

GUÍA PRÁCTICA DE CONSULTAS AO MERCADO 4.0

Reinventando as
consultas ao mercado

Código
100

XUNTA DE GALICIA



EDITA
**XUNTA DE GALICIA
CONSELLERÍA DE SANIDADE
AXENCIA DE COÑECEMENTO EN SAÚDE**

LUGAR
SANTIAGO DE COMPOSTELA

ANO
2019

DESEÑO E IMPRESIÓN
TÓRCULO COMUNICACIÓN GRÁFICA, S. A.

DEPÓSITO LEGAL
C 2333-2019

GUÍA PRÁCTICA DE CONSULTAS AO MERCADO

4.0

Reinventando as
consultas ao mercado

Código
100



ÍNDICE

MOTIVACIÓN E ESTRUTURA DA GUÍA

7

Parte I

QUE SON AS CONSULTAS PRELIMINARES AO MERCADO?

9

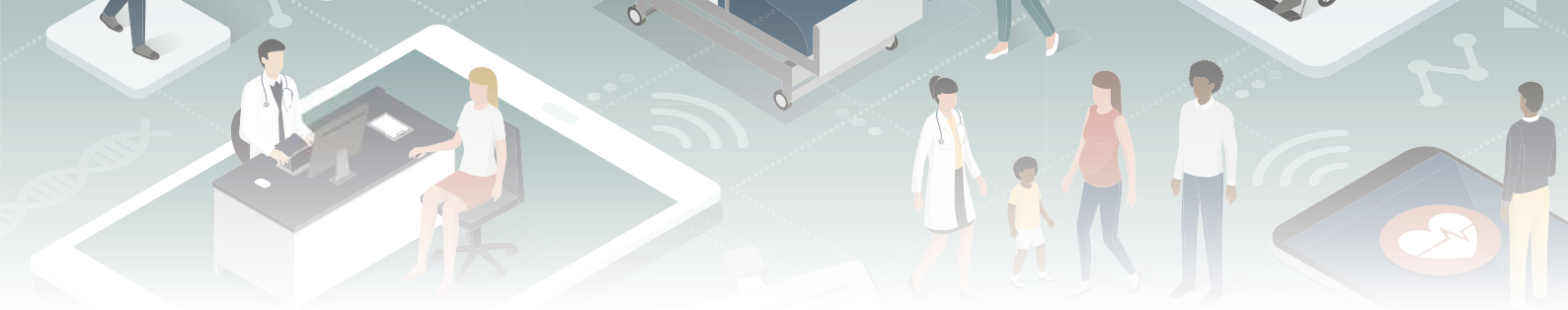
1	UNHA NOVA ERA NA CONTRATACIÓN PÚBLICA E NAS POLÍTICAS DE INNOVACIÓN	9
2	QUE SON AS CONSULTAS AO MERCADO?	10
3	QUE MARCO XURÍDICO AS REGULA?	10
4	QUE FASES SE DEBEN SEGUIR PARA ELABORAR UNHA CONSULTA AO MERCADO?	11
5	CANTO TEMPO DURAN?	12
6	QUEN PARTICIPA?	13
7	QUE BENEFICIOS ACHEGAN?	13

Parte II

COMO SE REALIZA UNHA CONSULTA PRELIMINAR AO MERCADO?

15

8	PASO A PASO DUNHA CONSULTA PRELIMINAR AO MERCADO	15
8.1	ETAPA DE PREPARACIÓN	15
8.1.1	Paso 1. Constituir un equipo de traballo	16
8.1.2	Paso 2. Preparación da documentación	17
8.1.3	Paso 3. Plans de acción xeral e específico	20
8.1.4	Paso 4. Vixilancia tecnolóxica inicial	22
8.2	ETAPA DE DESENVOLVEMENTO	23
8.2.1	Paso 5. Lanzamento de convocatoria	24
8.2.2	Paso 6. Xornadas e obradoiros coa oferta tecnolóxica e usuarios	25
8.2.3	Paso 7. Recollida de solucións innovadoras	28
8.2.4	Paso 8. Profundar vixilancia tecnolóxica	29
8.2.5	Paso 9. Avaliación de solucións innovadoras	60
8.3	ETAPA DE PECHE	31
8.3.1	Paso 10. Elaboración do informe de peche de consultas ao mercado	31
8.3.2	Paso 11. Presentación dos resultados das consultas ao mercado	32
8.3.3	Paso 12. Elaboración de documentación para favorecer a colaboración	34
8.3.4	Paso 13. Presentación das futuras contratacións	35
8.3.5	Paso 14. Retroalimentación do proceso	37



Parte III	
ANEXOS	43
Anexo 1	
METODOLOXÍA RACI (Responsible, Accountable, Consulted and Informed)	44
Anexo 2	
Documento tipo	
FICHA DE NECESIDADE PRELIMINAR	46
Anexo 3	
Documento tipo	
FORMULARIO DE RECOLLIDA DE INFORMACIÓN	47
Anexo 4	
MODELO DO PLAN DE ACCIÓN XERAL	49
Anexo 5	
ÍNDICE DO INFORME DE VIXILANCIA TECNOLÓXICA	51
Anexo 6	
Modelo de difusión nas redes sociais	
PRESENTACIÓN DE CONSULTAS AO MERCADO	51
Anexo 7	
Orde do día da xornada	
DIFUSIÓN DE CONSULTAS AO MERCADO CÓDIGO 100	52
Anexo 8	
Orde do día da xornada	
MESA REDONDA CON EXPERTOS	53
Anexo 9	
EXEMPLO DE RECOLLIDA DE INFORMACIÓN A TRAVÉS DE PLATAFORMA WEB	54
Anexo 10	
FICHA DE EXPERTO INTERNACIONAL	57
Anexo 11	
MATRIZ DE AVALIACIÓN DE SOLUCIÓNS INNOVADORAS	58
Anexo 12	
ÍNDICE DE INFORME DE PECHE DE CONSULTAS AO MERCADO	59
Anexo 13	
Documento tipo	
ÍNDICE FICHA DE AVANCE	59
Anexo 14	
Documento tipo	
CAMPOS A CUBRIR NUN MAPA DE DEMANDA TEMPERÁ	60
Anexo 15	
Documento tipo	
ÍNDICE DOCUMENTO PRESENTACIÓN DE RESULTADOS	60
Anexo 16	
Documento tipo	
FOLLA DE RECOLLIDA DE INFORMACIÓN	61
Anexo 17	
Orden do día	
XORNADA DE PRESENTACIÓN DE LICITACIÓNS CÓDIGO 100	63
Anexo 18	
FORMULARIO DE ENQUISA A ASOCIACIÓNS NO PROXECTO CÓDIGO 100	65



MOTIVACIÓN E ESTRUTURA DA GUÍA

A presente *Guía práctica de consultas ao mercado 4.0: reinventando as consultas ao mercado* recolle directrices, recomendacións e boas prácticas acerca das consultas preliminares ao mercado, co obxectivo de transferir a experiencia do Servizo Galego de Saúde a outras entidades públicas, xa que foi a primeira entidade española en realizar unha consulta preliminar ao mercado no marco de Compra Pública de Innovación (CPI) no ano 2012 e nestes anos seguiu innovando e incorporando recomendacións dos axentes participantes.

Esta Guía nace coa misión de responder a **5 obxectivos clave**, que farán dela un documento básico para todos os axentes involucrados en consultas ao mercado:

- 1 **SER REFERENTE:** Servir de referencia a entidades públicas menos experimentadas, en canto á realización de consultas ao mercado, dando unha visión desde un enfoque holístico, tanto teórico coma práctico.
- 2 **RESOLVER DÚBIDAS:** Axudar a todas aquelas entidades que estean proxectando participar nunha consulta ao mercado, pero que non saben cales son os pasos a seguir, ofrecéndolles un itinerario sinxelo de consultas ao mercado paso a paso.
- 3 **SER INSUMO PARA OUTRAS GUÍAS:** Servir de insumo para a elaboración doutras guías ou informes de consultas ao mercado, onde se publiquen os diferentes resultados obtidos dunha forma clara, respectando os principios de igualdade, transparencia e libre competencia detallados no art. 132, da nova Lei de Contratos do Sector Público Lei 9/2017, de 8 novembro, de Contratos do Sector Público, pola que se traspoñen ao ordenamento xurídico español as Directivas do Parlamento Europeo e do Consello 2014/23/EU e 2014/24/UE, de 26 de febreiro de 2014, en adiante LCSP.

- 4 **EVIDENCIAR BENEFICIOS:** Expor os beneficios concretos que ofrece un proceso de consultas preliminares ao mercado, para todos os axentes involucrados, buscará presentar as experiencias en primeira persoa.
- 5 **AMOSAR RESULTADOS:** Expor as accións implementadas no proceso de consultas ao mercado no Plan de Innovación Sanitaria Código 100, así como os resultados obtidos.

Para alcanzar estes cinco obxectivos, a Guía estruturouse da seguinte maneira:

Parte I QUE SON AS CONSULTAS AO MERCADO?

Trátase dunha visión máis teórica, onde se explica a orixe das consultas ao mercado: que son, como se regulan, como se instrumentalizan, duración, participantes e os beneficios que reportan.

Parte II COMO SE REALIZA UNHA CONSULTA AO MERCADO?

Trátase dunha visión máis práctica, onde se identifican e describen as actividades das fases da consulta ao mercado, como se deben facer, o tempo estimado de execución, actores que interveñen, tips a ter en conta e a experiencia do Servizo Galego de Saúde a través do proceso de consultas ao mercado do Plan de Innovación Sanitaria Código 100.

No apartado de ferramentas inclúense os documentos tipo que se poden consultar no apartado de Anexos.

En suma, esta Guía pretende ser un documento de apoio para todas aquelas **entidades públicas e privadas**, así como as **persoas físicas**, interesadas en coñecer o funcionamento e a posta en marcha das consultas preliminares ao mercado englobadas no marco da nova Lei de Contratos do Sector Público L9/2017.



Parte I

QUE SON AS CONSULTAS PRELIMINARES AO MERCADO?

1 UNHA NOVA ERA NA CONTRATACIÓN PÚBLICA E NAS POLÍTICAS DE INNOVACIÓN

A contratación pública é un aspecto clave das inversións públicas, xa que estimula o desenvolvemento económico dos países e representa un elemento importante para o impulso dos mercados internos, así como o mercado único.

A contratación pública representa preto dun 19% do PIB da UE, converténdose nun canalizador fundamental de Fondos Estruturais e de Investimento Europeos que conta cun alto impacto na vida cotiá de toda a cidadanía.

É o instrumento empregado polas Administracións para a adquisición de bens e servizos para todos os cidadáns, pero tamén ofrece oportunidades ás empresas, xa que fomenta o investimento privado e contribúe ao crecemento e emprego de cada un dos estados membros.

O gran potencial da contratación pública xera unha oportunidade para actuar sobre a innovación desde o punto de vista da demanda das Administracións Públicas. Ata hai uns anos, a tendencia das políticas deseñadas para o fomento da I+D+i orientábase á utilización de instrumentos que actuaban sobre a oferta (políticas de oferta). Non obstante, a intervención pública sobre a innovación desde a demanda (políticas de demanda) comeza a definir un novo modelo de intervención, onde as Administracións Públicas utilizan as oportunidades da contratación pública para impulsar a innovación nos seus ámbitos de actuación, mellorando así a competitividade do seu tecido produtivo.

Dentro destas políticas para o fomento da innovación desde a demanda, está enmarcada a Compra Pública de Innovación (CPI), sendo este un procedemento administrativo de contratación, co cal se poden satisfacer aquelas necesidades para as cales non existe unha solución comercializada. A CPI pretende salvar o baleiro existente entre os procesos, a tecnoloxía de vangarda e os clientes ou usuarios do sector público que se poden beneficiar deles.

A Estratexia Europa 2020, deu un papel clave á contratación pública, a través da cuarta xeración de Directivas 2014, e agora faino coa nova Lei de Contratos do Sector Público, en adiante LCSP, publicada o 9 de novembro de 2017, onde se incorporan as directivas do Parlamento Europeo e do Consello de 26 de febreiro de 2014, en adiante 2014/23/UE, relativa á adxudicación de contratos de concesión e directiva 2014/24/UE do Parlamento Europeo e do Consello, de 26 de febreiro de 2014, en adiante 2014/14/UE, sobre contratación pública que deroga a directiva 2004/18/CE, elaborando así un único texto legal.

A nova LCSP é «*unha lei para unha nova era*», na que «*a contratación pública desenvolve un papel clave, xa que se configura como un dos instrumentos baseados no mercado interior que deben ser utilizados para conseguir un crecemento intelixente, sostenible e integrador, garantindo ao mesmo tempo un uso con maior racionalidade económica dos fondos públicos*».

Esta lei pretende potenciar a integridade, os aspectos sociais, medioambientais e innovadores, así como a participación das PEMES na contratación pública.

Neste novo marco normativo e estratéxico, paga a pena destacar o concepto de **consultas preliminares ao mercado**, o cal non debe ser asociado directamente con contratos de CPI, senón considerado como unha «*boa práctica*» a realizar en calquera tipo de contratación. Se ben é certo que no ámbito da CPI se converte nunha práctica imprescindible.

2 QUE SON AS CONSULTAS AO MERCADO?

As consultas preliminares ao mercado son unha **herramienta ou práctica** de retroalimentación, que se desenvolve durante a fase preparatoria do contrato (fase precontractual), onde as entidades públicas contratantes realizan as **consultas coa finalidade**

de obter información sobre a capacidade do mercado, o estado da tecnoloxía e informar os operadores económicos sobre os proxectos e requisitos das futuras contratacións. O obxectivo principal é **obter información do mercado** con vistas a unha contratación posterior e informar os potenciais provedores sobre as necesidades da entidade pública.

Ata agora eran os operadores económicos os que determinaban cal era a solución ás necesidades das entidades públicas. O novo modelo transforma os **operadores económicos en axentes activos** que colaboran na definición das solucións para as necesidades actuais.

Para mobilizar o mercado é necesario coñecer o estado de evolución deste en canto ás necesidades que se pretenden satisfacer. Así pois, as **consultas ao mercado pretenden a definición da solución a través da necesidade**. O obxectivo principal, por tanto, é converter os potenciais provedores en axentes activos que colaboren na definición das solucións para as necesidades actuais da Administración Pública.

O diálogo co mercado parte das necesidades que pretende satisfacer a entidade contratante, que deben ter sido identificadas con carácter previo. Unha vez conclúa, analizarase se as necesidades poden ser satisfeitas e se existen suficientes provedores para xerar unha competencia efectiva; realizarase a publicación dun documento que resuma os resultados obtidos e a depuración da necesidade coas achegas dos participantes na consulta ao mercado. Concluído este proceso, iníciase o procedemento de licitación pertinente.

3 QUE MARCO XURÍDICO AS REGULA?

A innovación converteuse nun dos obxectivos principais da UE. No considerando 95 da Directiva

2014/24/UE recóllese que «*resulta de capital importancia aproveitar plenamente as posibilidades que ofrece a contratación pública para impulsar a innovación*».

Neste sentido, a compra pública tradicional está nun momento de cambio substancial e a iso contribúe a regulación de mecanismos de estímulo da demanda por parte do sector público como é a CPI.

Neste contexto, nas **compras públicas de innovación complexas** faise imprescindible recorrer ás «consultas preliminares do mercado» para deseñar e preparar a contratación, dado que o principal problema radica habitualmente na indefinición do obxecto do contrato e en que o ritmo de adaptación á innovación dos compradores públicos pode ser baixo en relación coa oferta real do mercado.

Coa nova LCSP, onde se incorporan Directivas 2014/23/UE e 2014/24/UE, ábrese unha fiestra de oportunidade para darlle unha visión estratéxica ás compras públicas empregando as consultas ao mercado «*coa finalidade de preparar correctamente a licitación e informar aos operadores económicos acerca dos plans de contratación do órgano correspondente e dos requisitos que esixirá para concorrer ao procedemento*».

Os principais aspectos relacionados coas consultas ao mercado quedan recollidos en dous artigos da LCSP:

- **Artigo 115**, onde se indica que se debe recoller a información pertinente e publicala, existindo un prazo suficiente para presentar propostas. Da mesma forma, débese publicar no perfil do contratante cando se fará a consulta e quen son os expertos externos, publicando as razóns polas que foron seleccionados. Os poderes adxudicadores do procedemento de contratación, sempre que tal asesoramento non teña por efecto

falsear a competencia e non dea lugar a vulneracións dos principios de non discriminación e transparencia.

- **Artigo 70**, onde se sinala que os pregos se deben elaborar tendo en conta os resultados das consultas ao mercado.

Cobra especial importancia garantir o **principio de transparencia**, ao que se refire o artigo 132 da LCSP. Este principio ten por obxecto garantir que non exista risco de favoritismo e arbitrariedade por parte da entidade adxudicadora. Este esixe que todas as condicións e modalidades do procedemento de licitación estean formuladas de forma clara, precisa e inequívoca no anuncio de licitación ou no prego de condicións.

O principio de transparencia proxéctase sobre as consultas preliminares do mercado, como mecanismo a través de cuxo resultado se promove a claridade, precisión e univocidade das determinacións da futura licitación. Isto lógrase, principalmente, a través da publicidade da consulta e a dos seus resultados, predeterminando na lei o contido mínimo do que ha de ser obxecto de publicidade e a incorporación do informe de resultado dentro do expediente de contratación, con reserva sempre do **principio de confidencialidade**, do que se fala no artigo 133 da Lei.

4 QUE FASES SE DEBEN SEGUIR PARA ELABORAR UNHA CONSULTA AO MERCADO?

De maneira teórica e seguindo a *Guía para autoridades sobre a contratación pública de innovación*¹,

¹ *Guía para autoridades públicas sobre a contratación pública de innovación* (publicada en 2014 e traducida en xaneiro de 2015). Disponible versión web en: <http://www.contratosdelsectorepublico.es/DocumentosWEB/16.%20New%20LCSP/PPI-Platform-Guide-ES-Compra%20pública%20innovadora.pdf>.

editada pola Comisión Europea, identifícanse 3 grandes fases para proceso de consultas ao mercado:

- **Fase 1, Decidir o ámbito da consulta:** Nesta fase, a entidade contratante deberá identificar as áreas de atención e as **necesidades específicas** dos usuarios, así como as innovacións potenciais necesarias para satisfacelas. Unha vez seleccionada a área de atención, analizará o mercado para determinar a que niveis se debe dirixir (fabricantes, provedores de servizos, subcontratistas, integradores de sistemas, investigadores, terceiro sector, etc.).
- **Fase 2, Escoller o formato e o plan para implicar o mercado:** A entidade contratante deberá valorar o uso de cuestionarios, formularios, xornadas, entrevistas e reunións (telefónicas, en liña ou presenciais) que aplicará en cada caso. Indicará con claridade os prazos e os recursos necesarios para que a consulta funcione e preparará os documentos que se deben distribuír como parte da consulta.
- **Fase 3, Consultar e obter información:** Nesta fase, publicará un anuncio de información previa

e publicitará a consulta. Será especialmente coadunada con conservar o arquivo de seguimento da consulta, preparar un resumo dos resultados, garantindo en todo momento a confidencialidade da información facilitada e evitando a distorsión da competencia.

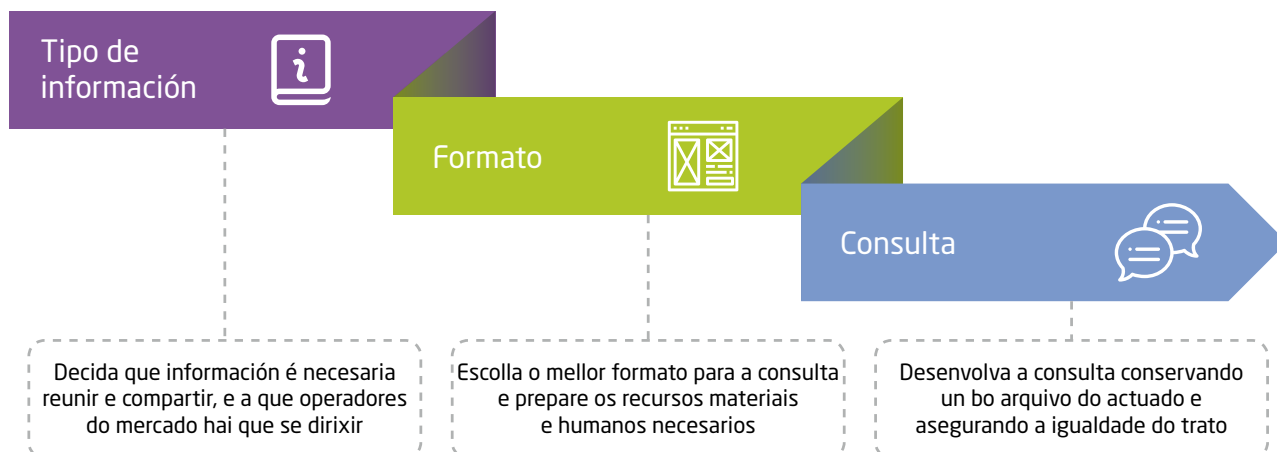
É importante destacar que, en ningún caso, durante o proceso de consultas ao mercado, o órgano de contratación poderá revelar aos participantes as solucións propostas polos outros participantes. Ademais, durante este proceso resulta imperativo respectar os **principios xerais de libre concorrencia, igualdade, non discriminación e transparencia**.

5 CANTO TEMPO DURAN?

O tempo estimado de desenvolvemento dun proceso de consultas preliminares ao mercado varía en función do alcance do proxecto, podendo ser desde unhas semanas a varios meses. Así mesmo, poden darse varias roldas de consultas preliminares ao mercado, con diferentes formatos e canles a medida que se vai profundando na problemática a resolver.

ILUSTRACIÓN 1. FASES DUNHA CONSULTA AO MERCADO

FONTE: GUÍA PARA AUTORIDADES SOBRE A CONTRATACIÓN PÚBLICA DE INNOVACIÓN. DISEÑO EDITADO



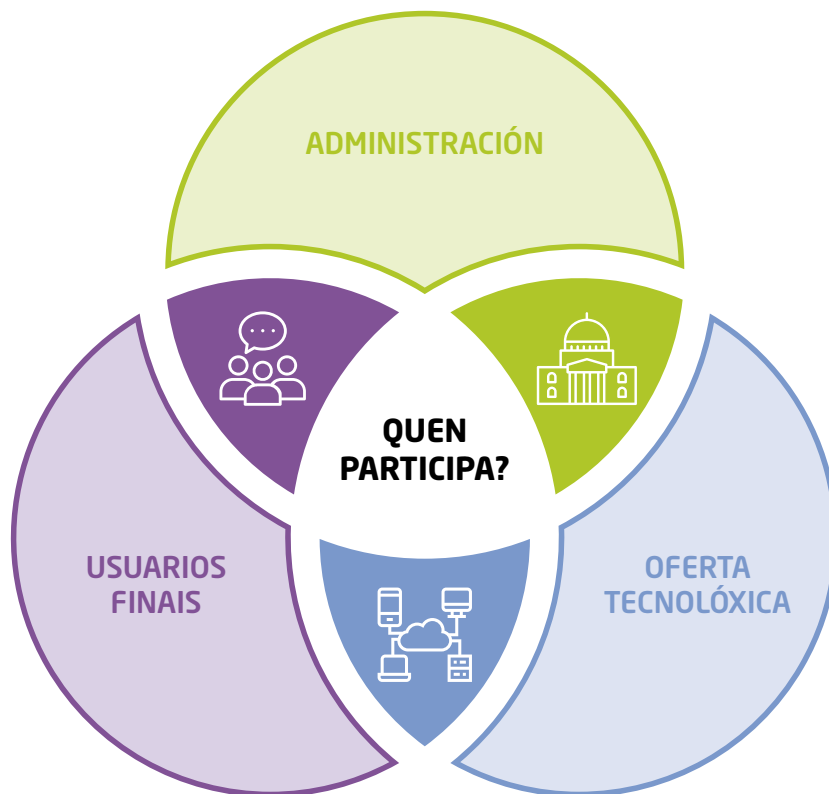


ILUSTRACIÓN 2. PARTICIPANTES NUNHA CONSULTA AO MERCADO

FONTE: ELABORACIÓN PROPIA

6 QUEN PARTICIPA?

A convocatoria debe ser completamente aberta, dirixida a todas aquelas persoas físicas ou xurídicas que teñan vontade de participar, é importante non limitar a consulta unicamente ao sector do problema.

7 QUE BENEFICIOS ACHEGAN?

As consultas ao mercado ofrecen a oportunidade de encontrar novas solucións de alto valor engadido facendo que múltiples axentes (cidadáns, AAPP, empresas, universidades, centros tecnolóxicos e de I+D, etc.), interactúen dunha nova maneira nun escenario

de innovación aberta. A gran vantaxe é que todos os axentes que participan obteñen beneficios.

Que beneficios achega realizar consultas ao mercado ás Administracións?

- As consultas achegan coñecemento do mercado e, en concreto, do estado de tecnoloxías, ciencias ou experiencias das que se carece a nivel interno.
- Supoñen aproveitar o potencial innovador dos provedores e doado acceso a empresas innovadoras, especialmente PEMES.
- Axudan na potenciación de solucións con alto grao de innovación coa que se repercute na mellora dos servizos públicos.

- Permiten enfocar a realización dos pregos técnicos en ámbitos nos que non existe claridade e adaptar a solvencia técnica ás condicións do mercado para garantir a concorrència na fase de licitación.
- Favorece a interrelación e colaboración entre os axentes do ecosistema de innovación (empresas, centros de investigación tecnolóxica e de innovación, universidades, axencias de desenvolvemento, etc.) para a presentación de ofertas conxuntas que respondan mellor ás necesidades da Administración.
- Achegamento ás necesidades dos usuarios, o que permitirá dispor de información valiosa para formular as súas propostas innovadoras.
- Explorar unha nova fonte de oportunidades de financiamento da I+D+i para aquelas ideas ou desenvolvementos que queiran levar ao mercado.

Se ben as consultas ao mercado supoñen un gran beneficio para todos os axentes, obsérvanse certas reticencias ou inhibidores que limitan a súa utilización, xa que no fondo se trata dun cambio de paradigma na relación Administración-oferta tecnolóxica que supón cambiar o chip, tanto no sector público, coma na oferta tecnolóxica para pasar a un escenario de colaboración e confianza nun contorno de innovación aberta.

Que beneficios achega a participación nun proceso de consultas ao mercado para as entidades de oferta tecnolóxica?

No caso das entidades de oferta tecnolóxica que están dispostas a compartir o seu coñecemento, a participación nun proceso de consultas preliminares ao mercado achegaralles un gran coñecemento das problemáticas e necesidades da Administración pública que se traducirá en:

- Maior coñecemento das necesidades da Administración e as futuras tendencias, o que as posiciona nunha mellor situación para presentar unha mellor oferta de valor na fase contractual.
- Ter a capacidade de inferir nos plans funcionais das futuras contratacións asociadas ao proceso de consulta ao mercado.
- Identificar sinerxias con outras entidades participantes no proceso de consulta ao mercado, que pode transcender a futuros proxectos.

Que inconvenientes do proceso de licitación evitan as consultas ao mercado?

Un proceso de consultas preliminares axuda na definición das especificacións do ben ou servizo a contratar, polo que se evitan especificacións funcionais ausentes de claridade que derivan nunha mala execución dunha contratación. Por outro lado, tamén axuda a evitar definir unha solvencia que restrinja a competencia ou non facilite a concorrència durante a licitación. Evitarán criterios de adxudicación que non primen a oferta con mellor relación calidade-precio e, se atendemos ás entidades participantes, evitan que as empresas dispoñan de prazos reducidos para preparar as súas ofertas, xa que se poden empezar a preparar con anticipación, o cal redundará nunha mellor proposta para o comprador público.



Parte II

COMO SE REALIZA UNHA CONSULTA PRELIMINAR AO MERCADO?

8 PASO A PASO DUNHA CONSULTA PRELIMINAR AO MERCADO

Despois dunha visión máis xeral das consultas preliminares ao mercado, no presente apartado dáse unha visión práctica de como desenvolver este proceso. Formúlase como unha ferramenta de apoio, polo que se elaborou nun formato de paso a paso do proceso e as actividades realizadas en cada etapa, baseadas na experiencia empírica.

Para a elaboración do paso a paso do proceso designáronse tres etapas clave: **ETAPA DE PREPARACIÓN**, **ETAPA DE DESENVOLVEMENTO** e **ETAPA DE PECHE**.

Seguindo a estrutura da Guía para autoridades sobre a Contratación Pública de Innovación da Comisión Europea, a etapa de preparación formulada no presente documento estaría comprendida dentro das fases 1 e 2 da Guía da Comisión Europea, e as etapas de desenvolvemento e peche corresponderían á fase 3.

ETAPAS E PASOS DUNHA CONSULTA PRELIMINAR AO MERCADO

Etapa de preparación (pág. 16)

- Paso 1** Constituír un equipo de traballo
- Paso 2** Preparación da documentación
- Paso 3** Plans de acción xeneral e específico
- Paso 4** Vixilancia tecnolóxica inicial

Etapa de desenvolvemento (pág. 23)

- Paso 5** Lanzamento de convocatoria
- Paso 6** Xornadas e obradoiros coa oferta tecnolóxica e usuarios
- Paso 7** Recollida de solucións innovadoras
- Paso 8** Profundar vixilancia tecnolóxica
- Paso 9** Avaliación de solucións innovadoras

Etapa de peche (pág. 31)

- Paso 10** Elaboración do informe de peche de consultas ao mercado
- Paso 11** Presentación dos resultados das consultas ao mercado
- Paso 12** Elaboración de documentación para favorecer a colaboración
- Paso 13** Presentación das futuras contratacións
- Paso 14** Retroalimentación do proceso

ETAPA DE PREPARACIÓN

8.1

Etapa de preparación

A De que se trata?

Fase na cal se establece a folla de ruta para a elaboración da consulta preliminar ao mercado.

B Como se fai?

Para desenvolver a etapa de preparación identifícanse 4 pasos:

- Paso 1: Constitución do equipo de traballo.
- Paso 2: Preparación da documentación necesaria para a consulta preliminar ao mercado.
- Paso 3: Definición de plans de acción xerais e específicos para a difusión da consulta preliminar ao mercado.
- Paso 4: Realizar a vixilancia tecnolóxica inicial.

C Cuanto tempo debería empregar?

Para realizar as actividades identificadas na etapa de preparación, estímase que se necesitarán arredor de sete semanas.

8.1.1

Paso 1. Constituír un equipo de traballo

A De que se trata?

Para o desenvolvemento da consulta preliminar ao mercado, deberase traballar de maneira colaborativa entre áreas clave. É por isto que se considera fundamental formar un grupo de traballo multidisciplinar, considérase que como mínimo deberían estar involucrados os seguintes perfís:

- Perfil de contratación.
- Perfil xurídico.
- Perfil de innovación.

- Perfís técnicos internos e externos.

B Como se fai?

- Identificar as áreas clave que deben participar no proxecto, e seleccionar unha persoa de cada unha delas, tendo en conta sempre os obxectivos finais.
- Convocar unha reunión na que se explique o proxecto, os obxectivos finais e o obxectivo a alcanzar coa consulta ao mercado, así como o agardado de cada unha das áreas.

C ¿Canto tempo debería empregar?

- Para a identificación das persoas, e a contextualización da consulta ao mercado, deberíanse empregar como máximo 2 semanas.

D Que actores deben intervir?

- Perfís directivos da entidade encargada do proxecto.
- Pódense incluír persoas externas á entidade que acheguen a visión dos usuarios ou cidadáns (asociacións de cidadáns, pacientes, etc.).
- Tal e como se indica no artigo 115 da LCSP, poderase solicitar ou aceptar o asesoramento de expertos ou autoridades independentes, ou de participantes no mercado, que se poderá utilizar na planificación e o desenvolvemento do procedemento de contratación, sempre que ese asesoramento non teña por efecto falsear a competencia e non dea lugar a vulneracións dos principios de non discriminación e transparencia.

E Tips a ter en conta para esta actividade

- Conseguir a implicación dunha persoa con peso dentro da entidade pública e que actúe como promotor.

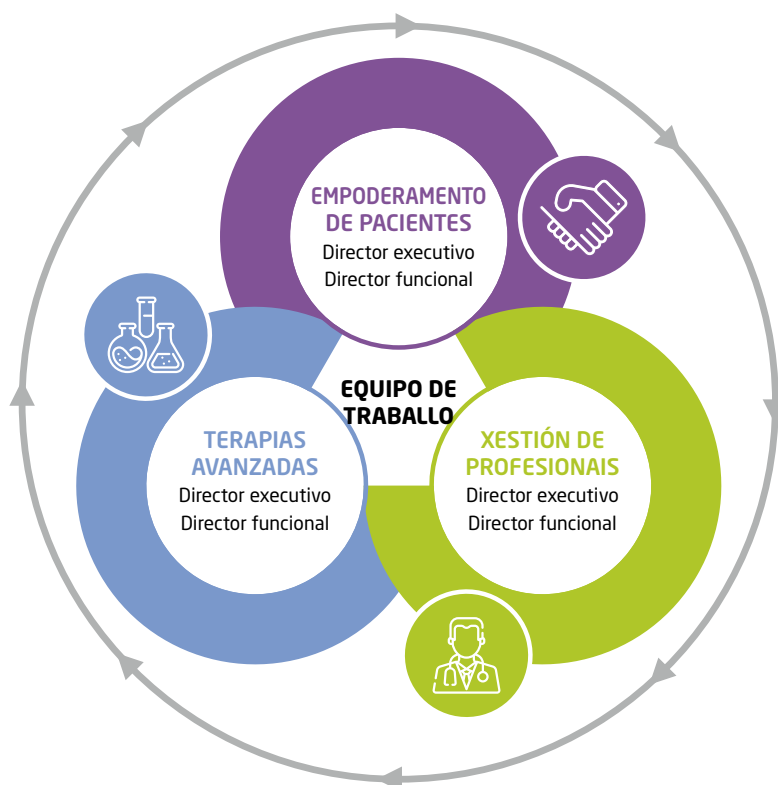


ILUSTRACIÓN 3. APOIO EXPERTO. OFICINA DE CONSULTAS AO MERCADO

FONTE: ELABORACIÓN PROPIA

- Tentar conseguir a continuidade do equipo durante todo o proceso.
- Asegurarse de que todos os membros do equipo teñen a información de todo o proceso e claros os obxectivos a conseguir.
- Pedir apoio a expertos externos que poidan acompañar no proceso, e que poidan axudar ao equipo.

F Ferramentas

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

G Como se fixo en Código 100?

En Código 100 creouse un equipo de traballo para cada unha das liñas de actuación, co director executivo e funcional de cada unha das liñas. Da mesma

maneira, contouse cun apoio experto por parte dunha oficina de consultas ao mercado que coordinaba á súa vez as tres liñas. Como se verá máis adiante, no paso 3, en Código 100 creouse un plan de acción xeral e plans de acción específicos por cada unha das liñas de actuación. A oficina de consultas ao mercado axudou a coordinar tanto o plan de acción xeral, coma os plans de acción específicos e o equipo.

Para a liña de acción de empoderamento de pacientes, nunha fase inicial contouse coas asociacións de pacientes que traballaron man a man co equipo de traballo, para definir as necesidades.

Na liña de xestión de profesionais, contouse co apoio de expertos a través da oficina de consultas ao mercado, organizando diferentes obradoiros para a concreción de temáticas.

ETAPA DE PREPARACIÓN

8.1.2

Paso 2. Preparación da documentación

A De que se trata?

Elaboración de formatos e documentos estandarizados para o proceso. Co ánimo de facilitar a recollida de información e a participación de axentes do proceso de consultas ao mercado débense xerar uns estándares a empregar.

B Como se fai?

Elaboración conxunta por parte do equipo de traballo dos seguintes documentos:

- **Documento de convocatoria:** documento que recolla os aspectos da consulta ao mercado, os prazos, requisitos de participación, condicións de propiedade intelectual e industrial das ideas.
- **Ficha de necesidade preliminar:** trátase dun documento que resume a identificación da problemática sobre a que solicitan propostas de solucións innovadoras e que permite entender aos proponentes a situación actual e a ideal en cada ámbito de actuación.
- **Fichas de recollida de solucións innovadoras:** elaborar un documento ou formulario para recoller as propostas innovadoras daqueles axentes que participen na consulta. No formulario débese incluír nome da proposta, acrónimo, entidade, datos de contacto, resumo do proxecto, duración estimada para a execución da proposta, beneficios de implementar as propostas xerais e específicas (usuarios), elementos innovadores da proposta, regulación asociada etc. O obxectivo deste documento é o de recoller a maior información posible dunha maneira uniforme para todos os participantes.
 - ◊ De maneira alternativa á recollida a través dun documento tipo ficha, e co obxectivo de facilitar o proceso de recepción e avaliación das

propostas, así como pór en valor os principios de libre concorrência, igualdade, non discriminación e transparencia, propónse desenvolver unha canle aberta a través dunha **plataforma web** na que os usuarios se deban rexistrar. Desde a plataforma poderán cubrir un formulario cos campos correspondentes. Esta ferramenta favorece o feedback aos participantes, xa que se lle comunica en cada momento en que situación está a súa proposta.

- ◊ Instaurar un **procedemento de avaliación** das ideas, que se aplicará durante a execución das consultas ao mercado e identificará as persoas que deben formar parte do Comité de Avaliación das Solucións Innovadoras. Comunicar o procedemento de avaliación e a circulación da información durante a fase de execución da consulta ao mercado.

- **FAQ's:** documento onde se recollan de maneira ordenada as preguntas e respostas consideradas frecuentes e recorrentes dentro da materia, co obxectivo de resolver certas cuestións básicas da forma máis operativa posible e evitar que as empresas non participen no proceso por medo ou dúbidas non resoltas.

C Canto tempo debería empregar?

- Para a elaboración da documentación estandarizada relativa á consulta ao mercado serán necesarias 2 semanas.

D Que actores deben intervir?

- Equipo de traballo.

E Tips a ter en conta para esta actividade

- Non incluír un orzamento máximo para dar liberdade aos proponentes e non condicionar o alcance das súas ideas ou propostas.

- Dar difusión aos diferentes documentos xerados e xornadas e obradoiros a través das redes sociais, medios especializados, medios de comunicación etc.
- A ficha de necesidades é de suma importancia, débese prestar a suficiente atención a este documento e non dar cuestións por supostas, que parecen evidentes dentro da organización pero que poden non selo para axentes que carecen de tal coñecemento.
- Para que o proceso de recolección e avaliación resulte máis sinxelo e transparente propónse a posta en marcha dunha ferramenta dixital para a recompilación das solucións innovadoras.
- Na definición da composición do Comité de Avaliación, incluír expertos externos se se considera necesario. Estipular desde un inicio estudos de avaliación.
- No documento de FAQ's as respostas deben ser breves e concisas, en caso de ser un documento extenso aconséllase agrupalas por bloques temáticos.

F Ferramentas

- Anexo 2. Documento tipo. Ficha de necesidade preliminar.
- Anexo 3. Documento tipo. Formulario de recollida de información.

G Como se fixo en Código 100?

No proxecto Código 100, elaborouse unha **ficha resumo de necesidades** para cada unha das 3 liñas de actuación do proxecto (empoderamento de pacientes, profesionais e terapias avanzadas).

Nelas resumíase a identificación da problemática sobre a que solicitaba propostas de solucións innovadoras e que permitise entender aos propoñentes a situación actual e a ideal en cada ámbito de actuación.

Elaborouse un modelo de ficha para recoller as propostas innovadoras daqueles axentes que quixesen participar na consulta de maneira estandarizada. A



O Plan Innovación Sanitaria **Código 100**, busca converter Galicia nunha rexión de referencia en innovación en envellecemento activo, unha rexión onde se poida vivir con calidade 100 anos e onde o sistema de saúde innove para responder aos desafíos que formula unha sociedade cada vez máis envellecida.



EMPODERAMIENTO DE PACENTES

Proxectos destinados a fortalecer os dereitos e as capacidades das persoas.



TERAPIAS

Desenvolvementos no campo biotecnolóxico e biomédico.



XESTIÓN DE PROFESIONAIS

Iniciativas que incrementen as competencias dos profesionais, modernicen o sistema e fomenten unha cultura innovadora.

ETAPA DE PREPARACIÓN



ILUSTRACIÓN 4. PUNTOS CLAVE DE LA PLATAFORMA

FUENTE: ELABORACIÓN PROPIA

recollida de solucións innovadoras implementouse a través **dunha ferramenta dixital** que facilitou o proceso de recollida e mellorou a transparencia e concorrencia.

A plataforma foi desenvolvida baixo código aberto, ca- paz de xestionar a captura dixital de iniciativas vía web e xestionar a través dunha interfaz de back office o fluxo de revisión e valoración da información recibida.

Co obxectivo de solventar posibles dúbidas e resolver certas cuestións da maneira máis operativa elaborouse un documento de FAQ's onde se recolleu unha listaxe de preguntas e respostas consideradas frecuentes e recorrentes dentro da materia.

8.1.3

Paso 3. Plans de acción xeral e específico

A De que trata?

Elaboración dun documento que sirva de Guía en todo o proceso de consultas ao mercado, e brinde unha estrutura para o desenvolvemento deste. Nel

determináanse tarefas, prazos e recursos para a implementación das iniciativas.

B Como se fai?

- Definir un **plan de acción xeral** para as consultas ao mercado, onde se prioricen as iniciativas máis importantes para lograr os obxectivos. O plan de acción xeral ten que ser unha Guía que brinde unha estrutura á hora de realizar as consultas. Debe incluír como campos: ámbito da consulta, público obxectivo, canles a empregar para a difusión en función dos perfís do público obxectivo, ferramentas e mecanismos a utilizar.
- Definir **plans de acción específicos**, en caso de que o proxecto dispoña de diversas liñas de actuación, aconséllase crear plans de acción específicos por cada unha delas. Isto axudará a focalizar as necesidades e atendelas de forma máis adecuada. Unha mellor identificación dos axentes da oferta tecnolóxica que deben intervir facilita un achegamento das actuacións de difusión á oferta tecnolóxica.

- Desenvolvemento dun plan de **selección de axentes** para realizar unha correcta identificación dos axentes que deben intervir e configurar así o ecosistema de I+d+i da consulta ao mercado.

C Canto tempo debería empregar?

- Para a elaboración do plan de acción xeral, e o plan de selección de axentes, serán necesarias aproximadamente dúas semanas, algo máis en caso de realizar plans de acción específicos.

D Que actores deben intervir?

- Equipo de traballo.

E Tips a ter en conta para esta actividade

- Ter moi claro o grao de definición da necesidade identificada.
 - ◊ ◊ En caso de que a necesidade estea moi definida, o plan de acción débese dirixir cara a accións de difusión e obradoiros de contraste.
 - ◊ ◊ En caso de que a necesidade non estea o suficientemente definida, o plan de acción débese focalizar en obradoiros de co-creación e contraste cos diversos axentes involucrados, como por exemplo el usuario final.
- Débense identificar os axentes que teñen que intervir, pero non se recomenda cerrar a selección destes exclusivamente ao sector no que se encontra a problemática identificada, para estar aberto a innovacións traslacionais que poden prover doutros sectores de actividade.

F Ferramentas

- Anexo 4. Modelo do plan de acción xeral.

G Como se fixo en Código 100?

No proceso de consultas ao mercado do Plan de Innovación sanitaria Código 100 definiuse un plan de acción xeral, e elaboráronse tres plans de acción específicos, un por cada unha das liñas de actuación: **empoderamento de pacientes, terapias, e profesionais**. Para a realización dos plans de acción específicos, foi de grande importancia a correcta **identificación dos axentes de oferta tecnolóxica** participantes na consulta, así como a súa localización, para achegar as actuacións de difusión a esta oferta tecnolóxica.

- **Plan de acción xeral para as consultas ao mercado:** neste plan recolléronse as accións transversais a realizar para as tres liñas: reunións internas, xornadas con oferta tecnolóxica, ferramentas TIC a empregar.
- **Plans de acción específicos para cada liña:** para cada un dos plans focalizáronse as necesidades por liña, o que facilitou que estas se atendesen dunha maneira máis concreta e se realizasen diversas mesas de traballo focalizadas en retos e necesidades.
- Para a **identificación dos axentes** desenvolveuse un plan de selección. Este partiu dun bo coñecemento do contorno e do proxecto, identificando aqueles actores clave afíns ao mesmo. Para dar cos axentes clave, analizáronse aquelas entidades que resultaran beneficiarias de axudas de I+D+i a nivel nacional e internacional nas temáticas relacionadas coa consulta preliminar ao mercado, desenvolveuse una procura de clústers sectoriais, indagación de equipos de investigación en universidades de referencia, asociacións relacionadas cos ámbitos de actuación, xerando unha base de datos nos cales se incluíron; universidades, centros tecnolóxicos, organismos intermedios de Innovación, unidades de I+D Sanitarias, clusteres, centros de investigación básica, centros sectoriais, unidades de I+D empresariais,

ETAPA DE PREPARACIÓN

COÑECEMENTO

Coñecemento do contorno e do proxecto.

RECOMPILACIÓN

Recompilación e agrupación dos actores clave, xerando unha base de datos agrupando por tipoloxía de axente.

PREPARACIÓN

Realización dun mapa dos axentes clave para cada unha das liñas.



PLANS DE ACCIÓN ESPECÍFICOS

Planificación das estratexias específicas para cada unha das liñas. Achegamento aos axentes clave.

IDENTIFICACIÓN

Recompilación da información necesaria para a identificación dos actores clave que estean relacionados de forma directa ou indirecta co proxecto, e as súas tres liñas de actuación.

ANÁLISE

Realizar exercicio de análise da interacción dos diferentes actores clave entre eles, e a importancia da participación de cada un deles para as diferentes liñas de actuación.

ILUSTRACIÓN 5. PASOS INTERMEDIOS PARA LA IDENTIFICACIÓN DE AGENTES

FUENTE: ELABORACIÓN PROPIA

parques tecnolóxicos e centros de empresas e innovación, profesionais do Servizo Galego de Saúde e asociacións de pacientes.

que non existe unha solución xa desenvolta no mercado.

8.1.4

Paso 4. Vixilancia tecnolóxica inicial

A De que se trata?

A vixilancia tecnolóxica é un proceso organizado, selectivo e permanente, de captar información do exterior e da propia organización sobre ciencia e tecnoloxía, seleccionala, analízala, difúndila e comunícala, para convertela en coñecemento co que tomar decisións con menor risco e poder anticiparse aos cambios. Nun proceso de consultas ao mercado, un exercicio de vixilancia tecnolóxica permitirá validar o carácter innovador do proxecto e comprobar

B Como se fai?

- Recompilar información relevante de bases de datos, publicacións, investigacións, informes de tendencias ou información dispoñible en internet. En caso de que se considere necesario solicitar un informe tecnolóxico de patentes.
- Consultar con axentes de investigación ou axentes do ecosistema de emprendemento (start-ups) para analizar os proxectos e investigacións que se están impulsando por parte do sector privado nos ámbitos de traballo do proxecto.
- Realizar un informe onde se recollan todas as conclusións extraídas do proceso, no que se evidencie que actualmente non hai ningunha

solución desenvolta no mercado para dar resposta á necesidade formulada pola entidade.

- O obxectivo do informe debe explicar o seu afán por amosar o estado das tecnoloxías implicadas e existentes, dispoñibles e/ou emerxentes relacionadas coa procura.

C Canto tempo debería empregar?

- Para realizar un exercicio de vixilancia tecnolóxica serán necesarias, como mínimo, 4 semanas.

D Que actores deben intervir?

- Equipo de traballo.
- Expertos especializados en vixilancia tecnolóxica.

E Tips a ter en conta para esta actividade

- Aproveitar a información de fontes abertas ou graútas para o primeiro varrido, existe moita información dispoñible, ademais isto axudará a concretar as necesidades de procura.
- Aproveitar a información xerada de Foros, Congresos ou xornadas técnicas de referencia a nivel internacional no ámbito da consulta polos profesionais técnicos.
- Dependendo da especificidade da necesidade pode resultar necesario contar cos servizos de expertos en realización de informes de vixilancia tecnolóxica a profundidade.

F Ferramentas

- Anexo 5. Modelo de informe de vixilancia tecnolóxica.

G Como se fixo en Código 100?

En Código 100, inicialmente, realizouse una vixilancia tecnolóxica previa ás consultas ao mercado para ver

o estado da arte de diferentes tecnoloxías e as principais tendencias das mesmas, esta vixilancia centrouse en especialidades como neuroloxía, oncoloxía, hematoloxía, cardioloxía, reumatoloxía e dixestivo.

Esa vixilancia tecnolóxica desenvolveuse no marco de Código Camiño <<https://www.zinkinn.es/codigo-camiño>>. Código Camiño foi un Hackathon de Saúde celebrado en 2017, durante tres xornadas (31 de marzo, 1 e 2 de abril) reuníronse 16 profesionais do sector da saúde co obxectivo de elaborar solucións a problemas concretos do Servizo Galego de Saúde, en liña cos eixes abordados no proxecto Código 100. Os participantes distribuíronse en 4 equipos multidisciplinares compostos por membros tanto do ámbito público coma privado, abarcando un amplo espectro profesional que incluía a medicina, enxeñaría, psicoloxía, farmacia, programación informática, etc... Os equipos, apoiados por mentores, os informes de vixilancia tecnolóxica realizados previamente e recoñecidos expertos relacionados co emprendemento e a creatividade científica, maduraron a súa idea inicial para dar viabilidade e forma aos seus proxectos.

Todas as propostas presentadas foron avaliadas para valorar a súa incorporación dentro dos procedementos de Compra Pública de Innovación do Proxecto Código 100.

8.2 Etapa de desenvolvemento

A De que se trata?

Baseándose na etapa de planificación, nesta fase implementaranse as accións programadas no plan de acción xeral e específicos.

B Como se fai?

Dentro da etapa de desenvolvemento foron identificados 5 pasos específicos:

ETAPA DE DESENVOLVEMENTO

- Paso 5. Lanzamento da convocatoria.
- Paso 6. Xornadas e obradoiros coa oferta tecnolóxica e usuarios.
- Paso 7. Recollida de solucións innovadoras.
- Paso 8. Profundar vixilancia tecnolóxica.
- Paso 9. Avaliación de solucións innovadoras.

C Canto tempo debería empregarse?

A etapa de desenvolvemento do proceso de consultas ao mercado depende do alcance do proxecto, podéndose desenvolver nun prazo que vai das catro semanas a varios meses.

8.2.1

Paso 5. Lanzamento de convocatoria

A De que se trata?

Débense difundir ao maior número de axentes da oferta tecnolóxica as intencións da entidade pública, para contribuír ao cumprimento dos principios de transparencia e igualdade de trato. A publicación deberase realizar en medios oficiais e canles máis próximas á oferta tecnolóxica máis innovadora.

B Como se fai?

- Nos plans de acción realizados no paso 2, terase identificado o público obxectivo ao que se quere dirixir. Recoméndase non cerralo exclusivamente ao sector no que se encontra a problemática identificada, para estar aberto a innovacións traslacionais que poden provir doutros sectores de actividade.
- Activar as canles a empregar para a difusión da consulta ao mercado, sendo os mínimos aconsellables: web da entidade pública e RR. SS. concretas do proxecto.

- Recoméndase realizar unha **xornada de lanzamento e difusión** da consulta ao mercado na que participen os técnicos que elaboraron a ficha de necesidades e poidan explicar de primeira man a situación de partida e o que se espera recibir.

◊ Débesse explicar o procedemento a seguir para presentar as solucións innovadoras, e o procedemento de avaliación das propostas que se aplicará durante o proceso das consultas ao mercado, así como se recomenda identificar as persoas que formarán o Comité de Avaliación.

- Se se cre que existe unha oferta tecnolóxica de interese para o proxecto nun determinado lugar ou sector, realizar unha xornada adicional para explicar o obxecto da consulta ao mercado.
- Realizar difusión adicional en prensa e revistas especializadas se se considera que o público obxectivo está máis próximo desas canles.
- Recoméndase participar en eventos dirixidos a start ups ou emprendedores para difundir a consulta ao mercado.

C Canto tempo se debería empregar?

- Para a publicación da consulta ao mercado serán necesarias de dúas a tres semanas, incluíndo a organización da xornada de lanzamento. En caso de que se considere necesario empregar outras canles (prensa, participación en eventos do ecosistema emprendedor, xornadas específicas sectoriais) tomará máis tempo. O tempo aconsellado para manter aberta a consulta ao mercado e recibir propostas estímase, mínimo, en catro semanas.

D Que actores deben intervir?

- Equipo de traballo.

- Departamento de comunicación da entidade pública.
- Oferta tecnolóxica.
- Axentes intermedios: clusteres, cámaras sectoriais, agrupacións empresariais.

E Tips a ter en conta para esta actividade

Empregar unha estratexia de RR. SS. permitirá chegar ao ecosistema innovador de maneira rápida e sen custo.

- Na xornada de lanzamento deben estar as persoas da entidade pública que mellor poden explicar a problemática a solucionar e recoméndase deixar espazo para que as entidades da oferta tecnolóxica poidan facer consultas abertamente.
- Utilizar unha rede de aliados para a difusión: clusteres, agrupacións empresariais ou cámaras para difundir a consulta ao mercado e que chegue ao maior número de empresas, centros tecnolóxicos ou universidades.
- Recoméndase facilitar a conexión a través de streaming durante as xornadas que realices para garantir así unha maior difusión das consultas ao mercado, velando polo principio de transparencia.
- Débese publicar toda a información das xornadas na web da entidade pública para que poida ser consultada por todos os axentes interesados.

F Ferramentas

- Anexo 6. Modelo de difusión redes sociais presentación de consultas ao mercado.
- Anexo 7. Orde do día da xornada de difusión de consultas ao mercado Código 100.

G Como se fixo en Código 100?

No caso de Código 100, unha vez definido o plan de acción xeral e os específicos, procedeuse á publicación oficial da convocatoria de consultas ao mercado a través do Diario Oficial de Galicia, así mesmo, desde a web do Servizo Galego de Saúde publicouse a mencionada convocatoria.



De acordo ao plan de acción xeral realizouse unha **xornada de lanzamento** das consultas ao mercado, que tivo lugar o 6 de abril do 2017 en Santiago de Compostela. Esta xornada tivo como obxectivo activar o proceso de consultas ao mercado e presentar a ferramenta web.

8.2.2

Paso 6. Xornadas e obradoiros coa oferta tecnolóxica e usuarios

A De que se trata?

Co obxectivo de chegar ao máximo de persoas físicas ou xurídicas que poidan estar interesadas en participar no proceso de consultas ao mercado, identificar dunha mellor maneira as necesidades e explicar o proxecto, organizaranse xornadas e obradoiros durante as consultas ao mercado. Todas as xornadas e obradoiros deben ser definidos no plan de acción xeral e estratéxicos.

ETAPA DE DESENVOLVEMENTO

B Como se fai?

- Definir os obxectivos a lograr en cada unha das xornadas ou obradoiros e trazar unha metodoloxía para logralos.
- Ao tratarse de accións concretas, débese realizar un exercicio de concreción na identificación dos axentes a participar.
- Crear unha canle de comunicación coa oferta tecnolóxica e usuarios, onde eles se poidan manter ao tanto dos últimos avances e poidan resolver as posibles dúbidas.

C Canto tempo debería empregar?

- O tempo necesario para a realización das xornadas e obradoiros estará condicionado polo alcance do proxecto, o número de accións que se queiran implementar, os usuarios que se queiran mobilizar, variando desde semanas a meses. O tempo estimado da organización de cada xornada ou obradoiro será de arredor de tres semanas.

D Que actores deben intervir?

- Equipo de traballo.
- Departamento de comunicación da entidade pública.
- Oferta tecnolóxica.
- Axentes intermedios: clusters, cámaras sectoriais, agrupacións empresariais.

E Tips a ter en conta para esta actividade

- Contar con expertos externos e profesionais do sector de estudo nas xornadas e obradoiros.
- Tentar que as xornadas e obradoiros teñan sempre unha parte máis práctica onde a oferta tecnolóxica e usuarios poidan participar, así como un espazo para a resolución de dúbidas.

- Facilitar unha conexión a través de streaming para aquelas persoas que non poidan acudir presencialmente.

F Ferramentas

- Anexo 8. Orde do día xornada mesa redonda con expertos

G Como se fixo en Código 100?

En Código 100 deuse especial importancia a este paso co obxectivo de dar maior cobertura á consulta preliminar ao mercado e xerar espazos de co-creación. De acordo aos plans de acción específicos, para as tres liñas, realizáronse sete actividades entre obradoiros e xornadas que se clasificaron nos seguintes formatos:

- **Accións para captar ideas e coñecemento con usuarios finais.** Con este tipo de accións búscase crear unha canle de comunicación cos usuarios finais a través da cal poder manter un diálogo para compartir as súas necesidades e os seus diferentes puntos de vista. Desta maneira, reafirmase a importancia da súa colaboración coa Administración e entidades para seguir impulsando un sistema sanitario innovador.
- **Asesoramento por parte de expertos externos e profesionais sanitarios.** Buscábase crear un contorno no que poder dialogar con profesionais e expertos que achegasen a súa visión e experiencia, para así poder pór en valor todos os factores posibles.

A continuación, detállanse as xornadas e obradoiros implementados para cada unha das liñas de actuación:

LÍÑA DE EMPODERAMENTO DE PACIENTES

OBRADOIRO DE PRESENTACIÓN DE NECESIDADES INNOVADORAS ASOCIADAS A PACIENTES

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

ETAPA DE DESENVOLVEMENTO

Foron convocadas máis de 80 asociacións de pacientes de diferentes patoloxías co obxectivo de identificar e estruturar as necesidades actuais, para posteriormente poder desenvolver proxectos destinados a fortalecer os dereitos e as capacidades dos pacientes e cuidadores na xestión da súa saúde e autocontrol da enfermidade. Estes obradoiros deron como resultado as fichas de necesidades das asociacións.

OBRADOIRO DE PRESENTACIÓN DE NECESIDADES INNOVADORAS POR PARTE DAS ASOCIACIÓNS DE PACIENTES ÁS EMPRESAS

Santiago de Compostela, 9 de maio de 2017.

Este obradoiro facilitou a presentación por parte das entidades, emprendedores e *startups* interesadas das solucións preliminares ás asociacións de pacientes, para poder así recibir un *feedback* pola súa parte.

XORNADA TÉCNICA E-HEALTH

Santiago de Compostela, 19 de xaneiro de 2018.

Con esta xornada buscábase crear un contorno de encontro no que poder dialogar coas empresas e expertos europeos no sector de E-health, sobre o modelo de integración e funcionamento óptimo para as APPs e solucións tecnolóxicas desenvoltas como resultado do Plan de Innovación Sanitaria Código 100. Nela tamén participaron representantes das asociacións de pacientes, que achegaron a visión do usuario final.

LIÑA DE TERAPIAS AVANZADAS

XORNADA CONSULTAS MERCADO ESPECÍFICA LIÑA TERAPIAS

Madrid, 24 de abril 2017.

Con esta xornada buscouse dar a coñecer o proxecto Advanced Therapies a empresas biofarmacéuticas, consultoras e tecnolóxicas, as oportunidades de colaboración co fin de intercambiar información

e recibir propostas de colaboración no marco do proxecto Código100. Identificouse Madrid como centro de referencia para as empresas do sector co ánimo de achegarse á oferta tecnolóxica de maneira máis proactiva.

XORNADA BIOPSIA LÍQUIDA

Santiago de Compostela, 26 e 27 de abril 2018.

No proceso de consultas ao mercado observouse un grande interese dirixido cara aos desenvolvedores de tecnoloxías relacionadas coa biopsia líquida, así como tecnoloxías afíns para a detección do cancro de pulmón e páncreas. Dado o interese xerado realizouse unha xornada específica con científicos e empresas expertas para profundar e identificar sinerxias para colaboracións futuras.

LIÑA DE XESTIÓN DE PROFESIONAIS

OBRADOIRO SENSIBILIZACIÓN E BENCHMARK XESTIÓN RR. HH. POR COMPETENCIAS

Santiago de Compostela 21 de abril de 2017.

Na fase de definición inicial, viuse necesario lanzar un grupo de xestión de profesionais baseado en competencias, no ámbito de Código 100 área de Xestión de profesionais. Supuxo a posta en común das boas prácticas analizadas no ámbito da xestión de RR. HH. baseado en competencias. Identificouse, xunto co grupo de traballo, con que inhibidores e facilitadores contaba o Servizo Galego de Saúde para pór a andar este tipo de iniciativas.

MESA REDONDA CON EXPERTOS PARA ANÁLISE DE TENDENCIAS NO ÁMBITO DA APRENDIZAXE SANITARIA

Santiago de Compostela 3 de maio de 2017.

Co obxectivo de validar con tendencias de mercado as necesidades identificadas previamente polos profesionais sanitarios considerouse necesario coñecer a

ETAPA DE DESENVOLVEMENTO

visión de expertos sobre as necesidades dos profesionais do Servizo Galego de Saúde identificadas a partir da plataforma TI SUMAS e participar nun coloquio para debater as conclusións obtidas, onde as empresas achegaron a súa visión e experiencia.

8.2.3

Paso 7. Recollida de solucións innovadoras

A De que se trata?

Unha vez aberta a convocatoria da consulta preliminar ao mercado, todos os usuarios interesados poderán enviar as súas solucións innovadoras ás problemáticas identificadas. O modelo escollido para a recepción das ideas debe respectar os principios de libre concorrència, igualdade, non discriminación e transparencia e estará definido no paso 2.

B Como se fai?

- Recepción das fichas de recollida de solucións innovadoras a través de mail ou utilizando a plataforma web, das entidades ou persoas interesadas en presentar propostas.
- Dar difusión desde as redes sociais do proxecto, mailing, web, xornadas etc, dos aspectos clave da recollida de propostas: prazos para a presentación de propostas, como realizar a presentación de ideas innovadoras, onde dirixirse en caso de ter dúbidas, método de avaliación.
- Facilitar un mail onde os participantes poidan dirixir as dúbidas xurdidas á hora de encher a documentación.

C Canto tempo debería empregar?

- O tempo estimado para a recollida das solucións innovadoras determinarase nos plans de acción xeral e específicos, e variará en función

do alcance do proxecto, podendo ser desde unhas semanas a varios meses.

D Que actores deben intervir?

- Equipo de traballo.
- Oferta tecnolóxica.
- Usuarios.

E Tips a ter en conta para esta actividade.

- Explicar todo o procedemento de recollida de solucións innovadoras na xornada de lanzamento, e resolver dúbidas formuladas polos asistentes. Recoméndase publicar a posteriori as dúbidas formuladas na web, para que teñan un maior alcance.
- Recoméndase elaborar unha infografía que explique o procedemento e darlle visibilidade a través da web do proxecto e redes sociais.
- Debe quedar claro desde un primeiro momento o procedemento de avaliación das propostas que se aplicará durante o proceso das consultas ao mercado, e identificar as persoas que formarán o Comité de avaliación.
- Xerar empatía cos participantes, darlles información oportuna e clara do estado no que está a súa idea para que se sintan parte deste proceso de co-creación.

F Ferramentas

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

G Como se fixo en Código 100?

Para a recollida de solucións innovadoras deseñouse unha ferramenta dixital para dar soporte a todo o proceso, descrita no paso 2. Esta ferramenta

facilitou o diálogo directo entre o Servizo Galego de Saúde e empresas para profundar sobre un tema ou establecer entrevistas bilaterais, ao tempo que xerou un fluxo de interacción co usuario e comunicación do resultado de avaliación da solución proposta en tempo real.

O rexistro e o uso desta ferramenta era sinxelo e intuitivo, o que permitiu aos usuarios compartir as súas ideas de solucións innovadoras dunha forma moito máis eficiente.

A ferramenta foi moi ben valorada por parte dos participantes na consulta ao mercado na enquisa final lanzada a todos os participantes, o 88% dos enquisados consideraron que a plataforma web de recollida de solucións innovadoras era sinxela e intuitiva, doada de manexar, e servíalles para saber en cada momento en que fase estaba a súa proposta.

8.2.4

Paso 8. Profundar vixilancia tecnolóxica

A De que se trata?

Unha vez realizada a vixilancia tecnolóxica inicial, detallada no paso 4, se se considera necesario indagar nalgunha área ou campo concreto, débese desenvolver unha vixilancia cun maior grao de concreción.

B Como se fai?

- Selecciona o tema concreto no que se quere profundar.
- Débese recompilar información sobre a necesidade ou o problema actual, a oportunidade que supón, o alcance e os beneficios que podería reportar.
- Pórase en contacto con especialistas na materia ou na área.

C Canto tempo debería empregar?

- Neste exercicio de afondamento non debería empregar máis de 4 semanas.

D Que actores deben intervir?

Equipo de traballo.

Expertos en vixilancia tecnolóxica.

E Tips a ter en conta para esta actividade.

- Acoutar moi ben o ámbito de análise.
- Identificar expertos a nivel internacional que poidan dar información práctica de valor enfocada xa á fase de especificacións funcionais.

F Ferramentas

- Anexo 10. Ficha de experto internacional.

G Como se fixo en Código 100?

En Código 100, paralelamente ao proceso de consultas ao mercado, realizáronse exercicios de vixilancia estratéxica específicos para a liña de profesionais, orientados a identificar novas liñas de formación, por entender que era un ámbito onde a oferta tecnolóxica necesitaba reforzo por parte do Servizo Galego de Saúde.

Este exercicio deu como resultado un documento de **Novas tendencias no ámbito da aprendizaxe sanitaria**. O obxectivo deste documento era o de obter unha recompilación das novas tendencias no ámbito da formación e a xestión do coñecemento, para así coñecer as novas liñas de aprendizaxe que permitiron obter os *insights* necesarios que achegaron valor na elaboración funcional dos documentos previstos para a posta en marcha dos procedementos de licitación.

ETAPA DE DESENVOLVEMENTO

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

8.2.5

Paso 9. Avaliación de solucións innovadoras

A De que se trata?

Nesta actividade analízanse e tíranse conclusións sobre o interese e pertinencia das ideas recibidas no proceso de consultas ao mercado.

B Como se fai?

- Os membros do Comité de Avaliación deben ter acceso a todas as ideas recibidas.
- Convocar unha reunión do Comité de Avaliación para analizar as propostas recibidas. Se o número de propostas é moi elevado (superior a 25) é recomendable realizar unha avaliación individual por cada membro do comité previa á reunión grupal para axilizar o proceso.
- Aplicar o procedemento de avaliación e clasificar as ideas nos tres estadios:
 - ◊ Interesante e pertinente.
 - ◊ Interesante pero non pertinente (non encaixa no prezo ou prazo coas necesidades da entidade pública).
 - ◊ Non interesante nin pertinente.
- Manter informadas as entidades do estado da súa solicitude, pendente de tramitar, tramitada, avaliada, e agradecer a súa participación e achega ao proceso.

C Canto tempo debería empregar?

- Para realizar a avaliación das propostas deberíanse empregar dúas semanas desde o peche da convocatoria, se o número de propostas é elevado será necesario máis tempo.

D Que actores deben intervir?

- Equipo de traballo.
- Comité de Avaliación.
- Oferta tecnolóxica.

E Tips a ter en conta para esta actividade.

- Os criterios para a avaliación das propostas deben ser homoxéneos entre todos os membros do Comité de Avaliación.
- Incluír perfís con diferentes tipos de coñecemento no Comité de Avaliación.
- Non se deben enviar as avaliacións individuais ás entidades, trátase dunha fase precontractual, non se deben xerar expectativas. A comunicación debe ser clara e homoxénea a todas as entidades participantes, indicando que o proceso concluíu, agradecendo a súa participación e invitando a seguir atentas á publicación de nova información.

F Ferramentas

- Anexo 11. Matriz de avaliación de solucións innovadoras.

G Como se fixo en Código 100?

En Código 100, este paso soportouse a través da ferramenta web. A ferramenta permitiu a categorización das propostas recibidas polo equipo de avaliación. É importante sinalar que na composición destes equipos (un por liña) foron incluídos diferentes perfís: perfil con

coñecementos asistenciais, perfil tecnolóxico, perfil con coñecemento dos procesos que se analizaron.

As propostas foron clasificadas en:

- Interesantes para Código 100.
- Interesantes para outras iniciativas do Servizo Galego de Saúde.
- Non interesantes.

O resultado desta avaliación evidenciou a grande achega de valor do proceso de consultas ao mercado e o nivel de entendemento por parte da oferta tecnolóxica. Recibíronse un total de 215 propostas de 94 entidades, o 73% das propostas considerouse interesante para Código 100, un 19 % interesante para outras iniciativas do Servizo Galego de Saúde e un 8% considerouse non interesante.

O número total de propostas amosa a grande implicación das entidades participantes. As porcentaxes de interese para o Servizo Galego de Saúde amosan a idoneidade e pertinencia do proceso seguido.

8.3 ETAPA DE PECHE

A De que se trata?

Unha vez concluída a análise das propostas recibidas, é necesario facer un peche oficial da convocatoria, realizando os documentos correspondentes e publicando de maneira agregada os resultados obtidos.

B Como se fai?

Para a etapa de peche identificáronse cinco pasos:

- Paso 10. Elaboración do informe de peche de consultas ao mercado.

ETAPA DE PECHE

- Paso 11. Presentación dos resultados das consultas ao mercado.
- Paso 12. Elaboración de documentación para favorecer a colaboración.
- Paso 13. Presentación das licitacións.
- Paso 14. Retroalimentación do proceso.

C Canto tempo debería empregar?

O tempo a empregar para o peche da consulta ao mercado non debería superar os dous meses.

8.3.1 Paso 10. Elaboración do informe de peche de consultas ao mercado

A De que se trata?

Tal e como se indica no artigo 115 da LCSP, unha vez terminado o proceso de consultas ao mercado, débese «elaborar un informe das actuacións realizadas. No informe relacionaranse os estudos realizados e os seus autores, as entidades consultadas, as cuestións que se lles formularon e as respostas ás mesmas. Este informe estará motivado, formará parte do expediente de contratación, e estará suxeito ás mesmas obrigacións de publicidade ca os pregos de condicións, publicándose en todo caso no perfil do contratante do órgano de contratación».

B Como se fai?

- Iniciar o informe cunha breve introdución onde se explique o contexto do proxecto. Débense indicar as bases polas que se rexe a consulta e toda a información relativa ao procedemento e transcurso do mesmo.
- Explicar o procedemento empregado nas consultas ao mercado: publicación, lanzamento de convocatoria, xornadas e obradoiros, duración da consulta,

ETAPA DE PECHER

consultas formuladas polos participantes, número de solucións innovadoras recibidas, ferramentas empregadas.

- Amosar os datos agregados obtidos da consulta ao mercado.
- Incluír o nome das empresas participantes, sempre baixo o seu consentimento, dado que o documento será público.
- Validación formal das propostas, incluír as características das propostas, número de propostas completadas ao 100%, número de propostas que anexan información complementaria, número de propostas consideradas interesantes e pertinentes para o proxecto, interesantes, pero non pertinentes, non interesante nin pertinente.
- Aspectos innovadores das propostas recibidas, tempo de execución global das propostas, espectro de presuposto das propostas.
- Elaborar conclusións do proceso.

C Canto tempo debería empregar?

- Unha vez analizados os datos da consulta, a elaboración do informe non debería ser superior ás dúas semanas.

D Que actores deben intervir?

- Equipo de traballo.

E Tips a ter en conta para esta actividade

- Non elaborar un documento moi extenso entrando en demasiados detalles.
- Elaborar unha estrutura sinxela de documento e doada de seguir, por exemplo: introdución, procedemento de consultas ao mercado, participantes na consulta, conclusións.

- Darlle difusión a través dos medios empregados na consulta ao mercado.

F Ferramentas

- Anexo 12. Índice de informe de peche de consultas ao mercado.

G Como se fixo en Código 100?

No Plan de Innovación Sanitaria Código 100 non se realizou o informe de peche de consultas ao mercado tal e como se describe neste apartado. Isto débese a que non lle aplica o disposto no artigo 115.3 da LCSP «3. Cando o órgano de contratación realízase as consultas ás que se refire o presente artigo, fará constar nun informe as actuacións realizadas. No informe relacionaranse os estudos realizados e os seus autores, as entidades consultadas, as cuestións que se lles formulou e as respostas ás mesmas. Este informe estará motivado, formará parte do expediente de contratación, e estará suxeito ás mesmas obrigas de publicidade ca os pregos de condicións, publicándose en todo caso no perfil do contratante do órgano de contratación» porque no momento de entrada en vigor da nova LCPS o proceso de consultas ao mercado de Código 100 finalizara, sendo o seu lanzamento o 14 de setembro de 2016 e materializándose as conclusións coa publicación e presentación das fichas de avance e do mapa de demanda temperá das licitacións CPI realizado a 12 de xullo de 2017.

8.3.2

Paso 11. Presentación dos resultados das consultas ao mercado

A De que se trata?

Isto último refírese a presentar a documentación coas conclusións xerais ás que se chegou a través do proceso de consultas ao mercado, así como os números en termos globais, a cantidade de ofertas

recibidas, a procedencia das ideas con respecto ao tipo de organización, xeografía e a demais información que se considere importante incluír, sempre e cando non estea en contra da confidencialidade, transparencia e igualdade de condicións para os participantes.

B Como se fai?

- Elaborar a Ficha **de avance**, trátase do documento resultante tras realizar a consulta ao mercado, despois de obter as respostas da oferta, avalialas e recoller os detalles e características daquelas solucións que mellor encaixan para resolver o problema/necesidade identificada pola entidade pública. O seu obxectivo é plasmar e explicar á oferta tecnolóxica que elementos foron considerados de interese na consulta ao mercado e cara a onde se orienta a solución que desexa adquirir a entidade pública para dar solución á necesidade/problema/opportunidade identificada. Trátase dunha versión da «Ficha de necesidades preliminar» cun contido mellorado e ampliado.
- Elaborar o **Mapa de Demanda Temperá**, trátase dun instrumento que permite anticipar ao mercado as intencións de contratación da Administración, e por tanto facilita información valiosa ás empresas para as futuras licitacións. Debe ser un documento claro, no que apareza como mínimo o nome ou acrónimo, unha breve descrición da necesidade e o presuposto estimado.
- Amosar os datos agregados obtidos da consulta ao mercado. Definir a información agregada que se desexa publicar da convocatoria, é habitual presentar o seguinte:
 - ◊ Número total ideas recibidas.
 - ◊ Proporción de ideas recibidas por tipo de organización (empresas, universidade, centros de investigación, persoa física, institución pública).
 - ◊ Proporción de ideas recibidas por tamaño de organización (startup, pequena, mediana, grande empresa ou organización).
 - ◊ Proporción de ideas recibidas por xeografía (nacional e internacional). Pódese presentar tamén a proporción a nivel nacional por provincias, achegará unha visión rápida do interese xerado e da situación das tecnoloxías.
 - ◊ Proporción de ideas recibidas por sector, isto facilita ver a apertura da convocatoria e a innovación que facilita en diferentes sectores, que, nalgúns ocasións, non son considerados desde o inicio.
 - ◊ Proporción de ideas que foron consideradas interesantes e pertinentes e aquelas que foron descartadas.
- Utilizar as canles de información empregadas ao longo do proxecto para publicar e informar dos seguintes pasos da convocatoria.
- Organizar unha xornada na que amosar os resultados e resolver as posibles dúbidas.

C Canto tempo debería empregar?

- Para a elaboración da documentación dos resultados necesitarase un máximo de dúas semanas.

D Que actores deben intervir?

- Equipo de traballo.
- Equipo de comunicación da entidade pública.

E Tips a ter en conta para esta actividade.

- A información débese plasmar dunha maneira visual, concisa e clara, trátase de elaborar un documento de doada comprensión.

ETAPA DE PECHE

- Xerar unha batería de indicadores a partir dos datos recollidos que nos permitan comparar resultados de futuras consultas preliminares ao mercado realizadas pola entidade pública, así como coas doutras entidades públicas nacionais ou internacionais.

F Ferramentas

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

G Como se fixo en Código 100?

En Código 100, unha vez realizada a avaliación das propostas recibidas, elaboráronse as fichas de avance e o mapa de demanda temperá. En concreto, elaboráronse tres fichas de avance, unha por cada liña de actuación e un mapa de demanda temperá onde se recolleron as contratacións previstas cun presupuesto orientativo das tres liñas.

No relativo á difusión, o 12 de xullo de 2017 realizouse unha xornada de presentación dos resultados do proceso de consultas ao mercado. Na xornada presentáronse os principais resultados (n.º de propostas recibidas, n.º de empresas participantes, sector, procedencia...), **as fichas de avance e o mapa de demanda temperá**.

Ademais da xornada, os documentos foron publicados na web do proxecto e déuselles difusión a través das redes sociais.

Para consultar anexo de documento de resultados da consulta ao mercado acceda a https://codigo100.sergas.gal/Contidos/Documents/34/ANEXOProceso_consultas_mercado.pdf.

Para consultar as fichas de avance acceda a:

- Empoderamento 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>>.

- Xestión de profesionales

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

Para consultar o 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 a colaboración

A De que se trata?

Xerar documentación ou implementar iniciativas que faciliten o achegamento de axentes da oferta tecnolóxica para propiciar un ambiente de colaboración que mesmo poida resultar en unións para presentar ofertas conxuntas ou en colaboración unha vez se abraise o procedemento de contratación.

B Como se fai?

Pórse en contacto vía telemática explicando o obxectivo do documento e as necesidades da oferta tecnolóxica.

- Elaborar uns formularios a cubrir pola oferta tecnolóxica, onde a compañía decida que información quere que se faga pública.
- Dividir o formulario en dúas partes, unha primeira con información sobre a compañía (nome, razón social, enderezo, teléfono, persoa de contacto, resumo do *core* do negocio etc.) e unha segunda parte onde se describa a solución innovadora dunha maneira xeral sen detallar tecnoloxía nin os factores diferenciais.
- Incluír no documento o consentimento para a publicación dos datos da compañía e a solución innovadora.

C Canto tempo debería empregar?

Para a recompilación da información necesaria, así como estruturar o documento, serán necesarias de dúas a tres semanas.

D Que actores deben intervir?

- Equipo de traballo.
- Oferta tecnolóxica.
- Usuarios.

E Tips a ter en conta para esta actividade

- Estipular un máximo de caracteres para cada un dos campos a cubrir pola oferta tecnolóxica e así unificar criterios entre os participantes.
- Establecer un proceso de autorización e consentimento por parte das entidades participantes.
- Fixar unha data límite para o envío da información.
- Facer especial mención en que a información reportada será de dominio público.

F Ferramentas

- Anexo 16. Documento tipo. Folla de recollida de información.

G Como se fixo en Código 100?

Desde o proxecto Código 100 considerouse interesante a elaboración dunha **Guía de Iniciativas Empresariais de Solucións Innovadoras**, esta elaborouse coa finalidade de lograr dous obxectivos, por un lado ofrecer unha maior visibilidade ás empresas que participaron na etapa de consultas ao mercado do Plan de Innovación Sanitaria Código100; e, por outro, incrementar a súa cooperación ao facilitar posibles asociacións entre elas ao dar a coñecer as actuacións que propoñen para dar resposta ás necesidades formuladas polo Servizo Galego de Saúde para a liña de empoderamento de pacientes. Neste documento recollíanse aquelas empresas que, por un lado, participaron na consulta ao mercado, e deron o seu consentimento para formar parte do documento. A Guía divide a información recollida para cada unha das empresas en dúas partes; presentación da compañía e explicación da proposta presentada para cada liña de actuación.

Para consultar a *Guía de Iniciativas Empresariais de Solucións Innovadoras* acceda a <<https://codigo100.sergas.gal/Contidos/Documents/28/Gu%C3%A1-Da%20de%20iniciativas%20empresariales%20de%20soluciones%20innovadoras.pdf>>.

8.3.4

Paso 13. Presentación das futuras contratacións

A De que se trata?

Trátase de facer a publicación oficial das contratacións previstas, tendo en conta o tipo de CPI e de proceso de contratación que se escollese para o proceso.

ETAPA DE PECHER

Tal e como se indica no artigo 70 da Lei 9/2017 de Contratos do Sector Público «*os pregos débense elaborar tendo en conta os resultados das consultas ao mercado. É importante destacar que non se poden concretar as características para que só exista un único provedor ou se incumpla o principio de igualdade de trato*».

B Como se fai?

- Decidir o número de contratacións que se van desenvolver e trasmitilo ao mercado.
- Seleccionar os procedementos de contratación. Coa información obtida na consulta ao mercado pódese determinar cal é o procedemento de contratación máis axeitado a cada caso.
- Débese considerar o carácter de cada procedemento, é dicir, se será a nivel nacional ou internacional.
- Recoméndase realizar unha xornada na que se expliquen as contratacións previstas e os procedementos de contratación e tipo de CPI.

C Canto tempo debería empregar?

Para a presentación das futuras contratacións serán necesarias arredor de tres semanas, incluíndo a organización dunha xornada para a súa explicación.

D Que actores deben intervir?

- Persoa da área xurídica do equipo de traballo e persoal clave da área.
- Persoal de contratación.
- Equipo de traballo.
- Expertos temáticos.
- Área de comunicacións.

E Tips a ter en conta para esta actividade.

- Realizar unha correcta difusión e publicación da convocatoria e asegurarse de chegar a aqueles que participaron no diálogo técnico e a fase precontractual do proceso para que coñezan a apertura do proceso.
- Dar a opción de que a oferta tecnolóxica formule todas as dúbidas que lle xurdan das novas licitacións.

F Ferramentas

- Anexo 17. Orde do día Xornada de presentación de licitacións Código 100

G Como se fixo en Código 100?

En Código 100 realizouse un adianto ao mercado das intencións de contratación a través da publicación do mapa de demanda temperá e as fichas de avance, polo que nesta fase se concretaron as intencións a través dos pregos.

O día 18 de setembro de 2018, realizouse a **Xornada de presentación de novos pregos de contratación pública** (<https://codigo100.sergas.es/Contidos/XornadaPregos>), o acto durou unha mañá e distribuíuse en tres mesas, onde explicaron os pregos de cada unha das liñas de actuación á oferta tecnolóxica.

Na xornada tratáronse os aspectos xurídicos e procedementais das novas licitacións, así como, diferentes profesionais sanitarios trasladaron de primeira man á oferta tecnolóxica cales eran as necesidades a resolver mediante as licitacións formuladas.

O 19 de decembro de 2018, realizouse un **Café-networking pregos liña de Terapias Avanzadas** (<https://codigo100.sergas.es/Contidos/Caf%C3%A9-Networking-C%C3%B3digo100>), tratouse

EN QUE ÁMBITOS BUSCA INNOVAR O SERVIZO GALEGO DE SAÚDE?

Terapias Avanzadas

Búscase a incorporación ao sistema público de saúde de novas terapias que posúen o potencial de adaptar o tratamento ca mellor resposta e a maior marxe de seguridade para garantir un mellor coidado do paciente tendo en conta as súas características individuais e patolóxicas.

200.255,00 € AI

Dispositivo multicante para a resección avanzada de tumores rectais mediante endoscopia flexible e cirurxía endoscópica transanal.

Procedimento: Asociación para a innovación

499.998,62 € AI

Test multimarcador que permita a caracterización molecular de tumores de pacientes con cancro de pulmón no microcítico mediante secuenciación masiva de nova xeración (NGS).

Procedimento: Asociación para a innovación

600.000,00 € CPTI

Desenvolvemento e fase de demostración dun sistema de axuda á detección de diversas patoloxías (CADIA) baseado na análise de imaxe con técnicas de intelixencia artificial.

Procedimento: Diálogo competitivo

1.250.000,00 € CPP

CPP Lote 1 Biopsia Líquida: Solucións para detectar material tumoral en fluídos biolóxicos en estadios tempráns, detección de enfermidade mínima residual, pronóstico, selección de terapias, monitorización da enfermidade a resposta ao tratamento de distintos tipos de cancro.

Procedimento: Contratación precomercial

500.000,00 € CPP

CPP Lote 2 Enfermidades neurolóxicas: Biomarcadores diagnósticos en enfermidades neurolóxicas.

Procedimento: Contratación precomercial

500.000,00 € CPP

CPP Lote 3 Enfermidades reumatolóxicas: Biomarcadores diagnósticos en enfermidades reumatolóxicas.

Procedimento: Contratación precomercial

Profesionais

Búscase a planificación estratéxica da formación e o coñecemento da organización, detectar de forma temperá o talento existente en base a competencias e a harmonización da produción científica e investigadora

1.258.400,00 € CPTI*

A realización do servizo de desenvolvemento e validación dunha plataforma tecnolóxica que permita desenvolver as actividades asociadas á xestión do coñecemento unha organización sanitaria.

Procedimento: Aberto

1.808.950,00 € CPTI*

O desenvolvemento dun sistema de xestión de profesionais orientado á xestión por competencias que achegue innovación.

Procedimento: Aberto

173.000,00 €

Realidade virtual lote 1: Deseño e desenvolvemento dunha solución virtual formativa para o recoñecemento do ICTUS.

Procedimento: Licitación con negociación

173.000,00 €

Realidade virtual lote 2: Deseño e desenvolvemento dunha solución formativa e de adestramento virtual da respiración para a mellora na precisión nos tratamentos de radioterapia e probas de imaxe.

Procedimento: Licitación con negociación

Empoderamento

Búscase converter o paciente nun axente fundamental para a autoxestión da súa enfermidade e a mellora dos seus propios resultados de saúde.

580.800,00 € CPTI

Desenvolvemento e fase demostración do sistema plataforma de historia clínica personal PHR para a autogestión da enfermidade e empoderamento de pacientes.

Procedimento: Licitación con negociación

484.000,00 € CPTI

Desenvolvemento e fase de demostración dunha solución intelixente que facilite as tarefas do paciente para o autocontrol da diabetes.

Procedimento: Licitación con negociación

605.000,00 € CPTI

Desenvolvemento e fase demostración dun sistema de asistente personal (AVATAR) e un xenerador de alertas intelixentes que aumente a autonomía do paciente.

Procedimento: Licitación con negociación

399.999,38 € CPTI

Desenvolvemento dunha plataforma de homologación de apps e contidos para autoxestión da enfermidade e empoderamento de pacientes.

Procedimento: Diálogo competitivo

726.000,00 € CPTI

Desenvolvemento dunha plataforma de xestión da relación cos usuarios, sistema CRM para pacientes.

Procedimento: Licitación con negociación

dun encontro informal coa oferta tecnolóxica, onde se profundou nos procedementos de contratación das licitacións da liña de Terapias Avanzadas, prestando especial atención na Compra Pública Precomercial e a Asociación para a Innovación.

8.3.5 Paso 14. Retroalimentación do proceso

A De que se trata?

Unha vez finalizadas as consultas preliminares ao mercado, é importante designar un método de control do proceso, no cal os métodos empregados e os resultados obtidos son suxeitos ás valoracións dos

participantes co obxectivo de controlar e optimizar o proceso.

B Como se fai?

- Débese elaborar unha enquisa onde se avalíen todos os aspectos da consulta, (proceso de consultas ao mercado, impacto da participación na definición de necesidades, valoración do método de recollida das solucións innovadoras...).
- Débese dedicar un tempo á elaboración do modelo de enquisa, así como ás súas posibles respostas e os posibles resultados que se queiran obter. Debe ser un documento breve e sinxelo, débese tentar tirar a maior información posible.

ETAPA DE PECHE

- 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:

A enquisa foi respondida por 43 persoas, de 41 asociacións diferentes. O 55% das asociacións que responderan tiña un tamaño de máis de 200 asociados, o 20% entre 100 e 100 asociados.

Como resultados xerais destacamos:

O **83,72%** dos enquisados considera que a **información publicada e recibida** a través das diferentes canles **é útil e permite estar actualizado/a sobre o proceso**.

O **67,44%** dos enquisados **non participara** en ningún outro **proceso de identificación de necesidades**.

O **93,02%** dos enquisados considera que se **transmitiron correctamente** os obxectivos perseguidos polo Servizo Galego de Saúde ao realizar a consulta ao mercado.

Ao **81,4%** dos enquisados parécelle que contar coa participación de **asociacións, pacientes e empresas** no proceso foi **innovador ou moi innovador**.

O **72,09%** dos enquisados considera que as **solucións** que pretende obter o Servizo Galego de Saúde neste proceso de consultas ao mercado son **innovadoras ou moi innovadoras**.

O **93,02%** dos enquisados considera útil ou moi útil as xornadas e obradoiros desenvolto.

O **93,02%** dos enquisados considera útil ou moi útil as fichas de avance publicadas.

O **86,06%** dos enquisados considera o **Mapa de Demanda Temperá útil ou moi útil** como ferramentas que anticipa as intencións de contratación ao mercado.

O **88,37%** dos enquisados considera a **guía de iniciativas empresariais de solucións innovadoras** útil ou moi útil.

O **95,35%** dos enquisados considera que a realización do **obradoiro de necesidades innovadoras** entre empresas e asociacións de pacientes foi

positivo para **achegar as necesidades á oferta tecnolóxica**.

O **97,67%** dos enquisados considera positivo que o Servizo Galego de Saúde, a través da consulta de mercado do proxecto de Código 100, tivese en conta **as asociacións de pacientes na definición de necesidades a resolver**.

O **90,70%** das asociacións enquisadas cre que a participación na consulta ao mercado é unha boa maneira de involucrar os pacientes como os verdaderos usuarios finais das solucións obtidas.

O **83,72%** dos enquisados considera que se trasladaron axeitadamente as necesidades identificadas polas asociacións na ficha de avance de Empoderamento de pacientes.

O **79,07%** dos enquisados considera que as **solucións innovadoras** previstas no Mapa de Demanda Temperá **resolven as necesidades identificadas** polas asociacións.

O **88,37%** dos enquisados está **satisfeito ou moi satisfeito** con relación á **información, resolución de dúbidas, xestión de problemas e soporte técnico** do proxecto de Código 100.

Ao **97,67%** dos enquisados gustarlle que en **futuras consultas** ao mercado se tivese de novo en **conta as asociacións** de pacientes como participantes.

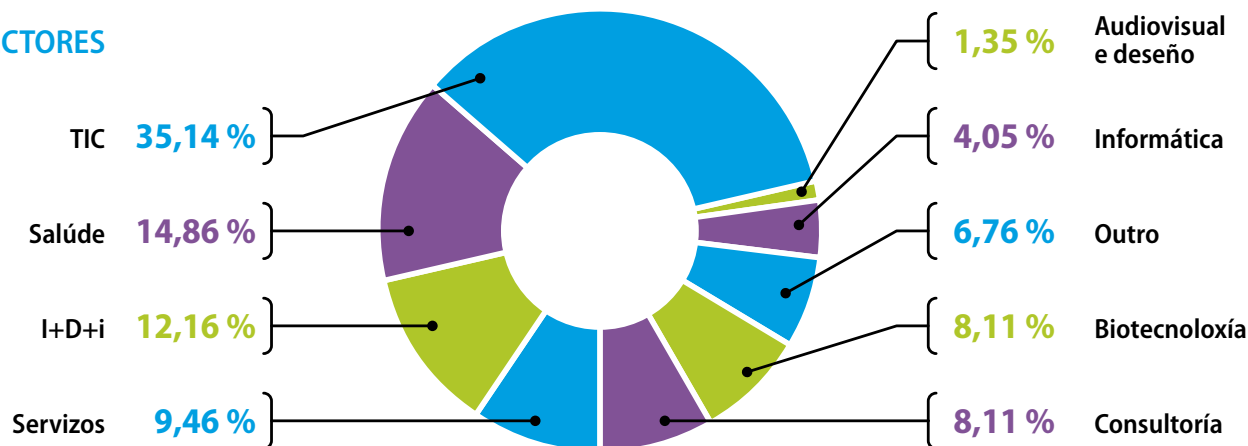
O **93,02%** dos enquisados avalía como útil ou moi útil o traballo realizado durante a etapa de consulta ao mercado polo Servizo Galego de Saúde, a medio/ longo prazo para a asociación.

O **88,37%** dos enquisados encóntrase satisfeito ou moi satisfeito co proceso de consultas ao mercado do proxecto Código 100.

Os resultados obtidos das enquisas dirixidas á oferta tecnolóxica foron os seguintes:

ETAPA DE PECHER

SECTORES



A enquisa foi respondida por 82 persoas, de 74 entidades diferentes. O 35 % das entidades participantes son microempresas, o 32,43 % grande, o 25,68 % mediana e o 16,22 % pequena.

A maior participación veu do sector TIC e saúde.

A continuación, amósanse os resultados obtidos:

O **77,08%** dos enquisados considerou o proceso de consultas ao mercado Código 100 **como innovador** ou **moi innovador**.

O **82,72%** dos enquisados considera que a **información publicada e recibida** a través das diferentes canles é útil e **permite estar actualizado/a** sobre o proceso.

O **92,59%** dos enquisados cre que **transmitiron correctamente** os **obxectivos** perseguidos polo Servizo Galego de Saúde ao realizar a consulta ao mercado.

O **91,36%** dos enquisados considera que se **respetaron** as condicións de **transparencia** e **igualdade de trato** entre os participantes e **confidencialidade** ao longo de todo o proceso.

O **60,49%** dos enquisados **non participara** en ningún outro **proceso de consultas ao mercado** e un

29,63% dos enquisados xa **participara** en H2050 e **InnovaSaúde**.

O **70,83%** dos enquisados que participaron en H2050 e **InnovaSaúde** considera o proceso de consultas ao mercado de Código 100 como **innovador** ou **moi innovador** fronte a este.

O **62,5%** dos enquisados que participaron **noutros procesos de consultas ao mercado** considera o proceso de **Código 100** como **innovador** ou **moi innovador** fronte a outros.

O **90,24%** dos enquisados considera útil ou moi útil as xornadas e obradoiros desenvolvidos.

O **84,4%** dos enquisados considera útil ou moi útil as fichas de avance publicadas.

O **89,02%** dos enquisados considera o **Mapa de Demanda Temperá útil ou moi útil** como ferramenta que anticipa as intencións de contratación ao mercado.

O **90,24%** dos enquisados considera a **guía de iniciativas empresariais de solucións innovadoras**, útil ou moi útil.

O **62,20%** dos enquisados afirma que os obradoiros e xornadas, así como a documentación xerada,

influíu nalgunha decisión de **colaboración** con outras entidades.

O **71,95%** dos enquisados enviou unha **solución innovadora** á plataforma web de Código 100.

Dos enquisados que enviaron a súa solución innovadora, o **88,14%** considera que a plataforma web é **sinxela e intuitiva**.

Dos usuarios que tiveron algún tipo de problema coa plataforma web, o **100%** está **satisfeito** ou **moi satisfeito** coa axuda prestada polo equipo de asistencia.

O **39,02%** dos enquisados considera que a **CPI** terá impacto no volume de **facturación** destinado a **I+D+i** na súa organización.

O **80,49%** dos enquisados considera que a **CPI** terá impacto no número de **persoal** dedicado a actividades **I+D+i** na súa organización.

Só o **7,32%** dos enquisados considera que a **CPI** terá impacto no volume de **facturación internacional** destinado a **I+D+i** na súa organización.

O **13,41%** dos enquisados considera que a **CPI** terá impacto no número de patentes que rexistrará a súa compañía.

O **86,59%** dos enquisados encóntrase satisfeito ou moi satisfeito co proceso de consultas ao mercado do proxecto Código 100.

Estudos de caso

Finalmente, desenvolvéronse tres estudos de caso, co fin de coñecer as opinións e experiencias vividas por tres entidades, unha asociación de pacientes, empresa e centro tecnolóxico.

As tres entidades están de acordo en que un proceso de consultas ao mercado é enriquecedor para todos os axentes involucrados, todos se benefician,

xa sexa durante ou unha vez finalizado o proceso, e que sería unha mágoa perdelo por medos ou barreiras desde ambos os lados.

Desde a perspectiva de empresa e centro tecnolóxico:

Destacan o gran potencial de relación cos pacientes no desenvolvemento de solucións innovadoras e cos profesionais sanitarios, que permite unha aproximación á visión do usuario final. Ademais, consideran que participar nun proceso de consultas ao mercado como o de Código 100 axudounos a mellorar o seu ecosistema de colaboración, con outros centros, empresa e profesionais.

Consideran de grande utilidade as xornadas e obradoiros implementados ao longo do proceso de consultas ao mercado, que os axudaron a marcar unha folla de ruta a seguir durante todo o proceso. Tamén fan mención á grande utilidade de documentación como as fichas de avance, o mapa de demanda temperá e a guía de iniciativas empresariais.

En canto á valoración do procedemento, plataforma de ideas, transparencia e comunicación no proceso, ambas as entidades percibiron a grande utilidade da plataforma de recollida de ideas como un sistema robusto, que dá máis seguridade e credibilidade ao proceso, mellorando a transparencia e mantendo unha comunicación directa cos participantes xa que en todo momento sabían en que estado se encontraba a súa proposta.

Ambas as entidades conclúen que este tipo de procesos favorece a rotura de barreiras entre administración pública e empresa, incrementando o ecosistema de I+D+i das entidades participantes e, en concreto, favorecendo a colaboración con universidades, centros tecnolóxicos e outras empresas, establecéndose contactos e fórmulas de colaboración que ata a data nin se formulaban..

ETAPA DE PECHE

Desde a perspectiva dunha asociación de pacientes:

Consideran que a incorporación das asociacións de pacientes nun proceso de consultas ao mercado é unha boa maneira de involucrar os usuarios finais. Ademais, consideran que se fomenta unha maior credibilidade, confianza e empatía co sistema.

Os pacientes perden ese rol de «unicamente pacientes» e créase unha relación máis próxima, unha sanidade máis humanizada, onde contribúen a ser parte do cambio a través da identificación de necesidades. Onde,

destaca a importancia das xornadas para amosar o punto de vista do usuario final, así como para xerar relacións con outras asociacións que lles permite pór necesidades en común que posteriormente trasladar ao Servizo Galego de Saúde.

As tres entidades teñen claro que seguirán participando en procesos de consultas ao mercado, debido ao gran potencial e vantaxes que conlevan. Este tipo de procesos, onde se comparte coñecemento e se xera unha economía de colaboración son fundamentais de cara ao futuro para seguir mellorando os servizos públicos.

Parte III ANEXOS



Anexo 1

METODOLOXÍA RACI

(Responsible, Accountable, Consulted and Informed)

Unha vez se nomee a composición do Equipo de Traballo de carácter multidisciplinar encargado de acompañar o proxecto en todas as súas etapas, é necesario nomear un líder do equipo de traballo. O líder actúa como coordinador do proxecto, asegurando que cada tarefa se cumpra respecto ao establecido no fluxo-grama do proceso. Do mesmo modo, tamén é necesario identificar as diferentes responsabilidades que os compoñentes dese equipo de traballo deben asumir no transcurso do proxecto.

Para iso propónse una **matriz de responsabilidades RACI**.

A continuación, amósase un exemplo dunha matriz de responsabilidades RACI:

- **Responsible.**
Responsable da execución do entregable/tarefa.
- **Accountable.**
Responsable de asegurar que o entregable/tarefa se complete.
- **Consulted.**
Consultado/a, previamente a completar cada entregable/tarefa.
- **Informed.**
Informado/a dos resultados, unha vez o entregable/tarefa sexa finalizada.

A matriz RACI é unha ferramenta que serve para a asignación de responsabilidades aos compoñentes do equipo ao relacionar unha actividade cun equipo de traballo ou cun individuo.

A continuación, inclúese un exemplo de como se poderían distribuír as responsabilidades dun Grupo de Traballo nas principais actividades que se debe desenvolver ao longo das tres etapas da CPI:

EQUIPO	Líder do equipo de traballo	Área de Gobernanza e comunicación & Intervención Facenda e finanzas	Servizo xurídico	Xefes de servizo & persoal da secretaría técnica	Dirección xeral de innovación
ENTREGABLE/ TAREA					
1. Documento de convocatoria.	A			R	C
2. Ficha de necesidade preliminar	A			R	C
3. Plan de acción xeral	A	R	C	C	C
4. Fichas de recollidas	A			R	C
5. Documento de FAQ's	A			R	C
6. Validación da documentación para o lanzamento da consulta ao mercado	A	C	R	I	I
7. Revisión dos textos da consulta ao mercado	A	R	C	C	C
8. Creación dunha conta de correo ad-hoc para o proxecto	A	R			
9. Xestión de trámites e publicación da invitación a participar na consulta ao mercado	A	R			
10. Avaliación e selección das ideas recibidas na consulta	A	C, I	C, I	R	C
11. Desenvolvemento de sesións de exposición de ideas (Consulta ao mercado)	A	C, I	C, I	R	C
12. Contratación da solución	A	R	C	I	I
13. Control e seguimento na execución da solución	A	C, I	C, I	R	C

*R: responsable da execución do entregable/tarefa. **A: responsable de asegurar que o entregable/tarefa se complete.

C: consultado/a, previo a completar cada entregable/tarefa. *I: informado/a dos resultados, unha vez o entregable/tarefa sexa finalizada.

Así mesmo, inclúese un proceso de traballo coas actividades a realizar, os seus responsables e os documentos asociados na fase de consultas ao mercado, por requirir unha alta actividade por parte do Grupo de Traballo.

Neste sentido, para desenvolver un primeiro proxecto piloto de CPI recoméndase contar coa asistencia dunha Oficina Técnica experta que asesore e colabore co equipo de traballo.

Os diferentes axentes/responsables para desenvolver as actividades son, polo tanto:

- O equipo de traballo
- Oficina Técnica
- Oferta tecnolóxica (poderá estar composta por empresas, centros de I+D+i, universidades, asociacións de usuarios, entre outros).

Anexo 2

Documento tipo

FICHA DE NECESIDADE PRELIMINAR

FICHA DE NECESIDADE PRELIMINAR

RETO: Pregunta formulada de maneira retadora

ENTIDADE COORDINADORA: Nome do Goberno Local e área que o desenvolven

1. Descrición. Situación de partida:

2. Alcance do proxecto:

3. Obxetivos:

4. Data prevista de peche de convocatoria:

5. Investimento estimado:

6. Documentación anexa:

Anexo 3

Documento tipo

FORMULARIO DE RECOLLIDA DE INFORMACIÓN

DATA ELABORACIÓN:

NOME DA PROPOSTA:

DATOS PROPOÑENTE (sinale segundo corresponda):

Individual Grupo de traballo

DATOS EOXI:

ESPECIALIDADE:

DATOS DE CONTACTO / INVESTIGADOR RESPONSABLE / COORDINADOR DO GRUPO:

Nome:

Teléfono:

E-mail:

BREVE RESUMO (límite de 650 caracteres):

RELACIÓN DE DOCUMENTOS ANEXOS:

DURACIÓN ESTIMADA PARA A EXECUCIÓN DA PROPOSTA:

De 6 a 12 meses De 12 a 24 meses Máis de 24 meses

BENEFICIOS PARA O SISTEMA PÚBLICO DE SAÚDE:

BENEFICIOS PARA O USUARIO DO SISTEMA PÚBLICO DE SAÚDE:

Autorización de uso dos datos achegados

Autorización opcional

- Incorporación á lista de participantes no proceso de consulta pública (só se publicará a entidade ou persoa que propón a idea)
- Registros de datos de contacto facilitados

Declaración obrigatoria

- A proposta presentada está libre de patentes comerciais, copyright ou calquera outro dereito de autor ou empresarial que impida o seu libre uso por parte do SERGAS ou de calquera outra empresa colaboradora no desenvolvemento de futuros proxectos.
- Autorizo o SERGAS ao uso dos contidos das propostas. Este uso limitarase exclusivamente á posible inclusión dos contidos no proceso de definición das liñas de traballo, que se concretará nos pregos dos distintos procedementos de contratación que se tramiten no marco do Plan de Innovación Código100, baixo a fórmula de Compra Pública Innovadora.

PLAN DE ACCIÓN XERAL

PROPOSTA	AMINISTRACIÓN	Marzo				Abril			
		S1	S2	S3	S4	S1	S2	S3	S4
XORNADA DE APERTURA CONXUNTA DE DIFUSIÓN <ul style="list-style-type: none"> Identificación dos asistentes á xornada. Preparación das invitacións. Preparación do contido da presentación. Elaboración de ficha modelo. 	<ul style="list-style-type: none"> Actualización das fichas por liña. Determinar lugar para a xornada. Envío de invitación Difusión en streaming 								
VIXILANCIA ESTRATÉXICA <ul style="list-style-type: none"> Definir os ámbitos de estudo sobre os que se realizará a vixilancia estratéxica. Informe de vixilancia estratéxica. 	<ul style="list-style-type: none"> Actualizar a ficha. Validar os ámbitos. 								
WEBMINAR DE RESOLUCIÓN DE DUDAS DE LA CONSULTA DE MERCADO <ul style="list-style-type: none"> Coordinación do webinar. Resolución de dúbidas operativas do proceso. 	<ul style="list-style-type: none"> Resolución de dúbidas técnicas do proceso. Validación do uso da rede da Administración. 								
XORNADA DE CLAUSURA. PRESENTACIÓN FICHAS DE AVANCE E MAPA DE DEMANDA TEMPERÁ <ul style="list-style-type: none"> Identificación dos asistentes á xornada. Preparación das invitacións. Preparación do contido da presentación. Apoio na actualización das fichas de avance e elaboración do mapa de demanda temperá. 	<ul style="list-style-type: none"> Actualización da ficha de avance e mapa de demanda temperá. Determinar lugar para a xornada. Envío de invitacións. 								

Anexo 5

ÍNDICE DO INFORME DE VIXILANCIA TECNOLÓXICA

- 1 Antecedentes e contexto
- 2 Obxectivo do informe
- 3 Metodoloxía de procura
- 4 Características xerais da necesidade
- 5 Resultados do exercicio de vixilancia tecnolóxica
 - a Avaliación do estado da arte.
 - b Solucións e tecnoloxías analizadas.
 - c Principais tendencias.
- 6 Conclusións finais
- 7 Anexos

Anexo 6

Modelo de difusión en redes sociais

PRESENTACIÓN DE CONSULTAS AO MERCADO



Anexo 7

Orde do día da xornada

DIFUSIÓN DE CONSULTAS AO MERCADO CÓDIGO 100

6 de abril de 2017

Salón de actos do SERGAS, edificio administrativo San Lázaro

Santiago de Compostela

12:00 h - 14:00 h

Orde do día

12:00 h - 12:15 h

Benvida

D. Antonio Fernández-Campa García-Bernardo

Xerente do Servizo Galego de Saúde

12:15 h - 12:30 h

Avance do Plan de Innovación Sanitaria Código 100

D. Sergio Figueiras Gómez

Coordinador xeral Código 100, director Área de Innovación, ACIS

12:30 h - 13:45 h

Avance das liñas de actuación

D. Benigno Rosón Calvo

Sub. xeral de Sistemas e Tecnoloxías da Información da Consellería de Sanidade
Director Executivo da liña de actuación de empoderamento

D. Rodrigo Gómez Ruíz

Director Área de Xestión do Coñecemento e Talento, ACIS
Director funcional da liña de actuación de profesionais

D. Luis Ángel León Mateos

Director da Área de Investigación. Axencia de Coñecemento en Saúde
Director funcional da liña de actuación de terapias

13:45 h - 14:00 h

Conclusión da xornada

D. Jesús Vázquez Almuiña

Conselleiro de Sanidade da Xunta de Galicia

Anexo 8

Orden do día da xornada

MESA REDONDA CON EXPERTOS

Data: mércores, 3 de maio de 2017

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

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

Santiago de Compostela

Horario: 10:00 h - 14:00 h / 16:30 h - 18:00 h

Orde do día

10:00 h - 14:00 h

Mesa redonda con expertos

(Asistencia unicamente do persoal interno do SERGAS)

Desenvolvemento dunha dinámica para contrastar con expertos de diferentes ámbitos as liñas de traballo identificadas a partir da plataforma TI SUMAS.

Expertos invitados:

- Grupo de traballo da Liña de actuación de Empoderamento Código 100
- Juan Pedro Serna, Director Fundación Formación e Investigación Sanitarias na Comunidade Autónoma Rexión de Murcia
- Carlos Iglesias, Director Xeral 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 xantar

16:30 h - 18:00 h

Posta en común das conclusións obtidas na dinámica de traballo cos expertos

(Asistencia do persoal interno do SERGAS e das empresas)

Presentación das conclusións obtidas durante a dinámica desenvolta cos expertos.

Coloquio coas empresas no que se debatan e expoñan ideas e experiencias.

Anexo 9

EXEMPLO DE RECOLLIDA 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](#) [Limpar](#)

[Lembrar o meu contrasinal](#) [Rexistrarse 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 o teu compañeiro

Ficha de proposta de solucións innovadoras dentro do plan de innovación Código 100

Proposta

Data elaboración:

Nome da proposta:

Acrónimo:

Datos do proponente

Sinale segundo corresponda:

Nome e apelidos:

DNI/Pasaporte:

Razón social da empresa:

NIF:

Sector:

Tipo de empresa:

Teléfono:

Correo:

País:

Cidade:

Enderezo:

Descripción

Liñas coas que está relacionada a súa proposta:

Seleccione

Breve resumo (especificación funcional):

Especificación funcional (límite de 650 caracteres: (Descrición detallada da posible idea que pode satisfacer a necesidade formulada por parte do SERGAS, descrita desde un enfoque funcional)

Relación documentos anexos:

(No caso de que os houberse, conxunto de documentos que achegan evidencia ou maior información acerca da idea proposta)

Duración estimada para a execución da proposta:

Seleccione

Beneficios para o sistema público de saúde:

(Maneira en que a idea proposta contribúe a xerar unha mellora para o SERGAS no desenvolvemento das súas competencias, partindo da situación actual)

Beneficios para o usuario do sistema público de saúde:

(Maneira en que a idea proposta contribúe a alcanzar os obxectivos de interese social, nivel de usuario do sistema público de saúde, cunha mellora da súa situación actual)

Beneficios para outros axentes dos servizos públicos de saúde:

(Descrición das oportunidades creadas por parte da idea proposta para outros axentes dos servizos públicos de saúde)

Efectos de innovación ou resultados de I+D:

(Maneira na que idea proposta contribúe a xerar desenvolvementos de innovación e/ou resultados de I+D que actualmente non existen no mercado)

Lexislación e normas asociadas:

(En caso de que exista, conxunto de leis e/ou normas de aplicación á idea proposta)

Subir proposta PDF:

Seleccionar arquivo Ningún arquivo seleccionado Max(10Mb).

URL vídeo explicativo (Opcional)

Enderezo web que poida conter información adicional almacenada, por ex., en forma de vídeo sobre a idea proposta

✓ Autorización de uso dos datos aportados

Declaración obrigatoria:

- A proposta presentada está libre de patentes comerciais, copyright ou calquera outro dereito de autor ou empresarial que impida o seu libre uso por parte do SERGAS ou de calquera outra empresa colaboradora no desenvolvemento de futuros proxectos.
- Autorizo o SERGAS ao uso dos contidos das propostas. Este uso limitárase exclusivamente á posible inclusión dos contidos no proceso de definición das liñas de traballo, que se concretará nos pregos dos distintos procedementos da contratación que se tramiten no marco do Plan de Innovación Código 100, baixo a fórmula de Compra Pública de Innovación.

Autorización opcional:

- Incorporación á lista de participantes no proceso de consulta pública (só se publicará a entidade ou persoa que propón a idea)
- Rexistro de datos de contacto facilitados

Importante: "Esta información incorporárase a un ficheiro denominado Rexistro de datos de Código 100, coa finalidade de xestionar os datos dos participantes nas consultas ao mercado, mantendo baixo responsabilidade da Dirección Xeral do SERGAS, sempre que as persoas usuarias non manifesten o contrario. Os dereitos de acceso, rectificación, cancelación e oposición poden exercerse dirixíndose ao seguinte enderezo de correo electrónico: codigo100@sergas.es".

Enviar

Borrar

Anexo 10

FICHA DE EXPERTO INTERNACIONAL

Foto	Nome	<input type="text"/>
	Posición	<input type="text"/>
	Institución	<input type="text"/>
	Teféfono	<input type="text"/>
	E-mail	<input type="text"/>

Experiencia no sector e afiliación
<input type="text"/>

Temas de investigación e proxectos destacados
<input type="text"/>

Anexo 11

MATRIZ DE AVALIACIÓN DE SOLUCIÓNS INNOVADORAS

Recoméndase elaborar catro estados de avaliación para as propostas.

A avaliación pódese realizar atendendo ás seguintes cuestións:

- Adáptase a resolución á necesidade do proxecto?
- O seu desenvolvemento encaixa cos tempos estipulados pola Administración?
- O seu presuposto estimado encaixa co do proxecto?
- A idea proposta que grao de carácter innovador presenta?

Destá maneira e en función das respostas recibidas a cada unha das preguntas podemos clasificalas en catro grupos diferentes.

A proposta é totalmente pertinente, así e todo, existen aspectos que interesan parcialmente.

Interesante e pertinente totalmente

	Total	Parcial	Nada
A Adáptase á resolución da necesidade?	X		
B O seu desenvolvemento encaixa cos tempos do Goberno local?	X		
C O seu presuposto estimado encaixa co Goberno Local?	X		
D A idea que grao de carácter innovador presenta?	X		

Interesante pero non pertinente

	Total	Parcial	Nada
A Adáptase á resolución da necesidade?	X		
B O seu desenvolvemento encaixa cos tempos do Goberno local?			X
C O seu presuposto estimado encaixa co Goberno Local?			X
D A idea que grao de carácter innovador presenta?	X		

A proposta é de interese para a Administración e resulta pertinente para o proxecto.

A proposta tivo interese para a Administración, pero non resulta pertinente polo seu afastamento aos tempos e presupostos formulados pola entidade.

Interesante parcialmente e pertinente

	Total	Parcial	Nada
A Adáptase á resolución da necesidade?		X	
B O seu desenvolvemento encaixa cos tempos do Goberno local?	X		
C O seu presuposto estimado encaixa co Goberno Local?	X		
D A idea que grao de carácter innovador presenta?		X	

Non interesante

	Total	Parcial	Nada	Total	Parcial	Nada
A Adáptase á resolución da necesidade?			X	X		
B O seu desenvolvemento encaixa cos tempos do Goberno local?	X			X		
C O seu presuposto estimado encaixa co Goberno Local?	X			X		
D A idea que grao de carácter innovador presenta?	X					X

Anexo 12

ÍNDICE DO INFORME DE PERRE DE CONSULTAS AO MERCADO

1 Introducción

2 Procedemento de consulta ao mercado

3 Participación na proposta de solucións innovadoras

3.1 Empresas participantes

3.2 Validación formal das propostas

3.3 Aspectos innovadores das propostas

4 Conclusións

Anexo 13

Documento tipo

ÍNDICE FICHA DE AVANCE

1 Situación de partida

2 Alcance do proxecto

3 Identificación inicial de elementos innovadores a desenvolver

4 Mapa de necesidades identificadas polos usuarios

5 Consulta de propostas de solucións empresas e entidades de I+D

6 Solucións innovadoras a desenvolver identificadas no mapa de demanda temperá

7 Marco técnico de integración de solucións orientadas a pacientes

8 Data prevista de peche de convocatoria e presuposto

Anexo 14

Documento tipo

CAMPOS A CUBRIR NUN MAPA DE DEMANDA TEMPERÁ

ID	CONCEPTO	DESCRICIÓN	IMPORTE ESTIMADO	LIÑA DO PROXECTO
1/2019	Acrónimo	Breve descripción da contratación	xxx.xxxx €	En caso de que proceda indicar a liña á que pertence dentro do proxecto

Anexo 15

Documento tipo

ÍNDICE DOCUMENTO PRESENTACIÓN DE RESULTADOS

PROCESO DE CONSULTAS AO MERCADO

1 Posta en situación

2 Xornadas e obradoiros desenvolvtos:

- a Data e lugar
- b Número de asistentes
- c Obxecto do acto
- d Resultados obtidos

3 Recollida de solucións innovadoras:

- a Método de recollida.
- b Números globais:
 - N° de propostas recibidas.
 - N° de empresas participantes.
 - N° de propostas por tipo de entidade e tamaño.
 - % de ideas consideradas interesantes.
 - N° de propostas por millón de € do proxecto.
 - % de propostas por sector
 - % de propostas por procedencia

Anexo 16

Documento tipo

HOJA DE RECOLLIDA DE INFORMACIÓN

Descrición do obxectivo do documento para o cal estás recollendo a información.

Datos de contacto

- Nome da empresa
- Persoa de contacto e posto
- Correo electrónico de contacto
- Sector
- Tipo de empresa
- Ano de fundación
- Páxina web
- Dirección e provincia
- Teléfono

Información global

- Descrición da empresa (máx. 250 palabras)
(Breve descrición da compañía, ano de fundación, n.º de empregados, áreas da empresa, n.º de oficinas, dispersión xeográfica... etc.)

información específica sobre a súa proposta en relación AO PROXECTO DE CÓDIGO 100, dentro da liña de empoderamento

- Descrición da/s propostas/as presentadas para o proxecto (máximo 160 palabras)
(Breve descrición das propostas expostas)
- Puntos a resaltar da proposta (máximo catro puntos de 30 palabras cada un)
(Aqueles puntos máis representativos que desexe resaltar da proposta)

Datos a xuntar

- Logotipo en baa calidad (formatos: PNG, JPG)
- Imaxes da proposta (formatos: PNG, JPG)
(Ex.: achegas de valor, gráfico da proposta etc.)
- Imaxes da empresa (formatos: PNG, JPG)
(Imaxes da sede, oficinas, instalacións de maior relevancia)

Extra

- Pódese enviar calquera información extra que se considere de interese por se fose posible introducila.
(Ex.: presentación máis detallada da proposta, referencias, etc.)

Anexo 17
Orde do día

XORNADA DE PRESENTACIÓN DE LICITACIÓN CÓDIGO 100

Código 100
XORNADA DE PRESENTACIÓN DE NOVOS PREGOS DE CONTRATACIÓN PÚBLICA

18/09/2018
09:30 h – 13:30 h

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

09:30 h – 10:00 h

Rexistro e acreditación de asistentes.

10:00 h – 10:15 h

Inauguración da xornada (presentación vídeo Código 100).

Jesús Vázquez Almuiña, *conselleiro de Sanidade.*

Antonio Fernández-Campa García-Bernardo, *xerente do Servizo Galego de Saúde.*

Beatriz Allegue Requeijo, *xerente da Axencia de Coñecemento en Saúde (ACIS).*

10:15 h – 10:45 h

A Asociación para a Innovación e a biotecnoloxía ferramentas chave do Código 100.

Aspectos xurídicos e procedimentais das novas licitacións.

Beatriz Allegue Requeijo, *xerente da Axencia de Coñecemento en Saúde (ACIS).*

Inmaculada Tomás Sánchez, *xefa do servizo de Contratación do Servizo Galego de Saúde.*

10:45 h – 11:15 h

Como imos en Código 100: as novas plataformas do coñecemento en saúde e de xestión de competencias profesionais.

José Miguel Santalla Pinto, *xefe de proxecto Netex. Plataformas de xestión de coñecemento en saúde.*

Marcos Quintáns Abalo, *director UTE Coremain – Balidea. Proxecto 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 xeral de Asistencia Sanitaria.*

Por que che interesa Código 100: novas licitacións.

Presentación dos pregos da liña de terapias.

José Francisco Noguera Aguilar, xefe de servizo de Cirurxía do CHUAC.

Rafael López López, xefe de servizo de Oncoloxía Médica do CHUS.

Ihab Abdulkader Nallib, facultativo de Anatomía Patolóxica do CHUS.

12:15 h – 12:45 h

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

Por que che interesa Código 100: novas licitacións.

Presentación dos pregos das liñas de profesionais e empoderamento.

María del Mar Castellanos Rodrigo, xefa de servizo de Neuroloxía CHUAC.

Manuel Salgado Fernández, xefe de servizo de Radiofísica do Hospital Meixoeiro.

Benigno Rosón Calvo, subdirector xeral de Sistemas e Tecnoloxía. Consellería de Sanidade.

12:45 h – 13:15 h

Living Lab de Ourense.

Unha oportunidade para o teste de prototipos/produtos innovadores xurdidos na CPI.

Julio García Comesaña, xerente da Área Sanitaria de Ourense.

13:15 h – 13:30 h

Clausura da xornada.

Antonio Fernández-Campa García-Bernardo, xerente do Servizo Galego de Saúde.

Beatriz Allegue Requeijo, xerente da Axencia de Coñecemento en Saúde (ACIS).

Anexo 18

FORMULARIO DE ENQUISA A ASOCIACIÓNS NO PROXECTO CÓDIGO 100

1 Nome da asociación:

2 Procedencia:

3 N.º de asociados:

BLOQUE I. Valoración do proceso de consultas ao mercado de Código 100

4 Participou previamente na definición de necesidades dalgún outro proceso de consultas ao mercado?

- Si, no proceso de consultas ao mercado do SERGAS de H2050 e Innova-Saúde. Indique as principais diferenzas con respecto ao proceso de Código 100.
- Si, noutro/s proceso/s de consultas ao mercado. Indique cales. Indique as principais diferenzas con respecto ao proceso de Código 100.
- Non, este é o primeiro proceso no que participo (só despregable 4.1).

4.1 Valore o grao de innovación do proceso de consultas ao mercado de Código 100.

- Pouco innovador
- Innovador
- Innovador moderado
- Moi innovador

4.2 Valore o grao de innovación do proceso de consultas ao mercado de Código 100 con respecto ao proceso de consultas ao mercado do SERGAS de H2050 e Innova-Saúde.

- Pouco innovador
- Innovador
- Innovador moderado
- Moi innovador
- Non participei no proceso de H2050 e IS

4.3 Valore o grao de innovación do proceso de consultas ao mercado Código 100 respecto a outro/s proceso/s de consulta ao mercado

- Pouco innovador
- Innovador
- Innovador moderado
- Moi innovador
- Non participei no proceso de H2050 e IS

5 Valore o proceso de información realizado a través da páxina web de Código 100, redes sociais, correo electrónico e seguemento telefónico.

- Considero que a información publicada e recibida a través das diferentes canles é útil e permite estar actualizado/a sobre o proceso.
- Considero que a información publicada e recibida a través dos diferentes canles non permite estar actualizado/a sobre o proceso.

6 Cre que se transmitiron correctamente os obxectivos perseguidos polo Servizo Galego de Saúde-SERGAS ao realizar a consulta ao mercado?

- Si
- Non (En caso de marcar esta opción indique os motivos)

7 Valore a utilidade e proveito de:

Xornadas e obradoiros

- | | |
|-----------------------------------|--------------------------------------|
| <input type="radio"/> Moi útil | <input type="radio"/> Pouco útil |
| <input type="radio"/> Útil | <input type="radio"/> Non participei |
| <input type="radio"/> Indiferente | |

Fichas de avance

- | | |
|--------------------------------|-----------------------------------|
| <input type="radio"/> Moi útil | <input type="radio"/> Indiferente |
| <input type="radio"/> Útil | <input type="radio"/> Pouco útil |

Mapa de demanda temperá

- | | |
|--------------------------------|-----------------------------------|
| <input type="radio"/> Moi útil | <input type="radio"/> Indiferente |
| <input type="radio"/> Útil | <input type="radio"/> Pouco útil |

Catálogo de iniciativas empresariais de solucións innovadoras

- | | |
|--------------------------------|-----------------------------------|
| <input type="radio"/> Moi útil | <input type="radio"/> Indiferente |
| <input type="radio"/> Útil | <input type="radio"/> Pouco útil |

8 De todo o proceso da consulta ao mercado de Código 100 cal foi, segundo a súa opinión, a actividade e/ou acción de maior interese e utilidade?

Xerais:

- Xornada de presentación do proceso de consultas ao mercado do proxecto Código 100 en Santiago de Compostela (6 de abril, 2017)
- Xornada de consultas ao mercado para presentación do mapa de demanda temperá do proxecto Código 100 en Santiago de Compostela (12 de xullo, 2017)

Específica Liña de Empoderamento:

- Obradoiro de presentación de necesidades innovadoras con asociacións de pacientes (24 e 27 de abril, 2017)
- Obradoiro de análise de necesidades innovadoras entre asociacións de pacientes e empresas (9 de maio, 2017)

9 Considera que a realización do obradoiro de necesidades innovadoras entre empresas e asociacións de pacientes foi positiva para achegar as necesidades á oferta tecnolóxica?

- Si (Indique os motivos)

- Non (Indique os motivos)

10 Indique o grao de satisfacción xeral co proceso de consulta ao mercado do proxecto de Código 100.

- Moi satisfeito/a
- Pouco satisfeito/a
- Satisfeito/a
- Insatisfeito/a

11 En relación á súa participación na consulta ao mercado do proxecto de Código 100, foi vostede informado de que tal proxecto se encadra no marco dun convenio de colaboración entre o Servizo Galego de Saúde (SERGAS) e o Ministerio de Economía, Industria e Competitividade (MINECO), financiado nun 80% con Fondos FEDER dentro do Programa Operativo de Crecemento Intelixente (POCINT) do período 2014-2020?

- Si
 Non

BLOQUE II. Valoración do impacto da súa participación na definición de necesidades de Código 100

12 ¿Considera positivo que o SERGAS, a través da consulta de mercado do proxecto de Código 100, tivese en conta ás asociacións de pacientes na definición de necesidades a resolver?

- Si (Indique os motivos)

- Non (Indique os motivos)

13 ¿Cree que a participación na consulta ao mercado é unha boa maneira de involucrar os pacientes como os verdadeiros usuarios finais das solucións obtidas?

- Si (Indique os motivos)

- Non (Indique os motivos)

14 ¿Considera que o SERGAS trasladou axeitadamente as necesidades identificadas polas asociacións na ficha de avance de Empoderamento?

Si (Indique os motivos)

Non (Indique os motivos)

15 ¿Considera que as solucións innovadoras previstas no mapa de demanda temperá resolven as necesidades identificadas polas asociacións?

Si (Indique os motivos)

Non (Indique os motivos)

16 Como avaliaría o traballo realizado durante a etapa de consulta ao mercado por SERGAS, a medio/longo prazo para a asociación?

Moi útil

Indiferente

Útil

Pouco útil

17 Indique o grao de satisfacción en relación á información, resolución de dúbidas, xestión de problemas e soporte técnico do proxecto de Código 100.

Moi satisfeito/a

Pouco satisfeito/a

Satisfeito/a

Insatisfeito/a

18 Gustaríalle que en futuras consultas ao mercado se tivese de novo en conta ás asociacións de pacientes como participantes?

Si (Indique os motivos)

Non (Indique os motivos)

19 A súa opinión impórtanos e querémola coñecer para mellorar en futuros procesos. É por isto que lle pedimos que nos comparta que melloras aplicaríaa nas seguintes cuestións:

Proceso de comunicación (Indique os motivos)

Obradoiros e xornadas (Indique os motivos)

Material xerado (Indique os motivos)

Outra información relevante (Indique os motivos)



UNIÓN EUROPEA

Fondo Europeo de Desenvolvemento Rexional (FEDER)
Unha maneira de facer Europa