocasiones en que realmente aporten valor.

PROVEEDORES

- a) Industria y grandes empresas intermediarias de servicios de formación con amplios recursos.
- b) Asociados dispuestos, Investigadores, líderes de opinión y los propios Comités Científicos de la SEAIC. Son sin lugar a dudas nuestros proveedores más importantes

LOS APORTADORES DE CAPITAL

- a) Los propios **socios** a través de las cuotas y de su trabajo voluntario en la sociedad.
- b) **Industria farmacéutica**, cuya financiación depende de la situación social y económica, de sus planes estratégicos. Y en muchos casos de los departamentos de marketing con interlocutores e intereses muy cambiantes. La crisis financiera y los nuevos enfoques en la prescripción adoptados por las administraciones sanitarias está afectando profundamente también a la industria farmacéutica.
- c) Las grandes y diversas **Fundaciones** de nuestro país disponen de importantes recursos, que dada la alta prevalencia y el impacto social de las enfermedades alérgicas podrían hacer que estuvieran interesadas en dedicar recursos a diferentes aspectos a desarrollar dentro de nuestro plan estratégico.
- d) Empresas del **sector energético**, dada su posible implicación en aspectos medioambientales a través de sus departamentos de responsabilidad social corporativa.
- e) Empresas del **sector de gran consumo** a través de sus departamentos de Responsabilidad Social Corporativa podrían estar también interesadas en dirigir recursos a las enfermedades alérgicas dado su alto impacto social.

- f) La **industria alimentaria**, podría estar interesada en iniciar una colaboración con la SEAIC dada la gran relevancia que esta adquiriendo la alergia alimentaria tanto por su incremento como por la afectación social (escolar, laboral, social y doméstica). Por último, podría tener mucho interés el necesario cambio de modelo productivo de España para afrontar la crisis, que modifique el escenario actual de bajas inversiones en desarrollo e investigación.

Ante estos nuevos aportadores de recursos, sería necesario saber conjugar sus intereses con nuestras consideraciones profesionales y éticas por lo que se debe realizar una valoración cuidadosa de estas colaboraciones por parte de la JD de la sociedad así como de un grupo de profesionales (grupo de desarrollo corporativo) especialmente cualificados por su formación y experiencia.

AMENAZAS

- Financiación muy dependiente del sector farmacéutico.
- La crisis financiera y los cambios estructurales que de ella se puedan generar, como es el caso del sector sanitario y el sector farmacéutico.
- Problema de comunicación con Industria farmacéutica (renovación continua de los equipos humanos de estos departamentos con personas cada vez de perfil más joven y con escasos conocimientos del mundo de las sociedades científicas y de la formación médica).
- Dificultades en el conocimiento e identificación de posible nuevos financiadores (Fundaciones, sectores como el energético, alimentario y de gran consumo).
- Exceso de oferta formativa: Neumología, Dermatología, ORL, Pediatría. Una especialidad sin órgano es especialmente vulnerable a las acciones de otras sociedades científico médicas
- La desmotivación y desinterés de los asociados (especialmente los más jóvenes).
- No todos los gestores sanitarios comparten la visión unitaria del paciente alérgico
- Estado con bajas inversiones en I+D y disminuyendo a futuro próximo
- Falta de enseñanza da la Alergia en los estudios de pregrado (Medicina) y postgrado (especialización).

OPORTUNIDADES:

- Oportunidad de nuevas fuentes de financiación. Nuevos instrumentos de financiación: Programas de “foundraising corporativo”.
- Un modelo de financiación por la industria farmacéutica no tan ligado al marketing de las compañías.
- Las exigencia éticas que frenaran cada vez más en el futuro las relaciones directas de la industria farmacéutica con el profesional.
- Nuevo marco del profesionalismo en la medicina: necesidad de la recertificación y la carrera profesional y práctica de excelencia. Calidad y seguridad para el paciente y necesidad de optimización de los recursos.
- Generación de contenidos de formación (presencial y on line)
- Aprovechamiento de relación con países latinoamericanos (SLAAI).
- El impacto social y el incremento de las enfermedades alérgicas tremendamente elevado y en aumento.
- En el mundo del mercado libre: 10 millones de consumidores españoles son alérgicos

5.2 ANÁLISIS DEL INTERIOR.

- Recursos estructurales y humanos.
- Debilidades
- Fortalezas.
- Matriz DAFO/CAME

RECURSOS ESTRUCTURALES Y HUMANOS. LA ORGANIZACIÓN:

Socios: la posición de SEAIC es muy buena con casi un 90% de Alergólogos titulados asociados. Es necesario fomentar el interés de las nuevas generaciones de titulados hacia la SEAIC. Los socios forman y gobiernan (Asamblea General) la organización, pero la desmotivación y falta de interés en la misma de una buena parte de ellos en todo el rango de edad, incluidos las generaciones de jóvenes es un hecho que va en aumento.

Las sociedades médico-científicas son instrumentos que han demostrado su valía en el impulso y mantenimiento de los valores profesionales. La constatación de los valores profesionales con un debate social ya abierto de la necesidad de los procesos de recertificación profesional es una nueva oportunidad importante para la las sociedades científicas, en la que tendrá como competidores a las administraciones autonómicas.

La Organización: hasta al año pasado la sociedad no tenía plan estratégico. Esta falta de plan estratégico es posiblemente una de las causas de la falta de atractivos y motivación para los socios actuales y las nuevas generaciones.

La sede social de la sociedad es actualmente independiente, contando con una secretaria a tiempo parcial. Se cuenta con una asesoría fiscal que realizan los balances económicos de la sociedad y la fundación y un abogado para asuntos legales no vinculado a esta asesoría lo cual ha planteado problemas de funcionamiento.

La escasa estructura profesional hace a la sociedad completamente dependiente de su junta directiva que además renueva absolutamente todos los cargos incluyendo la mayoría de los de la fundación, y todo los Presidentes de los 17 Comités Científicos/Técnicos. Por tanto, toda la sociedad queda sometida a los cambios estatutarios de las juntas directivas.

La relación con los 17 Comités Científicos/Técnicos cuya labor en la esencia de la sociedad se vehiculiza a través de una sola persona el vicepresidente.

Los Comités Científicos de la SEAIC están integrados por profesionales de reconocida experiencia en diversas áreas específicas de la Especialidad de Alergología que ejercen funciones de representación de la Sociedad a partir de reuniones periódicas de trabajo y decisiones de consenso de sus miembros. La participación de los profesionales en los Comités es voluntaria y se orienta al progreso científico y académico de la Alergología e Inmunología Clínica.

Los Comités se componen de un Presidente (nombrado por la Junta Directiva), un secretario y los miembros voluntarios adscritos. Su objetivo es el desarrollo de cada uno de los objetivos específicos sobre los que se fundamenta su trabajo (promover y fomentar la investigación, participar en la elaboración de documentos de consenso, etc.). así como de asesoría de la Junta directiva de la Sociedad. Cada cuatro años se produce una renovación de los Comités científicos de la SEAIC. Los comités están relacionados casi exclusivamente con aspectos directamente ligados a la práctica clínica de excelencia e investigación, por lo que el resto de responsabilidades (relaciones con otros agentes como administración, asociaciones de pacientes..., cartera de servicios, congresos) queda en muchas ocasiones también como responsabilidad exclusiva de la Junta.

Los Comités actuales son: Aerobiología, Alergia a Alimentos, Alergia a Himenópteros, Alergia a Medicamentos, Alergia Cutánea, Alergia Infantil, Asma, Alergólogos Jóvenes y MIR, Calidad y Seguridad Asistencial, Ejercicio y desarrollo profesional, Enfermería en Alergia, Formación Continuada, Inmunología, Inmunoterapia, Rinoconjuntivitis.

La sociedad cuenta desde hace años con gabinete de comunicación profesional (Planner Media) propio, lo cual ha fomentado un buen posicionamiento de SEAIC con los medios de comunicación social y sociedad civil. La agencia proporciona información detallada de los impactos mediante diversos indicadores incluyendo transformación en valor monetario.

La sociedad cuenta con una Fundación de apoyo a la investigación y acciones sociales con asociaciones de pacientes y agentes sociales.

Como cualquier otra sociedad existen unos estatutos por los que se rigen. Los estatutos de SEAIC son lo suficientemente flexibles como para permitir importantes cambios de mejora en su funcionamiento.

Cartera de Servicios:

Congresos. Con amplia experiencia y buen nivel organizativo y apoyo estructural de del agente operador de congresos (VECI). La actividad se encuentra acreditada, con un alto nivel científico y los niveles de satisfacción de los asistentes son muy buenos. En años pares hay Congreso Nacional donde se abordan todos los aspectos científicos de las enfermedades alérgicas y los años impares se realiza un simposio en el que se aborda algún tema concreto de las enfermedades alérgicas. Tienen una asistencia que oscila entre 900 y 1100 médicos. Genera aproximadamente el 30-35% ingresos de la SEAIC.

Revista internacional. Journal of Investigational Allergology and Clinical Immunology”, indexada en las principales bases de datos bibliográficas, y cuenta con un índice de impacto de 2,26, situándose de acuerdo al Journal Citation Report como la duodécima publicación mundial en el ámbito de la alergología e inmunología clínica. En el año 2012 se han recibido 323 manuscritos y han sido aceptados para su publicación 129 (39%). De los artículos aceptados el 75% son de autores españoles.

La pagina web de la revista ha recibido (periodo de octubre 2011- septiembre 2012) 298.271 visitantes (con un crecimiento respecto al año anterior del 3 %). Se visualizaron 1.015.333 páginas (incremento del 3%) y se descargaron 318.997 artículos (incremento del 1.4%). En el periodo 2005-2012 se han descargado 1.703.174 artículos. El flujo de visitantes desde pubmed fue de 12.3% de las visitas efectuadas. El número medio de visitante es de 817/día.

En el año 2012 genero un déficit de 12.000 euros (ingresos 114.712 euros y gastos 126.570 euros; déficit de 11.585 euros) y el coste total para la SEAIC ha sido en 2012 de aprox 50.000 euros. Durante 2012 ha habido un descenso en los ingresos por publicidad de 17% y un incremento en el coste editorial de un 9%. Los ingresos por publicidad en los números ordinarios (6 números y el suplemento del congreso) durante 2012 fue de: 93.830.

Red de Aerobiología. Está bien establecido que los pólenes son en gran parte responsables del aumento en la prevalencia de las enfermedades alérgicas respiratorias. El 58 % de los pacientes diagnosticados de rinitis y el 43 % de los asmáticos alérgicos estaban sensibilizados a pólenes. Se estima que existen en nuestro país más de cuatro millones de españoles alérgicos a pólenes.

La Red de estaciones de Aerobiología proporciona información de calidad sobre los niveles de pólenes atmosféricos en casi todo el territorio nacional. La Red de Aerobiología cuenta actualmente con un total de 41 estaciones: 21 correspondientes al Comité de Aerobiología de la SEAIC, 10 de la Junta de Castilla y León, 6 de la Universidad de Barcelona, 3 del Gobierno Vasco y 1 de la Universidad de Castilla-La Mancha. Su financiación se realiza a través de ayudas públicas, privadas y de las aportaciones de la SEAIC.

Su divulgación se realiza a través de la red (www.polenes.com). El número de vistas de la supera 1.400.000 desde su creación, llegando a alcanzar entre 1.500-2.000 visitas diarias en los meses de mayo-junio.

Las nuevas tecnologías suponen una oportunidad para ampliar la difusión de los datos polínicos a través de aplicaciones para plataformas móviles. Es una nueva forma de divulgación de la información de pólenes. Además, la polinosis o alergia a pólenes presenta una mayor prevalencia en las edades jóvenes (entre los 15-35 años), segmento de población con mayor uso de dispositivos móviles.

Actualmente, los datos sobre concentraciones de pólenes obtenidos por las diferentes estaciones de la Red pueden obtenerse en tres aplicaciones, todas de uso gratuito (AlertaPolen, AlergoAlarm, Polen Control), desarrolladas en colaboración con la industria farmacéutica, con un notable éxito.

En la aplicación "AlertaPolen", los pacientes acceden a una información totalmente personalizada. El paciente al registrarse especifica los pólenes que le afectan, ciudad de residencia u otras estaciones de las que interese información. Se han establecido de forma general los diferentes niveles de riesgo: bajo, medio y alerta. Cuando se supere el "umbral de alerta", el paciente recibirá una señal de "Alarma" en su teléfono móvil. Además, a través del geolocalizador de los dispositivos, los pacientes recibirán la señal de "Alarma" en el sitio donde se encuentren, cuando se produzca una situación de peligro por los pólenes a los que son alérgicos. "AlergoAlarm" es otra aplicación similar a la anterior, con datos de todas las estaciones e información cualitativa sobre niveles de riesgo para los pacientes: bajo, medio, alto. Incorpora un texto sobre evolución de la temporada polínica y predicciones semanales, de gran utilidad para pacientes y profesionales en el seguimiento de la polinosis.

Además, las aplicaciones móviles no sólo son útiles para facilitar información sino que permiten recogida de datos e interactuar entre alergólogos y pacientes. La aplicación "Polen Control". Esta aplicación ofrece la misma utilidad que las clásicas cartilla de síntomas, pues registra diariamente síntomas y medicación utilizada por los pacientes como indicadores de su evolución clínica. La asociación de estos datos clínicos con los aerobiológicos de concentraciones de pólenes va a suponer una gran ayuda en la identificación etiológica de los pacientes polínicos.

El presupuesto total de la Red de Aerobiología es de: 261.132 euros (246. 000 de gasto de personal y 15.132 en conservación y material fungible). Con un coste a la SEAIC en 2012 de 40.000 euros.

Página Web de la SEAIC. La SEAIC cuenta con una página web (www.seaic.org) con contenidos para profesionales, pacientes y público general. Es una web con actualizada y con gran cantidad de contenidos de calidad.

La página Web de la SEAIC es una web acreditada a por el COMB y tiene concedida la acreditación de web de interés sanitario en portales médicos.com.

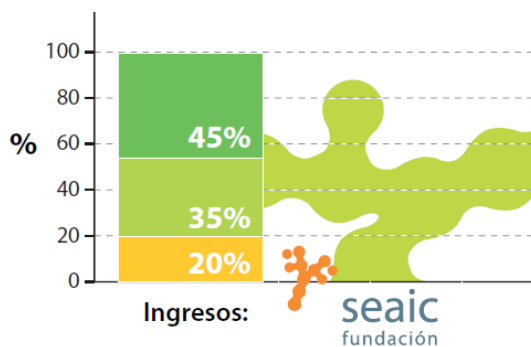
Hay una miembro de la sociedad responsable de ella que se encarga de actualizar la información a través de las aportaciones en general de la Junta Directiva y los diferentes Comités de la SEAIC.

Durante el 2012 la página Web ha recibido 115.944 visitas de 58.832 visitantes distintos (1.68 visitas/visitante), se han visitado 573.428 páginas (4.98 paginas/vista), y desde España se han realizado el 73% de las páginas visitadas. El 70% de los enlaces se ha realizado de forma directa desde "favoritos", y el 18.6% desde Google.

SITUACIÓN ACTUAL DE LA FINANCIACIÓN DE LA SEAIC.

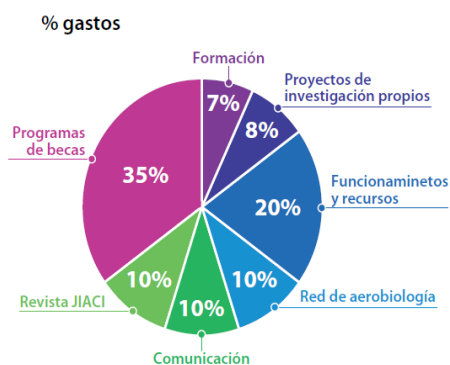
A modo de resumen, el 35% de los ingresos se obtienen de los beneficios del Congreso/Simposio nacional, el otro 45% de las diferentes aportaciones de la de la industria farmacéutica, 10% de las cuotas de los socios y un 10% se obtiene de la venta de servicios. Actualmente la generación de recursos en la que no están involucrados de forma directa o indirecta la industria farmacéutica es aproximadamente del 5%.

Con la implementación del nuevo Plan estratégico de Desarrollo Corporativo se pretende incrementar en el periodo 2013-2018 un 50% los ingresos por venta de servicios, ampliación del número de patronos, aumento de las cuotas de los socios, diversificación de las fuentes de financiación. Al final de implementación del Plan Estratégico de Desarrollo Corporativo la obtención de recursos de nuevas fuentes se debería situar en el 30% del total obtenido.



- Donaciones de patronos
- Beneficios de congreso
- Venta de servicios

Con respecto a los gastos, la mayor parte se destina a la financiación de programa de becas para proyectos de investigación y estancias formativas en centros en el extranjero, red de Aerobiología, la revista de la sociedad, comunicación y gastos de gestión de la sociedad.



DEBILIDADES

- Excesiva dependencia de un único financiador (industria farmacéutica)
- Falta de orientación al exterior.
- Escasez de recursos humanos de gestión.
- Escasez de recursos estructurales de gestión.
- Falta de experiencia en conseguir financiación fuera del sector farmacéutico.
- Falta de transparencia en la publicación de las fuentes de financiación.
- No existencia de un plan formativo global estructurado.
- Falta de internacionalización.

FORTALEZAS

- Sociedad a nivel nacional con un 80% (1200 socios) de los profesionales afiliados -1.200 socios- (Sentido de pertenencia a la sociedad entre sus miembros)
- Bagaje y recorrido histórico de sociedad madura con cartera de servicios de calidad:
 - Comités científicos-técnicos bien estructurados y activos
 - Revista científica reconocida
 - Congreso nacional muy valorado
 - Red de Aerobiología
- Conocimiento acumulado sobre las enfermedades alérgicas de reconocido prestigio a nivel internacional.
- Relevancia de la especialidad de Alergología y sus conocimientos, no existe formación sobre Alergología en pregrado y posgrado.
- Buen nivel científico de los congresos.
- Solidez económica y bajos gastos estructurales y de funcionamiento
- Disponer de una Fundación
- Junta Directiva cohesionada y motivada.
- Prestigio de los alergólogos españoles en países de Latinoamérica.
- Especialidad reconocida, a diferencia de países de entorno UE.

Tabla I. MATRIZ DAFO/ CAME

ESTRATEGIAS DEFENSIVAS (Fortaleza/Amenaza). AFRONTAR:

- Consolidar la reputación y el reconocimiento de la especialidad.
- Consolidar los servicios de calidad y diversificar en función de los grupos de interés (clientes: Socios, Industria farmacéutica, administración Sanitaria y otros proveedores de salud (nuevos servicios)

ESTRATEGIAS OFENSIVAS (Fortaleza/Oportunidad). EMPRENDER:

- Generar y estructurar formación y conocimiento para aportar valor a todos los agentes de interés: socios/Profesionales, pacientes /Sociedad Civil, administración (Proveedores/Gestores de servicios de salud)
- Aprovechar el potencial de las nuevas tecnologías
- Alianzas con otros agentes (Universidad, Asociaciones de Pacientes, Comisión Nacional de la Especialidad, Sociedades Científicas tanto internacionales como autonómicas)

ESTRATEGIAS DE SUPERVIVENCIA (Amenazas/Debilidades). CORREGIR

- Desarrollo de plan estratégico y compartir visión
- Profundizar en la ética de la organización
- Paso a la cultura de proceso/recursos

ESTRATEGIAS DE REORIENTACIÓN (Oportunidades/Debilidades).

MODIFICAR:

- Fortalecer estructura y gestión
- Búsqueda de nuevos canales de financiación.
- Sostenibilidad económica

5.3 FACTORES CLAVE DE ÉXITO Y LÍNEAS ESTRATÉGICAS.

FACTORES CLAVES DE ÉXITO

- Optimizar la estructura, e incrementar la profesionalización de la gestión, tanto de la sociedad como en la fundación así como la integración de sus acciones.
- Ética institucional
- Profesionalismo. Excelencia Profesional: definición de estándares de práctica y plan de desarrollo profesional continuado estructurado e integrado
- Mantener la calidad de servicios como la Revista y los Congresos.
- Página Web y nuevas tecnologías como canal de desarrollo
- Desarrollo de los datos de calidad en la Red de Aerobiología.
- Desarrollo de nuevos servicios estructurados a través de la Fundación, en el entorno de la formación y de la investigación.

LÍNEAS ESTRATÉGICAS DEL PLAN DE DESARROLLO CORPORATIVO

- Línea estratégica I. Gestión del conocimiento (formación, investigación).
- Línea estratégica II. Revista de la SEAIC.
- Línea estratégica III. Red de Aerobiología.
- Línea estratégica IV. Miembros de la SEAIC.

LÍNEA ESTRATÉGICA I. Gestión del conocimiento (formación e investigación)

Objetivos estratégicos.

- a) Cursos de formación “on line” básicos y avanzados sobre enfermedades alérgicas dirigidos a diferentes especialidades médicas y colectivos médicos.
- b) Ampliar la asistencia a los congresos de la SEAIC por parte de especialistas de Portugal y Latinoamérica.
- c) Diseño de un congreso “virtual” a partir de nuestros congresos dirigido a los socios y no socios que no puedan asistir de forma presencial.
- d) Cartera de proyectos propios de investigación de la SEAIC, desarrollados por los diferentes Comités Científicos de la sociedad, que puedan ser financiados por diferentes aportadores de capital.
- e) Creación de redes de centros de investigación para ser ofrecidos a las diferentes CRO y de recogida de datos epidemiológicos “centinela” sobre las diferentes patologías alérgicas que puedan ser de interés a la administración y la industria farmacéutica.
- f) Concesión de avales a productos dirigidos a la población alérgica.

LÍNEA ESTRATÉGICA II. Revista de la SEAIC.

Objetivos estratégicos.

- a) Generación de recursos por el cobro a los trabajos sometidos a revisión y aceptados para su publicación.
- b) Disminución de costes de la revista.
- c) Generación de publicidad de diferentes sectores (farmacéutica, alimentación, etc.) en un futuro formato electrónico exclusivo.

LÍNEA ESTRATÉGICA III. Red de Aerobiología.

Objetivos estratégicos.

- a) Financiación de la Red de Aerobiología por parte de empresas del sector energético.
- b) Comercialización de aplicaciones digitales con los datos de la Red de Aerobiología.
- c) Generación de publicidad en la Web de la Red de Aerobiología (www.polenes.com).

LÍNEA ESTRATÉGICA IV. Miembros de la SEAIC.

Objetivos estratégicos.

- a) Aumento de ingresos a través del aumento de las cuotas anuales de los miembros de la SEAIC.

6. PLANIFICACIÓN OPERATIVA.

Línea Estratégica I. Gestión del conocimiento (formación e investigación)

Objetivos estratégicos.

- a) **Cursos de formación “on line” básicos y avanzados sobre enfermedades alérgicas dirigidos a diferentes especialidades médicas y colectivos médicos.**

Responsable: Miembro de la Comisión de Desarrollo Corporativo con el responsable de los Comités Científicos (Vpte de la SEAIC).

Objetivos operativos.

1. Realización de cursos acreditados, como parte integral del plan de DPC (Desarrollo Profesional Continuado) sobre enfermedades alérgicas para los miembros de la SEAIC sobre enfermedades alérgicas. Desarrollados por los Comités Científicos.
2. Realización de cursos acreditados y con el aval de la SEAIC para especialistas sobre enfermedades alérgicas para Latinoamérica. Desarrollados por los Comités Científicos. Participación del representante de la SEAIC en la SLAAI (Sociedad Latinoamericana de Alergia, Asma e Inmunología).
3. Realización de cursos básicos sobre enfermedades alérgicas “on line” para otras especialidades médicas en nuestro país (Atención Primaria y Pediatría). Desarrollados por los Comités Científicos.
4. Búsqueda de sponsors para los diferentes cursos (nacional y Latinoamericano)

Cronología: Preparación en dos fases, a finalizar en 2015 y 2016.

Presupuesto: 20.000 euros de presupuesto para iniciar los cuatro primeros cursos (dos avanzados y dos básicos) en primera fase 2014. Y otros 20.000 euros para cuatro (dos avanzados y dos básicos) en 2015.

Total gastos 2014-15 = 40.000 euros (2014-15).

Pagos: Cursos gratuitos para los socios de la SEAIC.
Cursos avanzados 175 euros (no socios de la SEAIC).
Cursos básicos 60 euros.

Ingresos (Puesta en marcha primera fase: dos cursos avanzados y dos básicos): **35.250.**

En el primer año -2015 - (150 participantes de pago cursos avanzado (2) x 175 euros = 26.250; 150 participantes de pago cursos básico (2) x 60 euros= 9000 euros; Total: primer año de cuatro cursos = 35.250 euros.

En el segundo año -2016- (200 participantes de pago cursos avanzado (4) x 175 euros = 35.000; 200 participantes de pago cursos básico (4) x 60 euros= 12.000 euros; Total: segundo año de los cuatro cursos avanzados y cuatro básicos = 47.000 euros.

En el tercer año -2016-

Total ingresos por cursos on line (2015-2016): 82.250.

NOTAS:

- Plantear posibilidad de publicidad en el formato electrónico del curso, o bien sponsorización con publicidad para cubrir gastos de desarrollo del curso. Sponsorización del desarrollo de curso y obtener un número a determinar de inscripciones a los cursos de forma "gratuita".
- Se pueden desarrollar ciclos de temas de formación para ampliar con otros cuatro cursos nuevos en los años 2016-2019.
- Al acabar el primer ciclo de tres años de duración (2014-2017) se revisan y actualizan los temas desarrollados y así sucesivamente.
- Al acabar dos ciclos, se habrán desarrollado 8 temas avanzados y ocho temas básicos.

b) Ampliar la asistencia a los congresos de la SEAIC por parte de especialistas de Portugal y Latinoamérica.

Responsable: Miembro de la Comisión de Desarrollo Corporativo, responsables técnicos del Congreso ECI y el representante de la SEAIC en la SLAAI.

Objetivos operativos.

1. Contacto con la Sociedad Portuguesa de Alergología y la SLAAI para invitar y enviar programa de los congresos con cuota de inscripción similar a los socios de la SEAIC.

Cronología: Realizar por primera vez en Congreso de Granada de 2013.

Presupuesto: 6.000 euros/año (invitación de 2 cargos de la SLAAI y la SPAIC).

Ingresos: 33.750 euros (Incremento de 75 asistentes al congreso de Portugal y Latinoamérica en 2014 (75 x 450 euros = 33.750 euros/congreso). No son ingresos netos ya que conllevan un gasto de desarrollo de congreso.

c) *Diseño de un Congreso “virtual” a partir de nuestros congresos dirigido a los socios y no socios que no puedan asistir de forma presencial y que lo puedan realizar “on line” después de la realización del congreso.*

Responsable: Miembro de la Comisión de Desarrollo Corporativo, responsable técnico del (ECI) y responsable de Comité Organizador y Comité Científico de Congreso.

Objetivos operativos.

1. Valoración de las sesiones que puedan ser atractivas para integrarlas en el formato de “Congreso Virtual”
2. Contacto con empresa que pueda desarrollar el formato “on line del Congreso Virtual”.
3. Contacto con industria nacional farmacéutica u otros sectores que puedan estar interesados en participar como expositores o como sponsors del Congreso virtual.

Cronología: Realizar por primera vez en congreso Salamanca del 2014.

Presupuesto: 35.000 euros.

Ingresos: Por participación empresas 20.000 euros (publicidad, stands, sponsorización). Inscripciones: 200 x 150 euros = 30.000.

Total: ingresos: 50.000 euros.

d) *Cartera de proyectos propios de investigación de la SEAIC, desarrollados a través de los diferentes Comités Científicos de la sociedad, que puedan ser financiados por diferentes aportadores de capital.*

Responsable: Miembro de la Comisión de Desarrollo Corporativo con el responsable de los Comités Científicos (Vpte de la SEAIC).

Objetivos operativos.

1. Petición a cada uno de los Comités Científicos que realice una cartera de proyectos de investigación en su área específica.
2. Aplicación del concepto del Plan Estratégico General: un proyecto = un presupuesto para desarrollarlo.
3. Valoración previa de los proyectos para adecuar la posible fuente de financiación.
4. Contacto con empresas farmacéuticas u otros sectores (alimentario, gran superficie, fundaciones, Departamentos de Responsabilidad Social Corporativa de grandes empresas) para presentarles proyectos de investigación a financiar.

Cronología: Iniciar el plan de búsqueda de financiación para proyectos en 2014.

Presupuesto: 3000 euros (reuniones y logística)

Aportaciones: no previsible.

- e) **Creación de redes de centros de investigación para ser ofrecidos a las diferentes CRO y de recogida de datos epidemiológicos sobre las diferentes patologías alérgicas que puedan ser de interés a la administración y la industria farmacéutica.**

Responsable: Miembros de la Comisión de Desarrollo Corporativo y Presidentes de Comités Científicos. Miembros del Formación Continuada y Desarrollo y Ejercicio Profesional.

Objetivos operativos.

1. Creación de criterios para poder considerar a Grupos /Centros de excelencia en formación e investigación.
2. Creación de base de datos de Grupos/ Centros que cumplan los criterios para desarrollar formación e investigación en diferentes áreas clínicas.
3. Posibilidad desde la misma SEAIC de crear grupos de investigación para optar a ayudas oficiales nacionales y/o Europeas.
4. Creación de una “Red Centinela” sobre el flujo de pacientes, diagnóstico y tratamiento de enfermedades alérgicas. Con el objetivo de disponer de datos “únicos e útiles” para administración y/o Industria farmacéutica.
5. Contacto con empresa que pueda crear y gestionar “Red Centinela”.

Cronología: Desarrollo del Proyecto en 2014 (creación de criterios y base de datos de grupos de excelencia en formación e investigación); 2015 (Creación de “Red Centinela”).

Presupuesto:

Creación y puesta en marcha de base de datos de grupos de excelencia en formación e investigación: 5.000 euros.

Creación “Red Centinela” 20.000 euros (puesta en marcha logística recogida de los datos y pagos a miembros de la red (75 personas x 300 euros x año = 22.500).

Total gastos: 47.500 euros entre 2015 -2016 (para puesta en marcha y funcionamiento el primer año 2015). Como gastos anuales de la red Centinela” serian de 30.000 euros/año.

Ingresos: no previsible actualmente (serían necesarios unos ingresos mínimos a partir de la puesta en marcha de 50.000 euros/año a partir de 2016).

NOTA:

- Con la acumulación de datos a lo largo de los años, el valor de los datos, su posible venta y su precio son mayores.
- Se podría plantear la petición de financiación pública oficial para su desarrollo.

Línea estratégica II. Revista de la SEAIC.

Objetivos estratégicos.

a) Generación de recursos por el cobro a los trabajos sometidos a revisión y aceptados para su publicación.

Responsable: Miembros de la Comisión de Desarrollo Corporativo y del Comité Editorial de la Revista.

Objetivos operativos.

1. Evaluar las posibilidades de cobro derechos de revisión de los manuscritos enviados o cobro por el trabajo editorial de los manuscritos aceptados.

Cronología: Evaluación y decisión de criterios de cobro en 2013 y puesta en marcha para el año 2014.

Presupuesto: 3000 euros (gestión de cobros).

Cobros: Edición de manuscritos aceptados (Originales no socios: 250 euros y socios: 150 euros; casos clínicos (no socios 100 euros; socios 50 euros).

Ingresos: un año (250x30= 7.500; 150x60=9.000; 100x20=2.000; 50x40=2.000).

Total ingresos: 20.500 euros.

b) Disminución de costes de la revista.

Responsable: Miembros de la Comisión de Desarrollo Corporativo y del Comité Editorial de la revista y Editor.

Objetivos operativos.

1. Abandonar la publicación de la revista en formato papel y dejarlo en formato electrónico exclusivamente.

Cronología: Puesta en marcha para el año 2014.

Presupuesto: No se considera.

Disminución coste: 20% (25.000 euros)

c) Generación de publicidad de diferentes sectores industriales (farmacéutica, alimentación, etc.) en un futuro formato electrónico exclusivo.

Responsable: Miembros de la Comisión de Desarrollo Corporativo y del Comité Editorial de la Revista y Editor.

Objetivos operativos.

1. Búsqueda de sponsors para poner publicidad en la revista (industria farmacéuticas y de productos relacionados con alérgica).
Catalogando los puntos de publicidad en diferentes zonas (entrada en revista, zona de búsqueda de volumen y revista, zona de pdf de artículos).

Cronología: Inicio de desarrollo operativo de proyecto en 2014.

Presupuesto: 12.000 euros.

Puesta en marcha de sistema para añadir la publicidad al formato electrónico de la revista (9.000 euros) y coste de mantenimiento y gestión de la publicidad en la web de la revista (3000).

Ingresos: 9000 euros (incremento del 10% de la publicidad respecto a la de 2012)

Línea estratégica III. Red de Aerobiología.

Objetivos estratégicos.

a) Financiación de la Red de Aerobiología por parte de empresas del sector energético.

Responsable: Miembros de la Comisión de Desarrollo Corporativo y Presidente de Comité de Aerobiología.

Objetivos operativos.

1. Búsqueda y contacto con posibles financiadores de la Red de Aerobiología entre empresas del sector energético como objetivos más adecuados (Departamentos de Responsabilidad Social Corporativa).

Cronología: Inicio de desarrollo operativo de proyecto en 2013.

Presupuesto: 3000 euros (gestión y logística para búsqueda de aportador de recursos).

Ingresos: mínimos de 40.000 euros (para cubrir los gastos en la Red de Aerobiología de la de la SEAIC) y **máximos de 261.000 euros** del coste de la Red.

NOTA: ver listado de empresas energéticas

b) Comercialización de aplicaciones digitales con los datos de la Red de Aerobiología.

Responsable: Miembros de la Comisión de Desarrollo Corporativo y Presidente de Comité de Aerobiología.

Objetivos operativos.

1. Evaluar la comercialización de las aplicaciones en uso gratuito actualmente (AlertaPolen, AlergoAlarm, Polen Control). Concepto de cobro por aplicación “Premium”.

Cronología: Inicio de desarrollo operativo de proyecto en 2014.

Presupuesto: 6000 euros.

Ingresos: 15.000 euros a partir de 2015

c) Generación de publicidad en la web de la Red de Aerobiología (www.polenes.com).

Responsable: Miembros de la Comisión de Desarrollo Corporativo y Presidente de Comité de Aerobiología.

Objetivos operativos.

1. Búsqueda y contacto con posibles empresas que puedan estar interesadas en poner publicidad en la web de la Red de Aerobiología, preferentemente entre empresas del sector energético como objetivos más adecuados (Departamentos de Responsabilidad Social Corporativa).

Cronología: Inicio de desarrollo operativo de proyecto en 2014.

Presupuesto: 3000 euros.

Ingresos: 15.000 euros a partir de 2015

NOTA: ver listado de empresas energéticas, construcción y bancos.

Línea estratégica IV. Miembros de la SEAIC.

Objetivos estratégicos.

a) Aumento de ingresos a través de los miembros de la SEAIC.

Responsable: Miembros de la Comisión de Desarrollo Corporativo y de la JD de la SEAIC.

Objetivos operativos.

1. En base a los servicios que se prestan actualmente al asociado (web-profesionales, participación en Comités y desarrollo de proyectos de investigación, datos de la red de aerobiología, revista) plantear la subida de cuota, que actualmente está en la zona más baja con respecto al resto de sociedades (50 euros/anuales). Planteamiento y discusión en JD (incremento y formato de aplicación) y posteriormente en asamblea.

Cronología: Incremento del 100% de la cuota de socios, en dos fases. I) Incremento de 25 euros en 2014. II Incremento de 25 euros en 2016 (cuota actual 50 euros/año).
Puesta en marcha de forma progresiva desde 2014 a 2016.

Presupuesto: *sin presupuesto.*

Ingresos: *25.000 euros en 2014, 25.000 euros en 2015 y 50.000 euros en 2016.*

Total ingresos 2014-2016 *100.000 euros.*

A partir de 2016 se consolidaría un aumento de ingresos respecto al 2013 de 50.000 euros/año.

PRESUPUESTOS DE GASTOS E INGRESOS DE LA APLICACIÓN DEL PLAN ESTRATÉGICO DE DESARROLLO CORPORATIVO.

LÍNEA ESTRATÉGICA I. Gestión del conocimiento (formación e investigación). (Periodo de 2014-2016)

Gastos: 128.500 euros

Ingresos: 182.500 euros

No se contabiliza los gastos e ingreso del objetivo operativo “Ampliar la asistencia a los congresos de la SEAIC por parte de especialistas de Portugal y Latinoamérica”, ya que ira en presupuesto de gastos e ingresos del congreso.

LÍNEA ESTRATÉGICA II. Revista de la SEAIC. (2014-2016)

Gastos: 27.000 euros.

Ingresos: 79.000 euros (no se contabiliza una disminución del coste de la revista de 25.000 euros x año al dejar de hacer la revista en formato papel).

NOTA: objetivo que la revista tenga un coste cero para la sociedad.

LÍNEA ESTRATÉGICA III. Red de Aerobiología. (2014-2016)

Gastos: 36.000 euros

Ingresos: 180.000 euros.

LÍNEA ESTRATÉGICA IV. Miembros de la SEAIC. (2014-2016)

Ingresos 100.000 euros.

TOTAL GASTOS (2014-2016): 191.5000 (promedio de 63.833 x año)

TOTAL INGRESOS (2014-2016): 541.500 (promedio de 180.500 x año)

7. EVALUACIÓN DE RESULTADOS.

Objetivo principales:

1. Diversificación en la generación de los recursos financieros, con el objetivo que represente el 15% en 2016 y el 30% en 2018, excluyendo los generados de forma directa o indirecta por la industria farmacéutica (generados en el congreso, patrones de la Fundación SEAIC de la industria farmacéutica y cuota de socios).
2. Incremento de los recursos financieros en un 10% anual (descontando gastos generados por la aplicación del Plan) hasta llegar al 50% en el año 2018.

8. NECESIDADES PARA EL DESARROLLO DEL PLAN ESTRATÉGICO DE DESARROLLO CORPORATIVO.

1. Necesidad de una Comisión de Desarrollo Corporativo.

Sería necesaria la creación de un grupo de trabajo (Comisión de Desarrollo Corporativo) para desarrollar el plan estratégico de financiación, que conociera en profundidad tanto el mismo plan como la cartera de servicios de la SEAIC y pudiera desarrollar la planificación operativa de cada una de las líneas estratégicas. Comisión que estaría tutelada por la JD de la Sociedad y que debería tener una permanencia adecuada para el desarrollo de su función.

Propuesta de miembros Comisión de Desarrollo Corporativo.

Victoria Cardona (Secretaria de la Fundación de la SEAIC)

Carlos Colás (ex-VicePte de JD de la SEAIC)

Ignacio Dávila (VicePte de JD de la SEAIC)

María José Giménez (Vocal JD de la SEAIC)

Javier Montoro (Vocal JD de la SEAIC)

Jose M^a Vega (ex-Vocal de la SEAC)

Antonio Valero (Tesorero JD de la SEAIC)

ANEXO I

Listado de empresas del sector energético.

Enagas
Endesa
Gas natural.
Iberdrola
Repsol.

Listado de empresas del sector bancarios.

Bankinter
BBVA
Caixabank
Popular
Sabadell
Santander

Lista de empresas constructoras.

Acciona
Ferrovial
Sacyr

Listado de empresas del sector de la comercial y distribución.

Indetex
Indra
Mercadona
Coca-Cola
Ikea
Corte Inglés
Caprabo.
Carrefour

Alimentación:

Danone
Netsle.
Bimbo.

Tecnológicas.

Telefónica.

Encuesta sobre financiación de la SEAIC a los socios. Abril 2013

En la actual situación económica, la financiación es una de las mayores preocupaciones de las sociedades científicas médicas. El 95% de los recursos con que cuenta la SEAIC provienen de la donación de los patronos y de los beneficios de los congresos.

1. Te parecen adecuada la financiación actual de la SEAIC.

Si NO

2. Te preocupa actualmente la sostenibilidad económica de la SEAIC.

Si NO

3. En qué aspectos crees que se debería de modificar la actual financiación de la SEAIC.
- a) Se deberían aumentar la captación de recursos.
 - b) La industria farmacéutica debería aportar más recursos a la SEAIC en detrimento de los recursos dirigidos a los profesionales.
 - c) Una fuente de financiación importante deberían ser las cuotas de los miembros de la SEAIC.
 - d) Creo que podrían haber otras fuentes de financiación.
 - e) Se deberían buscar fuentes de financiación públicas.

Pon el número de dos afirmaciones por orden de prioridad:

4. Señala por orden de preferencia que fuentes de financiación se tendrían que potenciar para **augmentar** los recursos económicos de la SEAIC.
- a) Aumento de la cuota para ser patronos de la SEAIC.
 - b) Crear la figura del “Colaborador” preferencial de la SEAIC y que la cuota fuera mayor que la de los patronos.
 - c) Aumento de la cuota anual de los socios de la SEAIC.
 - d) Hacer cursos de formación continuada para alergólogos en diferentes aspectos de las enfermedades alérgicas y cobrar para poder realizarlos.
 - e) Hacer cursos de formación continuada para médicos de atención primaria y otras especialidades en diferentes aspectos de las enfermedades alérgicas y cobrar para poder realizarlos.
 - f) Pagar para poder obtener los “pdf” de las revista de la SEAIC (JIACI).
 - g) Poner publicidad en la página web de la revista de la SEAIC (JIACI)
 - h) Hacer pagar por la revisión y/o publicación de los manuscritos enviados a la revista de la sociedad (JIACI).
 - i) Poner publicidad en la página web de la SEAIC.

Pon el número de tres afirmaciones por orden de prioridad:

5. Que fuentes de financiación se tendrían que potenciar para **diversificar** los recursos económicos de la SEAIC.
- a) Buscar publicidad para los diferentes servicios de la SEAIC (página web, página de red de aerobiología, revista) con empresas que no sean del sector farmacéutico.

- b) Realización de cursos de formación en alergología para profesionales médicos no miembros de la SEAIC.
- c) Las Fundaciones podrían ser una buena fuente de financiación de actividades de la SEAIC.
- d) Concesión de avales a diferentes productos (no fármacos) que tengan relación con nuestra especialidad.
- e) Promover la asistencia nuestros Simposios y Congresos de compañeros de otros países (por ejem. Latinoamérica y Portugal)

Pon el número de dos afirmaciones por orden de prioridad:

6. Que otras fuentes de financiación crees que podrían haber para aumentar y/o diversificar los recursos económicos de la SEAIC (pregunta abierta; solo una línea)

.....

Datos demográficos:

Edad: Género: mujer varón

Años de ejercicio profesional: (1-5; 6-10; >10; >20; <30)

Comunidad autónoma: