

GUÍA PRÁCTICA DE CONSULTAS AL MERCADO 4.0

Reinventando las
consultas al mercado

Código
100

XUNTA DE GALICIA



EDITA
XUNTA DE GALICIA
CONSELLERÍA DE SANIDAD
AXENCIA DE COÑECEMENTO EN SAÚDE

LUGAR
SANTIAGO DE COMPOSTELA

AÑO
2019

DISEÑO E IMPRESIÓN
TÓRCULO COMUNICACIÓN GRÁFICA, S. A.

DEPÓSITO LEGAL
C XXX-2019

GUÍA PRÁCTICA DE CONSULTAS AL MERCADO

4.0

Reinventando las
consultas al mercado

Código
100



ÍNDICE

MOTIVACIÓN Y ESTRUCTURA DE LA GUÍA

7

Parte I

¿QUÉ SON LAS CONSULTAS PRELIMINARES AL MERCADO?

9

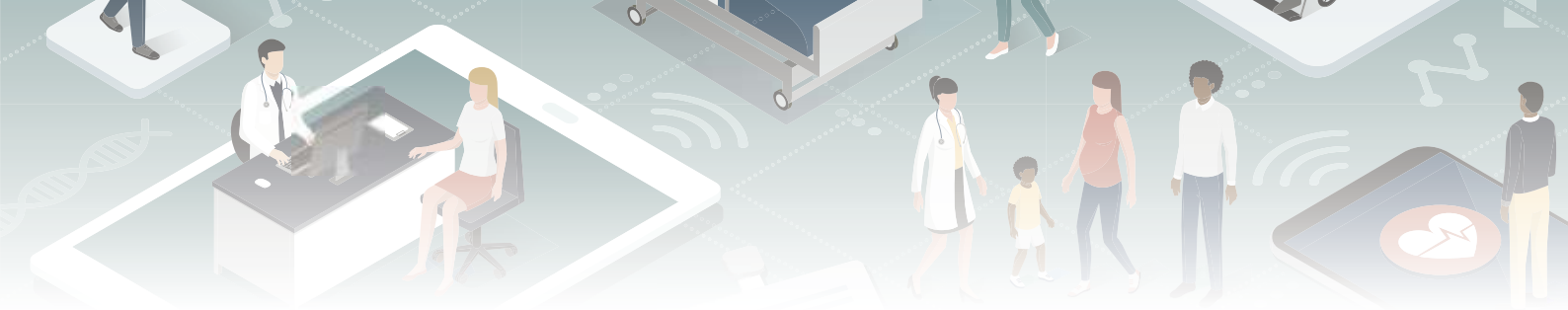
1	UNA NUEVA ERA EN LA CONTRATACIÓN PÚBLICA Y EN LAS POLÍTICAS DE INNOVACIÓN	9
2	¿QUÉ SON LAS CONSULTAS AL MERCADO?	10
3	¿QUÉ MARCO JURÍDICO LAS REGULA?	10
4	¿QUÉ FASES SE DEBEN SEGUIR PARA ELABORAR UNA CONSULTA AL MERCADO?	11
5	¿CUÁNTO TIEMPO DURAN?	12
6	¿QUIÉNES PARTICIPAN?	13
7	¿QUÉ BENEFICIOS APORTAN?	13

Parte II

¿CÓMO SE REALIZA UNA CONSULTA PRELIMINAR AL MERCADO?

15

8	PASO A PASO DE UNA CONSULTA PRELIMINAR AL MERCADO	15
8.1	ETAPA DE PREPARACIÓN	15
8.1.1	Paso 1. Constituir un equipo de trabajo	16
8.1.2	Paso 2. Preparación de la documentación	17
8.1.3	Paso 3. Planes de acción general y específico	20
8.1.4	Paso 4. Vigilancia tecnológica inicial	22
8.2	ETAPA DE DESARROLLO	23
8.2.1	Paso 5. Lanzamiento de convocatoria	24
8.2.2	Paso 6. Jornadas y talleres con la oferta tecnológica y usuarios	25
8.2.3	Paso 7. Recogida de soluciones innovadoras	28
8.2.4	Paso 8. Profundizar vigilancia tecnológica	29
8.2.5	Paso 9. Evaluación de soluciones innovadoras	60
8.3	ETAPA DE CIERRE	31
8.3.1	Paso 10. Elaboración del informe de cierre de consultas al mercado	31
8.3.2	Paso 11. Presentación de los resultados de las consultas al mercado	32
8.3.3	Paso 12. Elaboración de documentación para favorecer la colaboración	34
8.3.4	Paso 13. Presentación de las futuras contrataciones	35
8.3.5	Paso 14. Retroalimentación del proceso	37



Parte III

ANEXOS

	43
Anexo 1	
METODOLOGÍA RACI (Responsible, Accountable, Consulted and Informed)	44
Anexo 2	
Documento tipo	
FICHA DE NECESIDAD PRELIMINAR	46
Anexo 3	
Documento tipo	
FORMULARIO DE RECOGIDA DE INFORMACIÓN	47
Anexo 4	
MODELO DEL PLAN DE ACCIÓN GENERAL	49
Anexo 5	
ÍNDICE DEL INFORME DE VIGILANCIA TECNOLÓGICA	51
Anexo 6	
Modelo de difusión en redes sociales	
PRESENTACIÓN DE CONSULTAS AL MERCADO	51
Anexo 7	
Orden del día de la jornada	
DIFUSIÓN DE CONSULTAS AL MERCADO CÓDIGO 100	52
Anexo 8	
Orden del día jornada	
MESA REDONDA CON EXPERTOS	53
Anexo 9	
EJEMPLO DE RECOGIDA DE INFORMACIÓN A TRAVÉS DE PLATAFORMA WEB	54
Anexo 10	
FICHA DE EXPERTO INTERNACIONAL	57
Anexo 11	
MATRIZ DE EVALUACIÓN DE SOLUCIONES INNOVADORAS	58
Anexo 12	
ÍNDICE DE INFORME DE CIERRE DE CONSULTAS AL MERCADO	59
Anexo 13	
Documento tipo	
ÍNDICE FICHA DE AVANCE	59
Anexo 14	
Documento tipo	
CAMPOS A CUBRIR EN UN MAPA DE DEMANDA TEMPRANA	60
Anexo 15	
Documento tipo	
ÍNDICE DOCUMENTO PRESENTACIÓN DE RESULTADOS	60
Anexo 16	
Documento tipo	
HOJA DE RECOGIDA DE INFORMACIÓN	61
Anexo 17	
Orden del día	
JORNADA DE PRESENTACIÓN DE LICITACIONES CÓDIGO 100	63
Anexo 18	
FORMULARIO DE ENCUESTA A ASOCIACIONES EN EL PROYECTO CÓDIGO 100	65



MOTIVACIÓN Y ESTRUCTURA DE LA GUÍA

La presente *Guía práctica de consultas al mercado 4.0: reinventando las consultas al mercado* recoge directrices, recomendaciones y buenas prácticas acerca de las consultas preliminares al mercado, con el objetivo de transferir la experiencia del Servicio Galego de Saúde a otras entidades públicas, dado que fue la primera entidad española en realizar una consulta preliminar al mercado en el marco de Compra Pública de Innovación (CPI) en el año 2012 y en estos años ha seguido innovando e incorporando recomendaciones de los agentes participantes.

Esta Guía nace con la misión de responder a **5 objetivos clave**, que harán de ella un documento básico para todos los agentes involucrados en consultas al mercado:

- 1 **SER REFERENTE:** Servir de referencia a entidades públicas menos experimentadas, en cuanto a la realización de consultas al mercado, dando una visión desde un enfoque holístico, tanto teórico como práctico.
- 2 **RESOLVER DUDAS:** Ayudar a todas aquellas entidades que estén planteándose participar en una consulta al mercado, pero que no saben cuáles son los pasos a seguir, ofreciéndole un itinerario sencillo de consultas al mercado paso a paso.
- 3 **SER INSUMO PARA OTRAS GUÍAS:** Servir de insumo para la elaboración de otras guías o informes de consultas al mercado, dónde se publiquen los diferentes resultados obtenidos de una forma clara, respetando los principios de igualdad, transparencia y libre competencia detallados en el art. 132, de la nueva Ley de Contratos del Sector Público Ley 9/2017, de 8 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/EU y 2014/24/UE, de 26 de febrero de 2014, en adelante LCSP.

- 4 **EVIDENCIAR BENEFICIOS:** Exponer los beneficios concretos que ofrece un proceso de consultas preliminares al mercado, para todos los agentes involucrados, buscará presentar las experiencias en primera persona.
- 5 **MOSTRAR RESULTADOS:** Exponer las acciones implementadas en el proceso de consultas al mercado en el Plan de Innovación Sanitaria Código 100, así como los resultados obtenidos.

Para alcanzar estos cinco objetivos, la Guía se ha estructurado de la siguiente manera:

Parte I ¿QUÉ SON LAS CONSULTAS AL MERCADO?

Se trata de una visión más teórica, dónde se explica el origen de las consultas al mercado, qué son, cómo se regulan, cómo se instrumentalizan, duración, participantes y los beneficios que reportan.

Parte II ¿CÓMO SE REALIZA UNA CONSULTA AL MERCADO?

Se trata de una visión más práctica, dónde se identifican y describen las actividades de las fases de la consulta al mercado, cómo deben hacerse, el tiempo estimado de ejecución, actores que intervienen, tips a tener en cuenta y la experiencia del Servizo Galego de Saúde a través del proceso de consultas al mercado del Plan de Innovación Sanitaria Código 100.

En el apartado de herramientas se incluyen los documentos tipo, que se puede consultar en el apartado de Anexos.

En suma, esta Guía pretende ser un documento de apoyo para todas aquellas **entidades públicas y privadas**, así como las **personas físicas** interesadas en conocer el funcionamiento y la puesta en marcha de las consultas preliminares al mercado englobadas en el marco de la nueva Ley de Contratos del Sector Público L9/2017.



Parte I

¿QUÉ SON LAS CONSULTAS PRELIMINARES AL MERCADO?

1 UNA NUEVA ERA EN LA CONTRATACIÓN PÚBLICA Y EN LAS POLÍTICAS DE INNOVACIÓN

La contratación pública es un aspecto clave de las inversiones públicas, ya que, estimulan el desarrollo económico de los países y representan un elemento importante para el impulso de los mercados internos, así como el mercado único.

La contratación pública representa cerca de un 19% del PIB de la UE, convirtiéndose en un canalizador fundamental de Fondos Estructurales y de Inversión Europeos que cuenta con un alto impacto en la vida cotidiana de toda la ciudadanía.

Es el instrumento empleado por las Administraciones para la adquisición de bienes y servicios para todos los ciudadanos, pero también ofrece oportunidades a las empresas, ya que, fomenta la inversión privada y contribuye al crecimiento y empleo de cada uno de los estados miembros.

El gran potencial de la contratación pública genera una oportunidad para actuar sobre la innovación desde el punto de vista de la demanda de las Administraciones Públicas. Hasta hace unos años, la tendencia de las políticas diseñadas para el fomento de la I+D+i se orientaban a la utilización de instrumentos que actuaban sobre la oferta (políticas de oferta). Sin embargo, la intervención pública sobre la innovación desde la demanda (políticas de demanda) comienza a definir un nuevo modelo de intervención, donde las Administraciones Públicas utilizan las oportunidades de la contratación pública para impulsar la innovación en sus ámbitos de actuación, mejorando así la competitividad de su tejido productivo.

Dentro de estas políticas para el fomento de la innovación desde la demanda, está enmarcada la Compra Pública de Innovación (CPI), siendo este un procedimiento administrativo de contratación, con el cual se pueden satisfacer aquellas necesidades para las cuales no existe una solución comercializada. La CPI pretende salvar el vacío existente entre los procesos, la tecnología de vanguardia y los clientes o usuarios del sector público que pueden beneficiarse de ellos.

La Estrategia Europa 2020, ha dado un papel clave a la contratación pública, a través de la cuarta generación de Directivas 2014, y ahora, con la nueva Ley de Contratos del Sector Público, en adelante LCSP, publicada el 9 de noviembre de 2017, dónde se incorporan las directivas del Parlamento Europeo y del Consejo de 26 de febrero de 2014, en adelante 2014/23/UE relativa a la adjudicación de contratos de concesión y directiva 2014/24/UE del Parlamento Europeo y del Consejo, de 26 de febrero de 2014, en adelante 2014/14/UE, sobre contratación pública que deroga la directiva 2004/18/CE, elaborando así un único texto legal.

La nueva LCSP, es «una ley para una nueva era», en la que «la contratación pública desempeña un papel clave, puesto que se configura como uno de los instrumentos basados en el mercado interior que deben ser utilizados para conseguir un crecimiento inteligente, sostenible e integrador, garantizando al mismo tiempo un uso con mayor racionalidad económica de los fondos públicos».

Esta ley pretende potenciar la integridad, los aspectos sociales, medioambientales e innovadores, así como la participación de las PYMES en la contratación pública.

En este nuevo marco normativo y estratégico, merece la pena destacar el concepto de **consultas preliminares al mercado**, el cual no debe ser asociado directamente con contratos de CPI, sino considerado como una «buena práctica» a realizar en cualquier tipo de contratación. Si bien es cierto, que en el ámbito de la CPI se convierte en una práctica imprescindible.

2 ¿QUÉ SON LAS CONSULTAS AL MERCADO?

Las consultas preliminares al mercado son una **herramienta o práctica** de retroalimentación, que se desarrolla durante la fase preparatoria del contrato (fase precontractual), donde las entidades públicas contratantes realizan las **consultas con la finalidad de**

obtener información sobre la capacidad del mercado, el estado de la tecnología e informar a los operadores económicos sobre los proyectos y requisitos de las futuras contrataciones. El objetivo principal es **obtener información del mercado** con vistas a una contratación posterior e informar a los potenciales proveedores sobre las necesidades de la entidad pública.

Hasta ahora eran los operadores económicos los que determinaban cuál era la solución a las necesidades de las entidades públicas. El nuevo modelo transforma a los **operadores económicos** en **agentes activos** que colaboran en la definición de las soluciones para las necesidades actuales.

Para movilizar el mercado, es necesario conocer el estado de evolución de éste en cuanto a las necesidades que se pretenden satisfacer. Así pues, las **consultas al mercado pretenden la definición de la solución a través de la necesidad**. El objetivo principal, por tanto, es convertir a los potenciales proveedores en agentes activos que colaboren en la definición de las soluciones para las necesidades actuales de la Administración Pública.

El diálogo con el mercado parte de las necesidades que pretende satisfacer la entidad contratante, que deben haber sido identificadas con carácter previo. Una vez concluya, se analizará si las necesidades pueden ser satisfechas y si existen suficientes proveedores para generar una competencia efectiva; se llevará a cabo la publicación de un documento que resuma los resultados obtenidos y la depuración de la necesidad con las aportaciones de los participantes en la consulta al mercado. Concluido este proceso, se iniciará el procedimiento de licitación pertinente.

3 ¿QUÉ MARCO JURÍDICO LAS REGULA?

La innovación se ha convertido en uno de los objetivos principales de la UE. En el considerando 95 de la

Directiva 2014/24/UE se recoge que «*resulta de capital importancia aprovechar plenamente las posibilidades que ofrece la contratación pública para impulsar la innovación*».

En este sentido, la compra pública tradicional está en un momento de cambio sustancial y a ello contribuye la regulación de mecanismos de estímulo de la demanda por parte del sector público como es la CPI.

En este contexto, en las **compras públicas de innovación complejas** se hace imprescindible recurrir a las «consultas preliminares del mercado» para diseñar y preparar la contratación, dado que el principal problema radica habitualmente en la indefinición del objeto del contrato y en que el ritmo de adaptación a la innovación de los compradores públicos puede ser bajo en relación con la oferta real del mercado.

Con la nueva LCSP, donde se incorporan Directivas 2014/23/UE y 2014/24/UE se abre una ventana de oportunidad para darle una visión estratégica a las compras públicas empleando las consultas al mercado «*con la finalidad de preparar correctamente la licitación e informar a los operadores económicos acerca de los planes de contratación del órgano correspondiente y de los requisitos que exigirá para concurrir al procedimiento*».

Los principales aspectos relacionados con las consultas al mercado quedan recogidos en dos artículos de la LCSP:

- **Artículo 115**, donde se indica que se debe recoger la información pertinente y publicarla, existiendo un plazo suficiente para presentar propuestas. De la misma forma, debe publicarse en el perfil del contratante cuándo se hará la consulta y quiénes son los expertos externos, publicando las razones por las que han sido seleccionados. Los poderes adjudicadores podrán, por ejemplo, solicitar o aceptar el asesoramiento de expertos o autoridades independientes o de participantes en el mercado, que podrá utilizarse en la planificación y el desarrollo

del procedimiento de contratación, siempre que dicho asesoramiento no tenga por efecto falsear la competencia y no dé lugar a vulneraciones de los principios de no discriminación y transparencia.

- **Artículo 70**, donde se señala que los pliegos deben elaborarse teniendo en cuenta los resultados de las consultas al mercado.

Cobra especial importancia, garantizar el **principio de transparencia**, al que se refiere el artículo 132 de la LCSP. Este principio, tiene por objeto garantizar que no exista riesgo de favoritismo y arbitrariedad por parte de la entidad adjudicadora. Éste, exige que todas las condiciones y modalidades del procedimiento de licitación estén formuladas de forma clara, precisa e inequívoca en el anuncio de licitación o en el pliego de condiciones.

El principio de transparencia se proyecta sobre las consultas preliminares del mercado, como mecanismo a través de cuyo resultado se promueve la claridad, precisión y univocidad de las determinaciones de la futura licitación. Esto se logra, principalmente, a través de la publicidad de la consulta y la de sus resultados, predefiniendo en la ley el contenido mínimo de lo que ha de ser objeto de publicidad y la incorporación del informe de resultado dentro del expediente de contratación, con reserva siempre del **principio de confidencialidad**, del que se habla en el artículo 133 de la Ley.

4 ¿QUÉ FASES SE DEBEN SEGUIR PARA ELABORAR UNA CONSULTA AL MERCADO?

De manera teórica y siguiendo la *Guía para autoridades sobre la contratación pública de innovación*¹, edi-

¹ *Guía para autoridades públicas sobre la Contratación Pública de Innovación* (publicada en 2014 y traducida en enero de 2015). Disponible versión web en: <http://www.contratosdelsectorepublico.es/DocumentosWEB/16.%20New%20LCSP/PPI-Platform-Guide-ES-Compra%20pública%20innovadora.pdf>.

tada por la Comisión Europea, se identifican 3 grandes fases para proceso de consultas al mercado:

- **Fase 1, Decidir el ámbito de la consulta:** En esta fase, la entidad contratante deberá identificar las áreas de atención y las **necesidades específicas** de los usuarios, así como las innovaciones potenciales necesarias para satisfacerlas. Una vez seleccionada el área de atención, analizará el mercado para determinar a qué niveles debe dirigirse (fabricantes, proveedores de servicios, subcontratistas, integradores de sistemas, investigadores, tercer sector, etc.).
- **Fase 2, Elegir el formato y el plan para implicar al mercado:** La entidad contratante, deberá valorar el uso de cuestionarios, formularios, jornadas, entrevistas, y reuniones telefónicas, online, presenciales, que aplicará en cada caso. Indicará con claridad los plazos y los recursos necesarios para que la consulta funcione y preparará los documentos que deben distribuirse como parte de la consulta.
- **Fase 3, Consultar y obtener información:** En esta fase, publicará un anuncio de información previa y publicitará la consulta. Será especialmente

cuidadosa, con conservar el archivo de seguimiento de la consulta, preparar un resumen de los resultados, garantizado en todo momento la confidencialidad de la información facilitada y evitando la distorsión de la competencia.

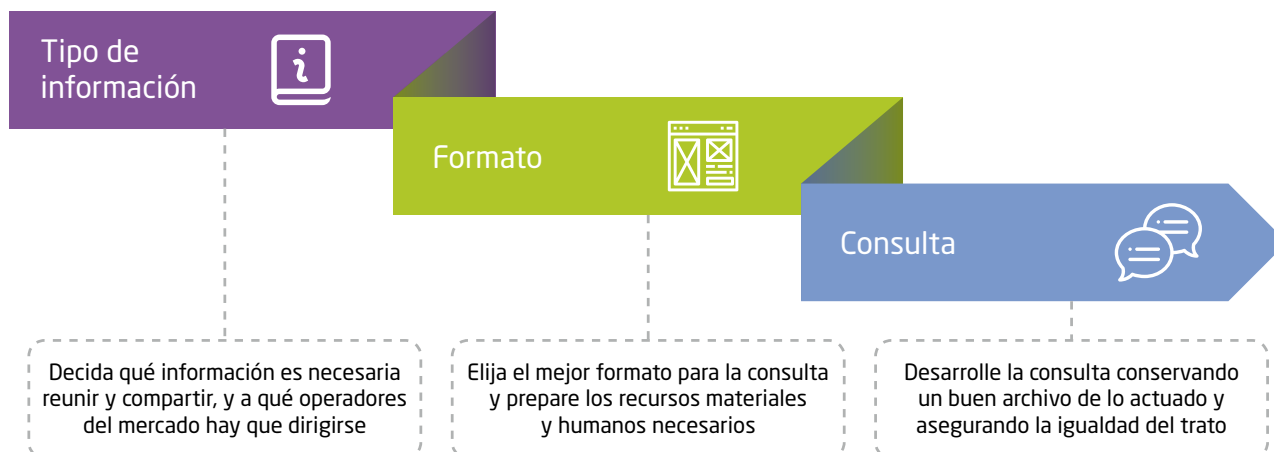
Es importante destacar que, en ningún caso, durante el proceso de consultas al mercado el órgano de contratación podrá revelar a los participantes las soluciones propuestas por los otros participantes. Además, durante este proceso resulta imperativo respetar los **principios generales de libre competencia, igualdad, no discriminación y transparencia**.

5 ¿CUÁNTO TIEMPO DURAN?

El tiempo estimado de desarrollo de un proceso de consultas preliminares al mercado varía en función del alcance del proyecto, pudiendo ser desde unas semanas a varios meses. Así mismo, pueden darse varias rondas de consultas preliminares al mercado, con diferentes formatos y canales a medida que se van profundizando en la problemática a resolver.

ILUSTRACIÓN 1. FASES DE UNA CONSULTA AL MERCADO

FUENTE: GUÍA PARA AUTORIDADES SOBRE LA CONTRATACIÓN PÚBLICA DE INNOVACIÓN. DISEÑO EDITADO



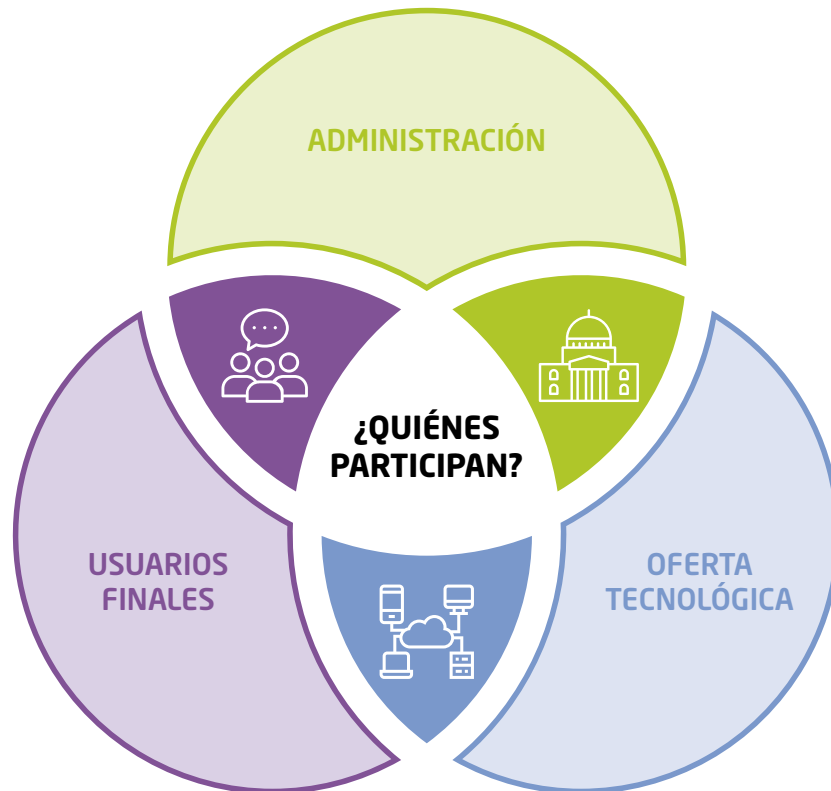


ILUSTRACIÓN 2. PARTICIPANTES EN UNA CONSULTA AL MERCADO

FUENTE: ELABORACIÓN PROPIA

6 ¿QUIÉNES PARTICIPAN?

La convocatoria debe ser completamente abierta, dirigida a todas aquellas personas físicas o jurídicas que tengan voluntad de participar, es importante no limitar la consulta únicamente al sector del problema.

7 ¿QUÉ BENEFICIOS APORTAN?

Las consultas al mercado ofrecen la oportunidad de encontrar nuevas soluciones de alto valor añadido haciendo que múltiples agentes (ciudadanos, AAPP, empresas, universidades, centros tecnológicos y de I+D, etc.), interactúen de una nueva manera en

un escenario de innovación abierta. La gran ventaja es que todos los agentes que participan obtienen beneficios.

¿Qué beneficios aporta realizar consultas al mercado a las Administraciones?

- Las consultas aportan conocimiento del mercado, y en concreto, del estado de tecnologías, ciencias o experiencias de las que se carece a nivel interno.
- Suponen aprovechar el potencial innovador de los proveedores y fácil acceso a empresas innovadoras, especialmente PYMES.
- Ayudan a la potenciación de soluciones con alto grado de innovación con la que se repercute en la mejora de los servicios públicos.

- Permiten enfocar la realización de los pliegos técnicos en ámbitos en los que no existe claridad y adaptar la solvencia técnica a las condiciones del mercado para garantizar la concurrencia en la fase de licitación.
- Favorece la interrelación y colaboración entre los agentes del ecosistema de innovación (empresas, centros de investigación tecnológica y de innovación, universidades, agencias de desarrollo, etc) para la presentación de ofertas conjuntas que respondan mejor a las necesidades de la Administración.
- Acercamiento a las necesidades de los usuarios lo que permitirá disponer de información valiosa para plantear sus propuestas innovadoras.
- Explorar una nueva fuente de oportunidad de financiación de la I+D+i para aquellas ideas o desarrollos que quieren llevar al mercado.

Si bien las consultas al mercado suponen un gran beneficio para todos los agentes, se observan ciertas reticencias o inhibidores que limitan su utilización, ya que en el fondo se trata de un cambio de paradigma en la relación Administración- oferta tecnológica que supone cambiar el chip, tanto en el sector público, como en la oferta tecnológica para pasar a un escenario de colaboración y confianza en un entorno de innovación abierta.

¿Qué beneficios aporta la participación en un proceso de consultas al mercado para las entidades de oferta tecnológica?

En el caso de las entidades de oferta tecnológica que están dispuestas a compartir su conocimiento, la participación en un proceso de consultas preliminares al mercado les aportará un gran conocimiento de las problemáticas y necesidades de la Administración pública que se traducirá en:

- Mayor conocimiento de las necesidades de la Administración y las futuras tendencias, lo que las posiciona en una mejor situación para presentar una mejor oferta de valor en la fase contractual.
- Tener la capacidad de inferir en los planes funcionales de las futuras contrataciones asociadas al proceso de consulta al mercado.
- Identificar sinergias con otras entidades participantes en el proceso de consulta al mercado, que puede trascender a futuros proyectos.

¿Qué inconvenientes del proceso de licitación evitan las consultas al mercado?

Un proceso de consultas preliminares ayuda en la definición de las especificaciones del bien o servicio a contratar, por lo que se evitan especificaciones funcionales ausentes de claridad que derivan en una mala ejecución de una contratación. Por otro lado, también ayuda a evitar definir una solvencia que restrinja la competencia o no facilite la concurrencia durante la licitación. Evitarán criterios de adjudicación que no primen la oferta con mejor relación calidad-precio y si atendemos a las entidades participantes, evitan que las empresas dispongan de plazos reducidos para preparar sus ofertas, ya que pueden empezar a prepararse con anticipación, lo cual redundará en una mejor propuesta para el comprador público.



Parte II

¿CÓMO SE REALIZA UNA CONSULTA PRELIMINAR AL MERCADO?

8 PASO A PASO DE UNA CONSULTA PRELIMINAR AL MERCADO

Después de una visión más general de las consultas preliminares al mercado, en el presente apartado se da una visión práctica de cómo llevar a cabo este proceso. Se plantea como una herramienta de apoyo, por lo que se ha elaborado en un formato de paso a paso del proceso y las actividades realizadas en cada etapa, basadas en la experiencia empírica.

Para la elaboración del paso a paso del proceso se han designado tres etapas clave: **ETAPA DE PREPARACIÓN**, **ETAPA DE DESARROLLO** y **ETAPA DE CIERRE**.

Siguiendo la estructura de la Guía para autoridades sobre la Contratación Pública de Innovación de la Comisión Europea, la etapa de preparación planteada en el presente documento estaría comprendida dentro de las fases 1 y 2 de la Guía de la Comisión Europea, y las etapas de desarrollo y cierre se corresponderían con la fase 3.

ETAPAS Y PASOS DE UNA CONSULTA PRELIMINAR AL MERCADO

Etapa de preparación (pág. 16)

- Paso 1** Constituir un equipo de trabajo
- Paso 2** Preparación de la documentación
- Paso 3** Planes de acción general y específico
- Paso 4** Vigilancia tecnológica inicial

Etapa de desarrollo (pág. 23)

- Paso 5** Lanzamiento de convocatoria
- Paso 6** Jornadas y talleres con la oferta tecnológica y usuarios
- Paso 7** Recogida de soluciones innovadoras
- Paso 8** Profundizar vigilancia tecnológica
- Paso 9** Evaluación de soluciones innovadoras

Etapa de cierre (pág. 31)

- Paso 10** Elaboración del informe de cierre de consultas al mercado
- Paso 11** Presentación de los resultados de las consultas al mercado
- Paso 12** Elaboración de documentación para favorecer la colaboración
- Paso 13** Presentación de las futuras contrataciones
- Paso 14** Retroalimentación del proceso

ETAPA DE PREPARACIÓN

8.1

Etapa de preparación

A ¿De qué se trata?

Fase en la cual se establece la hoja de ruta para la elaboración de la consulta preliminar al mercado.

B ¿Cómo se hace?

Para llevar a cabo la etapa de preparación se han identificado 4 pasos:

- Paso 1: Constitución del equipo de trabajo.
- Paso 2: Preparación de la documentación necesaria para la consulta preliminar al mercado.
- Paso 3: Definición de planes de acción generales y específicos para la difusión de la consulta preliminar al mercado.
- Paso 4: Realizar la vigilancia tecnológica inicial.

C ¿Cuánto tiempo debería emplear?

Para realizar las actividades identificadas en la etapa de preparación, se estima se necesitarán alrededor de siete semanas.

8.1.1

Paso 1. Constituir un equipo de trabajo

A ¿De qué se trata?

Para el desarrollo de la consulta preliminar al mercado, se deberá trabajar de manera colaborativa entre áreas clave, es por ello, que se considera fundamental formar un grupo de trabajo multidisciplinar, se considera que como mínimo deberían estar involucrados los siguientes perfiles:

- Perfil de contratación.
- Perfil jurídico.
- Perfil de innovación.

- Perfiles técnicos internos y externos.

B ¿Cómo se hace?

- Identificar las áreas clave que deben participar en el proyecto, y seleccionar a una persona de cada una de ellas, teniendo en cuenta siempre los objetivos finales.
- Convocar una reunión en la que se explique el proyecto, los objetivos finales y el objetivo a alcanzar con la consulta al mercado, así como lo esperado de cada una de las áreas.

C ¿Cuánto tiempo debería emplear?

- Para la identificación de las personas, y la contextualización de la consulta al mercado, deberían emplearse máximo 2 semanas.

D ¿Qué actores deben intervenir?

- Perfiles directivos de la entidad encargada del proyecto.
- Pueden incluirse personas externas a la entidad que aporten la visión de los usuarios o ciudadanos (asociaciones de ciudadanos, pacientes, etc.).
- Tal y como se indica en el artículo 115 de la LCSP, se podrá solicitar o aceptar el asesoramiento de expertos o autoridades independientes o de participantes en el mercado, que podrá utilizarse en la planificación y el desarrollo del procedimiento de contratación, siempre que dicho asesoramiento no tenga por efecto falsear la competencia y no dé lugar a vulneraciones de los principios de no discriminación y transparencia.

E Tips a tener en cuenta para esta actividad

- Conseguir la implicación de una persona con peso dentro de la entidad pública y que actúe como promotor.

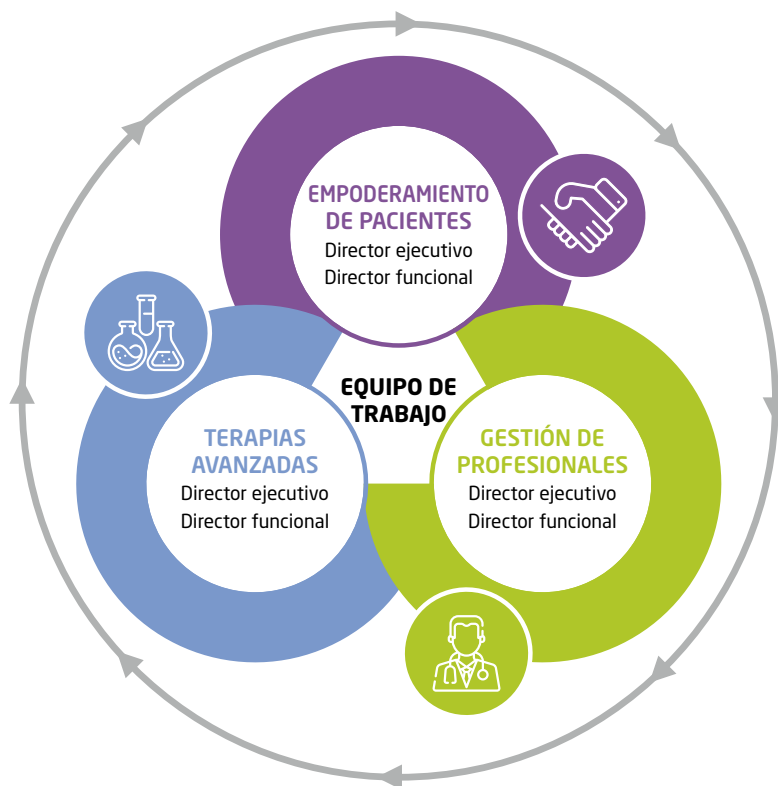


ILUSTRACIÓN 3. APOYO EXPERTO. OFICINA DE CONSULTAS AL MERCADO

FUENTE: ELABORACIÓN PROPIA

- Tratar de conseguir la continuidad del equipo durante todo el proceso.
- Asegurarse de que todos los miembros del equipo tienen la información de todo el proceso y claros los objetivos a conseguir.
- Pedir apoyo a expertos externos que puedan acompañar en el proceso, y que puedan ayudar al equipo.

F Herramientas

- Ver anexo 1. Metodología RACI (Responsible, Accountable, Consulted and Informed)

G ¿Cómo se hizo en Código 100?

En Código 100, se creó un equipo de trabajo para cada una de las líneas de actuación, con el director ejecutivo

y funcional de cada una de las líneas. Asimismo, se contó con un apoyo experto por parte de una oficina de consultas al mercado que coordinaba a su vez las tres líneas. Como se verá más adelante, en el paso 3, en Código 100 se creó un plan de acción general y planes de acción específico por cada una de las líneas de actuación. La oficina de consultas al mercado ayudó a coordinar tanto el plan de acción general, como los planes de acción específicos y al equipo.

Para la línea de acción de empoderamiento de pacientes, en una fase inicial se contó con las asociaciones de pacientes que trabajaron mano a mano con el equipo de trabajo, para definir las necesidades.

En la línea de gestión de profesionales, se contó con el apoyo de expertos a través de la oficina de consultas al mercado, organizando diferentes talleres para la concreción de temáticas.

ETAPA DE PREPARACIÓN

8.1.2

Paso 2. Preparación de la documentación

A ¿De qué se trata?

Elaboración de formatos y documentos estandarizados para el proceso. Con el ánimo de facilitar la recogida de información y la participación de agentes del proceso de consultas al mercado deben de generarse unos estándares a emplear.

B ¿Cómo se hace?

Elaboración conjunta por parte del equipo de trabajo de los siguientes documentos:

- **Documento de convocatoria:** documento que recoja los aspectos de la consulta al mercado, los plazos, requisitos de participación, condiciones de propiedad intelectual e industrial de las ideas.
- **Ficha de necesidad preliminar:** se trata de un documento que resume la identificación de la problemática sobre la que solicitan propuestas de soluciones innovadoras y que permite entender a los proponentes la situación actual y la ideal en cada ámbito de actuación.
- **Fichas de recogida de soluciones innovadoras:** elaborar un documento o formulario para recoger las propuestas innovadoras de aquellos agentes que participen en la consulta. En el formulario debe incluirse nombre de la propuesta, acrónimo, entidad, datos de contacto, resumen del proyecto, duración estimada para la ejecución de la propuesta, beneficios de implementar las propuestas generales y específicas (usuarios), elementos innovadores de la propuesta, regulación asociada etc. El objetivo de este documento es el de recoger la mayor información posible de una manera uniforme para todos los participantes.
 - ◊ De manera alternativa a la recogida a través de un documento tipo ficha, y con el objetivo de facilitar el proceso de recepción y evaluación de

las propuestas, así como poner en valor los principios de libre concurrencia, igualdad, no discriminación y transparencia, se propone desarrollar un canal abierto a través de una **plataforma web** en la que los usuarios deban registrarse, desde la plataforma podrán cubrir un formulario con los campos correspondientes. Esta herramienta, favorece el feedback a los participantes, ya que se le comunica en cada momento en qué situación está su propuesta.

- ◊ Instaurar un **procedimiento de evaluación** de las ideas, que se aplicará durante la ejecución de las consultas al mercado e identifica las personas que deben formar parte del Comité de Evaluación de las Soluciones Innovadoras. Comunicar el procedimiento de evaluación y la circulación de la información durante la fase de ejecución de la consulta al mercado.
- **FAQ's:** documento dónde se recojan de manera ordenada las preguntas y respuestas consideradas frecuentes y recurrentes dentro de la materia, con el objetivo de resolver ciertas cuestiones básicas de la forma más operativa posible y evitar que las empresas no participen en el proceso por miedo o dudas no resueltas.

C ¿Cuánto tiempo debería emplear?

- Para la elaboración de la documentación estandarizada relativa a la consulta al mercado se necesitarán 2 semanas.

D ¿Qué actores deben intervenir?

- Equipo de trabajo.

E Tips a tener en cuenta para esta actividad.

- No incluir un presupuesto máximo para dar libertad a los proponentes y no condicionar el alcance de sus ideas o propuestas.

- Dar difusión a los diferentes documentos generados y jornadas y talleres a través de las redes sociales, medios especializados, medios de comunicación etc.
- La ficha de necesidades es de suma importancia, se debe prestar la suficiente atención a este documento y no dar cuestiones por supuestas, que parecen evidentes dentro de la organización pero que pueden no serlo para agentes que carecen de dicho conocimiento.
- Para que el proceso de recolección y evaluación resulte más sencillo y transparente se propone poner en marcha una herramienta digital para la recopilación de las soluciones innovadoras.
- En la definición de la composición del Comité de Evaluación incluir expertos externos si se considera necesario. Estipular desde un inicio estudios de evaluación.
- En el documento de FAQ's las respuestas deben ser breves y concisas, en caso de ser un documento extenso se aconseja agruparlas por bloques temáticos.

F Herramientas

- Anexo 2. Documento tipo. Ficha de necesidad preliminar.
- Anexo 3. Documento tipo. Formulario de recogida de información.

G ¿Cómo se hizo en Código 100?

En el proyecto Código 100, se elaboró una **ficha resumen de necesidades** para cada una de las 3 líneas de actuación del proyecto (empoderamiento de pacientes, profesionales y terapias avanzadas).

En ellas se resumía la identificación de la problemática sobre la que solicitaba propuestas de soluciones innovadoras y que permitiera entender a los proponentes la situación actual y la ideal en cada ámbito de actuación.

Se elaboró un modelo de ficha para recoger las propuestas innovadoras de aquellos agentes que quisieran participar en la consulta de manera estandarizada.



El Plan Innovación Sanitaria **Código 100**, busca convertir a Galicia en una región de referencia en innovación en envejecimiento activo, una región donde se pueda vivir con calidad 100 años y donde el sistema de salud innove para responder a los desafíos que plantea una sociedad cada vez más envejecida.



EMPODERAMIENTO DE PACIENTES

Proyectos destinados a fortalecer los derechos y las capacidades de la personas.



TERAPIAS

Desarrollos en el campo biotecnológico y biomédico.



GESTIÓN DE PROFESIONALES

Iniciativas que incrementan las competencias de los profesionales, modernicen el sistema y fomenten una cultura innovadora.

ETAPA DE PREPARACIÓN

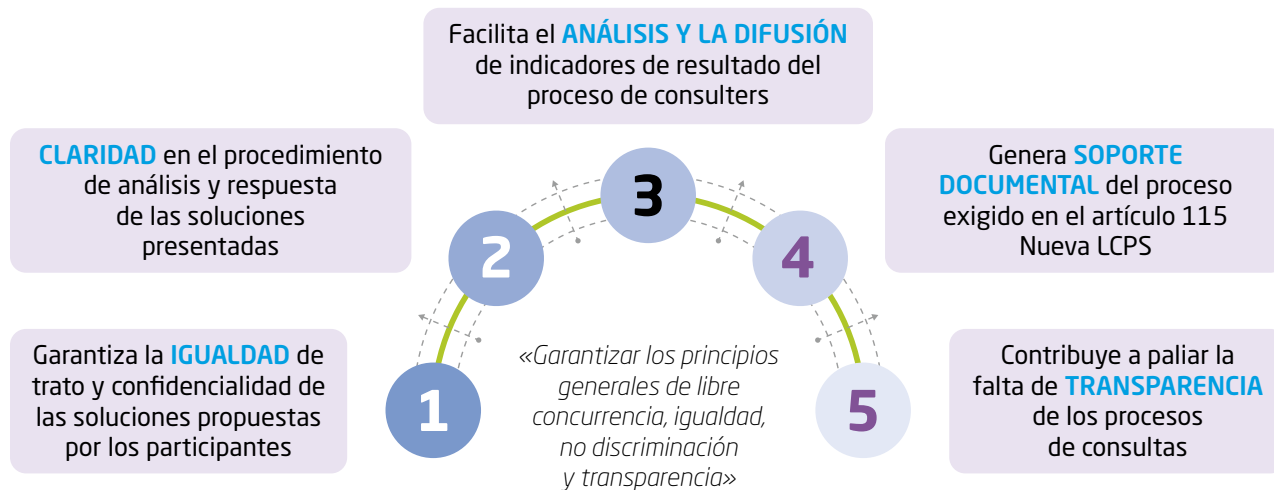


ILUSTRACIÓN 4. PUNTOS CLAVE DE LA PLATAFORMA

FUENTE: ELABORACIÓN PROPIA

La recogida de soluciones innovadoras se implementó a través de **una herramienta digital** que facilitó el proceso de recogida y mejoró la transparencia y competencia.

La plataforma fue desarrollada bajo código abierto, capaz de gestionar la captura digital de iniciativas vía web y gestionar a través de una interfaz de back office el flujo de revisión y valoración de la información recibida.

Con el objetivo de solventar posibles dudas y resolver ciertas cuestiones de la manera más operativa se elaboró un documento de FAQ's dónde se recogió un listado de preguntas y respuestas consideradas frecuentes y recurrentes dentro de la materia.

8.1.3

Paso 3. Planes de acción general y específico

A ¿De qué se trata?

Elaboración de un documento que sirva de Guía en todo el proceso de consultas al mercado, y brinde una

estructura para el desarrollo de este. En él se determinan tareas, plazos y recursos para la implementación de las iniciativas.

B ¿Cómo se hace?

- Definir un **plan de acción general** para las consultas al mercado, dónde se prioricen las iniciativas más importantes para lograr los objetivos. El plan de acción general tiene que ser una Guía que brinde una estructura a la hora de realizar las consultas. Debe incluir como campos: ámbito de la consulta, público objetivo, canales a emplear para la difusión en función de los perfiles del público objetivo, herramientas y mecanismos a utilizar.
- Definir **planes de acción específicos**, en caso de que el proyecto disponga de diversas líneas de actuación, se aconseja crear planes de acción específicos por cada una de ellas. Esto ayudará a focalizar las necesidades y atenderlas de forma más adecuada, una mejor identificación de los agentes de la oferta tecnológica que deben intervenir facilita un acercamiento de las actuaciones de difusión a la oferta tecnológica.

- Desarrollo de un plan de **selección de agentes** para realizar una correcta identificación de los agentes que deben intervenir y configurar así el ecosistema de I+d+i de la consulta al mercado.

C ¿Cuánto tiempo debería emplear?

- Para la elaboración del plan de acción general, y el plan de selección de agentes, se necesitará aproximadamente dos semanas, algo más en caso de realizar planes de acción específicos.

D ¿Qué actores deben intervenir?

- Equipo de trabajo.

E Tips a tener en cuenta para esta actividad

- Tener muy claro el grado de definición de la necesidad identificada.
 - ◊ En caso de que la necesidad esté muy definida, el plan de acción debe dirigirse hacia acciones de difusión y talleres de contraste.
 - ◊ En caso de que la necesidad no esté lo suficientemente definida, el plan de acción debe focalizarse en talleres de co-creación y contraste con los diversos agentes involucrados, como por ejemplo el usuario final.
- Deben identificarse los agentes que deben intervenir, pero no se recomienda cerrar la selección de estos exclusivamente al sector en el que se encuentre la problemática identificada, para estar abierto a innovaciones traslacionales que pueden proveer de otros sectores de actividad.

F Herramientas

- Anexo 4. Modelo del plan de acción general.

G ¿Cómo se hizo en Código 100?

En el proceso de consultas al mercado del Plan de Innovación sanitaria Código 100 se definió un plan de acción general, y se elaboraron tres planes de acción específicos, uno por cada una de las líneas de actuación: **empoderamiento de pacientes, terapias, y profesionales**. Para la realización de los planes de acción específicos, fue de suma importancia la correcta **identificación de los agentes de oferta tecnológica** participantes en la consulta, así como su localización, para acercar las actuaciones de difusión a esta oferta tecnológica.

- **Plan de acción general para las consultas al mercado:** en este plan se recogieron las acciones transversales a realizar para las tres líneas: reuniones internas, jornadas con oferta tecnológica, herramientas TIC a emplear.
- **Planes de acción específicos para cada línea:** para cada uno de los planes se focalizaron las necesidades por línea, lo que facilitó que estas se atendieran de una manera más concreta y se realizaran diversas mesas de trabajo focalizadas en retos y necesidades.
- Para la **identificación de los agentes** se desarrolló un plan de selección. Este partió de un buen conocimiento del entorno y del proyecto, identificando aquellos actores clave afines al mismo. Para dar con los agentes clave, se analizaron aquellas entidades que habían resultado beneficiarias de ayudas de I+D+i a nivel nacional e internacional en las temáticas relacionadas con la consulta preliminar al mercado, se llevó a cabo una búsqueda de clústers sectoriales, indagación de equipos de investigación en universidades de referencia, asociaciones relacionadas con los ámbitos de actuación, generando una base de datos en los cuales se incluyeron; universidades, centros tecnológicos, organismos intermedios de Innovación, unidades de I+D Sanitarias, clústers, centros de investigación básica, centros sectoriales, unidades de I+D

ETAPA DE PREPARACIÓN

CONOCIMIENTO

Conocimiento del entorno y del proyecto.

RECOPIACIÓN

Recopilación y agrupación de los actores clave, generando una base de datos agrupando por tipología de agente.

PREPARACIÓN

Realización de un mapa de los agentes clave para cada una de las líneas.



PLANES DE ACCIÓN ESPECÍFICOS

Planificación de las estrategias específicas para cada una de las líneas. Acercamiento a los agentes clave.

IDENTIFICACIÓN

Recopilación de la información necesaria para la identificación de los actores clave que estén relacionados de forma directa o indirecta con el proyecto, y sus tres líneas de actuación.

ANÁLISIS

Realizar ejercicio de análisis de la interacción de los diferentes actores clave entre ellos, y la importancia de la participación de cada uno de ellos para las diferentes líneas de actuación.

ILUSTRACIÓN 5. PASOS INTERMEDIOS PARA LA IDENTIFICACIÓN DE AGENTES

FUENTE: ELABORACIÓN PROPIA

empresariales, parques tecnológicos y centros de empresas e innovación, profesionales del Servicio Galego de Saúde y asociaciones de pacientes.

carácter innovador del proyecto y comprobar que no existe una solución ya desarrollada en el mercado.

8.1.4

Paso 4. Vigilancia tecnológica inicial

A ¿De qué se trata?

La vigilancia tecnológica es un proceso organizado, selectivo y permanente, de captar información del exterior y de la propia organización sobre ciencia y tecnología, seleccionarla, analizarla, difundirla y comunicarla, para convertirla en conocimiento para tomar decisiones con menor riesgo y poder anticiparse a los cambios. En un proceso de consultas al mercado, un ejercicio de vigilancia tecnológica permitirá validar el

B ¿Cómo se hace?

- Recopilar información relevante de bases de datos, publicaciones, investigaciones, informes de tendencias o información disponible en internet. En caso de que se considere necesario solicitar un informe tecnológico de patentes.
- Consultar con agentes de investigación o agentes del ecosistema de emprendimiento (start-ups) para analizar los proyectos e investigaciones que se están impulsando por parte del sector privado en los ámbitos de trabajo del proyecto.
- Realizar un informe donde se recojan todas las conclusiones extraídas del proceso, en el que se evidencie que actualmente no hay ninguna solución

desarrollada en el mercado para dar respuesta a la necesidad planteada por la entidad.

- El objetivo del informe debe explicar su afán por mostrar el estado de las tecnologías implicadas y existentes, disponibles y/o emergentes relacionadas con la búsqueda.

C ¿Cuánto tiempo debería emplear?

- Para realizar un ejercicio de vigilancia tecnológica se necesitarán como mínimo 4 semanas.

D ¿Qué actores deben intervenir?

- Equipo de trabajo.
- Expertos especializados en vigilancia tecnológica.

E Tips a tener en cuenta para esta actividad

- Aprovechar la información de fuentes abiertas o gratuitas para el primer barrido, existe mucha información disponible, además esto ayudará a concretar las necesidades de búsqueda.
- Aprovechar la información generada de Foros, Congresos o jornadas técnicas de referencia a nivel internacional en el ámbito de la consulta por los profesionales técnicos.
- Dependiendo de la especificidad de la necesidad puede resultar necesario contar los servicios de expertos en realización de informes de vigilancia tecnológica a profundidad.

F Herramientas

- Anexo 5. Modelo de informe de vigilancia tecnológica.

G ¿Cómo se hizo en Código 100?

En Código 100, inicialmente se realizó una vigilancia tecnológica previa a las consultas al mercado para ver

el estado del arte de diferentes tecnologías y las principales tendencias de las mismas, esta vigilancia se centró en especialidades como neurología, oncología, hematología, cardiología, reumatología y digestivo.

Dicha vigilancia tecnológica se desarrolló en el marco de Código Camiño <<https://www.zinkinn.es/codigo-camino>>. Código Camiño fue un Hackathon de Saúde celebrado en 2017, durante tres jornadas, (31 de marzo, 1 y 2 de abril), se reunieron 16 profesionales del sector de salud con el objetivo de elaborar soluciones a problemas concretos del Servizio Galego de Saúde, en línea con los ejes abordados en el proyecto Código 100. Los participantes se distribuyeron en 4 equipos multidisciplinares compuestos por miembros tanto del ámbito público como privado, abarcando un amplio espectro profesional que incluía la medicina, ingeniería, psicología, farmacia, programación informática, etc.... Los equipos, apoyados por mentores, los informes de vigilancia tecnología realizados previamente y reconocidos expertos relacionados con el emprendimiento y la creatividad científica, maduraron su idea inicial para dar viabilidad y forma a sus proyectos.

Todas las propuestas presentadas fueron evaluadas para valorar su incorporación dentro de los procedimientos de Compra Pública de Innovación del Proyecto Código 100.

8.2 Etapa de desarrollo

A ¿De qué se trata?

En base a la etapa de planificación, en esta fase se implementarán las acciones programadas en el plan de acción general y específicos.

B ¿Cómo se hace?

Dentro de la etapa de desarrollo se han identificado 5 pasos específicos:

ETAPA DE DESARROLLO

- Paso 5. Lanzamiento de la convocatoria.
- Paso 6. Jornadas y talleres con la oferta tecnológica y usuarios.
- Paso 7. Recogida de soluciones innovadoras.
- Paso 8. Profundizar vigilancia tecnológica.
- Paso 9. Evaluación de soluciones innovadoras.

C ¿Cuánto tiempo debería emplear?

La etapa de desarrollo del proceso de consultas al mercado depende del alcance del proyecto, pudiendo llevarse a cabo desde cuatro semanas a varios meses.

8.2.1

Paso 5. Lanzamiento de convocatoria

A ¿De qué se trata?

Debe difundirse al mayor número de agentes de la oferta tecnológica las intenciones de la entidad pública, para contribuir al cumplimiento de los principios de transparencia e igualdad de trato. La publicación deberá realizarse en medios oficiales y canales más cercanos a la oferta tecnológica más innovadora.

B ¿Cómo se hace?

- En los planes de acción realizados en el paso 2, se habrá identificado el público objetivo al que se quiere dirigir. Se recomienda no cerrarla exclusivamente al sector en el que se encuentre la problemática identificada, para estar abierto a innovaciones traslacionales que pueden proveer de otros sectores de actividad.
- Activar los canales a emplear para la difusión de la consulta al mercado, siendo los mínimos aconsejables: web de la entidad pública y RR. SS. concretas del proyecto.

- Se recomienda realizar una **jornada de lanzamiento y difusión** de la consulta al mercado en la que participen los técnicos que han elaborado la ficha de necesidades y puedan explicar de primera mano la situación de partida y lo que se espera recibir.

◊ Debe explicarse el procedimiento a seguir para presentar las soluciones innovadoras, y el procedimiento de evaluación de las propuestas que se aplicará durante el proceso de las consultas al mercado, así como se recomienda identificar las personas que formarán el Comité de Evaluación.

- Si se cree que existe una oferta tecnológica de interés para el proyecto en un determinado lugar o sector, realizar una jornada adicional para explicar el objeto de la consulta al mercado.
- Realizar difusión adicional en prensa y revistas especializadas si se considera que el público objetivo es más cercano a esos canales.
- Se recomienda participar en eventos dirigidos a start ups o emprendedores para difundir la consulta al mercado.

C ¿Cuánto tiempo debería emplear?

- Para la publicación de la consulta al mercado se necesitarán de dos a tres semanas, incluyendo la organización de la jornada de lanzamiento. En caso de que se considere necesario emplear otros canales (prensa, participación en eventos del ecosistema emprendedor, jornadas específicas sectoriales) tomará más tiempo. El tiempo aconsejado para mantener abierta la consulta al mercado y recibir propuestas se estima en cuatro semanas mínimo.

D ¿Qué actores deben intervenir?

- Equipo de trabajo.

- Departamento de comunicación de la entidad pública.
- Oferta tecnológica.
- Agentes intermedios: clústeres, cámaras sectoriales, agrupaciones empresariales.

E Tips a tener en cuenta para esta actividad.

- Emplear una estrategia de RR. SS. permitirá llegar al ecosistema innovador de manera rápida y sin coste.
- En la jornada de lanzamiento deben estar las personas de la entidad pública que mejor pueden explicar la problemática a solucionar y se recomienda dejar espacio para que las entidades de la oferta tecnológica puedan hacer consultas abiertamente.
- Utilizar una red de aliados para la difusión: clústeres, agrupaciones empresariales o cámaras para difundir la consulta al mercado y que llegue al mayor número de empresas, centros tecnológicos o universidades.
- Se recomienda facilitar la conexión a través de streaming durante las jornadas que realices para garantizar así una mayor difusión de las consultas al mercado, velando por el principio de transparencia.
- Se debe publicar toda la información de las jornadas en la web de la entidad pública para que pueda ser consultada por todos los agentes interesados.

F Herramientas

- Anexo 6. Modelo de difusión redes sociales presentación de consultas al mercado.
- Anexo 7. Orden del día de la jornada de difusión de consultas al mercado Código 100.

G ¿Cómo se hizo en Código 100?

En el caso de Código 100, una vez definido el plan de acción general y los específicos, se procedió a la publicación oficial de la convocatoria de consultas al mercado a través del Diario Oficial de Galicia, asimismo, desde la web del Servizo Galego de Saúde se publicó dicha convocatoria.



De acuerdo al plan de acción general se realizó una **jornada de lanzamiento** de las consultas al mercado, que tuvo lugar el 6 de abril del 2017 en Santiago de Compostela. Esta jornada, tuvo como objetivo activar el proceso de consultas al mercado y presentar la herramienta web.

8.2.2

Paso 6. Jornadas y talleres con la oferta tecnológica y usuarios

A ¿De qué se trata?

Con el objetivo de llegar al máximo de personas físicas o jurídicas que puedan estar interesadas en participar en el proceso de consultas al mercado, identificar de una mejor manera las necesidades y explicar el proyecto, se organizarán jornadas y talleres durante las consultas al mercado. Todas las jornadas y talleres deben definirse en el plan de acción general y estratégicos.

ETAPA DE DESARROLLO

B ¿Cómo se hace?

- Definir los objetivos a lograr en cada una de las jornadas o talleres y trazar una metodología para lograrlos.
- Al tratarse de acciones concretas, debe realizarse un ejercicio de concreción en la identificación de los agentes a participar.
- Crear un canal de comunicación con la oferta tecnológica y usuarios, dónde ellos se puedan mantener al tanto de los últimos avances y puedan resolver las posibles dudas.

C ¿Cuánto tiempo debería emplear?

- El tiempo necesario para la realización de las jornadas y talleres estará condicionado por el alcance del proyecto, el número de acciones que se quieran implementar, los usuarios que se quieran movilizar, variando desde semanas a meses. El tiempo estimado de la organización de cada jornada o taller será de alrededor de tres semanas.

D ¿Qué actores deben intervenir?

- Equipo de trabajo.
- Departamento de comunicación de la entidad pública.
- Oferta tecnológica.
- Agentes intermedios: clústeres, cámaras sectoriales, agrupaciones empresariales.

E Tips a tener en cuenta para esta actividad

- Contar con expertos externos y profesionales del sector de estudio en las jornadas y talleres.
- Tratar de que las jornadas y talleres tengan siempre una parte más práctica dónde la oferta tecnológica y usuarios puedan participar, así como un espacio para la resolución de dudas.

- Facilitar una conexión a través de streaming para aquellas personas que no puedan acudir presencialmente.

F Herramientas

- Anexo 8. Orden del día jornada mesa redonda con expertos

G ¿Cómo se hizo en Código 100?

En Código 100, se dio especial importancia a este paso, con el objetivo de dar mayor cobertura a la consulta preliminar al mercado y generar espacios de co-creación. De acuerdo a los planes de acción específicos, para las tres líneas se realizaron siete actividades entre talleres y jornadas, que se clasificaron en los siguientes formatos:

- **Acciones para captar ideas y conocimiento con usuarios finales.** Con este tipo de acciones se buscaba crear un canal de comunicación con los usuarios finales a través del cual poder mantener un diálogo para compartir sus necesidades y sus diferentes puntos de vista. De esta manera, se reafirma la importancia de su colaboración con la Administración y entidades para seguir impulsando un sistema sanitario innovador.
- **Asesoramiento por parte de expertos externos y profesionales sanitarios.** Se buscaba crear un entorno en el que poder dialogar con profesionales y expertos que aportasen su visión y experiencia, para así poder poner en valor todos los factores posibles.

A continuación, se detallarán las jornadas y talleres implementados para cada una de las líneas de actuación:

LÍNEA DE EMPODERAMIENTO DE PACIENTES

TALLER DE PRESENTACIÓN DE NECESIDADES INNOVADORAS ASOCIADAS A PACIENTES

Santiago de Compostela, 24 y 27 de abril de 2017.

Se convocaron a más de 80 asociaciones de pacientes de diferentes patologías con el objetivo de identificar y estructurar las necesidades actuales, para posteriormente poder desarrollar proyectos destinados a fortalecer los derechos y las capacidades de los pacientes y cuidadores en la gestión de su salud y autocontrol de la enfermedad. Estos talleres dieron como resultado las fichas de necesidades de las asociaciones.

TALLER DE PRESENTACIÓN DE NECESIDADES INNOVADORAS POR PARTE DE LAS ASOCIACIONES DE PACIENTES A LAS EMPRESAS

Santiago de Compostela, 9 de mayo de 2017.

Este taller facilitó la presentación por parte de las entidades, emprendedores y *startups* interesadas de las soluciones preliminares a las asociaciones de pacientes, para poder así recibir un *feedback* por su parte.

JORNADA TÉCNICA E-HEALTH

Santiago de Compostela, 19 de enero de 2018.

Con esta jornada se buscaba crear un entorno de encuentro en el que poder dialogar con las empresas y expertos europeos en el sector de E-health, sobre el modelo de integración y funcionamiento óptimo para las APPs y soluciones tecnológicas desarrolladas como resultado del Plan de Innovación Sanitaria Código 100. En ella, también participaron representantes de las asociaciones de pacientes, que aportaron la visión del usuario final.

LÍNEA DE TERAPIAS AVANZADAS

JORNADA CONSULTAS MERCADO ESPECÍFICA LÍNEA TERAPIAS

Madrid, 24 de abril 2017.

Con esta jornada se buscó dar a conocer el proyecto *Advanced Therapies* a empresas biofarmacéuticas, consultoras y tecnológicas, las oportunidades de colaboración con el fin de intercambiar información y

recibir propuestas de colaboración en el marco del proyecto Código100. Se identificó Madrid como centro de referencia para las empresas del sector con el ánimo de acercarse a la oferta tecnológica de manera más proactiva.

JORNADA BIOPSIA LÍQUIDA

Santiago de Compostela, 26 y 27 de abril 2018.

En el proceso de consultas al mercado se observó un gran interés dirigido hacia los desarrolladores de tecnologías relacionadas con la biopsia líquida, así como tecnologías relacionadas para la detección del cáncer de pulmón y páncreas. Dado el interés generado se realizó una jornada específica con científicos y empresas expertas para profundizar e identificar sinergias para colaboraciones futuras.

LÍNEA DE GESTIÓN DE PROFESIONALES

TALLER SENSIBILIZACIÓN Y BENCHMARK GESTIÓN RR. HH. POR COMPETENCIAS

Santiago de Compostela 21 de abril de 2017.

En la fase de definición inicial, se vio necesario lanzar un grupo de gestión de profesionales basado en competencias, en el ámbito de Código 100- área de Gestión de profesionales. Supuso la puesta en común de las buenas prácticas analizadas en el ámbito de la gestión de RR. HH. basado en competencias. Se identificó, junto con el grupo de trabajo, con qué inhibidores y facilitadores contaba el Servicio Galego de Saúde para poner en marcha este tipo de iniciativas.

MESA REDONDA CON EXPERTOS PARA ANÁLISIS DE TENDENCIAS EN EL ÁMBITO DEL APRENDIZAJE SANITARIO

Santiago de Compostela 3 de mayo de 2017.

Con el objetivo de validar con tendencias de mercado las necesidades identificadas previamente por los profesionales sanitarios se consideró necesario conocer

ETAPA DE DESARROLLO

la visión de expertos sobre las necesidades de los profesionales del Servicio Galego de Saúde identificadas a partir de la plataforma TI SUMAS y participar en un coloquio para debatir las conclusiones obtenidas, donde las empresas aportaron su visión y experiencia.

8.2.3

Paso 7. Recogida de soluciones innovadoras

A ¿De qué se trata?

Una vez abierta la convocatoria de la consulta preliminar al mercado, todos los usuarios interesados podrán enviar sus soluciones innovadoras a las problemáticas identificadas, el modelo elegido para la recepción de las ideas debe respetar los principios de libre concurrencia, igualdad, no discriminación y transparencia y se habrá definido en el paso 2.

B ¿Cómo se hace?

- Recepción de las fichas de recogida de soluciones innovadoras a través de mail o utilizando la plataforma web, de las entidades o personas interesadas en presentar propuestas.
- Dar difusión desde las redes sociales del proyecto, mailing, web, jornadas etc, de los aspectos clave de la recogida de propuestas: plazos para la presentación de propuestas, cómo realizar la presentación de ideas innovadoras, dónde dirigirse en caso de tener dudas, método de evaluación.
- Facilitar un mail dónde los participantes puedan dirigir las dudas surgidas a la hora de rellenar la documentación.

C ¿Cuánto tiempo debería emplear?

- El tiempo estimado para la recogida de las soluciones innovadoras se determinará en los planes de acción general y específicos, y variará en función

del alcance del proyecto, pudiendo ser desde unas semanas a varios meses.

D ¿Qué actores deben intervenir?

- Equipo de trabajo.
- Oferta tecnológica.
- Usuarios.

E Tips a tener en cuenta para esta actividad.

- Explicar todo el procedimiento de recogida de soluciones innovadoras en la jornada de lanzamiento, y resolver dudas planteadas por los asistentes. Se recomienda publicar a posteriori las dudas planteadas en la web, para que tengan un mayor alcance.
- Se recomienda elaborar una infografía que explique el procedimiento y darle visibilidad a través de la web del proyecto y redes sociales.
- Debe quedar claro desde un primer momento el procedimiento de evaluación de las propuestas que se aplicará durante el proceso de las consultas al mercado, e identificar las personas que formarán el Comité de evaluación.
- Generar empatía con los participantes, darles información oportuna y clara del estado en el que está su idea para que se sientan parte de este proceso de co-creación.

F Herramientas

- Anexo 9. Formulario de recogida de información a través de plataforma web.

G ¿Cómo se hizo en Código 100?

Para la recogida de soluciones innovadoras se diseñó una herramienta digital para dar soporte a todo el proceso, descrita en el paso 2. Esta herramienta facilitó el diálogo directo entre el Servicio Galego de Saúde y

empresas para profundizar sobre un tema o establecer entrevistas bilaterales al tiempo que generó un flujo de interacción con el usuario y comunicación del resultado de evaluación de la solución propuesta en tiempo real.

El registro y el uso de esta herramienta era sencillo e intuitivo, lo que permitió a los usuarios compartir sus ideas de soluciones innovadoras de una forma mucho más eficiente.

La herramienta fue muy bien valorada por parte de los participantes en la consulta al mercado en la encuesta final lanzada a todos los participantes, el 88% de los encuestados consideraron que la plataforma web de recogida de soluciones innovadoras, era sencilla e intuitiva, fácil de manejar, y les servía para saber en cada momento en que fase estaba su propuesta.

8.2.4

Paso 8. Profundizar vigilancia tecnológica

A ¿De qué se trata?

Una vez realizada la vigilancia tecnológica inicial, detallada en el paso 4, si se considera necesario indagar en algún área o campo concreto, se debe llevar a cabo una vigilancia con un mayor grado de concreción.

B ¿Cómo se hace?

- Selecciona el tema concreto en el que se quiere profundizar.
- Debe recopilarse información sobre la necesidad o el problema actual, la oportunidad que supone, el alcance y los beneficios que podría reportar.
- Ponerse en contacto con especialistas en la materia o en el área.

C ¿Cuánto tiempo debería emplear?

- Este ejercicio de profundización no debería emplear más de 4 semanas.

D ¿Qué actores deben intervenir?

- Equipo de trabajo.
- Expertos en vigilancia tecnológica.

E Tips a tener en cuenta para esta actividad.

- Acotar muy bien el ámbito de análisis.
- Identificar expertos a nivel internacional que puedan dar información práctica de valor enfocada ya a la fase de especificaciones funcionales.

F Herramientas

- Anexo 10. Ficha de experto internacional.

G ¿Cómo se hizo en Código 100?

En Código 100, paralelamente al proceso de consultas al mercado se realizaron ejercicios de vigilancia estratégica específicos para la línea de profesionales, orientados a identificar nuevas líneas de formación, por entender que era un ámbito donde la oferta tecnológica necesitaba refuerzo por parte del Servizo Galego de Saúde.

Este ejercicio dio como resultado un documento de **Nuevas tendencias en el ámbito del aprendizaje sanitario**. El objetivo de este documento era el de obtener una recopilación de las nuevas tendencias en el ámbito de la formación y la gestión del conocimiento, para así conocer las nuevas líneas de aprendizaje que permitieron obtener los *insights* necesarios que aportaron valor en la elaboración funcional de los documentos previstos para la puesta en marcha de los procedimientos de licitación.

ETAPA DE DESARROLLO

Para consultar documento acceda a <https://codigo100.sergas.gal/Contidos/Documents/30/Tendencias_UnificadasESP.pdf>.

8.2.5

Paso 9. Evaluación de soluciones innovadoras

A ¿De qué se trata?

En esta actividad se analiza y se saca conclusiones sobre el interés y pertinencia de las ideas recibidas en el proceso de consultas al mercado.

B ¿Cómo se hace?

- Los miembros del Comité de Evaluación deben tener acceso a todas las ideas recibidas.
- Convocar una reunión del Comité de Evaluación para analizar las propuestas recibidas. Si el número de propuestas es muy elevado (superior a 25) es recomendable realizar una evaluación individual por cada miembro del comité previa a la reunión grupal para agilizar el proceso.
- Aplicar el procedimiento de evaluación y clasificar las ideas en los tres estadios:
 - ◇ Interesante y pertinente.
 - ◇ Interesante pero no pertinente (no encaja en precio o plazo con las necesidades de la entidad pública).
 - ◇ No interesante ni pertinente.
- Mantener informado a las entidades del estado de su solicitud, pendiente de tramitar, tramitada, evaluada, y agradecer su participación y aporte al proceso.

C ¿Cuánto tiempo debería emplear?

- Para realizar la evaluación de las propuestas deberían emplearse dos semanas desde el cierre de la convocatoria, si el número de propuestas es elevado se necesitará más tiempo.

D ¿Qué actores deben intervenir?

- Equipo de trabajo.
- Comité de Evaluación.
- Oferta tecnológica.

E Tips a tener en cuenta para esta actividad.

- Los criterios para la evaluación de las propuestas deben ser homogéneos entre todos los miembros del Comité de Evaluación.
- Incluir perfiles con diferentes tipos de conocimiento en el Comité de Evaluación.
- No deben enviarse las evaluaciones individuales a las entidades, se trata de una fase precontractual, no debe generarse expectativas. La comunicación debe ser clara y homogénea a todas las entidades participantes, indicando que el proceso ha concluido, agradeciendo su participación e invitarlas a seguir atentas a la publicación de nueva información.

F Herramientas

- Anexo 11. Matriz de evaluación de soluciones innovadoras.

G ¿Cómo se hizo en Código 100?

En Código 100, este paso se soportó a través de la herramienta web. La herramienta permitió la categorización de las propuestas recibidas por el equipo de evaluación. Es importante señalar que en la composición de estos equipos (uno por línea) se incluyeron diferentes perfiles: perfil con conocimientos asistenciales,

perfil tecnológico, perfil con conocimiento de los procesos que se analizaron.

Las propuestas se clasificaron en:

- Interesantes para Código 100.
- Interesantes para otras iniciativas Servizo Galego de Saúde.
- No interesantes.

El resultado de esta evaluación evidenció el gran aporte de valor del proceso de consultas al mercado y el nivel de entendimiento por parte de la oferta tecnológica. Se recibieron un total de 215 propuestas de 94 entidades, el 73% de las propuestas se consideró interesante para Código 100, un 19 % interesante para otras iniciativas del Servizo Galego de Saúde y un 8% se consideró no interesante.

El número total de propuestas muestra la gran implicación de las entidades participantes. Los porcentajes de interés para el Servizo Galego de Saúde muestran la idoneidad y pertinencia del proceso seguido.

8.3 ETAPA DE CIERRE

A ¿De qué se trata?

Una vez concluido el análisis de las propuestas recibidas, es necesario hacer un cierre oficial de la convocatoria, realizando los documentos correspondientes y publicando de manera agregada los resultados obtenidos.

B ¿Cómo se hace?

Para la etapa de cierre se han identificado cinco pasos:

- Paso 10. Elaboración del informe de cierre de consultas al mercado.

ETAPA DE CIERRE

- Paso 11. Presentación de los resultados de las consultas al mercado.
- Paso 12. Elaboración de documentación para favorecer la colaboración.
- Paso 13. Presentación de las licitaciones.
- Paso 14. Retroalimentación del proceso.

C ¿Cuánto tiempo debería emplear?

El tiempo a emplear para el cierre de la consulta al mercado no debería superar los dos meses.

8.3.1 Paso 10. Elaboración del informe de cierre de consultas al mercado

A ¿De qué se trata?

Tal y como se indica en el artículo 115 de la LCSP, una vez terminado el proceso de consultas al mercado, se debe «*elaborar un informe de 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. Este informe estará motivado, formará parte del expediente de contratación, y estará sujeto a las mismas obligaciones de publicidad que los pliegos de condiciones, publicándose en todo caso en el perfil del contratante del órgano de contratación*».

B ¿Cómo se hace?

- Iniciar el informe con una breve introducción dónde se explique el contexto del proyecto, deben indicarse las bases por la que se rige la consulta y toda la información relativa al procedimiento y transcurso del mismo.
- Explicar el procedimiento empleado en las consultas al mercado: publicación, lanzamiento de convocatoria, jornadas y talleres, duración de la consulta,

ETAPA DE CIERRE

consultas planteadas por los participantes, número de soluciones innovadoras recibidas, herramientas empleadas.

- Mostrar los datos agregados obtenidos de la consulta al mercado.
- Incluir el nombre de las empresas participantes, siempre bajo su consentimiento, dado que el documento será público.
- Validación formal de las propuestas, incluir las características de las propuestas, número de propuestas completadas al 100%, número de propuestas que adjuntan información complementaria, número de propuestas consideradas interesantes y pertinentes para el proyecto, interesantes, pero no pertinentes, no interesante ni pertinente.
- Aspectos innovadores de las propuestas recibidas, tiempo de ejecución global de las propuestas, horquilla de presupuesto de las propuestas.
- Elaborar conclusiones del proceso.

C ¿Cuánto tiempo debería emplear?

- Una vez analizados los datos de la consulta la elaboración del informe de cierre no debería ser superior a dos semanas.

D ¿Qué actores deben intervenir?

- Equipo de trabajo.

E Tips a tener en cuenta para esta actividad

- No elaborar un documento muy extenso entrando en demasiados detalles.
- Elaborar una estructura sencilla de documento y fácil de seguir, por ejemplo: introducción, procedimiento de consultas al mercado, participantes en la consulta, conclusiones.

- Darle difusión a través de los medios empleados en la consulta al mercado.

F Herramientas

- Anexo 12. Índice de informe de cierre de consultas al mercado.

G ¿Cómo se hizo en Código 100?

En el Plan de Innovación Sanitaria Código 100, no se realizó el informe de cierre de consultas al mercado tal y como se describe en este apartado. Esto se debe a que no le aplica lo dispuesto en el artículo 115.3 de la LCSP «3. 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. Este informe estará motivado, formará parte del expediente de contratación, y estará sujeto a las mismas obligaciones de publicidad que los pliegos de condiciones, publicándose en todo caso en el perfil del contratante del órgano de contratación» porque en el momento de entrada en vigor de la nueva LCPS el proceso de consultas al mercado de Código 100 había finalizado, siendo su lanzamiento el 14 de septiembre de 2016 y materializándose las conclusiones con la publicación y presentación de las fichas de avance y del mapa de demanda temprana de las licitaciones CPI realizado a 12 de julio de 2017.

8.3.2

Paso 11. Presentación de los resultados de las consultas al mercado

A ¿De qué se trata?

Esto último se refiere a presentar la documentación con las conclusiones generales a las que se ha llegado a través del proceso de consultas al mercado, así como los números en términos globales, la cantidad

de ofertas recibidas, la procedencia de las ideas con respecto al tipo de organización, geografía y la demás información que se considere importante incluir, siempre y cuando no esté en contra de la confidencialidad, transparencia e igualdad de condiciones para los participantes.

B ¿Cómo se hace?

- Elaborar la **Ficha de avance**, se trata del documento resultante tras realizar la consulta al mercado, después de obtener las respuestas de la oferta, evaluarlas y recoger los detalles y características de aquellas soluciones que mejor encajan para resolver el problema/necesidad identificada por la entidad pública. Su objetivo es plasmar y explicar a la oferta tecnológica que elementos han sido considerados de interés en la consulta al mercado y hacia dónde se orienta la solución que desea adquirir la entidad pública para dar solución a la necesidad/problema/oportunidad identificada. Se trata de una versión de la «Ficha de necesidades preliminar» con un contenido mejorado y ampliado.
- Elaborar el **Mapa de Demanda Temprana**, se trata de un instrumento que permite anticipar al mercado las intenciones de contratación de la Administración, y por tanto facilita información valiosa a las empresas para las futuras licitaciones. Debe ser un documento claro, en el que aparezca como mínimo el nombre o acrónimo, una breve descripción de la necesidad y el presupuesto estimado.
- Mostrar los datos agregados obtenidos de la consulta al mercado. Definir la información agregada que se desea publicar de la convocatoria, es habitual presentar lo siguiente:
 - ◊ Número total ideas recibidas.
 - ◊ Proporción de ideas recibidas por tipo de organización (empresas, universidad, centros de investigación, persona física, institución pública).

- ◊ Proporción de ideas recibidas por tamaño de organización (startup, pequeña, mediana, gran empresa u organización).
- ◊ Proporción de ideas recibidas por geografía (nacional e internacional). Se puede presentar también la proporción a nivel nacional por provincias, proporcionará una visión rápida del interés generado y de la ubicación de las tecnologías.
- ◊ Proporción de ideas recibidas por sector, esto facilita ver la apertura de la convocatoria y la innovación que facilita en diferentes sectores, que, en algunas ocasiones, no son considerados desde el inicio.
- ◊ Proporción de ideas que fueron consideradas interesantes y pertinentes y aquellas que fueron descartadas.
- Emplear los canales de información empleados a lo largo del proyecto para publicar e informar de los siguientes pasos de la convocatoria.
- Organizar una jornada en la que mostrar los resultados y resolver las posibles dudas.

C ¿Cuánto tiempo debería emplear?

- Para la elaboración de la documentación de los resultados se necesitará un máximo de dos semanas.

D ¿Qué actores deben intervenir?

- Equipo de trabajo.
- Equipo de comunicación de la entidad pública.

E Tips a tener en cuenta para esta actividad.

- La información debe plasmarse de una manera visual, concisa y clara, se trata de elaborar un documento de fácil comprensión.

ETAPA DE CIERRE

- Generar una batería de indicadores a partir de los datos recogidos que nos permitan comparar resultados de futuras consultas preliminares al mercado realizadas por la entidad pública, así como con las de otras entidades públicas nacionales o internacionales.

F Herramientas

- Anexo 13. Documento tipo. Índice ficha de avance.
- Anexo 14. Documento tipo. Campos a cubrir en un mapa de demanda temprana
- Anexo 15. Documento tipo. Índice documento presentación de resultados.

G ¿Cómo se hizo en Código 100?

En Código 100, una vez realizada la evaluación de las propuestas recibidas se elaboraron las fichas de avance y el mapa de demanda temprana. En concreto, se elaboraron tres fichas de avance, una por cada línea de actuación y un mapa de demanda temprana dónde se recogieron las contrataciones previstas con un presupuesto orientativo de las tres líneas.

En lo relativo a difusión, el 12 de julio de 2017 se realizó una jornada de presentación de los resultados del proceso de consultas al mercado. En la jornada se presentaron los principales resultados (n.º de propuestas recibidas, n.º de empresas participantes, sector, procedencia...), las **fichas de avance** y el **mapa de demanda temprana**.

Además de la jornada, los documentos fueron publicados en la web del proyecto y se les dio difusión a través de las redes sociales.

Para consultar anexo de documento de resultados de la consulta al mercado acceda a <https://codigo100.sergas.gal/Contidos/Documents/34/ANEXOProceso_consultas_mercado.pdf>.

Para consultar las fichas de avance acceda a:

- **Empoderamiento de pacientes**

<<https://codigo100.sergas.gal/Contidos/Documents/25/Ficha%20de%20avance%20empoderamientoESP.pdf>>.

- **Terapias avanzadas**

<<https://codigo100.sergas.gal/Contidos/Documents/26/Ficha%20de%20avance%20terapiasESP.pdf>>.

- **Gestión de profesionales**

<<https://codigo100.sergas.gal/Contidos/Documents/24/Ficha%20de%20avance%20profesionales.pdf>>.

Para consultar el mapa de demanda temprana acceda a <<https://codigo100.sergas.gal/Contidos/Documents/22/Mapa%20de%20demanda%20temprana%20actualizado.%20cast.pdf>>.

8.3.3

Paso 12. Elaboración de documentación para favorecer la colaboración

A ¿De qué se trata?

Generar documentación o implementar iniciativas que faciliten el acercamiento de agentes de la oferta tecnológica para propiciar un ambiente de colaboración que incluso pueda resultar en uniones para presentar ofertas conjuntas o en colaboración una vez se haya abierto el procedimiento de contratación.

B ¿Cómo se hace?

- Ponerse en contacto vía telemática explicando el objetivo del documento y las necesidades de la oferta tecnológica.

- Elaborar unos formularios a cumplimentar por la oferta tecnológica, donde la compañía decida qué información quiere que se haga pública.
- Dividir el formulario en dos partes, una primera con información sobre la compañía (nombre, razón social, dirección, teléfono, persona de contacto, resumen del *core* del negocio etc.) y una segunda parte donde se describa la solución innovadora de una manera general sin detallar tecnología ni los factores diferenciales.
- Incluir en el documento el consentimiento para la publicación de los datos de la compañía y la solución innovadora.

C ¿Cuánto tiempo debería emplear?

Para la recopilación de la información necesaria, así como estructurar el documento, se necesitarán de dos a tres semanas.

D ¿Qué actores deben intervenir?

- Equipo de trabajo.
- Oferta tecnológica.
- Usuarios.

E Tips a tener en cuenta para esta actividad

- Estipular un máximo de caracteres para cada uno de los campos a cubrir por la oferta tecnológica y así aunar criterios entre los participantes.
- Establecer un proceso de autorización y consentimiento por parte de las entidades participantes.
- Fijar una fecha límite para el envío de la información.
- Hacer especial mención en que la información reportada será de dominio público.

F Herramientas

- Anexo 16. Documento tipo. Hoja de recogida de información.

G ¿Cómo se hizo en Código 100?

Desde el proyecto Código 100 se consideró interesante la elaboración de una **Guía de Iniciativas Empresariales de Soluciones Innovadoras**, esta se elaboró con la finalidad de lograr dos objetivos, por un lado ofrecer una mayor visibilidad a las empresas que participaron en la etapa de consultas al mercado del Plan de Innovación Sanitaria Código100; 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 por el Servicio Galego de Saúde para la línea de empoderamiento de pacientes. En este documento se recogía aquellas empresas que, por un lado, participaron en la consulta al mercado, y dieron su consentimiento para formar parte del documento. La Guía divide la información recogida para cada una de las empresas en dos partes; presentación de la compañía y explicación de la propuesta presentada para cada línea de actuación.

Para consultar la *Guía de Iniciativas Empresariales de Soluciones Innovadoras* acceda a <<https://codigo100.sergas.gal/Contidos/Documents/28/Gu%C3%A1Da%20de%20iniciativas%20empresariales%20de%20soluciones%20innovadoras.pdf>>.

8.3.4

Paso 13. Presentación de las futuras contrataciones

A ¿De qué se trata?

Se trata de hacer la publicación oficial de las contrataciones previstas, teniendo en cuenta el tipo de CPI y de proceso de contratación que se haya elegido para el proceso.

ETAPA DE CIERRE

Tal y como se indica en el artículo 70 de la Ley 9/2017 de Contratos do Sector Público «*los pliegos deben elaborarse teniendo en cuenta los resultados de las consultas al mercado. Es importante destacar que no pueden concretarse las características para que sólo exista un único proveedor o se incumpla el principio de igualdad de trato*»

B ¿Cómo se hace?

- Decidir el número de contrataciones que se van a llevar a cabo y transmitirlo al mercado.
- Seleccionar los procedimientos de contratación. Con la información obtenida en la consulta al mercado se puede determinar cuál es el procedimiento de contratación más adecuado a cada caso.
- Se debe considerar el carácter de cada procedimiento, es decir, si será a nivel nacional, internacional.
- Se recomienda realizar una jornada en la que se expliquen las contrataciones previstas y los procedimientos de contratación y tipo de CPI.

C ¿Cuánto tiempo debería emplear?

Para la presentación de las futuras contrataciones se necesitarán alrededor de tres semanas, incluyendo la organización de una jornada para su explicación.

D ¿Qué actores deben intervenir?

- Persona del área jurídica del equipo de trabajo y personal clave del área.
- Personal de contratación.
- Equipo de trabajo.
- Expertos temáticos.
- Área de comunicaciones.

E Tips a tener en cuenta para esta actividad.

- Realizar una correcta difusión y publicación de la convocatoria y asegurarse de llegar a aquellos que participaron en el diálogo técnico y la fase precontractual del proceso para que conozcan la apertura del proceso.
- Dar la opción de que la oferta tecnológica plante todas las dudas que le surjan de las nuevas licitaciones.

F Herramientas

- Anexo 17. Orden del día Jornada de presentación de licitaciones Código 100

G ¿Cómo se hizo en Código 100?

En Código 100 se realizó un adelanto al mercado de las intenciones de contratación a través de la publicación del mapa de demanda temprano y las fichas de avance, por lo que en esta fase se concretaron las intenciones a través de los pliegos.

El día 18 de septiembre de 2018, se realizó la **Jornada de presentación de nuevos pliegos de contratación pública** (<https://codigo100.sergas.es/Contidos/XornadaPregos>), el acto duró una mañana y se distribuyó en tres mesas, donde explicaron los pliegos de cada una de las líneas de actuación a la oferta tecnológica.

En la jornada se trataron los aspectos jurídicos y procedimentales de las nuevas licitaciones, así como, diferentes profesionales sanitarios trasladaron de primera mano a la oferta tecnológica cuales eran las necesidades a resolver mediante las licitaciones planteadas.

El 19 de diciembre de 2018, se realizó un **Café-networking pliegos línea de Terapias Avanzadas** (<https://codigo100.sergas.es/Contidos/Caf%C3%A9-Networking-C%C3%B3digo100>), se trató

¿EN QUÉ ÁMBITOS BUSCA INNOVAR EL SERVICIO GALEGO DE SAÚDE?

Terapias Avanzadas

Se busca la incorporación al sistema público de salud de nuevas terapias que poseen el potencial de adaptar el tratamiento con la mejor respuesta y el mayor margen de seguridad para garantizar un mejor cuidado del paciente teniendo en cuenta sus características individuales y patología

200.255,00 € AI

Dispositivo multicanal para la resección avanzada de tumores rectales mediante endoscopia flexible y cirugía endoscópica transanal

Procedimiento: Asociación para la innovación

499.998,62 € AI

Test multimarcador que permita la caracterización molecular de tumores de pacientes con cáncer de pulmón no microcítico mediante secuenciación masiva de nueva generación (NGS)

Procedimiento: Asociación para la innovación

600.000,00 € CPTI

Desarrollo y fase de demostración de un sistema de ayuda a la detección de diversas patologías (CADIA) basado en el análisis de imagen con técnicas de inteligencia artificial

Procedimiento: Diálogo competitivo

1.250.000,00 € CPP

CPP Lote 1 Biopsia Líquida: Soluciones para detectar material tumoral en fluidos biológicos en estadios tempranos, detección de enfermedad mínima residual, pronóstico, selección de terapias, monitorización de la enfermedad y la respuesta al tratamiento de distintos tipos de cáncer

Procedimiento: Contratación precomercial

500.000,00 € CPP

CPP Lote 2 Enfermedades neurológicas: Biomarcadores diagnósticos en enfermedades neurológicas

Procedimiento: Contratación precomercial

500.000,00 € CPP

CPP Lote 3 Enfermedades reumatológicas: Biomarcadores diagnósticos en enfermedades reumatológicas

Procedimiento: Contratación precomercial

Profesionales

Se busca la planificación estratégica de la formación y el conocimiento de la organización, detectar de forma temprana el talento existente en base a competencias y la armonización de la producción científica e investigadora

1.258.400,00 € CPTI*

La realización del servicio de desarrollo y validación de una plataforma tecnológica que permita llevar a cabo las actividades asociadas a la gestión del conocimiento en una organización sanitaria.

Procedimiento: Abierto

1.808.950,00 € CPTI*

El desarrollo de un sistema de gestión de profesionales orientado a la gestión por competencias que aporte innovación

Procedimiento: Abierto

173.000,00 €

Realidad virtual lote 1: Diseño y desarrollo de una solución virtual formativa para el reconocimiento del ICTUS

Procedimiento: Licitación con negociación

173.000,00 €

Realidad virtual lote 2: Diseño y desarrollo de una solución formativa y de entrenamiento virtual de la respiración para la mejora en la precisión en los tratamientos de radioterapia en pruebas de imagen

Procedimiento: Licitación con negociación

Empoderamiento

Se busca convertir al paciente en un agente fundamental para la autogestión de su enfermedad y la mejora de sus propios resultados de salud

580.800,00 € CPTI

Desarrollo y fase demostración del sistema plataforma de historia clínica personal PHR para la autogestión de la enfermedad y empoderamiento de pacientes

Procedimiento: Licitación con negociación

484.000,00 € CPTI

Desarrollo y fase de demostración de una solución inteligente que facilite las tareas del paciente para el autocontrol de la diabetes

Procedimiento: Licitación con negociación

605.000,00 € CPTI

Desarrollo y fase demostración de un sistema de asistente personal (AVATAR) y un generador de alertas inteligentes que aumente la autonomía del paciente

Procedimiento: Licitación con negociación

399.999,38 € CPTI

Desarrollo de una plataforma de homologación de apps y contenidos para la autogestión de la enfermedad y empoderamiento de pacientes

Procedimiento: Diálogo competitivo

726.000,00 € CPTI

Desarrollo de una plataforma de gestión de la relación con los usuarios, sistema CRM para pacientes

Procedimiento: Licitación con negociación

de un encuentro informal con la oferta tecnológica, dónde se profundizó en los procedimientos de contratación de las licitaciones de la línea de Terapias Avanzadas, prestando especial atención en la Compra Pública Precomercial y la Asociación para la Innovación.

8.3.5

Paso 14. Retroalimentación del proceso

A ¿De qué se trata?

Una vez finalizadas las consultas preliminares al mercado, es importante designar un método de control del proceso, en el cual los métodos empleados y los resultados obtenidos son sujetos a las valoraciones de los

participantes con el objetivo de controlar y optimizar el proceso.

B ¿Cómo se hace?

- Se debe elaborar una encuesta dónde se evalúen todos los aspectos de la consulta, (proceso de consultas al mercado, impacto de la participación en la definición de necesidades, valoración del método de recogida de las soluciones innovadoras...).
- Debe dedicarse un tiempo a la elaboración de la plantilla de encuesta, así como a sus posibles respuestas y los posibles resultados que se quieren obtener. Debe ser un documento breve y sencillo, se debe tratar de sacar la mayor información posible.

ETAPA DE CIERRE

- Realizar una base de datos con todos los agentes que hayan interferido en la consulta al mercado (usuarios finales, empresas, centros tecnológicos, profesionales...).
- Realizar un envío a través del mail habilitado en el proyecto a todos los agentes, dónde se explique el porqué de la encuesta y agradeciendo su colaboración en el proceso.
- Realizar difusión a través de redes sociales de la encuesta si se considera necesario.
- Se debe dejar claro la confidencialidad de las respuestas obtenidas y cómo serán empleados los datos y los resultados.
- Si se considera pertinente, realizar entrevistas a los participantes.

C ¿Cuánto tiempo debería emplear?

- Para la elaboración, lanzamiento de la encuesta y recopilación de los datos, se necesitarán sobre unas cuatro semanas.

D ¿Qué actores deben intervenir?

- Equipo de trabajo.
- Agentes participantes en la consulta al mercado.
- Área de comunicación.

E Tips a tener en cuenta para esta actividad

- Antes de iniciar la encuesta, se debe agradecer la participación e informar al usuario de la importancia de sus respuestas y para que serán empleadas estas. Al finalizar la encuesta se debe agradecer nuevamente la colaboración.
- Se recomienda realizar una encuesta diferente para los distintos tipos de usuarios que hayan participado en la consulta al mercado, por ejemplo,

una para asociaciones y ciudadanía y otra para la oferta tecnológica.

- Se recomienda dejar un apartado libre para que los usuarios puedan acercar sus propuestas de mejoras para futuras consultas al mercado.
- Las encuestas deben ser fáciles de cumplimentar y no demasiado largas, se deben planificar bien las respuestas que se quieren obtener para elaborar las preguntas.
- Se recomienda facilitar las respuestas a las preguntas a modo de valoración, por ejemplo, muy útil, útil, poco útil, nada útil, y dejar un espacio en blanco para los comentarios que se quieran añadir, así cumplimentar la encuesta será más sencillo y rápido.

F Herramientas

- Anexo 18. Formulario de encuestas a asociaciones de pacientes en el proyecto Código 100.

G ¿Cómo se hizo en Código 100?

En Código 100, tras el proceso de consultas al mercado, y con el objetivo de seguir mejorando de cara a futuras iniciativas, fue de gran importancia preguntarles a los principales agentes participantes en el proceso, cómo lo han vivido.

En este sentido, se contactó con las asociaciones de pacientes y empresas que han participado en el proceso para que ofreciesen su visión a través de dos mecanismos: encuesta general y entrevistas personales.

Se llevaron a cabo dos tipos de encuestas, una dirigida a asociaciones de pacientes y otra a la oferta tecnológica, estas se implementaron a través de un formulario web.

Los resultados obtenidos de las encuestas dirigidas a asociaciones fueron los siguientes:

La encuesta ha sido respondida por 43 personas, de 41 asociaciones diferentes, el 55% de las asociaciones que han respondido tenían un tamaño de más de 200 asociados, el 20% entre 100 y 100 asociados.

Como resultados generales destacamos:

El **83,72%** de los encuestados considera que la **información publicada y recibida** a través de los diferentes canales **es útil y permite estar actualizado/a sobre el proceso**.

El **67,44%** de los encuestados **no había participado** en ningún otro **proceso de identificación de necesidades**.

El **93,02%** de los encuestados considera que se han **transmitido correctamente** los objetivos perseguidos por el Servicio Galego de Saúde al realizar la consulta al mercado.

Al **81,4%** de los encuestados les parece que contar con la participación de **la asociaciones, pacientes y empresas** en el proceso ha sido **innovador o muy innovador**.

Al **72,09%** de los encuestados consideran que las **soluciones** que se propone obtener el Servicio Galego de Saúde en este proceso de consultas al mercado son **innovadoras o muy innovadoras**.

El **93,02%** de los encuestados considera útil o muy útil las jornadas y talleres desarrollados.

El **93,02%** de los encuestados considera útil o muy útil las fichas de avance publicadas.

El **86,06%** de los encuestados considera el **Mapa de Demanda Temprana útil o muy útil** como herramienta que anticipa las intenciones de contratación al mercado.

El **88,37%** de los encuestados considera **la guía de iniciativas empresariales de soluciones innovadoras** útil o muy útil.

El **95,35%** de los encuestados considera que la realización del **taller de necesidades innovadoras entre empresas y asociaciones de pacientes** ha sido

positivo para acercar las necesidades a la oferta tecnológica.

El **97,67%** de los encuestados considera positivo que el Servicio Galego de Saúde, a través de la consulta de mercado del proyecto de Código 100, haya tenido en cuenta **a las asociaciones de pacientes en la definición de necesidades a resolver**.

El **90,70%** de las asociaciones encuestadas cree que la participación en la consulta al mercado es una buena manera de involucrar a los pacientes como los verdaderos usuarios finales de las soluciones obtenidas.

El **83,72%** de los encuestados considera que se han trasladado adecuadamente las necesidades identificadas por las asociaciones en la ficha de avance de Empoderamiento de pacientes.

El **79,07%** de los encuestados considera que las **soluciones innovadoras** previstas en el Mapa de Demanda Temprana **resuelven las necesidades identificadas** por las asociaciones.

El **88,37%** de los encuestados está **satisfecho o muy satisfecho** con relación a la **información, resolución de dudas, gestión de problemas y soporte técnico** del proyecto de Código 100.

Al **97,67%** de los encuestados les gustaría que en **futuras consultas** al mercado se tuviera de nuevo en **cuenta a las asociaciones** de pacientes como participantes.

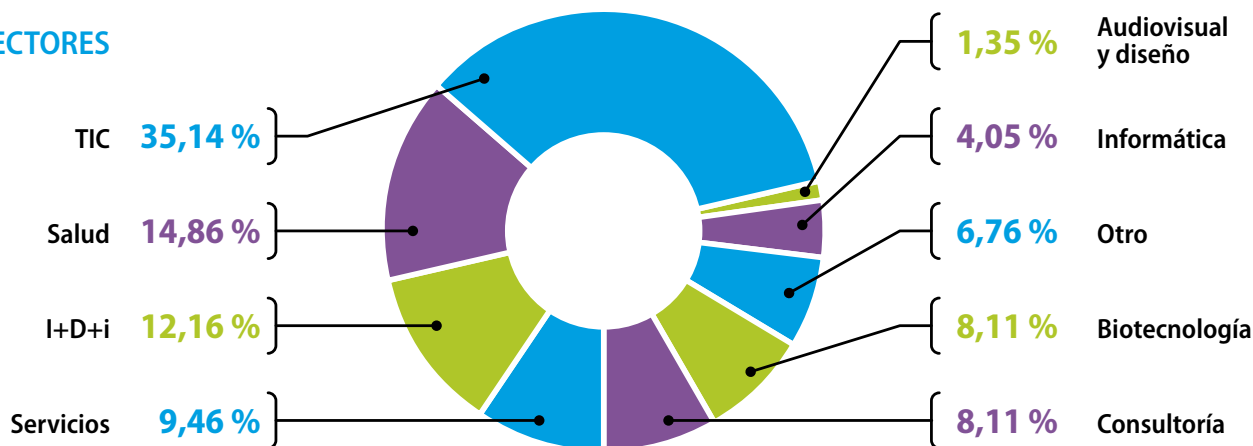
El **93,02%** de los encuestados evalúa como útil o muy útil el trabajo realizado durante la etapa de consulta al mercado por el Servicio Galego de Saúde, a medio/largo plazo para la asociación.

El **88,37%** de los encuestados se encuentra satisfecho o muy satisfecho con el proceso de consultas al mercado del proyecto Código 100.

Los resultados obtenidos de las encuestas dirigidas a la oferta tecnológica fueron los siguientes:

ETAPA DE CIERRE

SECTORES



La encuesta ha sido respondida por 82 personas, de 74 entidades diferentes. El 35 % de las entidades participantes son microempresas, el 32,43 % grande, el 25,68 % mediana y el 16,22 % pequeña.

La mayor participación ha venido del sector TIC y salud.

A continuación, se muestran los resultados obtenidos:

El **77,08%** de los encuestados ha considerado el proceso de consultas al mercado Código 100 como **innovador** o **muy innovador**.

El **82,72%** de los encuestados considera que la **información publicada** y **recibida** a través de los diferentes canales es útil y **permite estar actualizado/a** sobre el proceso.

El **92,59%** de los encuestados cree que han **transmitido correctamente** los **objetivos** perseguidos por el Servicio Galego de Saúde al realizar la consulta al mercado.

El **91,36%** de los encuestados consideran que se **han respetado** las condiciones de **transparencia** e **igualdad de trato** entre los participantes y confidencialidad a lo largo de todo el proceso.

El **60,49%** de los encuestados **no había participado** en ningún otro **proceso de consultas al mercado** y

un **29,63%** de los encuestados ya **había participado** en H2050 e InnovaSaúde.

El **70,83%** de los encuestados que han participado en H2050 e InnovaSaúde consideran el proceso de consultas al mercado de Código 100 como **innovador** o **muy innovador** frente a éste.

El **62,5%** de los encuestados que participaron en **otros procesos de consultas al mercado**, consideran el proceso de **Código 100** como **innovador** o **muy innovador** frente a otros.

El **90,24%** de los encuestados considera útil o muy útil las jornadas y talleres desarrollados.

El **84,4%** de los encuestados considera útil o muy útil las fichas de avance publicadas.

El **89,02%** de los encuestados considera el **Mapa de Demanda Temprana** útil o muy útil como herramienta que anticipa las intenciones de contratación al mercado.

El **90,24%** de los encuestados considera la **guía de iniciativas empresariales de soluciones innovadoras**, o útil muy útil.

El **62,20%** de los encuestados afirma que los talleres y jornadas, así como la documentación generada, **ha**

influido en alguna decisión de **colaboración** con otras entidades.

El **71,95%** de los encuestados envió una **solución innovadora** a la plataforma web de Código 100.

De los encuestados que enviaron su solución innovadora, el **88,14%** considera que la plataforma web es **sencilla e intuitiva**.

De los usuarios que han tenido algún tipo de problema con la plataforma web, el **100%** está **satisfecho** o **muy satisfecho** con la ayuda prestada por el equipo de asistencia.

El **39,02%** de los encuestados considera que la **CPI** tendrá impacto en el volumen de **facturación** destinado a **I+D+i** en su organización.

El **80,49%** de los encuestados considera que la **CPI** tendrá impacto en el número de **personal** dedicado a **actividades I+D+i** en su organización.

Sólo el **7,32%** de los encuestados considera que la **CPI** tendrá impacto en el volumen de **facturación internacional** destinado a **I+D+i** en su organización.

El **13,41%** de los encuestados considera que la **CPI** tendrá impacto en el número de patentes que registrará su compañía.

El **86,59%** de los encuestados se encuentra satisfecho o muy satisfecho con el proceso de consultas al mercado del proyecto Código 100.

Estudios de caso

Finalmente, se llevaron a cabo tres estudios de caso, con el fin de conocer las opiniones y experiencias vividas por tres entidades, una asociación de pacientes, empresa y centro tecnológico.

Las tres entidades están de acuerdo en que un proceso de consultas al mercado es enriquecedor para todos los agentes involucrados, todos se benefician,

ya sea durante o una vez finalizado el proceso, y que sería una pena perderselo por miedos o barreras desde ambos lados.

Desde la perspectiva de empresa y centro tecnológico:

Destacan el gran potencial de relacionarse con los pacientes en el desarrollo de soluciones innovadoras y con los profesionales sanitarios, que permite una aproximación a la visión del usuario final. Además, consideran que participar en un proceso de consultas al mercado como el de Código 100 les ha ayudado a mejorar su ecosistema de colaboración, con otros centros, empresa y profesionales.

Consideran de gran utilidad las jornadas y talleres implementadas a lo largo del proceso de consultas al mercado, que les han ayudado a marcar una hoja de ruta a seguir durante todo el proceso. También hacen mención a la gran utilidad de documentación como las fichas de avance, el mapa de demanda temprana y la guía de iniciativas empresariales.

En cuanto a la valoración del procedimiento, plataforma de ideas, transparencia y comunicación en el proceso, ambas entidades han percibido la gran utilidad de la plataforma de recogida de ideas como un sistema robusto, que da más seguridad y credibilidad al proceso, mejorando la transparencia y manteniendo una comunicación directa con los participantes ya que en todo momento sabían en qué estado se encontraba su propuesta.

Ambas entidades concluyen que este tipo de procesos favorecen la ruptura de barreras entre administración pública y empresa, incrementando el ecosistema de I+D+i de las entidades participantes y, en concreto, favoreciendo la colaboración con universidades, centros tecnológicos y otras empresas, estableciéndose contactos y fórmulas de colaboración que hasta la fecha ni se planteaban.

ETAPA DE CIERRE

Desde la perspectiva de una asociación de pacientes:

Consideran que la incorporación de las asociaciones de pacientes en un proceso de consultas al mercado es una buena manera de involucrar a los usuarios finales. Además, consideran que se fomenta una mayor credibilidad, confianza y empatía con el sistema.

Los pacientes pierden ese rol de «únicamente pacientes» y se crea una relación más cercana, una sanidad más humanizada, dónde contribuyen a ser parte del cambio a través de la identificación de necesidades.

Destacan la importancia de las jornadas para mostrar el punto de vista del usuario final, así como para generar relaciones con otras asociaciones que les permite poner necesidades en común que posteriormente trasladar al Servicio Galego de Saúde.

Las tres entidades tienen claro que seguirán participando en procesos de consultas al mercado, debido al gran potencial y ventajas que conllevan. Este tipo de procesos, dónde se comparte conocimiento y se genera una economía de colaboración son fundamentales de cara al futuro para seguir mejorando los servicios públicos.

Parte III ANEXOS



Anexo 1

METODOLOGÍA RACI

(Responsible, Accountable, Consulted and Informed)

Una vez se nombre la composición del Equipo de Trabajo de carácter multidisciplinar encargado de acompañar el proyecto en todas sus etapas, es necesario nombrar a un líder del equipo de trabajo. El líder actúa como coordinador del proyecto, asegurando que cada tarea se cumple respecto a lo establecido en el flujograma del proceso. Del mismo modo también es necesario identificar las diferentes responsabilidades que los componentes de dicho equipo de trabajo deben asumir en el transcurso del proyecto.

Para ello se propone una **matriz de responsabilidades RACI**.

A continuación, se muestra un ejemplo de una matriz de responsabilidades RACI:

- **Responsible.**
Responsable de la ejecución del entregable/tarea.
- **Accountable.**
Responsable de asegurar que el entregable/tarea se completa.
- **Consulted.**
Consultado/a, previo a completar cada entregable/tarea.
- **Informed.**
Informado/a de los resultados, una vez el entregable/tarea sea finalizada.

La matriz RACI es una herramienta que sirve para la asignación de responsabilidades a los componentes del equipo al relacionar una actividad con un equipo de trabajo o con un individuo.

A continuación, se incluye un ejemplo de cómo podrían distribuirse las responsabilidades de un Grupo de Trabajo en las principales actividades que deben llevarse a cabo a lo largo de las tres etapas de la CPI:

EQUIPO	Líder del equipo de trabajo	Área de Gobernanza y comunicación & Intervención Hacienda y finanzas	Servicio jurídico	Jefes de servicio & personal de la secretaría técnica	Dirección general de innovación
ENTREGABLE/ TAREA					
1. Documento de convocatoria.	A			R	C
2. Ficha de necesidad preliminar	A			R	C
3. Plan de acción general	A	R	C	C	C
4. Fichas de recogidas	A			R	C
5. Documento de FAQ's	A			R	C
6. Validación de la documentación para el lanzamiento de la consulta al mercado	A	C	R	I	I
7. Revisión de los textos de la consulta al mercado	A	R	C	C	C
8. Creación de una cuenta de correo ad-hoc para el proyecto	A	R			
9. Gestión de trámites y publicación de la invitación a participar en la consulta al mercado	A	R			
10. Evaluación y selección de las ideas recibidas en la consulta	A	C, I	C, I	R	C
11. Desarrollo de sesiones de exposición de ideas (Consulta al mercado)	A	C, I	C, I	R	C
12. Contratación de la solución	A	R	C	I	I
13. Control y seguimiento en la ejecución de la solución	A	C, I	C, I	R	C

*R: responsable de la ejecución del entregable/tarea. **A: responsable de asegurar que el entregable/tarea se completa.

C: consultado/a, previo a completar cada entregable/tarea. *I: informado/a de los resultados, una vez el entregable/tarea sea finalizada.

Asimismo, se incluye un proceso de trabajo con las actividades a realizar, sus responsables y los documentos asociados en la fase de consultas al mercado, por requerir una alta actividad por parte del Grupo de Trabajo.

En este sentido, para llevar a cabo un primer proyecto piloto de CPI se recomienda contar con la asistencia de una Oficina Técnica experta que asesore y colabore con el equipo de trabajo.

Los diferentes agentes/responsables para llevar a cabo las actividades son, por lo tanto:

- El equipo de trabajo
- Oficina Técnica
- Oferta tecnológica (podrá estar compuesta por empresas, centros de I+D+i, universidades, asociaciones de usuarios, entre otros).

Anexo 2

Documento tipo

FICHA DE NECESIDAD PRELIMINAR

FICHA DE NECESIDAD PRELIMINAR

RETO: Pregunta formulada de manera retadora

ENTIDAD COORDINADORA: Nombre del Gobierno Local y área que lo llevan a cabo

1. Descripción. Situación de partida:

2. Alcance del proyecto:

3. Objetivos:

4. Fecha prevista de cierre de convocatoria:

5. Inversión estimada:

6. Documentación anexa:

Anexo 3

Documento tipo

FORMULARIO DE RECOGIDA DE INFORMACIÓN

FECHA ELABORACIÓN:

NOMBRE DE LA PROPUESTA:

DATOS PROPONENTE (señale según corresponda):

Individual Grupo de trabajo

DATOS EOXI:

ESPECIALIDAD:

DATOS DE CONTACTO / INVESTIGADOR RESPONSABLE / COORDINADOR DEL GRUPO:

Nombre:

Teléfono: E-mail:

BREVE RESUMEN (límite de 650 caracteres):

RELACIÓN DE DOCUMENTOS ANEXOS:

DURACIÓN ESTIMADA PARA LA EJECUCIÓN DE LA PROPUESTA:

De 6 a 12 meses De 12 a 24 meses Más de 24 meses

BENEFICIOS PARA EL SISTEMA PÚBLICO DE SALUD:**BENEFICIOS PARA EL USUARIO DEL SISTEMA PÚBLICO DE SALUD:****Autorización de uso de los datos aportados****Autorización opcional**

- Incorporación a la lista de participantes en el proceso de consulta pública (solo se publicará la entidad o persona que propone la idea)
- Registros de datos de contacto facilitados

Declaración obligatoria

- La propuesta presentada está libre de patentes comerciales, copyright o cualquier otro derecho de autor o empresarial que impida su libre uso por parte del SERGAS o de cualquier otra empresa colaboradora en el desarrollo de futuros proyectos.
- Autorizo al SERGAS 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 pliegos de los distintos procedimientos de contratación que se tramiten en el marco del Plan de Innovación Código100, bajo la fórmula de Compra Pública Innovadora.

Anexo 4

MODELO DEL PLAN DE ACCIÓN GENERAL

PLAN DE ACCIÓN GENERAL									
PROPUESTA	AMINISTRACIÓN	Marzo				Abril			
		S1	S2	S3	S4	S1	S2	S3	S4
<p>ESTRATEGIA DE DIFUSIÓN EN REDES SOCIALES</p> <ul style="list-style-type: none"> Propuesta de redes: Twitter (vinculado), LinkedIn y Facebook. Coordinar con Andrés Gil el procedimiento a seguir para la creación de las redes sociales oficiales vinculadas al proyecto Código 100. Definir un plan de comunicación (calendario de publicaciones, responsables, etc.). Crear perfiles y vincularlos a la web de Código 100. Definir contenidos a publicar en esos perfiles. Función de community manager. Dinamizar contenidos. Coordinar contenidos a publicar en otros canales de difusión (É- Saúde). 	<ul style="list-style-type: none"> Validar Redes. Responsables para validación de contenidos a publicar. 								
<p>Identificación de foros y eventos internacionales y europeos para realizar actividades de difusión.</p>	<ul style="list-style-type: none"> Proponer esta idea en el comité de dirección para validar el grado de internacionalización que se quiere abarcar con el objetivo de identificar los eventos. 								
<p>SISTEMA DE CONSULTAS WEB</p> <ul style="list-style-type: none"> Desarrollo de la herramineta. 	<ul style="list-style-type: none"> Homologar Procedimientos. Definir un responsable por línea. Validar Workflow. Definir usuarios que tendrán acceso (30) y su distribución por línea de acción. Definir responsable para dar respuesta a las dudas planteadas por usuarios a través del espacio habilitado para ello en la plataforma. 								

Anexo 5

ÍNDICE DEL INFORME DE VIGILANCIA TECNOLÓGICA

- 1 Antecedentes y contexto
- 2 Objetivo del informe
- 3 Metodología de búsqueda
- 4 Características generales de la necesidad.
- 5 Resultados del ejercicio de vigilancia tecnológica.
 - a Evaluación del estado del arte.
 - b Soluciones y tecnologías analizadas.
 - c Principales tendencias.
- 6 Conclusiones finales
- 7 Anexos

Anexo 6

Modelo de difusión en redes sociales

PRESENTACIÓN DE CONSULTAS AL MERCADO



Anexo 7

Orden del día de la jornada

DIFUSIÓN DE CONSULTAS AL MERCADO CÓDIGO 100

6 de abril de 2017

Salón de actos del SERGAS, edificio administrativo San Lázaro

Santiago de Compostela

12:00 h - 14:00 h

Orden del día

12:00 h - 12:15 h	<p>Bienvenida <i>D. Antonio Fernández-Campa García-Bernardo</i> Xerente do Servizo Galego de Saúde</p>
12:15 h - 12:30 h	<p>Avance del Plan de Innovación Sanitaria Código 100 <i>D. Sergio Figueiras Gómez</i> Coordinador general Código 100, director Área de Innovación, ACIS</p>
12:30 h - 13:45 h	<p>Avance de las líneas de actuación</p> <p><i>D. Benigno Rosón Calvo</i> Sub. xeral de Sistemas e Tecnoloxías da Información da Consellería de Sanidade Director Ejecutivo de la línea de actuación de empoderamiento</p> <p><i>D. Rodrigo Gómez Ruíz</i> Director Área de Gestión del Conocimiento y Talento, ACIS Director funcional de la línea de actuación de profesionales</p> <p><i>D. Luis Ángel León Mateos</i> Director del Área de Investigación. Axencia de Coñecemento en Saúde Director funcional de la línea de actuación de terapias</p>
13:45 h - 14:00 h	<p>Conclusión de la jornada <i>D. Jesús Vázquez Almuiña</i> Conselleiro de Sanidade da Xunta de Galicia</p>

Anexo 8

Orden del día de la jornada

MESA REDONDA CON EXPERTOS

Fecha: miércoles, 3 de mayo de 2017

Lugar: Salón de Actos da Axencia de Coñecemento en Saúde (ACIS)

Dirección: Avda. Fernando de Casas Novoa, 37 (edificio CNL)

Santiago de Compostela

Horario: 10:00h - 14:00h / 16.30h - 18.00h

Orden del día

10:00 h - 14:00 h

Mesa redonda con expertos

(Asistencia únicamente del personal interno del SERGAS)

Desarrollo de una dinámica para contrastar con expertos de diferentes ámbitos las líneas de trabajo identificadas a partir de la plataforma TI SUMAS.

Expertos invitados:

- Grupo de trabajo de la Línea de actuación de Empoderamiento Código 100
- Juan Pedro Serna, Director Fundación Formación e Investigación Sanitarias en Comunidad Autónoma Región de Murcia
- Carlos Iglesias, Director General Netbiblo
- María J. Rodríguez, e-Learning dept. Manager Galicia Supercomputing Centre
- Anna Iñesta-Codina, Ph.D. Directora ESADE Center for Educational Innovation
- Leire Nuere, Directora Global Campus Nebrija

14:00 h - 16:30 h

Pausa para almorzar

16:30 h - 18:00 h

Puesta en común de las conclusiones obtenidas en la dinámica de trabajo con los expertos

(Asistencia del personal interno del SERGAS y de las empresas)

Presentación de las conclusiones obtenidas durante la dinámica desarrollada con los expertos.

Coloquio con las empresas en el que se debatan y expongan ideas y experiencias.

Anexo 9

EJEMPLO DE RECOGIDA DE INFORMACIÓN A TRAVÉS DE PLATAFORMA WEB



Código 100

SERVIZO GALEGO de SAÚDE XUNTA DE GALICIA CONSELLERÍA DE SANIDADE

Castellano

Acceso a usuarios

Usuario:

Contraseña:

[Acceder](#) [Limpiar](#)

[Lembrar o meu contrasinal](#) [Regístrase aquí!](#) [Reenviar correo de activación](#)

Código 100

XUNTA DE GALICIA

© Xunta de Galicia. Información mantida e publicada en internet pola Consellería de Sanidade - Servizo Galego de Saúde

galicia

Ficha de propuesta de soluciones innovadoras dentro del plan de innovación Código100

Propuesta

Fecha elaboración:

Nombre de la propuesta:

Acrónimo:

Datos del proponente

Señale según corresponda:

Nombre y apellidos:

DNI / Pasaporte:

Razón social de la empresa:

NIF:

Sector:

Tipo de empresa:

Teléfono:

Correo:

País:

Ciudad:

Dirección:

Descripción

Lineas con las que está relacionada su propuesta:

Breve resumen (especificación funcional):

Especificación funcional (límite de 650 caracteres: (Descripción detallada de la posible idea que puede satisfacer la necesidad planteada por parte del SERGAS, descrita desde un enfoque funcional)

Relación documentos anexos:

(En el caso de que los hubiese, conjunto de documentos que proporcionen evidencia o mayor información acerca de la idea propuesta)

Duración estimada para la ejecución de la propuesta:

Beneficios para el sistema público de salud:

(Manera en la que la idea propuesta contribuye a generar una mejora para el SERGAS en el desarrollo de sus competencias, partiendo de la situación actual)

Beneficios para el usuario del sistema público de salud:

(Manera en la que la idea propuesta contribuye a alcanzar los objetivos de interés social, a nivel de usuario del sistema público de salud, como una mejora de su situación actual)

Beneficios para otros agentes de los servicios públicos de salud:

(Descripción de las oportunidades creadas por parte de la idea propuesta para otros agentes de los servicios públicos de salud)

Elementos de innovación o resultados de I+D:

Manera en la que la idea propuesta contribuye a generar desarrollos de innovación e/o resultados de I+D que actualmente no existen en el mercado)

Legislación y normas asociadas:

En el caso de que exista, conjunto de leyes y/o normas de aplicación a la idea propuesta)

Subir propuesta PDF:

 Ningún archivo seleccionado Max(10Mb).

URL video explicativo (Opcional)

✓ Autorización del uso de los datos aportados

Declaración obligatoria:

- La propuesta presentada está libre de patentes comerciales, copyright o cualquier otro derecho de autor o empresarial que impida su libre uso por parte del SERGAS o de cualquier otra empresa colaboradora en el desarrollo de futuros proyectos.
- Autorizo al SERGAS 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 pliegos de los distintos procedimientos de la contratación que se tramiten en el marco del Plan de Innovación Código100, bajo la fórmula de Compra Pública de Innovación.

Autorización opcional:

- Incorporación a la lista de participantes en el proceso de consulta pública (solamente se publicará la entidad o persona que propone la idea).
- Registro de datos de contacto facilitados.

Importante: *Esta información se incorporará a un fichero denominado Registro de datos de Código100, con la finalidad de gestionar los datos de los participantes en las consultas al mercado, mantenido bajo responsabilidad de la Dirección General del SERGAS, 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: codigo100@sergas.es

Anexo 10

FICHA DE EXPERTO INTERNACIONAL

Foto	Nombre	
	Posición	
	Institución	
	Teléfono	
	E-mail	

Experiencia en el sector y afiliaciones

Temas de investigación y proyectos destacados

Anexo 11

MATRIZ DE EVALUACIÓN DE SOLUCIONES INNOVADORAS

Se recomienda elaborar cuatro estados de evaluación para las propuestas.

La evaluación se puede realizar atendiendo a las siguientes cuestiones:

- ¿Se adapta la resolución a la necesidad del proyecto?
- ¿Su desarrollo encaja con los tiempos estipulados por la Administración?
- ¿Su presupuesto estimado encaja con el del proyecto?
- ¿La idea propuesta qué grado de carácter innovador presenta?

De esta manera y en función de las respuestas recibidas a cada una de las preguntas pueden clasificarse en cuatro grupos diferentes.

La propuesta es totalmente pertinente, sin embargo, existen aspectos que interesan parcialmente.

Interesante y pertinente totalmente

	Total	Parcial	Nada
A ¿Se adapta a la resolución de la necesidad?	X		
B ¿Su desarrollo encaja con los tiempos del Gobierno local?	X		
C ¿Su presupuesto estimado encaja con el Gobierno Local?	X		
D ¿La idea qué grado de carácter innovador presenta?	X		

Interesante pero no pertinente

	Total	Parcial	Nada
A ¿Se adapta a la resolución de la necesidad?	X		
B ¿Su desarrollo encaja con los tiempos del Gobierno local?			X
C ¿Su presupuesto estimado encaja con el Gobierno Local?			X
D ¿La idea qué grado de carácter innovador presenta?	X		

La propuesta es de interés para la Administración y resulta pertinente para el proyecto.

La propuesta ha tenido interés para la Administración, pero no resulta pertinente por su lejanía a los tiempos y presupuestos planteados por la entidad.

Interesante parcialmente y pertinente

	Total	Parcial	Nada
A ¿Se adapta a la resolución de la necesidad?		X	
B ¿Su desarrollo encaja con los tiempos del Gobierno local?	X		
C ¿Su presupuesto estimado encaja con el Gobierno Local?	X		
D ¿La idea qué grado de carácter innovador presenta?		X	

No interesante

	Total	Parcial	Nada	Total	Parcial	Nada
A ¿Se adapta a la resolución de la necesidad?			X	X		
B ¿Su desarrollo encaja con los tiempos del Gobierno local?	X			X		
C ¿Su presupuesto estimado encaja con el Gobierno Local?	X			X		
D ¿La idea qué grado de carácter innovador presenta?	X					X

Anexo 12

ÍNDICE DEL INFORME DE CIERRE DE CONSULTAS AL MERCADO

- 1 Introducción**
- 2 Procedimiento de consulta al mercado**
- 3 Participación en la propuesta de soluciones innovadoras**
 - 3.1 Empresas participantes
 - 3.2 Validación formal de las propuestas
 - 3.3 Aspectos innovadores de las propuestas
- 4 Conclusiones**

Anexo 13

Documento tipo

ÍNDICE FICHA DE AVANCE

- 1 Situación de partida**
- 2 Alcance del proyecto**
- 3 Identificación inicial de elementos innovadores a desarrollar**
- 4 Mapa de necesidades identificadas por los usuarios**
- 5 Consulta de propuestas de soluciones empresas y entidades de I+D**
- 6 Soluciones innovadoras a desarrollar identificadas en el mapa de demanda temprana**
- 7 Marco técnico de integración de soluciones orientadas a pacientes**
- 8 Fecha prevista de cierre de convocatoria y presupuesto**

Anexo 14

Documento tipo

CAMPOS A CUBRIR EN UN MAPA DE DEMANDA TEMPRANA

ID	CONCEPTO	DESCRIPCIÓN	IMPORTE ESTIMADO	LÍNEA DEL PROYECTO
1/2019	Acrónimo	Breve descripción de la contratación planeado	xxx.xxxx €	En caso de que proceda indicar la línea a la que pertenece dentro del proyecto

Anexo 15

Documento tipo

ÍNDICE DOCUMENTO PRESENTACIÓN DE RESULTADOS

PROCESO DE CONSULTAS AL MERCADO

1 Puesta en situación

2 Jornadas y talleres llevados a cabo:

- a Fecha y lugar
- b Número de asistentes
- c Objeto del acto
- d Resultados obtenidos

3 Recogida de soluciones innovadoras:

- a Método de recogida.
- b Números globales:
 - Nº de propuestas recibidas.
 - Nº de empresas participantes.
 - Nº de propuestas por tipo de entidad y por tamaño.
 - % de ideas consideradas interesantes.
 - Nº de propuestas por millón de € del proyecto.
 - % de propuestas por sector
 - % de propuestas por procedencia

Anexo 16

Documento tipo

HOJA DE RECOGIDA DE INFORMACIÓN

Descripción del objetivo del documento para el cual estás recogiendo la información.

Datos de contacto

- Nombre de la empresa
- Persona de contacto y puesto
- Correo electrónico de contacto
- Sector
- Tipo de empresa
- Año de fundación
- Página web
- Dirección y provincia
- Teléfono

Información global

- Descripción de la empresa (**máx. 250 palabras**)
(Breve descripción de la compañía, año de fundación, n.º de empleados, áreas de la empresa, n.º de oficinas, dispersión geográfica... etc.)

información específica sobre su propuesta en relación AL PROYECTO DE CÓDIGO 100, dentro de la línea de empoderamiento

- Descripción de la propuestas/as presentadas para el proyecto (**máximo 160 palabras**)
(Breve descripción de las propuestas expuestas)
- Puntos a resaltar de la propuesta (**máximo cuatro puntos de 30 palabras cada uno**)
(Aquellos punto más representativos que desee resaltar de la propuesta)

Datos a adjuntar

- Logotipo en buena calidad (formatos: PNG, JPG)
- Imágenes de la propuesta (formatos: PNG, JPG)
(Ej.: aportaciones de valor, gráfico de la propuesta etc.)
- Imágenes de la empresa (formatos: PNG, JPG)
(Imágenes de la sede, oficinas, instalaciones de mayor relevancia)

Extra

- Se puede enviar cualquier información extra que se considere de interés por si fuese posible introducirla.
(Ej.: presentación más detallada de la propuesta, referencias, etc.)

Anexo 17 Orden del día

JORNADA DE PRESENTACIÓN DE LICITACIONES CÓDIGO 100

Código 100

JORNADA DE PRESENTACIÓN DE NUEVOS PLIEGOS DE CONTRATACIÓN PÚBLICA

18/09/2018
09:30 h – 13:30 h

Salón de actos de la Consellería de Sanidade. Edificio administrativo de San Lázaro, Santiago de Compostela.

09:30 h – 10:00 h

Registro y acreditación de asistentes.

10:00 h – 10:15 h

Inauguración de la jornada (presentación vídeo Código 100).

Jesús Vázquez Almuiña, *conselleiro de Sanidade*.

Antonio Fernández-Campa García-Bernardo, *gerente del Servizo Galego de Saúde*.

Beatriz Allegue Requeijo, *gerente de la Axencia de Coñecemento en Saúde (ACIS)*.

10:15 h – 10:45 h

La Asociación para la Innovación y la biotecnología herramientas clave de Código 100.

Aspectos jurídicos y procedimentales de las nuevas licitaciones.

Beatriz Allegue Requeijo, *gerente de la Axencia de Coñecemento en Saúde (ACIS)*.

Inmaculada Tomás Sánchez, *jefa de servicio de Contratación del Servizo Galego de Saúde*.

10:45 h – 11:15 h

Como vamos en Código 100: las nuevas plataformas de conocimiento en salud y de gestión de competencias profesionales.

José Miguel Santalla Pinto, *jefe de proyecto Netex. Plataformas de gestión de conocimiento en salud*.

Marcos Quintáns Abalo, *director UTE Coremain – Balidea. Proyecto SIXPROF*.

MODERADORA: Pilar Farjas Abadía, *coordinadora funcional E-Saúde*.

11:15 h – 11:45 h

Pausa café.

11:45 h – 12:15 h

MODERADOR: Jorge Aboal Viñas, *director general de Asistencia Sanitaria.*

Por que te interesa Código 100: nuevas licitaciones.

Presentación de los pliegos de la línea de terapias.

José Francisco Noguera Aguilar, jefe de servicio de Cirugía del CHUAC.

Rafael López López, jefe de servicio de Oncología Médica del CHUS.

Ihab Abdulkader Nallib, facultativo de Anatomía Patológica del CHUS.

12:15 h – 12:45 h

MODERADOR: Jorge Aboal Viñas, *director general de Asistencia Sanitaria.*

Por que te interesa Código 100: nuevas licitaciones.

Presentación de los pliegos de las líneas de profesionales y empoderamiento.

María del Mar Castellanos Rodrigo, jefa de servicio de Neurología CHUAC.

Manuel Salgado Fernández, jefe de servicio de Radiofísica del Hospital Meixoeiro.

Benigno Rosón Calvo, subdirector general de Sistemas y Tecnología. Consellería de Sanidade.

12:45 h – 13:15 h

Living Lab de Ourense.

Una oportunidad para el testeo de prototipos/productos innovadores surgidos en CPI

Julio García Comesaña, gerente del Área Sanitaria de Ourense.

13:15 h – 13:30 h

Clausura de la jornada.

Antonio Fernández-Campa García-Bernardo, gerente del Servizo Galego de Saúde.

Beatriz Allegue Requeijo, gerente de la Axencia de Coñecemento en Saúde (ACIS).

Anexo 18

FORMULARIO DE ENCUESTA A ASOCIACIONES EN EL PROYECTO CÓDIGO 100

1 Nombre de la asociación:

2 Procedencia:

3 N.º de asociados:

BLOQUE I. Valoración del proceso de consultas al mercado de Código 100

4 Has participado previamente en la definición de necesidades en algún otro proceso de consultas al mercado?

- Sí, en el proceso de consultas al mercado del SERGAS de H2050 e Innova-Saúde. Indique las principales diferencias con respecto al proceso de Código 100.
- Sí, en otro/s proceso/s de consultas al mercado. Indique cuáles. Indique las principales diferencias con respecto al proceso de Código 100.
- No, éste es el primer proceso en el que participo (sólo desplegable 4.1).

4.1 Valore el grado de innovación del proceso de consultas al mercado de Código 100.

- Poco innovador
- Innovador
- Innovador moderado
- Muy innovador

4.2 Valore el grado de innovación del proceso de consultas al mercado de Código 100 con respecto al proceso de consultas al mercado del SERGAS de H2050 e Innova-Saúde.

- Poco innovador
- Innovador
- Innovador moderado
- Muy innovador
- No participé en el proceso de H2050 e IS

4.3 Valore el grado de innovación del proceso de consultas al mercado Código 100 respecto a otro/s proceso/s de consulta al mercado

- Poco innovador
- Innovador
- Innovador moderado
- Muy innovador
- No participé en el proceso de H2050 e IS

5 Valore el proceso de información realizado a través de la página web de Código 100, redes sociales, correo electrónico y seguimiento telefónico.

- Considero que la información publicada y recibida a través de los diferentes canales es útil y permite estar actualizado/a sobre el proceso.
- Considero que la información publicada y recibida a través de los diferentes canales no permite estar actualizado/a sobre el proceso.

6 ¿Cree que se han transmitido correctamente los objetivos perseguidos por el Servicio Galego de Saúde-SERGAS al realizar la consulta al mercado?

- Sí
- No (En caso de marcar esta opción indique los motivos)

7 Valore la utilidad y provecho de:

Jornadas y talleres

- Muy útil
- Útil
- Indiferente
- Poco útil
- No he participado

Fichas de avance

- Muy útil
- Útil
- Indiferente
- Poco útil

Mapa de demanda temprana

- Muy útil
- Útil
- Indiferente
- Poco útil

Catálogo de iniciativas empresariales de soluciones innovadoras

- Muy útil
- Útil
- Indiferente
- Poco útil

8 De todo el proceso de la consulta al mercado de Código 100, ¿cuál ha sido, según su opinión, la actividad y/o acción de mayor interés y utilidad?

Generales:

- Jornada de presentación del proceso de consultas al mercado del proyecto Código 100 en Santiago de Compostela (6 de abril, 2017)
- Jornada de consultas al mercado para presentación del mapa de demanda temprana del proyecto Código 100 en Santiago de Compostela (12 de julio, 2017)

Específica Línea de Empoderamiento:

- Taller de presentación de necesidades innovadoras con asociaciones de pacientes (24 y 27 de abril, 2017)
- Taller de análisis de necesidades innovadoras entre asociaciones de pacientes y empresas (9 de mayo, 2017)

9 ¿Considera que la realización del taller de necesidades innovadoras entre empresas y asociaciones de pacientes ha sido positivo para acercar las necesidades a la oferta tecnológica?

- Sí (Indique los motivos)

- No (Indique los motivos)

10 Indique el grado de satisfacción general con el proceso de consulta al mercado del proyecto de Código 100.

- Muy satisfecho/a
- Poco satisfecho/a
- Satisfecho/a
- Insatisfecho/a

11 En relación a su participación en la consulta al mercado del proyecto de Código 100, ¿ha sido usted informado de que dicho proyecto se encuadra en el marco de un convenio de colaboración entre el Servicio Galego de Saúde (SERGAS) y el Ministerio de Economía, Industria y Competitividad (MINECO), financiado en un 80% con Fondos FEDER dentro del Programa Operativo de Crecimiento Inteligente (POCINT) del periodo 2014-2020?

- Sí
- No

BLOQUE II. Valoración del impacto de su participación en la definición de necesidades de Código 100

12 ¿Considera positivo que el SERGAS, a través de la consulta de mercado del proyecto de Código 100, haya tenido en cuenta a las asociaciones de pacientes en la definición de necesidades a resolver?

- Sí (Indique los motivos)

- No (Indique los motivos)

13 ¿Cree que la participación en la consulta al mercado es una buena manera de involucrar a los pacientes como los verdaderos usuarios finales de las soluciones obtenidas?

- Sí (Indique los motivos)

- No (Indique los motivos)

14 ¿Considera que el SERGAS ha trasladado adecuadamente las necesidades identificadas por las asociaciones en la ficha de avance de Empoderamiento?

Sí (Indique los motivos)

No (Indique los motivos)

15 ¿Considera que las soluciones innovadoras previstas en el mapa de demanda temprana resuelven las necesidades identificadas por las asociaciones?

Sí (Indique los motivos)

No (Indique los motivos)

16 ¿Cómo evaluaría el trabajo realizado durante la etapa de consulta al mercado por SERGAS, a medio/largo plazo para la asociación?

Muy útil

Indiferente

Útil

Poco útil

17 Indique el grado de satisfacción en relación a la información, resolución de dudas, gestión de problemas y soporte técnico del proyecto de Código 100.

Muy satisfecho/a

Poco satisfecho/a

Satisfecho/a

Insatisfecho/a

18 ¿Le gustaría que en futuras consultas al mercado se tuviera de nuevo en cuenta a las asociaciones de pacientes como participantes?

Sí (Indique los motivos)

No (Indique los motivos)

19 Su opinión nos importa y queremos conocerla para mejorar en futuros procesos. Es por ello que le pedimos que nos comparta qué mejoras aplicaría en las siguientes cuestiones:

Proceso de comunicación (Indique los motivos)

Talleres y jornadas (Indique los motivos)

Material generado (Indique los motivos)

Otra información relevante (Indique los motivos)



Fondo Europeo de Desarrollo Regional (FEDER)
Una manera de hacer Europa

UNIÓN EUROPEA