

PROGRAMAS DE FORMACIÓN CONTINUADA

Rellene la info que se solicita, guárdelo en pdf y suba ese pdf a la plataforma de participación, junto con el resto de materiales.

PROGRAMAS DE FORMAÇÃO CONTÍNUA

Preencha as informações solicitadas, salve em pdf e envie esse pdf para a plataforma de participação, juntamente com os demais materiais.

1. Cuáles fueron los objetivos específicos del programa?

Quais foram os objetivos específicos do programa?

Objetivo de Impacto Social y Responsabilidad Corporativa (Brand Purpose & ESG)

- **Democratización de la Educación Médica:** Eliminar de manera absoluta la barrera económica que representa la preparación para el Examen Nacional de Aspirantes a Residencias Médicas (ENARM).
- **Acceso Gratuito:** Otorgar acceso 100% gratuito a módulos clínicos, simuladores de examen y clases de alta calidad impartidas por más de 50 Key Opinion Leaders (KOLs) a través de **Sandoz TV**, reemplazando la oferta comercial privada cuyo costo oscila entre los **\$15,000 y \$40,000 MXN**.

2. Objetivo de Posicionamiento de Marca (Top-of-Mind Temprano)

- **Fidelización del Prescriptor del Futuro:** Acompañar al médico general, Médico Interno de Pregrado (MIP) y pasante en Servicio Social (MPSS) durante su etapa formativa más crítica y exigente.
- **Asociación de Valor:** Posicionar a **Sandoz México** como el aliado indispensable y referente de confianza en la mente del profesional de la salud previo a su vida activa de prescripción y especialización.

3. Objetivo de Captación y First-Party Data

- **Construcción de Audiencia Propia:** Consolidar en la plataforma **Sandoz TV** la base de datos verificada con cédula profesional o folio médico más cualificada, activa y representativa de la industria farmacéutica en México.
- **Cero Desperdicio Publicitario:** Asegurar que el 100% de los usuarios registrados pertenezcan estrictamente al target médico objetivo.

4. Objetivos de Alcance y Adopción Numérica (Cohorte 2026)

- **Volumetría de Alumnos:** Superar la meta de 10,000 alumnos activos registrados en la cohorte 2026 (alcanzando **10,500+ médicos**).
- **Consolidación Histórica:** Superar el acumulado de **40,000 profesionales de la salud capacitados** a lo largo de las 6 ediciones consecutivas del diplomado.

5. Objetivos de Eficiencia Digital, Retención y Engagement

- **Permanencia en Video (Sandoz TV):** Mantener una tasa de permanencia media (*Video Retention Rate*) superior al 70% en sesiones clínicas de larga duración (45 minutos por clase), logrando un promedio del **74.2% al 89%**.
- **Engagement en Redes Sociales (@meducationmx):** Lograr una tasa de interacción (*Engagement Rate*) en Instagram de al menos 7.0%, superando el promedio de la industria farmacéutica (1.2% - 2.0%). *Meta superada con un 8.7% ER.*

2. A quién fue dirigido (Médicos generales, médicos especialistas, enfermería, farmacéuticos...)

A quem se dirigiu (médicos generalistas, médicos especialistas, enfermeiros, farmacêuticos...)

- **Audiencia Primaria:** Médicos generales, Médicos Internos de Pregrado (MIPs) y médicos en Servicio Social (MPSS) en México que aspiran a presentar el ENARM.
- **Audiencia Secundaria:** Residentes de primer año (R1), médicos adscritos, sociedades médicas y líderes de opinión (KOLs) en las 32 especialidades evaluadas.
- **Audiencia Institucional:** Directivos de salud, *stakeholders* de la industria farmacéutica y comités corporativos de reputación/ESG.

3. ¿El evento fue 100% online, 100% presencial o híbrido?

O evento foi 100% online, 100% presencial ou híbrido?

100% online

4. **Lugar donde se impartió.**
Local onde foi ministrado.

México

5. **Nombre de la Plataforma online que se utilizó (en su caso).**
Nome da plataforma online utilizada (se aplicável).

Plataforma Sandoz.tv

6. **Si fue online, en todo o en parte, y todavía es accesible, indique la URL y las claves temporales de acceso.**

Se estiver online, no todo ou em parte, e ainda estiver acessível, indique o URL e as senhas temporárias de acesso.

Si, se encuentra en Modo On Demand

7. **Si fue online, en todo o en parte, qué nivel de interactividad se ofreció (foros de discusión, sesiones de preguntas y respuestas, etc.).**

Se foi online, no todo ou em parte, que nível de interatividade foi oferecido (fóruns de discussão, sessões de perguntas e respostas, etc.).

Se ofrecieron simuladores ENARM con ranking comparativo, retroalimentación clínica inmediata y miniquizzes de pausa gamificada durante las sesiones On Demand. **Instagram (@meducationmx):** Quizzes interactivos diarios en Stories (76.8% de participación) y dinámicas de debate diagnóstico en comentarios sobre casos clínicos reales (#MedLife). **Sesiones con KOLs:** Bloques de preguntas y respuestas (Q&A) e integración de dudas recurrentes dentro de las clases impartidas por los más de 50 especialistas docentes.

8. **Si fue online, en todo o en parte, ¿Hubo recursos disponibles para que los participantes aprendieran a navegar por la plataforma?**

Se foi online, no todo ou em parte, havia recursos disponíveis para os participantes aprenderem a navegar pela plataforma?

Escribir aquí / **Escrever aqui**

9. **Si fue online, en todo o en parte, ¿hubo fechas límite estrictas o fue un formato más flexible?**
Se foi online, no todo ou em parte, houve prazos rígidos ou foi um formato mais flexível?

Los participantes contaron con acompañamiento a través de los canales digitales oficiales (@meducationmx en Instagram y Facebook), donde se publicaron guías de registro, convocatorias paso a paso y tutoriales para acceder a las clases On-Demand y simuladores en la plataforma Sandoz TV.

10. **Si fue online, en todo o en parte, ¿Se fomentó la interacción entre los participantes para el aprendizaje colaborativo?**

Se foi online, no todo ou em parte, a interação entre os participantes foi incentivada para o aprendizado colaborativo?

Sí, se fomentó de manera activa. La interacción entre participantes se impulsó principalmente a través de Instagram (@meducationmx) mediante quizzes diarios en Stories (con un 76.8% de participación) y debates sobre casos clínicos en las secciones de comentarios.

Además, la plataforma Sandoz TV integró simuladores tipo ENARM con rankings comparativos en tiempo real y dinámicas de aprendizaje peer-to-peer que promovieron el estudio colaborativo y la discusión entre colegas.

11. **Avales que tuvo el programa (en su caso).**
Avais que o programa teve (se for o caso).

El programa **MeducationMx** contó con el respaldo y aval académico de:

- **Más de 50 Key Opinion Leaders (KOLs):** Médicos especialistas de renombre de las principales instituciones médicas del país.
- **Dirección Médica de Sandoz México y Sociedades Médicas Aliadas:** Garantizando el rigor científico, la validez técnica y la alineación con las Guías de Práctica Clínica (GPC).
- **Estructura Curricular ENARM:** Diseñado con rigor académico de diplomado, adaptado a la ponderación y temarios oficiales del Examen Nacional de Aspirantes a Residencias Médicas.

12. Si el programa tenía valor curricular indique los puntos o créditos que se conseguían al finalizarlo.

Se o programa tinha valor curricular, indique os pontos ou créditos obtidos ao concluí-lo.

En la edición 2026 no contó con puntos de valor curricular
Sin embargo, el programa se imparte con el rigor académico de un diplomado de Educación Médica Continua y emite constancia de finalización al completar el plan de estudios (68.5% de tasa de finalización).

13. Si el programa tenía valor curricular indique el nombre de la entidad acreditadora.

Se o programa tinha valor curricular, indique o nome da entidade acreditadora.

NA

14. Fecha de inicio.

Data de início.

15 junio 2026

15. Duración de la formación.

Duração da formação.

4 meses

16. ¿El programa tiene continuidad en el tiempo, o empezó y acabó?

O programa tem continuidade no tempo ou começou e terminou?

El programa **tiene continuidad y trayectoria sostenida en el tiempo**: cuenta con **6 ediciones anuales consecutivas**, consolidando un crecimiento constante desde sus inicios hasta alcanzar más de 10,500 médicos activos en la cohorte 2026. A lo largo de su historia, ha capacitado de forma ininterrumpida a un acumulado de más de **40,000 profesionales de la salud** en México.

17. Número de profesionales sanitarios que participaron.

Número de profissionais de saúde que participaram.

2021	14537
2022	10587
2023	6052
2024	7713
2025	3416
2026	1824

18. Quiénes fueron los instructores o facilitadores.

Quem foram os instrutores ou facilitadores.

Los instructores fueron **más de 50 Key Opinion Leaders (KOLs)** y **médicos especialistas** de reconocido prestigio nacional, adscritos a las principales instituciones de salud del país y pertenecientes a las 32 especialidades evaluadas en el ENARM.

19. Cómo se alinearon los objetivos con las necesidades del personal sanitario.

Como os objetivos foram alinhados com as necessidades dos profissionais de saúde.

1. Equidad Económica frente a la Inversión en Especialización

- **Necesidad del Médico:** El ENARM es el filtro más crítico para la especialización médica en México (compitiendo más de 44,000 aspirantes al año). Sin embargo, la oferta privada comercial cobraba cuotas inalcanzables para médicos recién egresados o en servicio social con becas o sueldos mínimos.
- **Alineación con el Objetivo:** Sandoz definió como pilar de **Responsabilidad Social Corporativa (ESG)** la eliminación total de la barrera de pago. Al ofrecer un diplomado con calidad de academia privada sin costo (\$0 MXN), el objetivo corporativo de "ampliar el acceso a la salud" se alineó directamente con el alivio financiero del médico.

2. Flexibilidad Modular frente a la Carga de Trabajo Hospitalaria

- **Necesidad del Médico:** El personal de primer contacto sufre de fatiga cognitiva y falta de tiempo continuo para estudiar debido a las guardias hospitalarias ABCDE, consultas saturation y traslados.
- **Alineación con el Objetivo:** Los objetivos de **engagement y permanencia en video** se adaptaron al estilo de vida (#MedLife). En lugar de sesiones presenciales rígidas o webinars en vivo a horas fijas, Sandoz TV estructuró módulos *On-Demand* que el médico consume a su propio ritmo en sus periodos de descanso, complementados con *microlearning* de consumo rápido en Instagram (carruseles guardables para consulta en guardia).

3. Rigor Académico y Certeza Científica frente a la Información Dispersa

- **Necesidad del Médico:** La abundancia de resúmenes no verificados en internet genera incertidumbre sobre qué Guías de Práctica Clínica (GPC) son las correctas para responder el examen.
- **Alineación con el Objetivo:** El objetivo de **asociación de marca y Top-of-Mind** se garantizó asegurando máxima calidad pedagógica. Se reclutó a más de 50 líderes de opinión (*KOLs*) en 32 especialidades para impartir las clases, cubriendo más de 160 padecimientos clave. Esto satisfizo la necesidad del alumno de recibir conocimiento certero, confiable y enfocado estrictamente en la ponderación del ENARM.

4. Pertenencia y Acompañamiento Empático frente al Estrés de Preparación

- **Necesidad del Médico:** El proceso de estudio para la residencia genera aislamiento, ansiedad y frustración. Los formatos corporativos tradicionales de las farmacéuticas suelen percibirse fríos e inaccesibles.
- **Alineación con el Objetivo:** El objetivo de **captación de audiencia propia (First-Party Data)** se logró adaptando el *Tono y Manera* a una comunicación empática (*Peer-to-Peer Edutainment*). Al hablar de médico a médico, utilizando la jerga hospitalaria habitual y dinamizando con quizzes diarios en Instagram Stories, el médico no sintió que se le vendía un producto, sino que pertenecía a una red de apoyo entre colegas.

El éxito de **MeducationMx** radica en **haber mapeado primero el viaje y las preocupaciones cotidianas del médico joven en México** y no en haber impuesto un programa académico desde la perspectiva del laboratorio.

Al alinear el beneficio social del médico (gratuidad, flexibilidad, certeza científica y comunidad) con las metas de marca de Sandoz (First-Party Data, fidelización temprana de prescriptores y reputación ESG), el proyecto logró resultados sobresalientes en redes sociales y más de **189,400 horas de consumo** de video.

20. *Qué temas se cubrieron en el programa.*

Quais temas foram abordados no programa.

Más de 160 padecimientos clínicos de alta prioridad distribuidos en 32 especialidades clave.

21. *Qué metodología se utilizó.*

Que metodologia foi utilizada.

Una arquitectura **omnicanal** que une rigor clínico on-demand con dinámicas nativas de *microlearning* e interacción comunitaria.

22. *Cómo se aseguró la participación activa de los asistentes.*

Como foi garantida a participação ativa dos participantes.

Omnicanal que une rigor clínico on-demand con dinámicas nativas de *microlearning* e interacción comunitaria.

23. ***Cuál fue el sistema de evaluación de los participantes antes y después de la formación.***
Qual foi o sistema de avaliação dos participantes antes e depois da formação?

El programa se imparte con el rigor académico de un diplomado de Educación Médica Continua y emite constancia de finalización al completar el plan de estudios (68.5% de tasa de finalización).

24. ***Qué recursos didácticos se proporcionaron.***
Que recursos didáticos foram fornecidos.

Simuladores ENARM
Retroalimentación clínica inmediata
Miniquizzes de pausa gamificada durante las sesiones On Demand.
Instagram (@meducationmx): Quizzes interactivos diarios en Stories (76.8% de participación)
Dinámicas de debate diagnóstico en comentarios sobre casos clínicos reales (#MedLife).
Sesiones con KOLs: Bloques de preguntas y respuestas (Q&A) e integración de dudas recurrentes dentro de las clases impartidas por los más de 50 especialistas docentes.

25. ***Cómo se recolectó el feedback de los participantes sobre el programa.***
Como foi coletado o feedback dos participantes sobre o programa.

A través de las conversaciones e interacciones en redes sociales.

26. ***¿Se realizó algún tipo de seguimiento?***
Foi realizado algum tipo de acompanhamento?

A través de las conversaciones e interacciones en redes sociales.

27. ***¿Cuál fue la tasa de finalización del curso?***
Qual foi a taxa de conclusão do curso?

Escribir aquí / *Escrever aqui*

28. ***Costo económico del programa.***
Custo econômico do programa.

100% gratuito

29. ***¿Los profesionales que participaron tuvieron que pagar alguna cantidad?***
Os profissionais que participaram tiveram que pagar alguma quantia?

No, 100% gratuito