



PROYECTO

FORTALECIMIENTO INSTITUCIONAL DE LA CAPACIDAD COLOMBIANA PARA AUMENTAR LA TRANSPARENCIA Y LA INTEGRIDAD (DCI-ALA/2013/330-003)

LINEA ESTRATEGICA: ACCIÓN SECTORIAL

LINEA DE ACCIÓN: SALUD

INFORME DE AVANCE DE LA PUESTA EN MARCHA DE LA INICIATIVA MEDICOS SIN MARCA EN EL CONTEXTO COLOMBIANO.

El informe presenta la iniciativa Médicos Sin Marcas en el contexto colombiano, en cuanto a su visión, misión y objetivos estratégicos; y describe la estrategia de divulgación tanto digital como en medios de comunicación tradicionales. Así mismo, se detalla el curso de capacitación virtual en conflictos de interés que el marketing farmacéutico genera en la prescripción médica, la investigación médica y la educación en las ciencias de la salud, así como los modos eficaces de reducirlos; disponible en la página web de la iniciativa.

AUTOR: Universidad Javeriana

FECHA: Diciembre 2017

Cláusula *ad cautelam*, aclaración y exoneración

Este documento se ha realizado con ayuda financiera de la Unión Europea. Las opiniones expresadas en él no reflejan necesariamente la opinión oficial de la Unión Europea.

INTRODUCCIÓN

El Proyecto ACTUE Colombia ha apoyado iniciativas que aportan a la transparencia en la información y la integridad del sector salud, entre ellas, las que responden a los retos de la Ley Estatutaria de Salud (Ley 1715 de 2015) relacionadas con la autonomía médica requiriendo iniciativas de autorregulación y ética de la profesión médica, así como racionalidad y evidencia científica en la toma de decisiones al definir los tratamientos.

En este contexto, se formó un grupo de profesionales médicos y farmacéuticos colombianos con el propósito de promover iniciativas de auto-regulación al interior de sus respectivos grupos profesionales y en las facultades académicas. Este grupo semilla se ha beneficiado de la experiencia y los aprendizajes de la iniciativa Médicos Sin Marca de Chile (MSM), que busca promover un ejercicio clínico responsable, basado en evidencia y libre de las influencias de la propaganda y los incentivos provenientes de la industria farmacéutica y de dispositivos médicos.

En el marco de la consolidación de la iniciativa Médicos Sin Marca Colombia (MSMC), bajo la coordinación del Instituto de Bioética de la Pontificia Universidad Javeriana y de la mano con el proyecto ACTUE Colombia, se vienen realizando una serie de avances en cuanto la gestión, comunicación y desarrollo de actividades que componen esta iniciativa.

El siguiente documento pretende dar cuenta de los avances realizados hasta la fecha, según el cronograma acordado con las actividades correspondientes del producto 2, entre estos se encuentran: La misión, visión y Objetivos estratégicos de Médicos Sin Marca en Colombia, el formato de presentación de la iniciativa en Colombia, un artículo de opinión, un curso y/o metodología de capacitación dirigido a estudiantes de las profesiones de la salud y la propuesta de difusión de la iniciativa en redes.

AVANCES POR COMPONENTE

I. MISIÓN, VISIÓN Y OBJETIVOS ESTRATÉGICOS DE MSMC.

Misión: Médicos sin Marca Colombia es una iniciativa originada desde la gestión civil que busca promover una práctica médica libre de conflictos de interés e independiente de los efectos del marketing de la industria farmacéutica y de dispositivos médicos.

Visión: Médicos sin Marca Colombia será en los próximos 5 años una iniciativa que integre más de dos mil médicos activos y constituirá una referencia obligada de instituciones públicas y privadas para el diseño e implementación de buenas prácticas de prescripción, educación e investigación biomédica libre de conflictos de interés.

Médicos Sin Marca promueve los siguientes principios y buenas prácticas:

1. La abstención, por parte de los profesionales de la salud, de recibir visitas promocionales, obsequios, auspicios o cualquier forma de incentivo a la prescripción para evitar los conflictos de interés en el ejercicio clínico.
2. Una práctica centrada en las necesidades del paciente y fundamentada en la mejor evidencia disponible, que sea producto de la investigación pública y de las entidades sin fines de lucro.
3. La independencia de las sociedades de profesionales de la salud y asociaciones de pacientes respecto a financiamientos y auspicios, provenientes de la industria farmacéutica, de dispositivos médicos y de alimentos, incluidas las publicaciones médicas y las jornadas educativas, fortaleciendo las alianzas con la sociedad civil y las entidades de control del Estado.
4. La búsqueda de fuentes de información imparciales e independientes de las elaboradas por compañías productoras de tecnologías en salud, difundidas por líderes de opinión y paneles de expertos vinculados comercialmente con ellas, interesadas en aumentar la venta de medicamentos y otros tratamientos, así como de los dispositivos médicos y de la industria de alimentos.
5. El acceso público a los datos negativos y positivos de los ensayos clínicos y el desarrollo de mecanismos que fortalezcan la participación ciudadana y el control social sobre las relaciones entre profesionales de la salud y empresas farmacéuticas, que configuren potenciales o reales conflictos de interés.
6. La educación básica y continua, comprometida con el acceso libre a la información, independiente de la industria, como una responsabilidad de las personas e instituciones de salud y de educación superior.

7. El desarrollo de políticas públicas que incorporen datos basados en la mejor evidencia por parte de paneles de expertos libres de conflictos de interés.
8. En el marco de estos objetivos y con el fin de lograr la consolidación del grupo se adoptaron estrategias de difusión, creación y capacitación hacia los profesionales de salud tales como: diversas conferencias y eventos de difusión de los principios rectores de Médicos Sin Marca Colombia y la problemática que aborda, la facilitación de recursos científicos, el desarrollo de un curso de capacitación virtual, un artículo de prensa, etc. Estos últimos se abordarán más adelante en este informe.

Actividades principales previstas:

1. Conformar un Comité ejecutivo integrado por adherentes a la iniciativa para la gestión de sus propósitos.
2. Diseñar, difundir y actualizar permanentemente un sitio web que dé a conocer, a la comunidad de profesionales de la salud y otros ciudadanos, los alcances, fundamentos y recursos de la iniciativa y que sirva para lograr nuevas adherencias, publicar noticias y ofrecer diversos insumos de información y formación sobre los asuntos centrales de los que se ocupa.
3. Organizar eventos públicos para la difusión de la iniciativa, que integre la participación de sus adherentes, bajo la coordinación del Comité Ejecutivo.
4. Diseñar e implementar una estrategia de redes sociales que sirvan para la difusión de noticias e información relacionada con los propósitos de la iniciativa y para el estímulo a nuevas adherencias.
5. Ofrecer a través de la página web un curso que permita a los adherentes y otros interesados disponer de una estrategia autoformación básica en materia de conflictos de interés en la práctica médica por causa del marketing farmacéutico y de dispositivos médicos.
6. Participar en la discusión de normas y políticas públicas que procuren el fortalecimiento de una práctica médica independiente de los efectos del marketing farmacéutico, y promover su apropiación progresiva entre los profesionales de la salud, las organizaciones de pacientes y la ciudadanía en general.
7. Desarrollar documentos, videos, columnas de prensa, artículos académicos, y participar en medios de comunicación diversos, que contribuyan al difusión y

apropiación social de la iniciativa entre profesionales de la salud, pacientes y ciudadanos.

Naturaleza de la iniciativa: MSM Colombia nace, inspirado en la iniciativa Médicos sin Marca Chile, como respuesta de un grupo de profesionales de la salud preocupados por la gran influencia que la industria farmacéutica ejerce en la práctica de atención a los pacientes. Esta injerencia afecta la autonomía profesional y sesga la toma de decisiones, promoviendo intervenciones motivadas por los intereses empresariales. Médicos Sin Marca Colombia pretende crear condiciones de posibilidad para que los profesionales de la salud ejerzan de manera independiente a las estrategias de mercadeo y promoción de innovaciones diagnósticas y terapéuticas que se alejan de las buenas prácticas científicas y son ajenas a las necesidades de los pacientes.

Médicos sin Marca Colombia constituye una iniciativa de la sociedad civil en la que participan Universidades, ONG colombianas y organizaciones de apoyo internacional. Entre ellas se cuentan el Instituto de Bioética de la Pontificia Universidad Javeriana, el Centro de pensamiento sobre Medicamentos y poder de la Universidad Nacional de Colombia, Fundación IFARMA, Proyecto ACTUE Colombia (Anticorrupción y transparencia de la Unión Europea para Colombia gestionado por la FIIAPP) y el Grupo Saluderecho del Banco Mundial. Además, cuenta con diversos participantes individuales que incluyen médicos en ejercicio, profesores universitarios, enfermeras y delegados de organizaciones médicas.

La definición de la misión, visión y objetivos y principios guía de la iniciativa nace de un proceso participativo integrado por los actores arriba mencionados. A lo largo de este proceso se realizaron varias reuniones con representantes de cada organización y participantes profesionales de la salud con intereses en una práctica profesional ética y transparente, en la búsqueda de liberarse de los conflictos de interés en la práctica médica.

Es importante mencionar que gran parte del enfoque y formato inicial de Médicos Sin Marca Colombia se pudo desarrollar en un tiempo relativamente corto gracias al acompañamiento de ACTUE Colombia que a la vez financió la transferencia de conocimiento y experiencias de Médicos Sin Marca Chile, iniciativa existente desde hace unos cinco años y que cuenta con unas bases firmes y una serie de recursos que resultaron vitales a la hora de establecer los puntos clave que orientan esta nueva iniciativa, la cual posteriormente decidió extender su interés no solo a los médicos, sino a todos los profesionales de la salud, creando consciencia del fenómeno en diversas prácticas de la salud que son vulnerables a posibles conflictos de interés.

Para poder enfrentar la influencia de la industria farmacéutica, mejorar la relación entre los profesionales de la salud y la sociedad en general, promoviendo y recuperando la confianza en el ejercicio de la práctica clínica centrada en los pacientes, es necesario identificar y comprender las estrategias de mercadeo que desarrollan y ponen en marcha las industrias para incentivar el consumo de sus productos.

Existen estudios científicos, recomendaciones y guías clínicas cuyos contenidos están determinados por la industria que los financia. Expertos y líderes de opinión que influyen la toma de decisiones y en sus discursos no exponen conflictos de interés alguno. Visitadores médicos que entregan información sesgada a los profesionales de la salud para inducir su participación ofrecen, además, obsequios diversos como muestras de producto, esferos, maletas, cursos, viajes, entre otros, que subordinan su adecuada toma de decisiones.

Estas prácticas vulneran el derecho fundamental a la salud y generan efectos perversos de diversa índole: se privilegian tecnologías no alineadas con las necesidades en salud; se incrementan los costos en los servicios de salud limitándose el acceso a los mismos; y se erosiona la autonomía profesional y un ejercicio clínico fundamentado en la evidencia científica, entre otras.

II. DESARROLLO DE LA INICIATIVA EN COLOMBIA - PÁGINA WEB y EVENTO

Página web. Después de varias reuniones del Comité Ejecutivo en las que participó activamente ACTUE Colombia, y en las que se definió el nombre, el logo, el proveedor del sitio web, el diseño y los contenidos fundamentales, y los procedimientos para la vinculación de adherentes y su actualización progresiva, nace la página web de Médicos sin Marca Colombia www.medicossinmarca.co. A través de la página se ha logrado, a la fecha de este informe, la vinculación de 164 médicos y 11 ciudadanos no profesionales de la salud que han querido apoyarla.

Evento de lanzamiento oficial: La iniciativa Médicos Sin Marca se presentó de manera oficial al público en un foro/conversatorio titulado “Conflictos de Interés en la Práctica Médica ¿Qué se Puede Hacer?” que tuvo lugar el 20 de septiembre de 2017 en las Instalaciones de la Pontificia Universidad Javeriana. Este evento pretendía mostrar al

público el alcance, fundamentos, modelo organizativo básico y programa de acción de Médicos Sin Marca Colombia, así como presentar públicamente su página web y los distintos recursos que en ella podían encontrar los interesados sobre los alcances, fundamentos y noticias de la iniciativa.

La primera parte de la jornada contó con la participación de Médicos Sin Marca Chile (aliados internacionales de Médicos Sin Marca Colombia), a través de una conferencia del Dr. Cristóbal Cuadrado (miembro de la junta directiva de Médicos Sin Marca Chile) y de la organización NoGracias de España, por medio de una entrevista grabada del doctor Abel Novoa; acompañando a estos invitados y como vocero y presentador de Médicos Sin Marca Colombia en esta jornada, el Dr. Bernardo Robledo, miembro del comité ejecutivo de MSM Colombia, realizó una pequeña conferencia acerca de su experiencia personal frente a la influencia de la industria y las razones para pertenecer a MSM Colombia e hizo una presentación breve de la página web.

El segundo momento de este evento dio a conocer que Médicos Sin Marca Colombia es un espacio abierto de opinión y debate, donde en la búsqueda de buscar soluciones frente a los conflictos de interés en la práctica médica es vital la participación de la comunidad médica y científica. Esto se hizo notar a través de un conversatorio en el que participaron el Dr. Oscar Andia, de la Federación Médica Colombiana; el Dr. Félix Martínez, de Fedesalud; el Dr. Cristóbal Cuadrado, de Médicos Sin Marca Chile y el Dr. Bernardo Robledo junto con el Dr. Francisco Rossi, de IFARMA, ambos miembros de Médicos Sin Marca Colombia, bajo la moderación del Dr. Eduardo A. Rueda, Director del Instituto de Bioética.

Al final, y tras promover la participación de los asistentes tanto presenciales como por el streamig realizado por SaludDerecho del Banco mundial a través de la página web de la iniciativa se brindó un espacio de conversación y debate entre los asistentes junto con una copa de vino a manera de cierre. Este fue el formato de presentación de Médicos Sin Marca Colombia al público.

III. ARTÍCULO DE OPINIÓN

En el marco del lanzamiento de la iniciativa Médicos Sin Marca Colombia, se realizó la publicación de un artículo de opinión titulado “Los conflictos de interés en la práctica

médica” el cual fue desarrollado por los profesores Javier Andrés González y Nelson Francisco Castañeda.

Este artículo pasó por un proceso de redacción y ajustes continuos por parte del comité ejecutivo de Médicos Sin Marca Colombia, los cuales representan la postura, visión y preocupación de la iniciativa frente a los conflictos de interés de la práctica médica desde la visión interdisciplinar frente al fenómeno.

Finalmente se realizó la publicación del artículo de prensa pactado en la *Revista Pesquisa*, órgano de difusión de conocimientos y perspectivas útiles para la ciudadanía, de la Universidad Javeriana, A continuación, encontrará el enlace respectivo.

<http://www.javeriana.edu.co/pesquisa/los-conflictos-de-interes-en-la-practica-medica/>

IV. CURSO DE CAPACITACIÓN

Se diseñó y puso a disposición de los adherentes y otros interesados, a través de la página web de la iniciativa, un curso de capacitación virtual integrado por tres módulos que abordan, respectivamente, los conflictos de interés que el marketing farmacéutico genera en la prescripción médica, la investigación médica y la educación en las ciencias de la salud, así como los modos eficaces de reducirlos.

Cada módulo ofrece una estrategia basada en resultados de aprendizaje, proponiendo una metodología basada en el abordaje sistemático de problemas y la disponibilidad de un mecanismo de autoevaluación y refuerzo de los aprendizajes. Así, cada uno ofrece una introducción al problema correspondiente, formula tres objetivos, provee algunas lecturas claves y propone un pequeño autoexamen que quien los curse puede realizar para evaluar y a la vez reforzar sus niveles de aprendizaje.

Para consultar el curso de capacitación consultar el siguiente link:
<https://medicossinmarca.co/recursos/curso/>

V. PROPUESTA DE DIFUSIÓN DE LA INICIATIVA EN REDES.

Desde el inicio del desarrollo de esta iniciativa, se ha tenido presente que es de vital importancia establecer objetivos, rutas y pautas para darla a conocer, sus contenidos y

realizar de manera asertiva un acercamiento al público en cuestión. Es por esto que se consideraron distintos frentes de acción para darle presencia pública a Médicos Sin Marca Colombia.

Uno de estos frentes hace referencia al logo público de la iniciativa, pues los documentos, fichas publicitarias y cualquier elemento que sea difundido, deberá poderse identificar directamente con Médicos Sin Marca Colombia. Tras diversas reuniones del comité ejecutivo y la depuración de una serie de propuestas, se decidió que el logo de MSMC debería tener el mismo formato que el de la iniciativa homóloga MSM Chile debido a que los objetivos y principios orientadores son fundamentalmente iguales, pero debía entenderse con claridad que era la iniciativa Colombiana, por esto para el logo final se decidió usar las siglas MSM en amarillo, azul y rojo respectivamente, sobre el nombre “Colombia” (se puede observar el logo en la primera página de este informe)

Una vez definida la imagen representativa de la iniciativa, se planteó una propuesta de difusión, vital en para lograr los objetivos mencionados al inicio de este apartado. La estrategia implementada siguió los siguientes 4 objetivos:

Objetivo 1: Crear una comunidad de seguidores en redes sociales

Se crearon los respectivos perfiles en cada red social, configuración de los mismos para realizar segmentación del público a través de temas específicos y palabras claves.

Se promovieron las redes sociales y página web de la iniciativa a través de diferentes grupos virtuales de médicos, profesionales de la salud y eventos relacionados, y se imprimieron volantes y pendones para difundirlas entre públicos diversos asistentes a eventos de la iniciativa y otros del Instituto de Bioética.

Objetivo 2: Crear “engagement” con los seguidores en redes sociales.

A través de la publicación de contenido del interés de nuestro grupo objetivo, se buscó crear una comunidad que interactúe con las diferentes redes sociales de Médicos Sin Marca Colombia, que comparta el material publicado, que aprenda y que traiga nuevos seguidores.

Las publicaciones se realizan en un promedio de 3 semanales, el tipo de contenido escogido fueron noticias sobre los conflictos de interés en la práctica médica. Investigaciones y ensayos sobre la influencia del marketing farmacéutico en los médicos, invitaciones y cubrimiento de los eventos realizados por Médicos Sin Marca Colombia.

También se utiliza material gráfico (imágenes y fotografías) acompañados de un mensaje muy corto para que la información sea concisa y directa.

Objetivo 3: Crear conversiones

A través de la creación de perfiles personales y la participación en diferentes grupos de debate y comunidades online se dio a conocer la iniciativa médicos Sin Marca Colombia, se presentó la página web y se hizo la invitación a su respectiva adhesión.

Se hizo un acercamiento a personas influyentes en redes sociales que trataran temas relacionados al objetivo de la iniciativa MSMC para que dieran un apoyo en la difusión de la iniciativa, el proceso de adhesión y la realización de eventos.

Se buscó el apoyo y se entablo alianza con algunas iniciativas ciudadanas que también trabajan por la transparencia en el sector salud en el mundo.

Algunas de estas iniciativas son: No gracias (España), MSE (Argentina), Médicos Sin Marca (Chile), Monitor Salud (Colombia), Así vamos en salud (Colombia), El Paciente Colombiano (Colombia).

Objetivo 4: Fidelización

A las bases de datos de adherentes y profesionales (no médicos) que apoyan la iniciativa se les está enviando un boletín a través de correo electrónico con información relacionada a la iniciativa, participación de médicos Sin Marca Colombia en diferentes medios, proyectos de ley asociados al objetivo de la iniciativa, invitaciones a eventos. A la fecha se han enviado 4 boletines.

Resultados: Médicos Sin Marca Colombia ha tenido presencia online desde hace 6 meses, durante los cuales se han monitoreando la interacción que tienen las personas con las diferentes cuentas digitales de la iniciativa. Se puede concluir que las propuestas y publicaciones han sido recibidas, aceptadas y compartidas por la comunidad. Cada **publicación realizada está siendo vista por un promedio de 500 personas**, con la fan page (**Facebook**) se **están recibiendo 549 interacciones por mes**, en esas interacciones se incluye lo que son comentarios, difusión de contenido, mensajes, opiniones y likes. Teniendo en cuenta el grupo tan segmentado al que nos estamos comunicando y, aunque la iniciativa ya ha llegado a otras ciudades del país, su fuerte es la ciudad de Bogotá podemos decir que estos resultados son favorables y cada día mejoran.

Cabe destacar en este informe **la poca cantidad de fans** (personas que se unen a la fan page) **que se tienen a la fecha: 255 seguidores**, lo cual nos hace concluir que la gente revisa los contenidos que se publican desde la cuenta de Médicos Sin Marca Colombia, interactúa con él y lo difunde pero no se atreve aún a crear un vínculo o lazo público con la iniciativa. Los días con más impacto en esta red social son los días martes en el horario de la mañana 9:00 a.m. a 11:00 a.m. y los jueves entre las 10:00p.m a la media noche del día viernes.

En cuanto a **Twitter**, es la red social más popular de MSMC, tiene el número más alto seguidores de sus redes y **el número de interacciones diarias está por encima de 20**. Estas interacciones incluyen menciones, opiniones y difusión de los temas que se tratan en la cuenta. A través de la cuenta en Twitter, se logró llegar al ministro Alejandro Gaviria, quien ha compartido material e invitaciones publicadas por MSMC; también se **llegó a la iniciativa ciudadana el “paciente colombiano” y al periódico El Espectador**, quienes también realizaron entrevistas a voceros de la iniciativa, las cuales fueron publicadas en sus medios. En twitter no se ha identificado un día de alto tráfico, pues las publicaciones son igualmente recibidas cualquier día entre semana, en cuanto al horario las publicaciones que se hacen al medio día y a entre 3:00 p.m. a 4:00 p.m. tienen una mejor interacción que las que se realizan después de las 7:00 p.m.

En cuanto a **Instagram**, esta cuenta es un poco más reservada y su número de seguidores e interacciones ha sido tan alto como el de las otras redes. Analizando las tendencias y etiquetas que se usan en esta Red social, podemos concluir que no es un espacio usado por los médicos con fines académicos o investigativos, es una red social dedicada al ocio y otro tipo de intereses. El nivel de interacciones va de acuerdo a la cantidad de etiquetas que se usen en la publicación, el mejor horario para publicar es entre 6:00p.m. a 7:30p.m.

Métricas relacionadas al tráfico en las redes sociales:

Seguidores en Twitter: 444

Fans en Facebook: 237 / 254

Fans en Instagram: 70

Suscriptores en Youtube: 11

Facebook (alcance) 5.200 personas por mes

Facebook (interacciones: (reacciones, comentarios, compartidas, clics en los enlaces): 549 por mes

Visitas a la fan page: 150 personas por mes

Twitter: Me gusta: 280 por mes

Retweets: 192 por mes

Respuestas y menciones: 84 por mes

Clics en los enlaces: 1700 por mes

Tweets: 25 mensuales

Visitas al perfil: 412 por mes

Instagram: Me gusta: 257

Alcance: 2200 personas

VI. PLAN DE COMUNICACIÓN.

Como parte de las interacciones que Médicos Sin Marca tiene con el público, se desarrolló un plan de comunicación con el objetivo de controlar y facilitar la circulación de la información relacionada a las gestiones que desarrolla la iniciativa. Este plan se ha venido ejecutando conforme a los parámetros acordados en diversas reuniones del comité ejecutivo. El tipo de contenido publicado es el que se estableció al momento de realizar el plan estratégico de difusión y los resultados han sido favorables, pues la iniciativa ya cuenta con 164 adherentes.

También se ha hecho presencia y participación en canales informativos y de gran alcance por medio de entrevistas y opiniones en diversos medios. Se realizó una entrevista para el periódico virtual “El Paciente Colombiano”, una entrevista a Médicos Sin Marca Colombia en el periódico El Espectador, participación de una entrevista radial en el programa “Bitácora” de Javeriana estéreo, entre otros. Adicional a esto se ha llamado la atención de personajes influyentes en el sector salud (Ministro Alejandro Gaviria), y los eventos realizados han tenido una gran acogida y difusión a través de redes sociales.

También se han realizado eventos con transmisión en vivo, los cuales han generado un alto índice de interacción.

A continuación, encontrará los enlaces a las publicaciones mencionadas:

Nota de El Espectador:

<http://www.elespectador.com/noticias/salud/se-buscan-medicos-sin-conflictos-de-interes-articulo-714302>

Artículo sobre la entrevista realizada por “El Paciente Colombiano”:

<http://elpacientecolombiano.com/medicamentos/los-conflictos-de-interes-de-farmaceuticas-en-la-practica-medica-y-en-la-salud/>

Entrevista en el programa radial “Bitacora” a la doctora Nora Badoui de Médicos Sin Marca Colombia:

<https://soundcloud.com/javeriana919fm/bitacora-25-octubre>

También se ha logrado que algunos profesionales de la salud, a través de comentarios en las redes de MSMC, compartan sus opiniones o experiencias respecto a los conflictos de interés. El ideal de una práctica médica independiente se está convirtiendo en un tema de interés público y ya se encuentra más contenido sobre esto en redes sociales. Las asociaciones de pacientes en algunas noticias solicitan la opinión de MSMC y algunos médicos comparten noticias con la cuenta.

Protocolo de promoción y difusión Eventos: para realizar la labor de comunicaciones en cuanto la publicación y difusión de eventos de MSMC, se cuenta con un protocolo estándar que comprende tareas desde la creación, hasta la difusión de las piezas pertinentes, siguiendo en todo momento las indicaciones y ajustes solicitados por las directivas de la iniciativa. Este protocolo sigue los siguientes pasos:

Creación el diseño del afiche correspondiente al evento, este se comparte a través de las diferentes rede sociales. En estas publicaciones se etiqueta a los participantes y sus lugares de trabajo, el lugar donde se realizará el evento, las instituciones que apoyan la iniciativa, al ministerio de salud y protección social, medios de comunicación locales, iniciativas aliadas y cuentas de personas influyentes relacionadas a la temática con un importante número de seguidores.

Creación del evento en Facebook con la información correspondiente (horarios, lugar, invitados, etc.).

Se comparte el evento a los seguidores de la página de Facebook y también se comparte a través de otros eventos relacionados al sector salud y en grupos de medicina.

El evento se promociona con 10 a 15 días de antelación, después se recuerda cuando falta una semana y cuando falta un día.

Difusión los mensajes y menciones que otras cuentas hacen sobre el evento.

Creación de una invitación que se envía por correo electrónico a entidades del sector salud, a fundaciones y personajes de la política.

Creación de un Boletín informativo del evento y se envía a la base de datos de adherentes a la iniciativa y para las bases de datos que han sido suministradas por las entidades que apoyan a MSMC.

El día del evento se realiza el cubrimiento de inicio a fin, se menciona a los participantes y se sacan citas que sirvan como referente para apoyar el objetivo principal de la iniciativa MSMC. Cada publicación va acompañada de una imagen del ponente o de su presentación.

Un día después del evento, se comparte el registro fotográfico que se realizó sobre el mismo.

VII. REFLEXIONES DEL PROCESO.

Durante la gestión, desarrollo y crecimiento que ha tenido Médicos Sin Marca Colombia, se ha podido observar que hay una recepción positiva del público no solo a las temáticas que MSMC propone, sino a la iniciativa como tal. Los comentarios y participaciones que se han visto hasta el momento reflejan la pertinencia que la iniciativa tiene hoy por hoy para los profesionales de la salud en Colombia e incluso en distintas partes del mundo gracias a las acciones de enlace con organizaciones internacionales (por ejemplo, Pharmaout en USA y No gracias en España).

Este proceso se ha enriquecido principalmente del interés personal de cada una de las personas que participa de una u otra manera en él; es gracias a los adherentes, los miembros del comité ejecutivo y los aportes de la comunidad que apoya a Médicos Sin

Marca Colombia que la iniciativa se ha logrado posicionar y ha logrado crecer como lo ha hecho hasta ahora. Es por esta razón que, si bien se ha logrado hacer difusión por distintos medios y se han logrado abrir espacios en ambientes académicos, aun es vital establecer la posibilidad de encuentros del comité ejecutivo con los adherentes de la iniciativa, así como comenzar a difundir la iniciativa también a aquellos que hasta ahora se están familiarizando con el tema, e incluso con aquellos que no conocen al respecto.

Médicos Sin Marca Colombia tiene como reto para el futuro poner en manos de los Médicos y profesionales de la salud la completa gestión de sus actividades, así como adoptar nuevas estrategias de difusión y expandir sus redes y participación dentro y fuera del territorio nacional.