



Informe final del resultado de la Consulta preliminar del Mercado: “Estrategia social para la promoción de la salud”



G CONSELLERIA
O SALUT
I DIRECCIÓ GENERAL
B SALUT PÚBLICA
/ I PARTICIPACIÓ

Informe final del resultado de la Consulta preliminar del Mercado: “Estrategia social para la promoción de la salud”



G CONSELLERIA
O SALUT
I DIRECCIÓ GENERAL
B SALUT PÚBLICA
/ I PARTICIPACIÓ

Introducció.....	2
Descripció del Reto.....	3
Antecedentes.....	3
Aspectos a considerar.....	3
Objetivos.....	4
Consultas Preliminares al Mercado (CPM).....	5
Cuestionario para las empresas.....	5
Jornada de publicació de CPM.....	5
Ampliació del plazo de vigencia de la CPM.....	6
Jornada de reuniones con las empresas participantes.....	6
Resultado de las CPM.....	7
Conclusiones extraídas.....	7
Anexo I: Formulario de propuesta.....	9
Anexo II: Resumen de las propuestas.....	12
2GN SOCIAL.....	12
IBM.....	14
IECISA.....	17
QUATTRO IDCP.....	19
VICOMTECH.....	21



Introducción

La Consejería de Salud, a través de la Dirección General de Salud Pública y Participación, en adelante DGSPP, ejerce competencias, entre otras, en materia promoción de la salud, participación de los ciudadanos y ciudadanas, de los profesionales y de las asociaciones de pacientes y prevención de las enfermedades, es por esto que se pretende poner en marcha una estrategia innovadora para fortalecer las habilidades y capacidades de 1) las personas y de las comunidades para mejorar y mantener su salud y capacidad funcional a lo largo de todo el curso de vida y desarrollar condiciones y estilos de vida saludables y seguros y de 2) las organizaciones / instituciones para mejorar la toma de decisiones del decisores políticos y técnicos cuando pongan en marcha planes, programas o actuaciones que pueden tener un impacto en salud.

En este contexto, y como acción preparatoria, la Dirección General de Salud Pública y Participación lanzó una Consulta Preliminar al Mercado, en adelante CPM, partiendo de las actuaciones a implementar, que permitan la incorporación de innovaciones que mejoren la prestación de sus servicios y la participación por parte de las empresas dentro de procesos de Compra Pública de Innovación.

El reto se fundamenta en fortalecer el sector sanitario como valor social y desarrollar una cultura sanitaria que busca un cambio de comportamiento a largo plazo y sostenible en el tiempo, y se apuesta para ello por la Compra Pública de Innovación (CPI).

La descripción del proceso realizado en las CPM y las iniciativas empresariales de soluciones innovadoras se presentan a lo largo de este informe. Su finalidad es doble: por un lado, busca ofrecer una mayor visibilidad a las empresas que han participado en la etapa de consulta preliminar al mercado en el marco de la de la DGSPP; y por otro, incrementar su cooperación al facilitar posibles asociaciones entre ellas al dar a conocer las actuaciones que proponen para dar respuesta a las necesidades planteadas para fortalecer el sector sanitario como valor social y desarrollar una cultura sanitaria en Baleares.



Descripción del Reto

El reto se fundamenta en utilizar las nuevas tecnologías y el marketing social para modificar los hábitos de los ciudadanos, a través de un espacio de información, un medio de interacción y un instrumento para la provisión de servicios, que permitan potenciar la salud, el bienestar y la autonomía de los diferentes actores de la sociedad. Todo esto con el fin de facilitar un marco común para la promoción de la salud y la prevención primaria a lo largo del curso de vida.

Antecedentes

La promoción de la salud es el proceso que permite a las personas incrementar el control sobre su salud para mejorarla. Abarca no solamente las acciones dirigidas directamente a aumentar las habilidades y capacidades de las personas, sino también las dirigidas a modificar las condiciones sociales, ambientales y económicas que tienen impacto en los determinantes de salud.

La Promoción de la Salud, como estrategia social, debe proporcionar pues a los ciudadanos (sanos y enfermos) las herramientas necesarias para el cuidado de su salud. En este proceso se debe implicar también a la comunidad que con acciones puedan contribuir a la mejora de la salud de los individuos y a los decisores políticos por el impacto que sus decisiones puedan tener en la salud de la población.

Desde la Dirección General de Salud Pública y Participación se pretende estimular los procesos de transformación a partir del empoderamiento de las personas, ofreciendo herramientas y recursos que les hagan protagonistas mediante el uso de nuevas tecnologías.

Los programas de empoderamiento deben promover el desarrollo de los conocimientos, destrezas y los valores necesarios que permitan al ciudadano, a las comunidades y a las organizaciones ser capaces de tomar decisiones y traducir estas decisiones en acciones efectivas para promover su salud o la salud de la comunidad.

Uno de los medios básicos para posicionar la salud como valor social que busca un cambio de comportamiento a largo plazo y sostenible en el tiempo es el marketing social, considerado como herramienta moderna de la promoción de la salud.

Por otra parte, la Organización Mundial de la Salud (OMS) presenta las tecnologías de la información y la comunicación social (TICS) como nuevas oportunidades para proporcionar respuestas innovadoras para la Promoción de la Salud. Tiene un gran potencial para mejorar la eficacia y eficiencia de las actuaciones del sector salud y para capacitar y educar a las personas en la toma de decisiones. Además, la utilización de plataformas de participación abre un enorme potencial en el empoderamiento y la alfabetización.

Aspectos a considerar

- Un proceso pedagógico para capacitar a las personas a tomar las mejores decisiones.
- Herramientas de marketing Social en Salud que ayuden a las personas a aceptar, adoptar, modificar o abandonar una conducta determinada
- Tecnologías de la información y comunicación social, para generar un espacio de información y de interacción y un instrumento para la provisión de recursos que puedan afrontar este cambio

Los contenidos se basarán en técnicas de aprendizaje significativo, base de la pedagogía activa, utilizando tecnologías de la información y comunicación social y herramientas de marketing social.



Objetivos

Los principales objetivos que se tienen en cuenta con el desarrollo de este reto son:

1. Promover los estilos de vida saludable de los ciudadanos
2. Fortalecer la acción comunitaria
3. Desarrollar políticas públicas saludables



Consultas Preliminares al Mercado (CPM)

La Dirección General de Salud Pública y Participación lanzó, el 7 de diciembre de 2017, una Consulta Preliminar al Mercado, en adelante CPM, con el objetivo de recabar la información necesaria para, por un lado, preparar una eventual contratación pública de innovación, y por el otro, informar a los operadores económicos acerca de sus planes y sus requisitos de contratación.

El anuncio de la convocatoria fue publicado y difundido, a efectos de no distorsionar la competencia, en el Boletín Oficial de las Illes Balears (disponible en la URL: <http://www.caib.es/eboibfront/es/2017/10748/603196/resolucio-de-la-directora-general-de-salut-publica?&idEnviament=603196&mode=view&numero=10748>), y en la plataforma de contratación el 13 de diciembre de 2017 en donde se incluían los siguientes aspectos:

- El objeto de la convocatoria.
- Las condiciones de presentación de las propuestas.
- La aplicación de los principios de transparencia, igualdad de trato y no discriminación ni falseamiento de la competencia.
- Plazo y actualizaciones de la Consulta Preliminar al Mercado.
- Protección de datos personales y confidencialidad.
- Derechos de Explotación de la Propiedad Intelectual e Industrial.

Todo lo anterior a efectos de que puedan tener acceso y posibilidad de realizar aportaciones todos los posibles interesados, de acuerdo con lo previsto en el artículo 115 de Ley 9/2017, de 8 de noviembre, de Contratos del Sector Público.

“Antes de iniciarse la consulta, el órgano de contratación publicará en el perfil de contratante ubicado en la Plataforma de contratación del Sector Público o servicio de información equivalente a nivel autonómico, el objeto de la misma, cuando se iniciara esta y las denominaciones de los terceros que vayan a participar en la consulta, a efectos de que puedan tener acceso y posibilidad de realizar aportaciones todos los posibles interesados. Asimismo, en el perfil del contratante se publicarán las razones que motiven la elección de los asesores externos que resulten seleccionados”.

Cuestionario para las empresas

Con el fin de poder obtener la mayor cantidad de información sobre las propuestas de solución y las características de las empresas, dentro de la CPM, se incluyó un Anexo con un Formulario de propuesta (Disponible como anexo I), que se diligenció por parte de todas las empresas participantes. Este cuestionario se encontraba disponible en modo on-line en la URL http://www.caib.es/sites/consultapreliminaralmercat/es/formulario_de_propuestas/.

El uso del contenido de la información proporcionada no es vinculante y se limita exclusivamente a su posible inclusión en el proceso definición del proyecto que se implementará en las especificaciones de un eventual procedimiento de contratación posterior por parte de la Dirección General de Salud Pública y Participación

Jornada de publicación de CPM

Para dar visibilidad a este proceso, se llevó a cabo una jornada informativa de la CPM, para la que se realizaron labores de difusión en redes y otros medios, así como contactos con empresas.

Esta jornada se llevó a cabo en Palma, el 19 de diciembre de 2017 y los objetivos principales se enfocaron en:



1. La presentación de la Dirección General de Salud Pública y Participación, haciendo hincapié en la Estrategia social para la Promoción de la Salud en Baleares.
2. La presentación del reto y de los objetivos que se pretenden alcanzar con el desarrollo de esta Estrategia Social para la Promoción de la Salud, en torno a promover y fomentar la salud y el bienestar de la población de Baleares.
3. La presentación de Compra Pública de Innovación y de la Consulta Preliminar al Mercado e incentivar la participación de empresas que previsiblemente vayan a licitar.
4. Explicar las vías de participación y los efectos que tendrán sobre las futuras licitaciones.

Esta jornada de apertura supuso un primer contacto entre la entidad contratante y las empresas asistentes.

Durante la Jornada, y en todo el periodo de la CPM, se recibieron preguntas formuladas, por algunas de las empresas participantes en el proceso, las cuales fueron resueltas por parte del equipo técnico de la Dirección General de Salud Pública y Participación, y publicadas en la página web de referencia de la consulta accesible en: <http://www.caib.es/sites/consultapreliminaralmercat/es/portada-48482/?campa=yes>

El documento de preguntas y respuestas, así como las presentaciones utilizadas por los ponentes de la Jornada de Información en sus intervenciones, fueron entregados a los asistentes a través del correo corporativo del proyecto.

Ampliación del plazo de vigencia de la CPM

En respuesta a la solicitud de los participantes, decidió ampliar el plazo previsto para la presentación de propuestas correspondientes a la Resolución del 7 de diciembre de 2017, hasta el 7 de febrero a las 00:00 (media noche), con la intención de poder convocar a las empresas que presenten sus propuestas a una entrevista, con el objetivo de profundizar en cada una de las propuestas.

Jornada de reuniones con las empresas participantes

El 2 de febrero del 2018, se celebró una sesión conjunta con las empresas participantes y una reunión individual con cada una de las empresas participantes en el proceso de CPM desarrolladas.

- A la reunión conjunta con empresas, acudieron Vicomtech y 2GN.
- A las sesiones individuales acudieron:

Hora	Empresas
10:00	2GN
10:45	Vicomtech
12:00	IBM
12:45	IECISA
13:30	Quattroidcp

Conclusiones de la jornada

La jornada permitió a las empresas participantes clarificar los objetivos del proyecto planteado, lo que se traduce en un mejor entendimiento de la iniciativa y por tanto una mejor aproximación a una solución que cumpla con las especificaciones del reto propuesto.

A su vez, la jornada ayudó a identificar las fortalezas y debilidades de los proponentes, que han manifestado en diferentes situaciones, la necesidad de asociarse con otros licitadores (de perfil gran empresa tecnológica) para ofrecer una solución integral.



Al finalizar la jornada, las empresas actualizaron sus fichas teniendo en cuenta la nueva información y mejor entendimiento del proyecto teniendo de plazo hasta el 12 de marzo de 2018.

De todo ello se han extraído las conclusiones que podrán servir para una mejor definición de las necesidades de los pliegos de la futura licitación.



Resultado de las CPM

Tras finalizar el plazo de presentación de las propuestas, se procede a realizar el informe del resultado final de la consulta preliminar en cumplimiento de lo previsto en el artículo 115 de Ley 9/2017, de 8 de noviembre, de Contratos del Sector Público, por la que se transponen al ordenamiento jurídico español las Directivas del Parlamento Europeo y del Consejo 2014/23/UE y 2014/24/UE, de 26 de febrero de 2014.

“Cuando el órgano de contratación haya realizado las consultas a que se refiere el presente artículo, hará constar en un informe las actuaciones realizadas. En el informe se relacionarán los estudios realizados y sus autores, las entidades consultadas, las cuestiones que se les han formulado y las respuestas a las mismas”.

El presente documento recoge aquellas empresas que han participado en la etapa de consultas al mercado a través del envío de propuestas de solución innovadoras y tiene como objetivo, por un lado, ofrecer una mayor visibilidad a las empresas que han participado en la etapa de consultas al mercado y por otro, incrementar su cooperación al facilitar posibles asociaciones entre ellas al dar a conocer las actuaciones que proponen para dar respuesta a las necesidades planteadas.

En el plazo concedido para la presentación de propuestas han cumplimentado el formulario los siguientes participantes:

Fecha	Nombre de la empresa	Sector o ámbito de actividad
06/03/2018	2GN	Tecnologías de la información y la comunicación (TIC) y Telecomunicaciones.
06/03/2018	QUATTRO IDCP	Publicidad
12/03/2018	IBM	IBM SA: Comercio de maquinaria y equipo IBM GSE SA: Otras Actividades relacionadas con la informática
09/03/2018	IECISA	Big Data y de Analítica Avanzada en Sanidad, Banca, Seguros, Seguridad, Transporte y Energía.
08/03/2018	VICOMTECH	Investigación y desarrollo tecnológico en tecnologías de la información con aplicación a diversos sectores, incluido el sector salud.

Conclusiones extraídas

El proceso de gestión de la información para los trámites de la CPM ha funcionado correctamente. En todo momento han estado disponibles los formularios, documentos, etc., en la sede electrónica.

De acuerdo con la información recibida del mercado, se establece que en este mercado existen diversas soluciones basadas en tecnología existente, si bien no cumplen totalmente con las necesidades expuestas y se contempla la necesidad de que exista un desarrollo tecnológico y adecuación específica para el proyecto. Por este motivo, se considera adecuado iniciar un procedimiento de compra pública de tecnología innovadora.

Conclusiones técnicas

De acuerdo con los resultados obtenidos, en cada una de las fichas diligenciadas por las empresas, se han recibido propuestas que oscilan entre 67.110 euros y 790.000 euros y periodos de ejecución de entre 4 meses a 18 meses, así como nivel de madurez tecnológica TRL5 a TRL9.

Dentro de las consultas, se presentaron empresas del sector TIC y otras de marketing y publicidad, por lo que la CPM ayudó a identificar las fortalezas y debilidades de cada una de ellas, por lo que se ha identificado la posibilidad de asociarse entre diferentes licitadores (con un perfil complementario), con el fin de poder ofrecer una solución integral.



A partir de las soluciones y conclusiones obtenidas como resultado de la consulta se podrán detallar las especificaciones funcionales y las condiciones que formarán parte del PCAP y del PPT del proceso de licitación, en su caso.

Partiendo de lo anterior, se puede concluir que se ha recogido suficiente información como para dar por cerradas las consultas y pasar a la redacción del pliego que se estima que se publicarán en el segundo semestre de 2018.



Anexo I: Formulario de propuesta

1. Datos Básicos

Nombre de la propuesta	
Acrónimo	

2. Datos Proponente

Persona Física	<input type="checkbox"/>		
Persona Jurídica	<input type="checkbox"/>		
Sector o ámbito de actividad:			
Tipo de Entidad (Autónomo, Empresa privada, Empresa pública, Centro de Investigación, Universidad, Centro Tecnológico, Otro):			
Propuesta conjunta de varias personas físicas o jurídicas Marque SÍ o NO	SÍ <input type="checkbox"/>	NO <input type="checkbox"/>	
Tamaño de su entidad en la actualidad (N.º de personas en plantilla)			
Facturación total de su entidad en los últimos 3 ejercicios (€)	2016	2015	2014

3. Datos del interlocutor/representante

Nombre del Interlocutor (o representante de la propuesta en caso de propuesta conjunta)	
Teléfono	
Correo Electrónico	
Dirección	

4. Información adicional

¿Su entidad tiene facturación de tecnologías similares a las de la presente propuesta en últimos 3 ejercicios? Responda SÍ o NO	SÍ <input type="checkbox"/>	NO <input type="checkbox"/>
En caso de haber respondido SÍ a la pregunta anterior, diga cuál fue la facturación aproximada de tecnologías similares a las de esta propuesta en los últimos 3 ejercicios (dato agrupado de los 3 ejercicios)		
¿Considera que su entidad dispone de certificaciones relevantes para acometer los retos que se propone? Responda SÍ o NO	SÍ <input type="checkbox"/>	NO <input type="checkbox"/>
En caso de haber respondido SÍ a la pregunta anterior, indique cuáles son esas certificaciones (máx. 300 caracteres)		
¿Considera que el personal de su entidad tiene calificaciones que son específicamente relevantes para acometer los retos que se propone? Responda SÍ o NO	SÍ <input type="checkbox"/>	NO <input type="checkbox"/>
En caso de haber respondido SÍ a la pregunta anterior, indique cuáles son esas calificaciones (máx. 300 caracteres)		



¿Ha realizado inversión en I+D en los últimos 3 ejercicios? Responda SÍ o NO	SÍ <input type="checkbox"/>	NO <input type="checkbox"/>
En caso de haber respondido SÍ a la pregunta anterior, indique cuál ha sido el importe de dicha inversión en los últimos 3 ejercicios (dato agrupado de los 3 ejercicios)		
¿Su entidad ha obtenido financiación pública de concurrencia competitiva para proyectos de I+D en alguno de los 3 últimos ejercicios? Responda SÍ o NO	SÍ <input type="checkbox"/>	NO <input type="checkbox"/>
En caso de haber respondido SÍ a la pregunta anterior, indique el volumen de financiación captada en los últimos 3 ejercicios (dato agrupado de los 3 ejercicios)		
Para el reto planteado, aportar información detallada en relación a investigaciones, desarrollo de soluciones, publicaciones, etc., realizados o realizándose cuyo objeto sea similar al indicado.	1. Investigaciones. Descripción detallada. 2. Desarrollo de soluciones. Descripción detallada. 3. Publicaciones. Descripción detallada. 4. Otros. Descripción detallada.	

5. Descripción de la propuesta de solución

Breve resumen de la propuesta de solución: especificación funcional (máximo 1.250 caracteres) Descripción de la posible idea que pueda satisfacer la necesidad planteada por parte de la Dirección General de Salud Pública y Participación, descrita desde un enfoque funcional	
Explicación del proceso pedagógico para capacitar a las personas a tomar las mejores decisiones (máximo 500 caracteres)	
Descripción de las herramientas de marketing Social en Salud que ayuden a las personas a aceptar, adoptar, modificar o abandonar una conducta determinada (máximo 500 caracteres)	
Planteamiento de las tecnologías de la información y comunicación social (máximo 500 caracteres)	
Duración estimada para la ejecución de la propuesta planteada (meses)	
Coste estimado del desarrollo de su solución propuesta (€):	
Beneficios aportados por la solución propuesta para otros agentes (máx. 850 caracteres)	
Elementos de innovación (nuevas tecnologías entregadas y soluciones innovadoras) o Resultados de I+D esperados. Específicamente, diga cuáles son los elementos diferenciadores de su propuesta frente a los productos y servicios que se encuentran ya disponibles en el mercado (máx. 850 caracteres)	
Necesidades tecnológicas para la aplicación de su propuesta (indicar un ejemplo)	
Nivel de madurez actual en el que se encuentra su solución propuesta (en caso de conocer en nivel de madurez tecnológica (TRL ¹) en el que se encuentra, indíquelo):	
Resultados de I+D que se espera generar (máx., 850 caracteres)	
Indique las regulaciones y normativa asociada a la necesidad planteada.:	

¹Los códigos TRL se pueden consultar en [“HORIZON 2020 – WORK PROGRAMME 2016-2017 General Annexes: G. TRL”](#)



Esta información, o parte de ella, se publicará en las conclusiones de la Consulta Preliminar al Mercado en aras de favorecer la colaboración entre los participantes, así como de estos agentes interesados que no hayan participado en la misma.

6. Declaraciones Obligatorias

Autorizo a la Dirección General de Salud Pública y Participación al uso de los contenidos de las propuestas. Este uso se limitará exclusivamente a la posible inclusión de los contenidos en el proceso de definición de las líneas de trabajo, que se concretará en los posibles pliegos de los posibles procedimientos de contratación que se tramiten con ulterioridad bajo la fórmula de Compra Pública de Innovación:	<input type="checkbox"/>
La propuesta presentada está libre patentes comerciales, copyright o cualquier otro derecho de autor o empresarial que impida su libre uso por parte de la Dirección General de Salud Pública y Participación o de cualquier otra empresa colaboradora en el desarrollo de futuros proyectos:	<input type="checkbox"/>

7. Autorización de uso de los datos aportados (marque SÍ o NO)

	SÍ	NO
Importante: Autorizo a que "esta información se incorpore a un fichero denominado <i>Registro de datos de Consulta_ la Dirección General de Salud Pública y Participación_CPI</i> , con la finalidad de gestionar los datos de los participantes en la consulta al mercado, manteniéndose bajo responsabilidad de la Dirección General de Salud Pública y Participación, siempre que las personas usuarias no manifiesten lo contrario. Los derechos de acceso, rectificación, cancelación y oposición pueden ejercerse dirigiéndose a la siguiente dirección de correo electrónico: secretaria@dgsanita.caib.es	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

8. Relación de documentación adjunta aportada

En el caso de que los hubiese, indique la documentación que acompaña a su propuesta y que proporcione mayor información acerca de la idea propuesta.

Nombre del archivo:	Breve descripción:	Confidencial*
		<input type="checkbox"/>

*Marcar en el caso de que la documentación correspondiente sea confidencial



Anexo II: Resumen de las propuestas

Para el análisis de las propuestas presentadas se ha tenido en cuenta la información no confidencial procedente de las fichas (anexo I) cumplimentadas por parte de cada una de las empresas, de acuerdo con lo previsto en el artículo 115 de Ley 9/2017, de 8 de noviembre, de Contratos del Sector Público:

- *En ningún caso durante el proceso de consultas, el órgano de contratación podrá revelar a los participantes en el mismo las soluciones propuestas por los otros participantes, siendo las mismas solo conocidas íntegramente por aquel.*
- *Con carácter general, el órgano de contratación al elaborar los pliegos deberá tener en cuenta los resultados de las consultas realizadas; de no ser así deberá dejar constancia de los motivos en el informe a que se refiere el párrafo anterior. La participación en la consulta no impide la posterior intervención en el procedimiento de contratación que en su caso se tramite.*

El orden en el que se presentan es alfabético.

2GN SOCIAL

Descripción de la entidad

2GN es una aplicación de móvil totalmente gratuita que conecta las necesidades de unos (ej.: compañía, cuidados, tratamientos, terapias, necesidades cotidianas, tareas puntuales) con las habilidades de otros (vecinos de su propio entorno) de la forma más intuitiva y accesible posible para el usuario; recuperando la comunidad, revitalizando el barrio, fomentando las tareas entre vecinos y a través de ellas, su integración socioeconómica.

En este nuevo barrio virtual busca reforzar el movimiento social solidario y dar un apoyo real a las asociaciones. Uno de los principales objetivos es lograr un cambio en la sociedad y que ésta se concencie de las iniciativas solidarias que se realizan a diario. Que pueda acceder a ellas a tiempo real y de forma cotidiana. Se pretende que el mundo sepa lo que se está haciendo y que los vecinos de 2GN participen en las acciones sin ánimo de lucro que se realizan en sus barrios.

Descripción de la propuesta

Promoció de la Salut entre Veïnats (PROSAVE)

El pilar fundamental de esta propuesta es la comunicación e interacción entre vecinos en su barrio a través de canales y dispositivos que el ciudadano ya utiliza en su día a día: una web interactiva e informativa, los smartphones, las apps y los gadgets tecnológicos.

Se pretende combinar información, tecnología, autonomía y actividades sociales para conseguir una reacción real y un plan de acción total que no sólo provea de información saludable a los ciudadanos, sino que también los motive para llevar a cabo este cambio.

Explicación del proceso pedagógico

El proceso pedagógico se basa en la metodología de apoyo entre iguales. A través de las relaciones entre vecinos y la interacción en sus barrios; Reforzamiento el vínculo con las instituciones y dotando al ciudadano de la motivación que necesita para adquirir realmente estos nuevos hábitos saludables. El usuario se entretiene, aprende y mejora la su vida tanto a nivel físico como social.

Herramientas de marketing social en salud

Se aplicará la tecnología de la app social 2GN.; desarrollada en el ParcBit. La app conecta necesidades y habilidades en los barrios, permite a los vecinos comparar avances saludables, buscar apoyo de alguien que ha pasado lo mismo o tomar conciencia de su función social (Responsabilidad).



La app también es un nuevo canal para difundir campañas informativas al móvil del usuario (Ej.: Inicio vacunación gripe) y recoge información sobre su comportamiento voluntario; así adaptamos los servicios con las necesidades reales.

Planteamiento de las tecnologías de la información y comunicación social

El smartphone funciona como el eje de la parte interactiva del proceso pedagógico que se presenta. Además de tener la capacidad de introducirse en la vida cotidiana del usuario, facilita el análisis inteligente de los datos de uso de la población (movilidad, estado, participación por zonas, etc.).

La comunicación socio-tecnológica que se utiliza proporciona autonomía, motivación y recursos a los ciudadanos para autoevaluarse y supervisar su evolución. Además, la herramienta se basa en una tecnología de uso fácil para paliar la brecha digital.

Beneficios aportados

Los beneficios derivados se presentan a nivel económico y social:

- **Consejería:** Reducción del gasto presupuestario (hospitalizaciones, patologías crónicas, etc.) y gestión eficiente del servicio y la implicación de todos los estamentos (comunidades, decisores, etc.).
- **Ciudadanos:** Vínculo emocional y vía directa de comunicación.
- **Red Salud CAIB:** Reducción del colapso producido por personas que van a urgencias por un mal somatizamos (paliar soledad) o males leves que pueden solucionarse con la ayuda de un vecino.
- **Participación:** Fomento de redes de ayuda comunitarias de cualquier ámbito.
- **Análisis de datos:** Información por zonas geográficas, datos vitales para la aplicación de nuevas políticas, acciones específicas, etc.
- **Gobierno Balear:** Comunidad pionera en poner en marcha un proyecto social inteligente enfocado a promover la salud y adquirir hábitos saludables.

Elementos de Innovación

A través de la app, que permite un manejo cotidiano y funcional; se incorporan las últimas tecnologías de gestión y análisis inteligente de datos como *Big Data* o *Machine Learning*. Se marca un punto de inflexión en temas de usabilidad con técnicas de *User Experience*, que coloca al usuario como el punto de partida de todo el sistema (funciona hacia él). La combinación de los elementos que se presentan, se aporta una única tecnología social que no existe en el mercado actual.

Se enfoca en un sistema que mantiene el equilibrio entre las bases de Salud que se conserva y la obligación de adaptarse a los tiempos actuales, creando una nueva red tecnológica que permite al ciudadano tomar conciencia de la importancia de la salud y de su influencia; además de aprender sobre hábitos saludables de forma autónoma mientras se recogen datos para adaptar los servicios que se ofrecen de la forma más eficiente.

La tecnología que se propone se encuentra a un nivel TRL - 9 (ya que es una solución tecnológica disponible actualmente y, además, probada en un entorno real, donde ya está en marcha).

Tras dos años de trabajo en la idea y el desarrollo, la app social 2GN salió a al alcance del público el pasado marzo 2017 y hasta el momento, se han superado las 35.000 descargas y se han sumado al proyecto más de 30 entidades sin ánimo de lucro.

Resultados esperados

A través de la plataforma y la tecnología de monitorización a tiempo real, se puede saber si las acciones realizadas; tanto informativas como interactivas, cumplen tres puntos importantes:

- 1) La acción se ha entendido.
- 2) La acción se ha realizado.
- 3) La acción ha producido el resultado esperado.



Esta propuesta ofrece una muestra poblacional, en donde la solución ya ha sido aprobada, y, además, incluye herramientas necesarias para modular las acciones de promoción (incluso a tiempo real), perfeccionar resultados y ganar eficiencia. Datos como: hábitos reales de movilidad, hábitos saludables, nivel de interiorización de la información, comunicación con instituciones, etc.

Se esperan resultados para que la tecnología propuesta se pueda poner en uso dentro de otros sectores y adaptándola y validándola, a las condiciones de cada uno de ellos.

IBM

Descripción de la entidad

IBM cuenta con un área específica de Salud con más de 200 profesionales, desde la que se han desarrollado proyectos relevantes, como el desarrollo de los sistemas de gestión clínica de 16 hospitales en Catalunya, la plataforma de Interoperabilidad de Catsalut, o la gestión de la primaria en SERMAS.

Además, en IBM tiene un área específica de *Digital Reinvention for Growth*, con más de 100 profesionales en España centrados en soluciones de Experiencia de Usuario y con modelos que permiten definir la estrategia de reinversión Digital en nuestros clientes.

IBM tiene una de las agencias digitales más grandes del mundo, IBM IX, que desarrolla metodologías como el IBM *Design Thinking* que pone al usuario en el centro de la solución.

La innovación se encuentra en el ADN de la compañía. A nivel global, la inversión en I+D de IBM durante los últimos 3 años (2014-2016, ambos incluidos) asciende a 15,45 mil millones de dólares. Esto les ha permitido en 2016, y por vigésimo cuarto año consecutivo, reafirmar su liderazgo en patentes con 8.088 innovaciones en 47 países, entre ellas 11 españolas, que abarcan IA, *cloud* o seguridad digital, entre otras.

Además de la actividad propia de I+D, el grupo IBM colabora también en numerosos proyectos de I+D de financiación pública a nivel europeo. Como ejemplo de los liderados desde España en los últimos 3 años cabe destacar m-RESIST, DANAUS o SHIELD.

IBM tiene su propia unidad de *Research* y publicaciones que es el IBM *Institute for Business Value*. El IBV aprovecha la industria global de IBM, funcional, así como sus expertos para descubrir las tendencias emergentes, las innovaciones empresariales y los patrones de éxito en todas las industrias. El IBV tiene una presencia mundial y está compuesto por más de 50 consultores que realizan investigaciones y análisis en múltiples industrias y disciplinas funcionales.

Descripción de la propuesta

CUIDA-T: La teva plataforma de Salut

IBM propone la creación de una nueva plataforma de salud “CUIDA-T”, orientada a conseguir atraer, nutrir de conocimiento, captar el interés, dar servicio y fidelizar a los ciudadanos para convertirlos en corresponsables de su propia salud.

El desarrollo de “CUIDA-T” está orientado a dar servicio a:

1. Ciudadanos, a través de espacios específicos organizados por áreas de interés/patologías donde podrán encontrar cuestionarios de autoevaluación, información/materiales de interés, localizar a expertos y establecer relaciones con otros ciudadanos / organizaciones / entidades con intereses, experiencias y/o capacidades similares o relevantes para ellos. El objetivo principal de este espacio es el de conseguir que la ciudadanía sea consciente de su situación y del impacto que tienen sus acciones/estilos de vida en su salud y decidan de forma autónoma tomar control sobre la misma y llevar a cabo acciones proactivas para su control/mejora apoyados por las herramientas y recursos facilitados por la Administración y su entorno.



2. Organizaciones (gubernamentales, privadas, ciudadanas, etc.), a través de espacios compartidos donde podrán dar a conocer la labor que desempeñan, generar concienciación entre la ciudadanía y poner a su disposición herramientas y recursos que faciliten y promuevan estilos de vida saludables. Adicionalmente, a través del portal “CUIDA-T”, estas organizaciones podrán autoevaluarse y comparar su situación en relación a otras organizaciones que desempeñen un rol similar al suyo y acceder a posibles recursos que la Dirección General de Salud Pública y Participación (o terceros si así se establece) ponga a su disposición.
3. Entidades de soporte (centros de psicología, centros de nutrición, gimnasios, etc.), que podrán dar a conocer sus capacidades a través de este portal, ligadas a las diferentes iniciativas de promoción de la salud generadas por la Administración. Al igual que en el caso de las organizaciones, estas entidades podrán también acceder a cuestionarios y materiales de interés para ellas, que les permitan mejorar su actividad y el servicio que dan a la ciudadanía.
4. La propia Administración, que a través de la plataforma podrá recabar información de los hábitos e intereses de la población para así adaptar y mejorar así sus acciones de prevención y promoción de la salud de forma acorde. Adicionalmente, en la plataforma “CUIDA-T”, se podrán crear espacios específicos para los técnicos/decisores políticos de las diferentes áreas de la Administración, desde los cuales puedan igualmente acceder a materiales de interés y recursos que les ayuden a entender el impacto que tienen sus políticas en la ciudadanía y descubrir la forma en la que maximizar ese impacto de una manera positiva para el ciudadano.

Como elemento principal en una fase I, se propone el desarrollo de un portal de salud con las siguientes capacidades:

- Posibilidad de definir cuestionarios y/o encuestas de autoevaluación.
- Capacidad de crear comunidades, públicas y privadas, que permitan la organización de contenidos y compartición de conocimiento.
- Uso de foros/blogs, donde compartir experiencias y opiniones.
- Posibilidad de gestionar recursos y contenidos
- Capacidad de aprender de cada usuario y ofrecerle sugerencias en función de sus propias preferencias y su forma de interaccionar.
- Posibilidad de definir programas de “reconocimiento” para la ciudadanía.
- Capacidad de realizar un seguimiento de la actividad de las comunidades y miembros.

En una fase 2, se propone complementar la plataforma con un sistema de soporte a la definición e implementación de campañas de prevención y promoción de la salud.

Explicación del proceso pedagógico

Esta propuesta se basa en dotar a ciudadanos, organizaciones y decisores de un conjunto de herramientas que les ayuden a medir y entender mejor su situación, así como el impacto que puede tener, tanto en ellos como en su entorno, determinadas acciones y/o hábitos. Se ofrecerá un espacio donde puedan acceder a información y materiales de interés, pero también conectar con terceros, conocer experiencias relevantes y compartir las propias y tener fácil acceso a expertos y recursos, que les ayuden y acompañen en el proceso de definición de sus objetivos de salud y/o toma de decisiones.

Herramientas de marketing social en salud

Las tres áreas planteadas son:

1. **Información del ciudadano.** Aprovechar los datos en todo el recorrido del ciudadano, formando una visión completa de su entorno.
2. **Experiencia Digital y gestión de contenidos.** Ofrecer experiencias atractivas para la ciudadanía, convirtiéndoles en actores activos de su salud y la de su entorno y mejorando su educación y “engagement”.
3. **Marketing personalizado.** Poner el poder de los datos en manos de especialistas, permitiéndoles orquestar campañas planificadas.



Planteamiento de las tecnologías de la información y comunicación social

La propuesta plantea apoyarse de las siguientes herramientas:

- Herramientas de colaboración y compartición del conocimiento, como *IBM Connections*.
- Herramientas de marketing para la gestión de las campañas de prevención y promoción de la salud, como *IBM Watson Campaign Automation*.
- Redes sociales para la difusión de las campañas definidas.

Beneficios aportados

El proyecto permitirá ofrecer beneficios adicionales a:

- **Organizaciones gubernamentales y ciudadanas y entidades de soporte:** se les ofrecerá un espacio donde poder llegar a la ciudadanía y dar a conocer su actividad. También dispondrán de herramientas para medir su situación en comparación con otras organizaciones similares o medir el impacto de los programas en los que participan.
- **Entidades de soporte (como centros de nutrición, gimnasios, etc.):** Al igual que en el caso de las organizaciones gubernamentales y ciudadanas, la plataforma “CUIDAT” se presenta para estas entidades (con las que la Administración pueda llegar a acuerdos), como una vía adicional a través de la cual llegar a la ciudadanía y promover su actividad. Se podrán presentar de este modo ante la ciudadanía como entidades “saludables” que desempeñan una acción social y en pro de la salud colectiva de la población. Al igual que en el caso de las Organizaciones, dispondrán además de herramientas para medirse comparativamente con otras entidades o medir el impacto de los programas / comunidades en los que participan / son miembros.
- **Administración:** CUIDA-T permitirá no únicamente desarrollar políticas de prevención y promoción de la salud sino recabar y analizar información y contenido social compartido en esta plataforma para así poder tomar mejores decisiones y conseguir una ciudadanía más comprometida y satisfecha con la Administración. Esta información podrá ser igualmente valiosa para el “Departament de Salut”, pudiéndose integrar en fases posteriores del proyecto.

Elementos de Innovación

“CUIDA-T” permitirá trasladar al ámbito de la Salud Pública unas prácticas y procesos plenamente implantados en otras industrias. Entre estas, destacarán:

- La capacidad de interconectar a los diferentes actores potenciales en la prevención y promoción de la salud de la ciudadanía.
- Una capacitación de la población basada en la experiencia y en la compartición del Conocimiento
- La posibilidad de definir y autogestionar por parte de la Dirección General de Salud Pública y Participación campañas de marketing orientadas a la promoción y prevención de la salud de los ciudadanos.
- La aplicación de tecnologías de machine learning y procesamiento del lenguaje natural que permitirán aprender de la experiencia de los usuarios de la plataforma y hacer recomendaciones en base a esa experiencia.

Resultados esperados

El proyecto “CUIDA-T” pretende convertirse en una referencia única en el mercado en el empoderamiento de la población, tanto enferma como sana, a través de la combinación única de las tecnologías de la información y el marketing social. En este sentido, a través de este proyecto, permitirá a la Dirección General de Salud Pública y Participación convertirse en un modelo para otras comunidades y/o países dentro del ámbito de la prevención y promoción de la salud.

A través de estas capacidades, la plataforma “CUIDA-T” permitirá a la Dirección General de Salud Pública y Participación conseguir un empoderamiento y experiencia óptima del



ciudadano con el objetivo de conseguir ciudadanos concienciados, educados (desde un punto de vista de gestión de su salud), y corresponsables de su propia salud.

IECISA

Descripción de la entidad

Es la empresa de tecnología del Grupo El Corte Inglés especializada en la provisión de soluciones digitales innovadoras y servicios de valor añadido para la Transformación Digital de compañías, líder en provisión de servicios para las Administraciones Públicas. A los efectos de nuestra propuesta podemos distinguir algunos elementos que, creemos, debemos resaltar.

Centran su experiencia, talento y conocimiento sectorial en el desarrollo de propuestas integrales de valor con base tecnológica, orientadas a maximizar el valor de la relación de las organizaciones con su cliente optimizando a la vez la operación de su negocio.

Trabajan con los líderes globales del sector y con empresas emergentes, especialistas de cada industria, combinando sus mejores capacidades con las nuestras, para conseguir resultados diferenciales en nuestros clientes.

Descripción de la propuesta

Smart and Healthy CITIZEN (SHCITIZEN)

El objetivo de esta propuesta es crear un sistema que permitirá definir una estrategia social para la promoción de la Salud y realizar un seguimiento de la misma de forma que se podrán medir los efectos de todas las acciones planificadas en la estrategia.

Estará orientada a todos los colectivos “formales” (centros educativos, empresas, centros sanitarios, entre otros), “informales” (plataformas ciudadanas, etc.), así como a la ciudadanía ya estén sanos y enfermos.

Con este sistema se promocionará la Salud de la ciudadanía de forma efectiva creemos imprescindible cubrir tanto el bienestar físico, cognitivo, mental como el social. Se tendrán en cuenta los determinantes sociales de la salud son las circunstancias en que las personas nacen, crecen, viven, trabajan y envejecen, así como los principales factores de riesgo en enfermedades evitables (alcohol, tabaco, sedentarismo, alimentación entre otros).

Se propone implementar un asistente virtual que utilizará inteligencia artificial de forma que permita resolver dudas a los ciudadanos relacionado con su bienestar, realizar recomendaciones en hábitos de vida saludable personalizados para cada ciudadano en función de sus características y su estado actual de forma no invasiva.

El sistema permitirá ampliar el conocimiento de la población en relación con la salud y desarrollar los valores y habilidades que promuevan salud de forma efectiva con datos objetivos.

Con el fin de asegurar el óptimo funcionamiento del sistema, se propone definir una serie de metodologías y métricas para poder medir los principales KPI de forma que el sistema se pueda adaptar a cada persona de forma eficiente y los decisores políticos y técnicos puedan analizar el resultado de las acciones implementadas en su estrategia en cada momento. Se propone medir entre otros aspectos los siguientes:

- La utilidad y efectividad de las recomendaciones personalizadas.
- Seguimiento que los objetivos (bienestar físico, cognitivo, mental y social).
- Validar las tecnologías no molestas/invasivas para monitorización física, cognitiva, social y mental.
- Evidenciar el diseño e innovación centrado en el usuario, formas intuitivas de interacción hombre-persona y aceptación de los usuarios.
- Potenciar el coste-efectividad gracias a la mejora del autocuidado, del estilo de vida y del manejo del cuidado.



Explicación del proceso pedagógico

En el diseño del asistente virtual se cuidará la experiencia de usuario, los diálogos, claros y sin ambigüedades, el lenguaje será sencillo y claro para que pueda ser entendido por cualquier persona. Se tendrán en cuenta casos específicos como pueden ser su utilización en centros educativos.

El sistema medirá las interacciones para permitir inferir las principales preguntas planteadas, analizará los diálogos y de esta forma se podrán extraer conclusiones de utilidad en el ámbito de la educación sociosanitaria.

Herramientas de marketing social en salud

Entre las herramientas de Marketing Social proponemos *Google Analytics* y *Hootsuite*.

Planteamiento de las tecnologías de la información y comunicación social

Tecnologías *Chatbot*, servicios cognitivos de los principales fabricantes para interpretar las intenciones del texto, tecnología de procesamiento de lenguaje natural *open source*, sistema de recomendación de acciones, *framework Open Source Apache Spark*, lenguajes de programación Python y R con sus librerías.

Beneficios aportados

- Ahorro de costes para los servicios Sociales y Sanitarios: Al cuidar el bienestar de los ciudadanos en sus diferentes ámbitos físico, mental, cognitivo y social, se estima que se ahorrarán costes de servicios sociales.
- Posibilidad de generar riqueza al crear un ecosistema de empresas innovadoras alrededor de la plataforma que puedan ofrecer todo tipo de servicios de valor añadido a los ciudadanos como por ejemplo dietas personalizadas, actividades sociales, culturales y deportivas.

Elementos de Innovación

Elementos innovadores y diferenciales respecto a productos existentes en el mercado:

- Coach Virtual que utiliza inteligencia artificial para entender la situación de cada usuario y es capaz de recomendar.
- Poder tener en cuenta el bienestar físico, mental, cognitivo y social con lo que permite una visión integral del ciudadano.
- Disponer de herramientas para poder medir de forma ágil los resultados de las acciones realizadas por los decisores dentro de su estrategia.
- La experiencia de usuario con diálogos estudiados desde el punto de vista tanto clínico, como social y educativo.

Resultados esperados

- Entender las interacciones de ciudadanos con perfiles totalmente diferentes pertenecientes a diferentes rangos de edad, niveles educativos diferentes, etc. con sistemas cognitivos, mejorando la interacción hombre-máquina.
- Mejorar los hábitos de vida saludables de los ciudadanos mediante tecnología cuidando y midiendo la efectividad de los mensajes y el lenguaje utilizado.
- Conocer mejor a una población y sus necesidades reales en el ámbito socio sanitario.

QUATTRO IDCP

Descripción de la entidad

QUATTRO IDCP es una agencia de publicidad integral, que se caracteriza por trabajar con creatividad, para desarrollar trabajos de publicidad y comunicación. Se fundamentan en ayudar a las marcas a destacarse frente a la competencia y a vender sus productos o servicios.



Descripción de la propuesta

VIDA I SALUT (VIDAS)

Esta propuesta propone una solución innovadora en cuanto al uso de herramientas de marketing y comunicación social (web, blog, foros, redes sociales) combinadas con una estrategia de marketing relacional (permission marketing, publicidad social, publicidad en buscadores, retargeting), que se apoya en la implementación de un software de CRM específico y orientado a ciudadanos para hacer seguimiento en tiempo real de los usos de la información en todos los dispositivos que conforman el proyecto y permitir una comunicación personalizada y dirigida.

VIDAS centraliza toda la información de Prevención de Salud y Estilos de vida saludables en único portal web y la distribuye por todos los canales de comunicación social de interés para la iniciativa y sus públicos objetivo.

La estrategia se fortalece con la segmentación de contenidos por criterios temáticos, objetivos de comunicación y salud, y perfil del target al que nos dirigimos en cada caso.

Seguimiento continuado del uso que los ciudadanos registrados hacen de VIDA I SALUT para planificar acciones de comunicación personalizadas (emails, alertas push) de refuerzo a conductas saludables.

Explicación del proceso pedagógico

El proceso pedagógico se centra en 4 puntos:

- Difusión de información veraz avalada por una fuente de máxima credibilidad.
- Estrategia de gamificación para favorecer el aprendizaje y adopción de estilos de vida saludables.
- Desarrollo de materiales didácticos por temáticas y objetivos de salud para el portal web y herramientas del ecosistema VIDAS, y para utilizar en entornos físicos: Aulas, talleres, centros cívicos...
- Evaluación del impacto de VIDAS en la implementación de estilos de vida saludables.

Herramientas de marketing social en salud

- CRM: Software de gestión de usuarios para lograr su fidelización
- Redes sociales: Difusión de los contenidos e Interacción con target, bajo criterios de segmentación para garantizar que el mensaje se adapta al target destinatario del mismo. Fomento constante de la participación de la comunidad.
- Publicidad digital: Alta segmentación para impactar a públicos seleccionados según el objetivo de comunicación.
- *Permission marketing*:
 - Campañas de emailing a usuarios registrados (Suscripción a noticias/temáticas; información recordatoria adaptada al uso que hace de la plataforma; promoción de app móvil).
 - Campañas de emailing a Base de Datos de decisores políticos con información puntual, así como boletines trimestrales para informar sobre el impacto en salud por áreas de conocimiento/actuación.

Planteamiento de las tecnologías de la información y comunicación social

- Portal Web: Información sobre hábitos de vida saludables; acceso directo a portales de la Conselleria de Salut; acceso directo a herramientas de participación digital.
- Blog: Blog 1. con artículos firmados por profesionales de la salud y Blog 2. con artículos escritos por ciudadanos para compartir sus experiencias con otros. Estarán clasificados por categorías temáticas (maternidad, bebés, actividad física, recetas saludables...)
- Foro: Los usuarios podrán crear hilos de discusión, sujetos a moderación y normas de participación. Distinguimos foro de profesionales del foro de ciudadanos. El foro de ciudadanos también estará abierto a comunidades (de pacientes, clubs y escuelas deportivas municipales / escolares..., de vecinos...).
- Juegos online: Estrategia de gamificación para difundir estilos de vida saludables.



- Apps móviles: Desarrollo e implementación de aplicaciones de salud para ciudadanos. Una aplicación por objetivo concreto y uso (1. Alimentación saludable, 2. Actividad física, 3. Prevención de ITS, entre otros).

Beneficios aportados

Asociaciones, comunidades y grupos de pacientes

- Compartición de contenidos de alto valor. Mayor información de interés para estas comunidades de pacientes y cuidadores. Espacio de apoyo comunitario. Empoderamiento de pacientes y familiares.

Profesionales del Sistema de Salud de Illes Balears:

- Iniciativas para incrementar las competencias profesionales, modernizar el sistema de salud y fomentar una cultura de innovación en el ejercicio de su profesión.
- Transferencia de conocimiento entre profesionales.
- Propuesta de mejoras innovadoras en su actividad diaria.

Decisores Políticos:

- Conocimiento real del impacto en salud que tienen las políticas y acciones impulsadas desde las distintas áreas de gobierno (centros de enseñanza, espacios de trabajo, espacios públicos, centros de ocio...).
- Influenciar a los decisores políticos para que tomen conciencia de la necesidad de aplicar el impacto en salud en las medidas que aprueban y en actividades que desarrollan.

Escola d'Hoteleria de les Illes Balears

- Jornadas de alimentación saludable.
- Confección de recetas saludables.

Asociaciones de distribuidores de alimentación y grandes superficies

- Guía para interpretar la etiqueta nutricional.

Conselleria de Educació

- Utilización de los vehículos de comunicación con los padres de alumnos para la divulgación del portal VIDA I SALUT en su lanzamiento, así como para la difusión de programas educativos concretos e información práctica sobre alimentación infantil.

Universitat de les Illes Balears

- Coparticipación en materiales de educación física.
- Coparticipación en materiales sobre nutrición y alimentación saludable.

VICOMTECH

Descripción de la entidad

Vicomtech es un centro de investigación aplicada especializado en las tecnologías de *Advanced Interaction, Computer Vision, Data Analytics, Computer Graphics y Language Technologies*.

Vicomtech tiene por objeto responder a las necesidades de innovación de las empresas e instituciones. Para ello: Realiza investigación aplicada y desarrolla tecnologías multimedia de interacción visual y comunicaciones; Colabora estrechamente con la industria, la universidad y



otros centros tecnológicos, a quienes complementa; y Fomenta la movilidad y formación de sus investigadores.

De este modo, los conocimientos y tecnologías que domina directamente o a través de la red aportan valor a sus clientes, ya que Vicomtech:

- Ofrece la respuesta adecuada a las necesidades de sus clientes.
- Facilita a las empresas el aprovechamiento de las oportunidades que puedan surgir.
- Les propone mejoras o desarrollos para sus productos basados en los últimos avances del conocimiento científico y tecnológico.
- El Patronato de Vicomtech está compuesto por patronos representativos y relevantes en sus ámbitos de actuación.

Descripción de la propuesta

Sistema de Recomendación – GOIB (LaTevaSalut)

Se propone realizar una plataforma basada en inteligencia artificial, con las siguientes funcionalidades:

- Módulo de estratificación (perfilado) de los usuarios adaptativo a lo largo del tiempo en base a la información recogida, el cual pueda predecir un posible comportamiento del usuario
- Sistema de recomendación colaborativo para proporcionar contenidos, actividades, o sugerencias de cambio de hábitos personalizados en base al perfil del usuario, y a las necesidades de cada comunidad.
- Framework de analítica visual para decisores políticos y técnicos que ayude a determinar políticas a seguir con diferentes tipos de usuarios (ej. usuarios con mayor riesgo de tabaquismo) para mejorar los hábitos saludables de los diferentes perfiles
- OPCIONAL. Herramienta de análisis automático de redes sociales en base a procesamiento de lenguaje natural (texto) para adquisición de información de los usuarios y adquisición de nuevos contenidos. Cabe destacar, que tanto la plataforma web, como las apps para usuarios (ciudadanos, comunidades, decisores), no serán desarrolladas por Vicomtech.

Explicación del proceso pedagógico

La principal ventaja del sistema LaTevaSalut es la capacidad de aplicando técnicas avanzadas a poder dar soporte tanto a (i) ciudadanos/pacientes para que de forma dinámica y con métodos predictivos mantengan su compromiso con el cambio de hábito deseado y logren los objetivos propuestos, (ii) como a comunidades para que puedan obtener la información necesaria de su comunidad (ej. necesidades/problemas principales) y tener herramientas de mejora y (iii) decisores políticos para que con herramientas visuales puedan determinar las necesidades en los distintos sectores de la población.

Beneficios aportados

Se maximiza la identificación de los usuarios con la campaña de salud lanzada y se facilita la adherencia de estos a las metas marcadas. LaTevaSalut permite una comunicación natural y un seguimiento cercano de los progresos de la población a nivel de ciudadano, comunidad y decisores políticos/técnicos.

Elementos de Innovación

Las herramientas de inteligencia artificial que se ofrecen en esta oferta permiten obtener una solución eficaz y dinámica para la generación de un sistema personalizado de recomendaciones para ciudadanos y comunidades, así como un sistema visual para analizar desde el punto de vista político/técnico las necesidades de la sociedad desde varias perspectivas.



Además, mediante herramientas de procesamiento de lenguaje natural, se espera la adquisición de información adicional de los usuarios, así como la adquisición automática de contenido.

En la actualidad existen productos de *machine learning* y de procesamiento de lenguaje natural en el mercado, los cuales pueden ser complejos de utilizar, específicos y no pueden adaptarse a las necesidades concretas de este escenario.

Resultados esperados

Se maximiza la identificación de los usuarios con la campaña de salud lanzada y se facilita la adherencia de los mismos a las metas marcadas. LaTevaSalut permite una comunicación natural y un seguimiento cercano de los progresos de la población a nivel de ciudadano, comunidad y decisores políticos/técnicos.

