

***DINAMIZACIÓN DE
ACCIONES DE COMPRA
PÚBLICA INNOVADORA Y
DE PROSPECTIVA
INNOVADORA EN EL
AYUNTAMIENTO DE
ALICANTE***

**H10 – Formación CPI: parte
I TEÓRICA (grupos B y C1)**

26 de junio de 2023

¿DÓNDE?



Online vía
TEAMS

¿QUIÉNES ESTAMOS AQUÍ?



8
asistentes



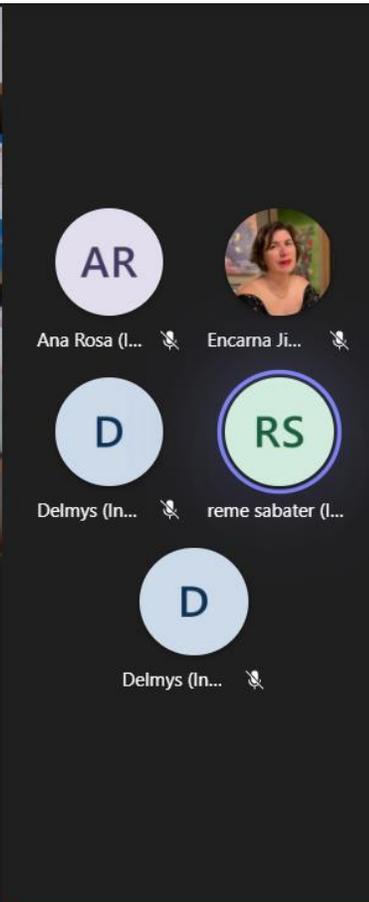
Melero Rubio, Juan de Dios (Invitado)



PILAR ESPINÓS CRESPO (Invitado)



Antonio (Invitado)



- AR Ana Rosa (I...)
- Encarna Ji...
- D Delmys (In...)
- RS reme sabater (I...)
- D Delmys (In...)



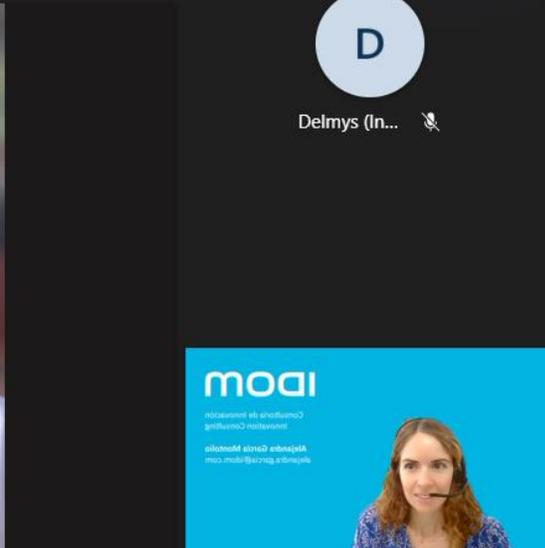
Alfonso Pastor (Invitado)



Sandra Sinde Cantorna

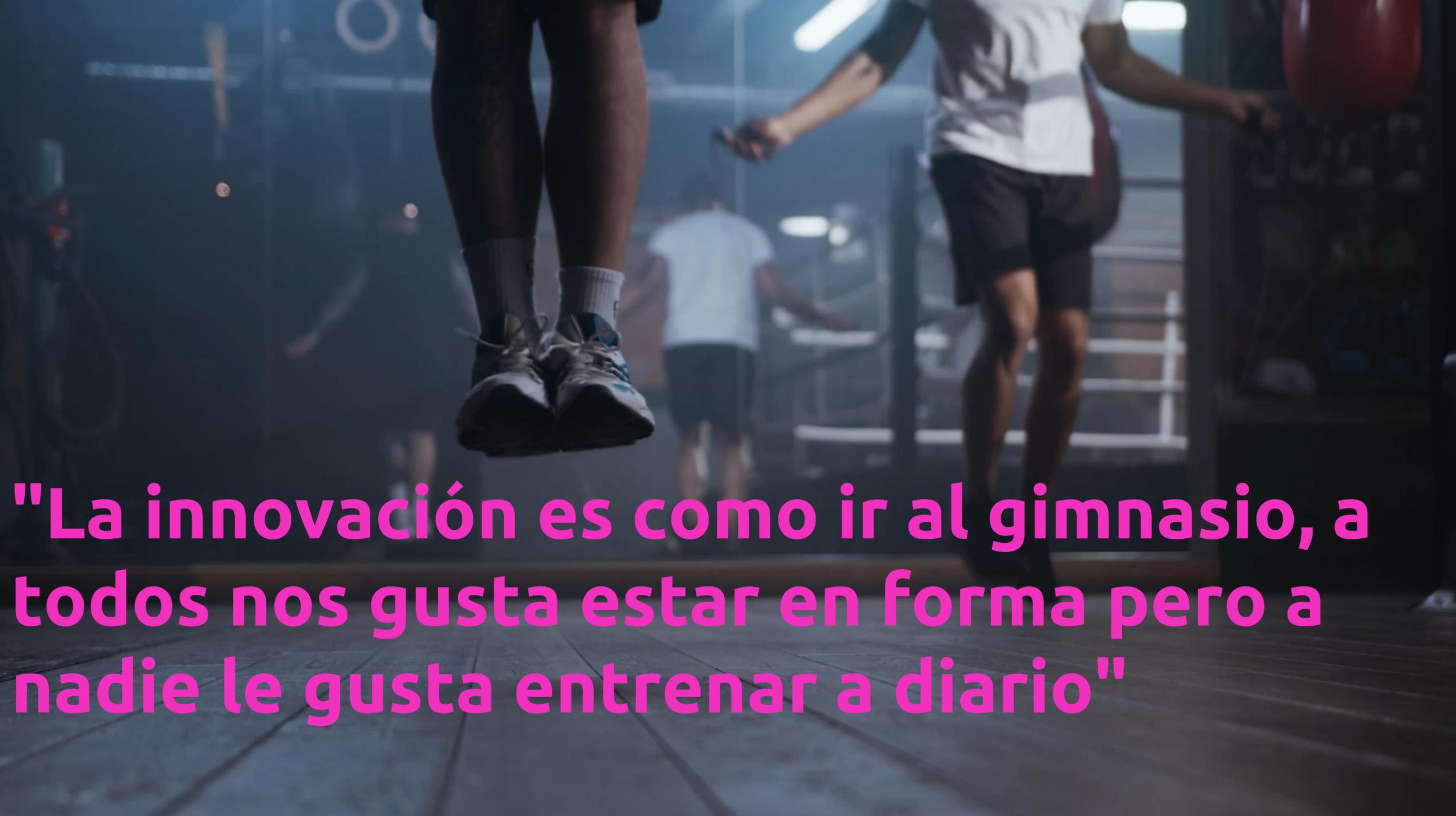


Ropero Gigante, Maria Isabel (externo)



modi

“Innovación en el sector público

A low-angle, close-up shot of a person's legs and feet as they jump rope in a gym. The person is wearing white socks and white sneakers with blue accents. The background is a blurred gym environment with other people and equipment. The lighting is dim, with some overhead lights visible.

"La innovación es como ir al gimnasio, a todos nos gusta estar en forma pero a nadie le gusta entrenar a diario"

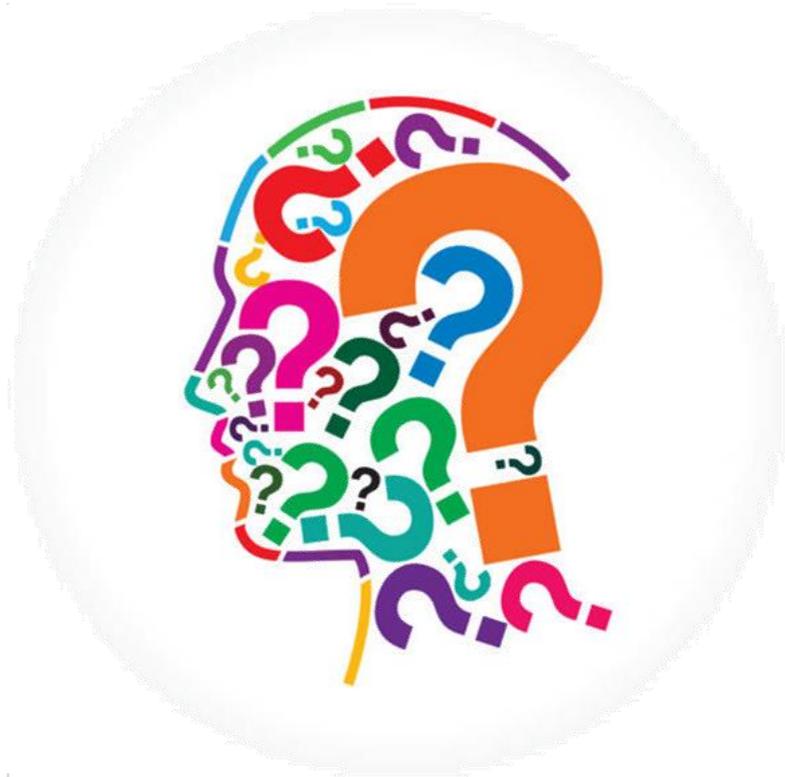
Organizaciones innovadoras

Oportunidad:



La innovación, debe dejar de ser una preocupación solo de las **agencias promotoras de innovación**, y debe pasar a ser una preocupación del conjunto del **Sector Público**, en colaboración con los **ciudadanos** y las **empresas**.

Pregunta abierta...



**¿Aspiramos a ser
una organización
innovadora?**

¿Qué es para nosotros una organización innovadora?

Una organización pública innovadora es aquella que **busca de forma sistemática** hacer cosas nuevas o hacer las mismas cosas de formas nuevas, **planteándose retos significativos y desafíos** que **aporten valor a los ciudadanos** y a la sociedad en su conjunto Y USANDO el potencial creativo de todos sus trabajadores

ORGANIZACIÓN



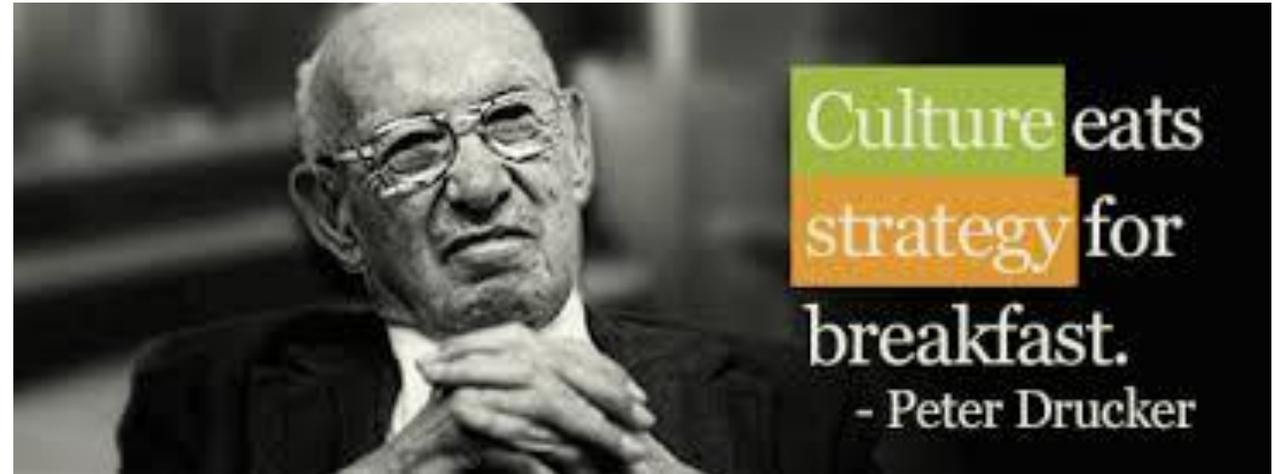
NUESTRO MODELO DE ORGANIZACIÓN INNOVADORA





Cultura de la innovación

Generar capacidades y entornos apropiados para la innovación



- Desarrollar Liderazgo Innovador
- Formación y generación de capacidades en Innovación Estructuración de equipos de trabajo para la innovación
- Diseño y puesta en marcha de herramientas para innovar
- Eventos inspiradores para innovar
- Programas de Intraemprendimiento público

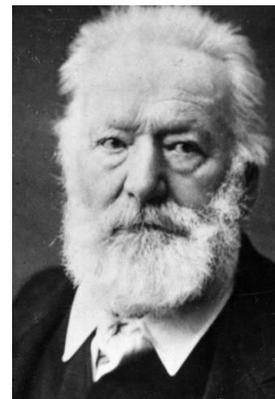


Gestión de la innovación y herramientas

Definición del modelo de innovación, creación de procesos y procedimientos para la institución en sus 6 componentes

1. Definición Estrategia de innovación
2. Procesos de Generación y evaluación de ideas

3. Vigilancia estratégica
4. Gestión de proyectos de innovación
5. Indicadores y Gestión de conocimiento



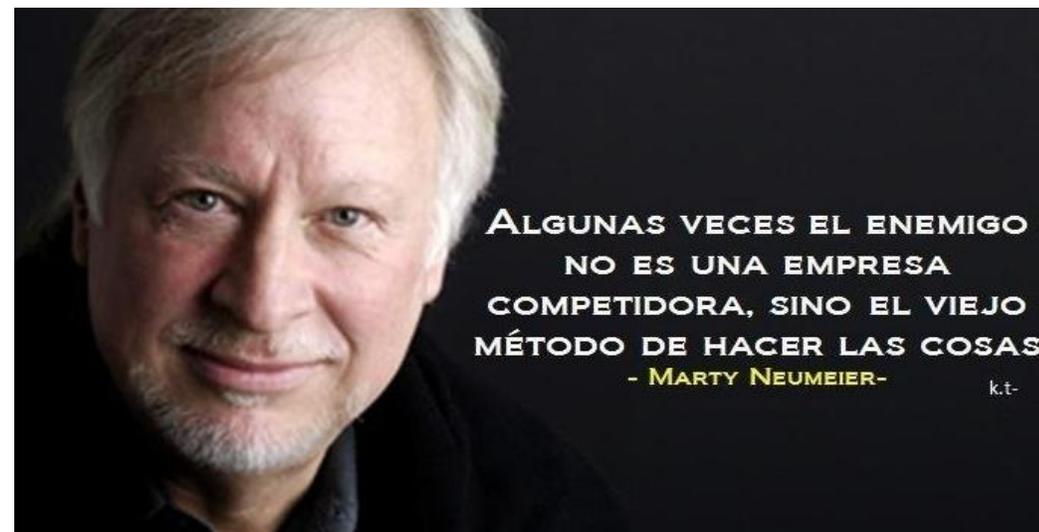
“Lo que conduce y mueve al mundo no son las máquinas sino las ideas”

Victor Hugo

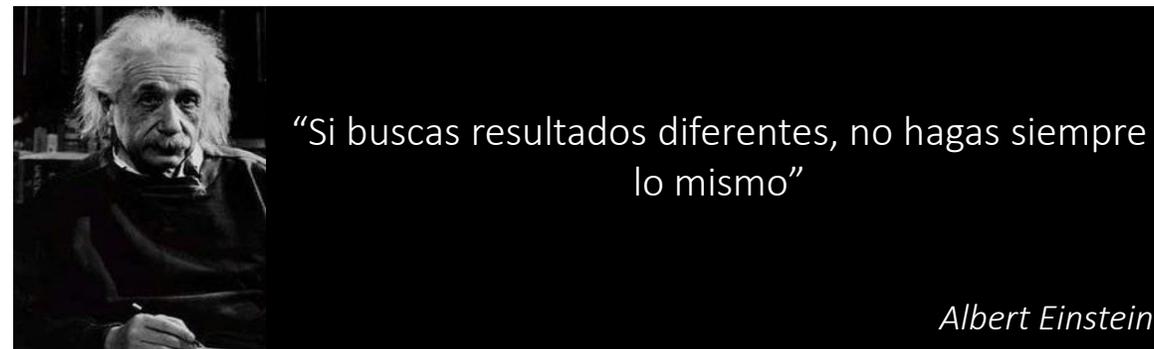


Innovación abierta

Lanzar retos fuera de la Entidad y permitir soluciones de terceros



- Disponer de un modelo de innovación abierta con todos los agentes del ecosistema
- Programas de retos que serán abiertos al mercado
- Diseño de estrategias de difusión



Compra Pública de Innovación

Definir una política y sistema de CPI para la organización que permita sistematizar el proceso de este tipo de compras y generar un verdadero cambio de modelo

- Diagnóstico elementos facilitadores de la CPI
- Creación de misión y visión de la CPI en la entidad
- Despliegue de capacidades de CPI, formación y sensibilización a agentes involucrados
- Acompañamiento en proyectos de CPI



“La mejor forma de tener una buena idea es... tener un montón de ideas”

Linus Carl Pauling

Espacios físicos para innovar y experimentar

Definir espacios físicos que faciliten la creatividad y la generación de ideas, lejos de las actividades cotidianas

- Espacios físicos orientados a las actividades de innovación (salas de ideación, prototipado, living labs)

Unidades de innovación en AA.PP

Como todo proceso, requiere de una unidad responsable de gestión e implementación de iniciativas de innovación

Funciones de las unidades

Debe crearse una cultura innovadora que fomente la implicación de las personas en la innovación

PARTICIPACIÓN DE TODOS LOS CIUDADANOS
CREATIVIDAD Y EXPERIMENTACIÓN

INNOVACIÓN BOTTOM-UP

IMPULSO DE LA ADMINISTRACIÓN
VISIÓN ESTRATÉGICA Y GESTIÓN

INNOVACIÓN TOP-DOWN

Es necesario comunicar la estrategia, asignar los recursos y gestionar el proceso

¿Cómo afrontamos el cambio en la organización?



¿Hacia dónde?	¿Por qué?	¿Cómo?	¿Con qué y quién?	¿Cuándo?	RESULTADO
VISIÓN	MOTIVACIÓN	HABILIDADES	RECURSOS	PLAN DE ACCIÓN	CAMBIO INNOVACIÓN
	MOTIVACIÓN	HABILIDADES	RECURSOS	PLAN DE ACCIÓN	Confusión
VISIÓN		HABILIDADES	RECURSOS	PLAN DE ACCIÓN	Resistencia
VISIÓN	MOTIVACIÓN		RECURSOS	PLAN DE ACCIÓN	Ansiedad
VISIÓN	MOTIVACIÓN	HABILIDADES		PLAN DE ACCIÓN	Frustración
VISIÓN	MOTIVACIÓN	HABILIDADES	RECURSOS		Sin rumbo

“ Inmersión en CPI

Políticas de innovación desde la demanda y oferta

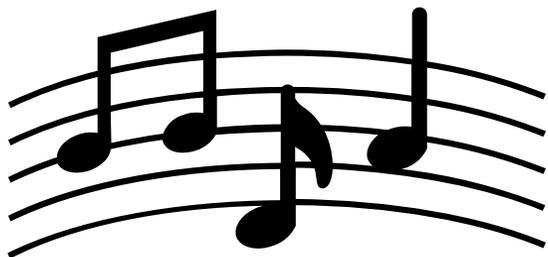


Hablemos de CPI

CPI

“La CPI es una actividad de riesgo, cuyo principal riesgo es no practicarla, sobre todo en estos momentos”

LASINDE



¿Si la CPI fuese una canción...?

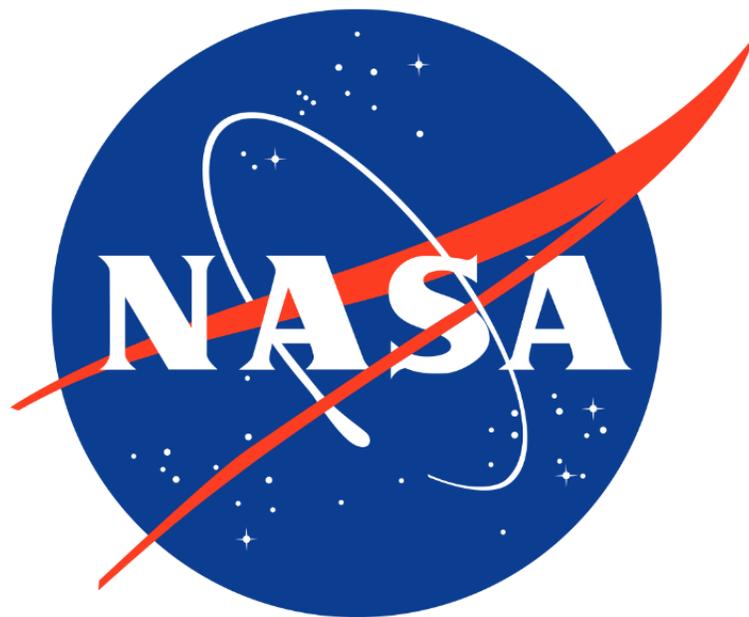
- *No ha sonado todavía en la emisora que yo escucho*
- *Podría tararear el estribillo*
- *Me sé casi la letra completa*



HACE 50 AÑOS...

UNA GRAN MISIÓN QUE GENERÓ CANTIDAD DE PRODUCTOS COTIDIANOS

fueron una **iniciativa** del Estado



1969

IDOM



“No hay espacio para contenedores de comida, no podemos cargar más peso a la nave y requerimos de comida que se pueda conservar por más de 13 días”

Comida Liofilizada





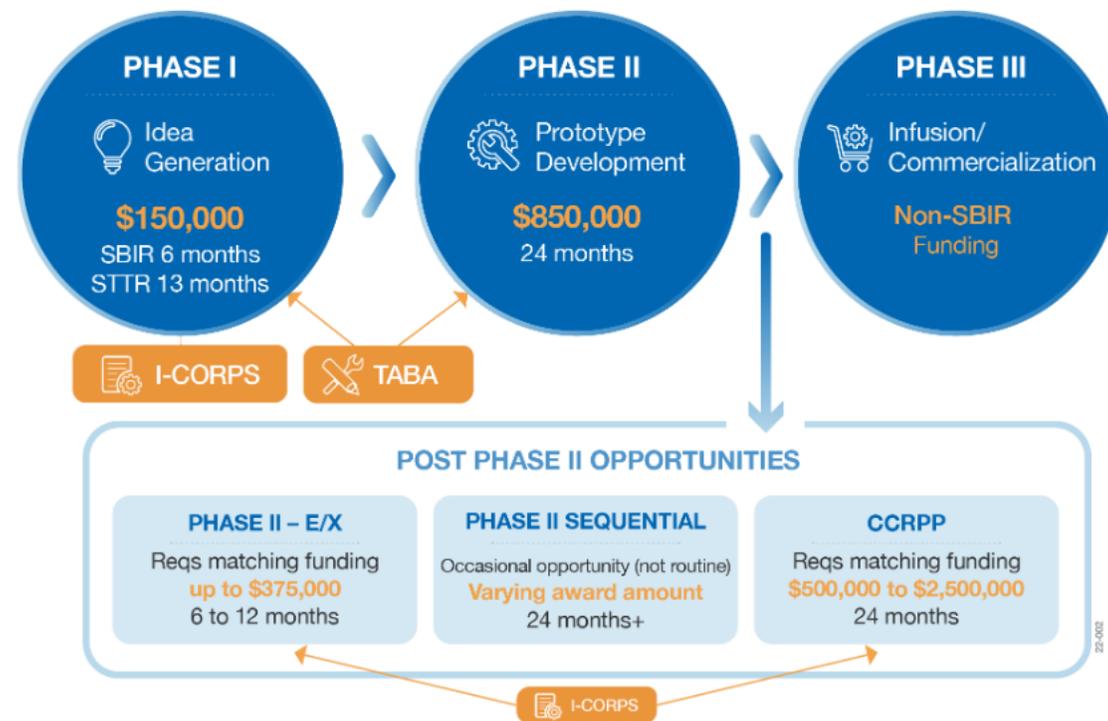
“¿Cómo mantener la nave en correctas condiciones de limpieza (sobre todo sin polvo) sin que sea engorroso recoger?”



Aspiradora inalámbrica



NASA SBIR/STTR PHASES



SBIR/STTR
SMALL BUSINESS INNOVATION RESEARCH
SMALL BUSINESS TECHNOLOGY TRANSFER

Un nuevo esquema de trabajo



Fuente: Manual práctico CPI, 2023

10 Ideas clave



sobre la **CPI**





1 ¿Qué es y que NO es la CPI?

... una nueva herramienta de fomento de la innovación

Nuevo modelo de política de innovación

✘ Modelo tradicional

- Innovación desde la **oferta**
- Se ofrecen **ayudas** y **subvenciones** a la industria
- Mayores esfuerzos para impactar las **empresas**
- **No se sistematiza** la I+D+I en la empresa

✔ Compra Pública Innovadora

- Innovación desde la **demanda**
- Productos y servicios que **no existen** en el mercado
- **Mayor impacto** en el tejido empresarial
- **Desarrollo sistemático** de I+D+i en la empresa



Ayudas a proyectos de I+D+i



Contratos de innovación

IDOM

¿Y qué NO es CPI?

No es un **nuevo tipo de contrato**

No es una **forma de adjudicación**

No es usar **herramientas tecnológicas** en el proceso de contratación

No es **innovar** en el proceso de **contratación**

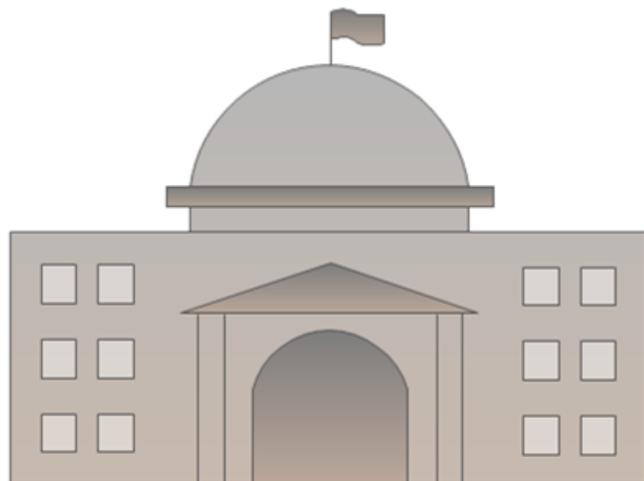
No es **comprar productos innovadores** que ya existan





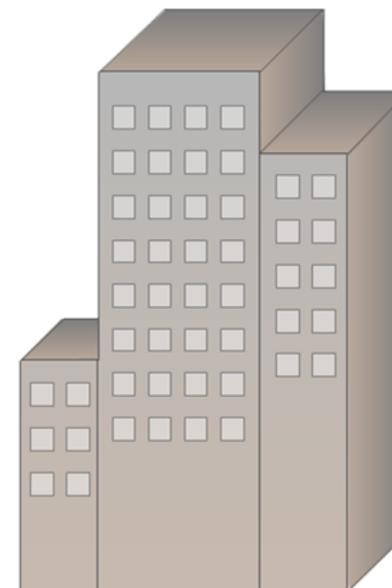
2 ¿Qué supone la CPI?

... cambio de chip



Demanda pública

Convertirse en “compradores inteligentes”: comprar la tecnología del mañana en lugar de encargarse de la del ayer



Oferta tecnológica

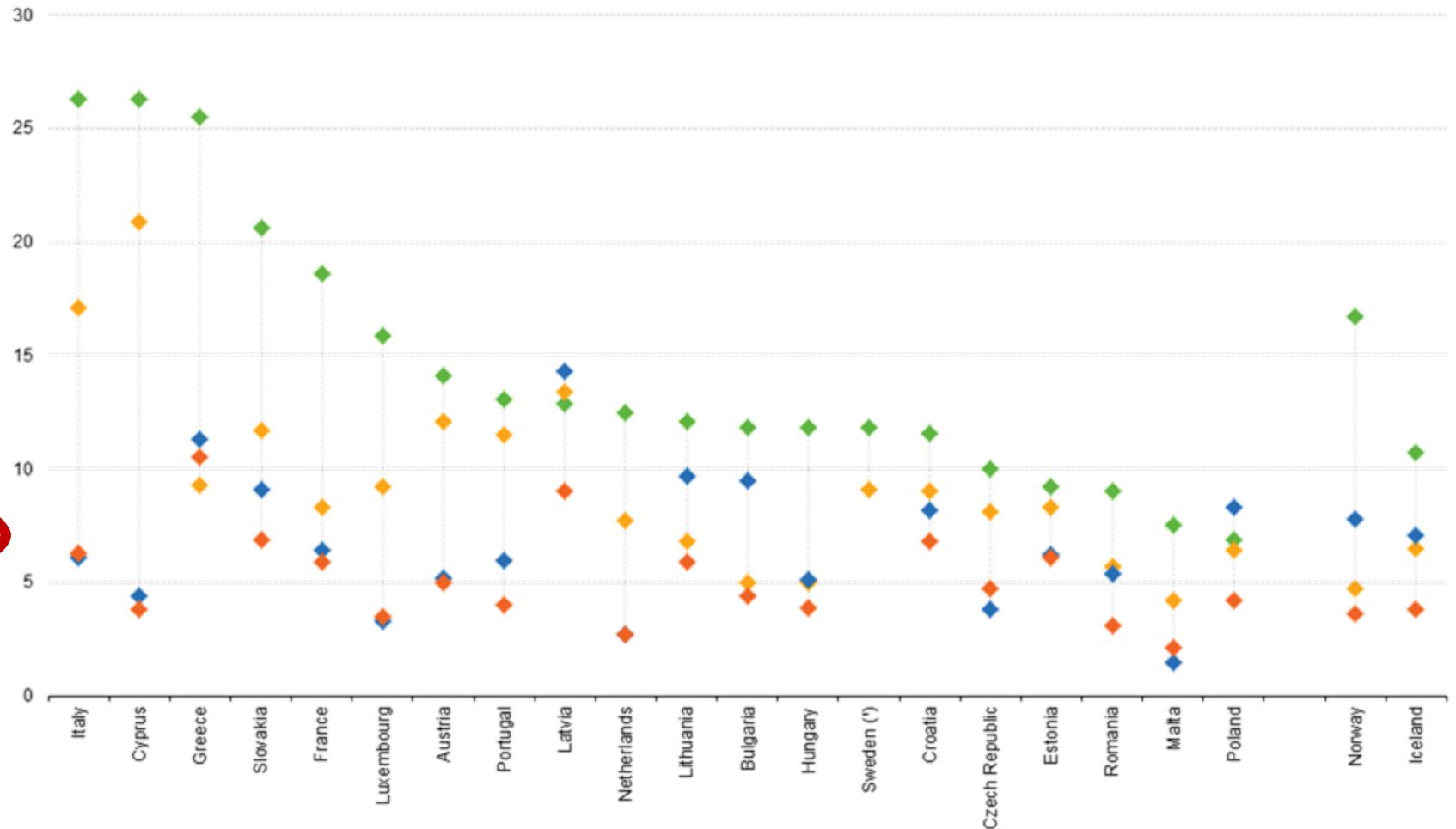
Volverse socios de las entidades públicas y compartir conocimiento



3 ¿Qué resuelve la CPI?

Paradoja del comprador y proveedor

Highly important reasons for which non-innovative enterprises did not consider innovating [% of non-innovative enterprises, 2012-2014]



Low market demand for innovations

- ◆ Previous innovations
- ◆ Lack of good ideas
- ◆ Little market competition

**“Hay algo más difícil que hacer
innovación**

... y es venderla”

Jose Antonio Cruz, CEO en Kuragobiotek



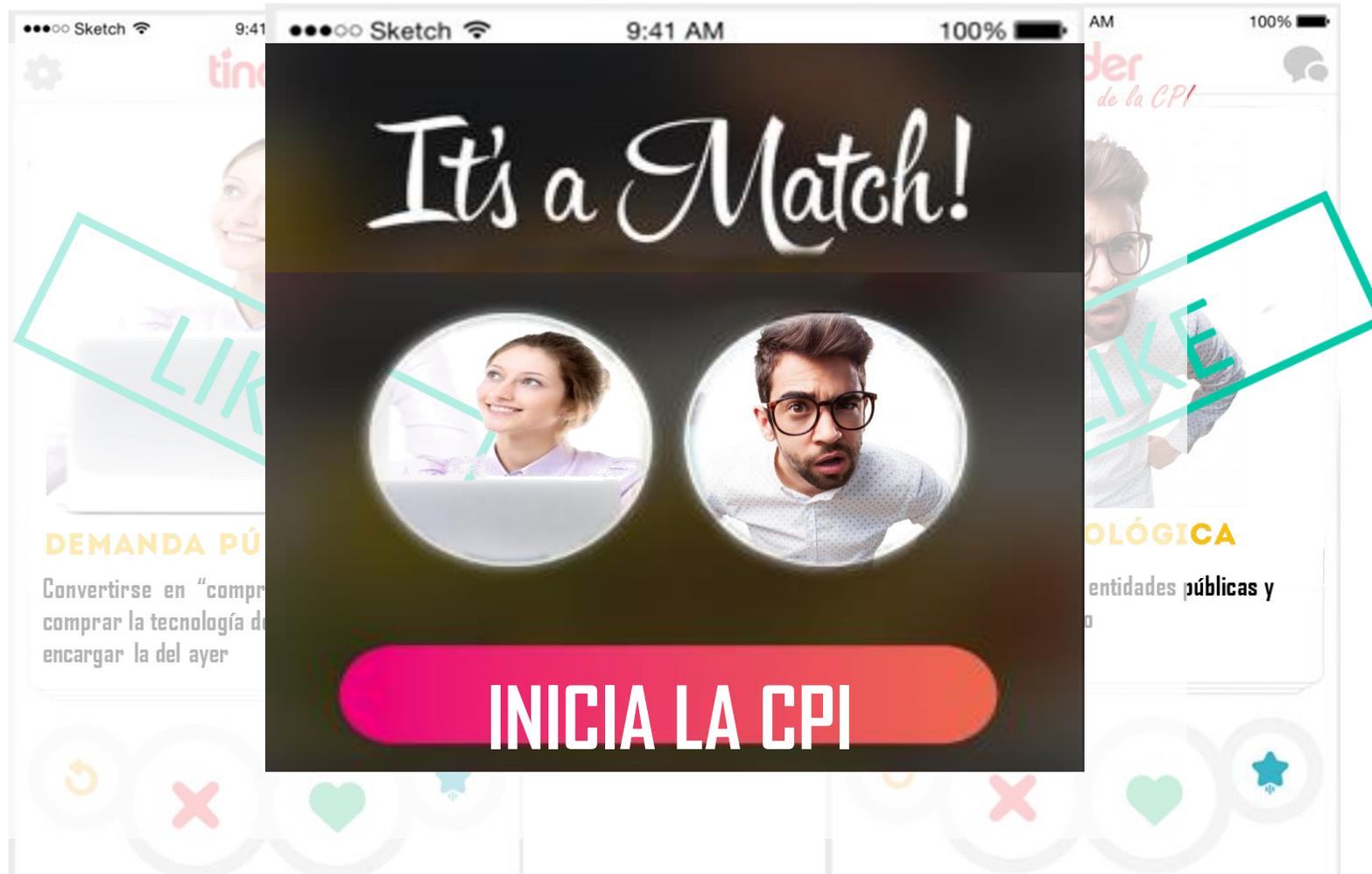
Proveedores

Compradores

CPI

**Soluciones que NO
existen en el mercado
que dan respuesta a
retos del sector público**







4

BENEFICIOS de la CPI

La CPI supone un cambio de modelo y de "chip"

10 beneficios de la CPI



<https://blogs.iadb.org/puntossobrelai/2018/03/08/beneficios-de-la-compra-publica-de-innovacion/>



Compradores

10 beneficios de la CPI

1 Ahorros

Lograr ahorros en el **gasto público** (ciclo de vida de productos)



2 Procesos

Mejorar **procesos. Rediseño** del viejo modo de hacer las cosas)





Promotores de
Innovación

10 beneficios de la CPI

3 Impacto

Lograr un **alto impacto** en indicadores de **I+D+i**, combinado con políticas de oferta



4 Innovación abierta

Promover la innovación abierta tendiendo **puentes** entre el sector **público** y el sector **privado**



5 Internacional

Fomentar la **internacionalización empresarial** (propiedad compartida o para proveedores)



En relación con las empresas que ganan contratos públicos que requieren de innovación (i) cerca del 80% gana otros contratos públicos; (ii) el 55% aumenta sus ventas al sector privado; y (iii) alrededor del 30% inicia o incrementa sus ventas internacionales



Empresas/Universidades

10 beneficios de la CPI

6 Primer cliente

Conseguir al primer **cliente de referencia** (una orden de compra puede cambiar la vida del emprendedor)



7 Simulador

Co-crear en un **escenario demostrador real**



8 Reparto riesgos

Compartir **riesgos y beneficios**.
Oportunidad para las PYMES y emprendedores





Policy makers

10 beneficios de la CPI

9 Servicios

Mejorar la **prestación de servicios** públicos



10 Imagen

Mejorar la imagen como **organizaciones innovadoras** al servicios de los ciudadanos

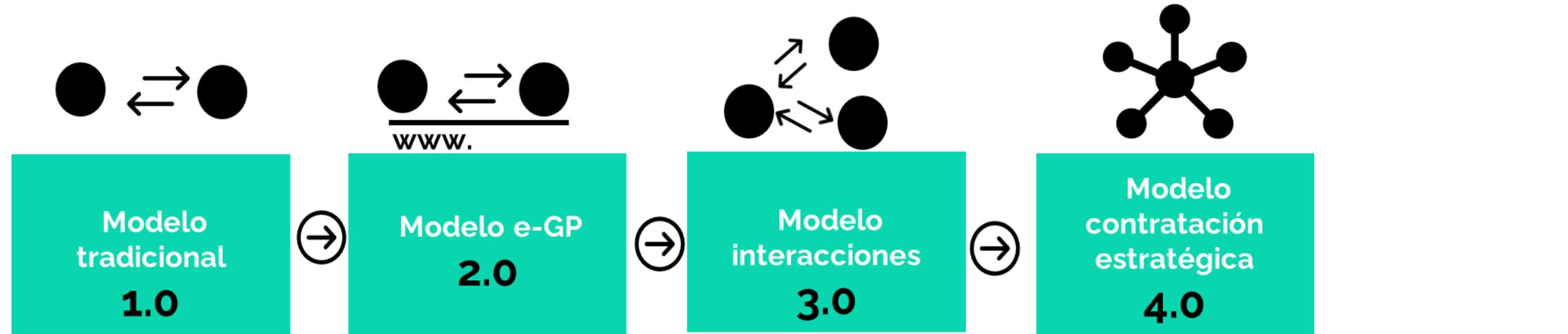




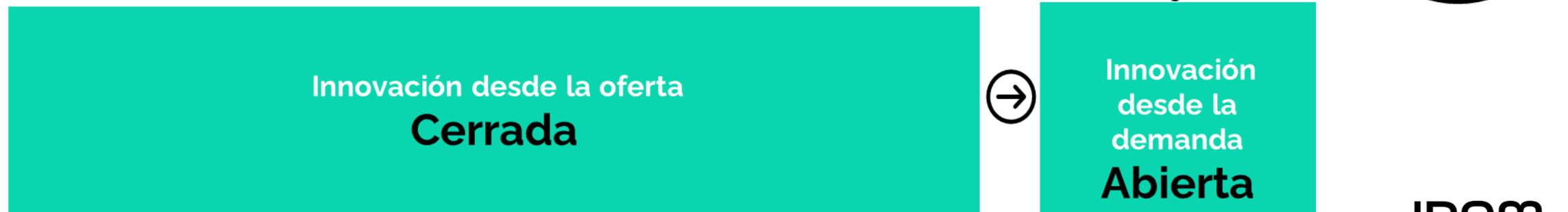
5 Evolución de CPI

*La CPI debe entenderse como una
evolución y no como una revolución*

Evolución políticas de contratación



Evolución políticas de innovación



Panorama en España

Estrategias y programas en relación al apoyo de CPI a nivel estatal



- ✓ Creación de instrumento de financiación para entidades públicas que realizan CPI (Programa FID): +300 M euros
- ✓ FID 2021-2027: 232 M euros
- ✓ Programa CPP CDTI : 60 M euros (1ª ronda)
- ✓ Programa CPP CDTI : 300 M euros (2ª ronda)

Panorama en España

Estrategias y programas en relación al apoyo de **CPI a nivel regional y local**

MINECO elabora la "Guía de la Compra Pública Innovadora"

Actualización: "Guía 2.0 para la Compra Pública de Innovación"

Ley 9/2017: trasposición de las Directivas del Parlamento Europeo y del Consejo, 2014/23/UE y 2014/24/UE

En elaboración de la Estrategia Española de Ciencia, Tecnología e Innovación 2021 - 2027



Iniciativas regionales / locales de CPI

Y 5 años después...

Programa CPI Cataluña (12 M €)

Programa CPI Andalucía (50 M €)

Programa CPI Navarra

Programa CPI Asturias

Estrategia CPI a nivel local y regional

Estrategia CPI Ayto. Valencia

Plan Innpulsa CPI Galicia

Estrategia CPI Ayto. Madrid (6 M€)

Logo: **innpulso** (Instituto Español de Ciencia e Innovación)

Logo: **smartcity** (Iniciativa Española de Ciudades Inteligentes)

Logo: **FEMP** (Federación Española de Municipios y Provincias)

Logo: **escala CPI** (Conectados para innovar)

Logo: **AVI** (Agencia Valenciana de la Innovación)

Logo: **AJUNTAMENT DE VALÈNCIA**

Logo: **Ayuntamiento de Las Rozas**

Logo: **IDOM**

Logo: **SMARTiogo**

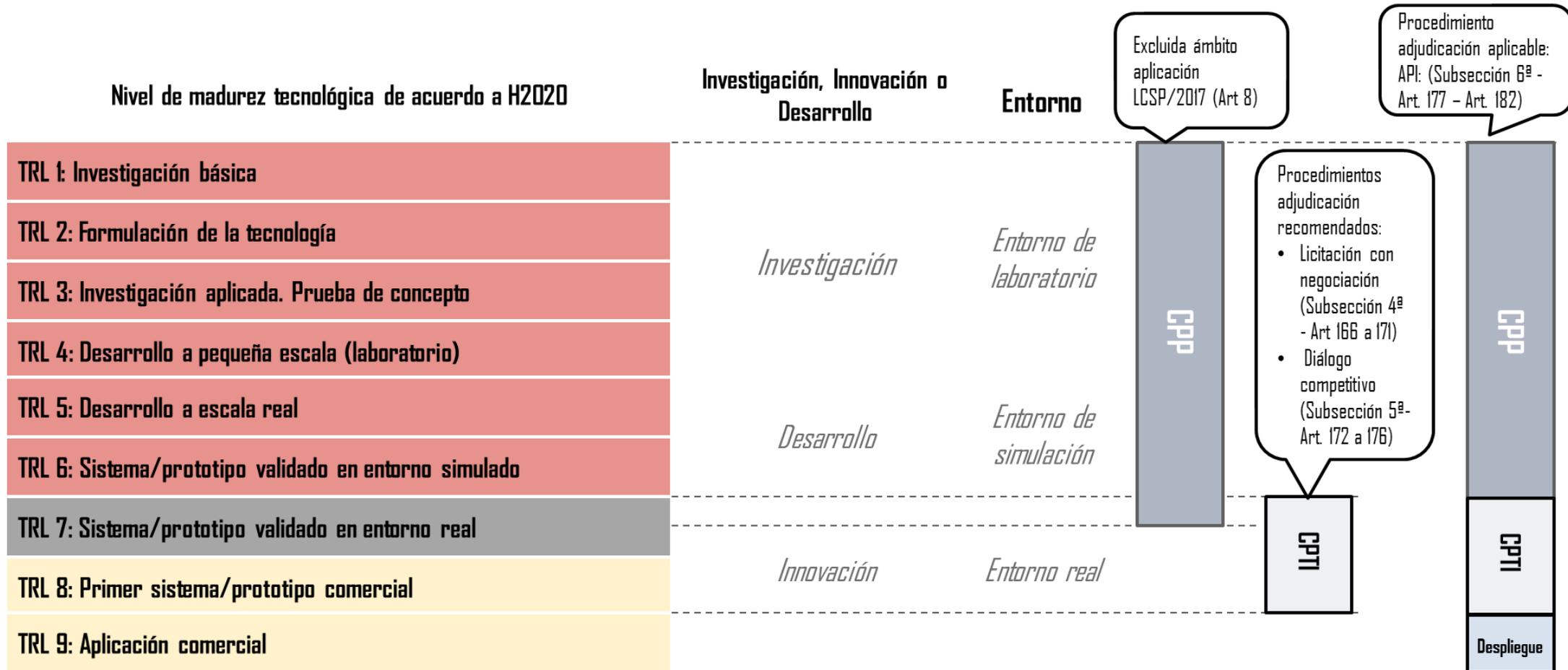
Logo: **MADRID**

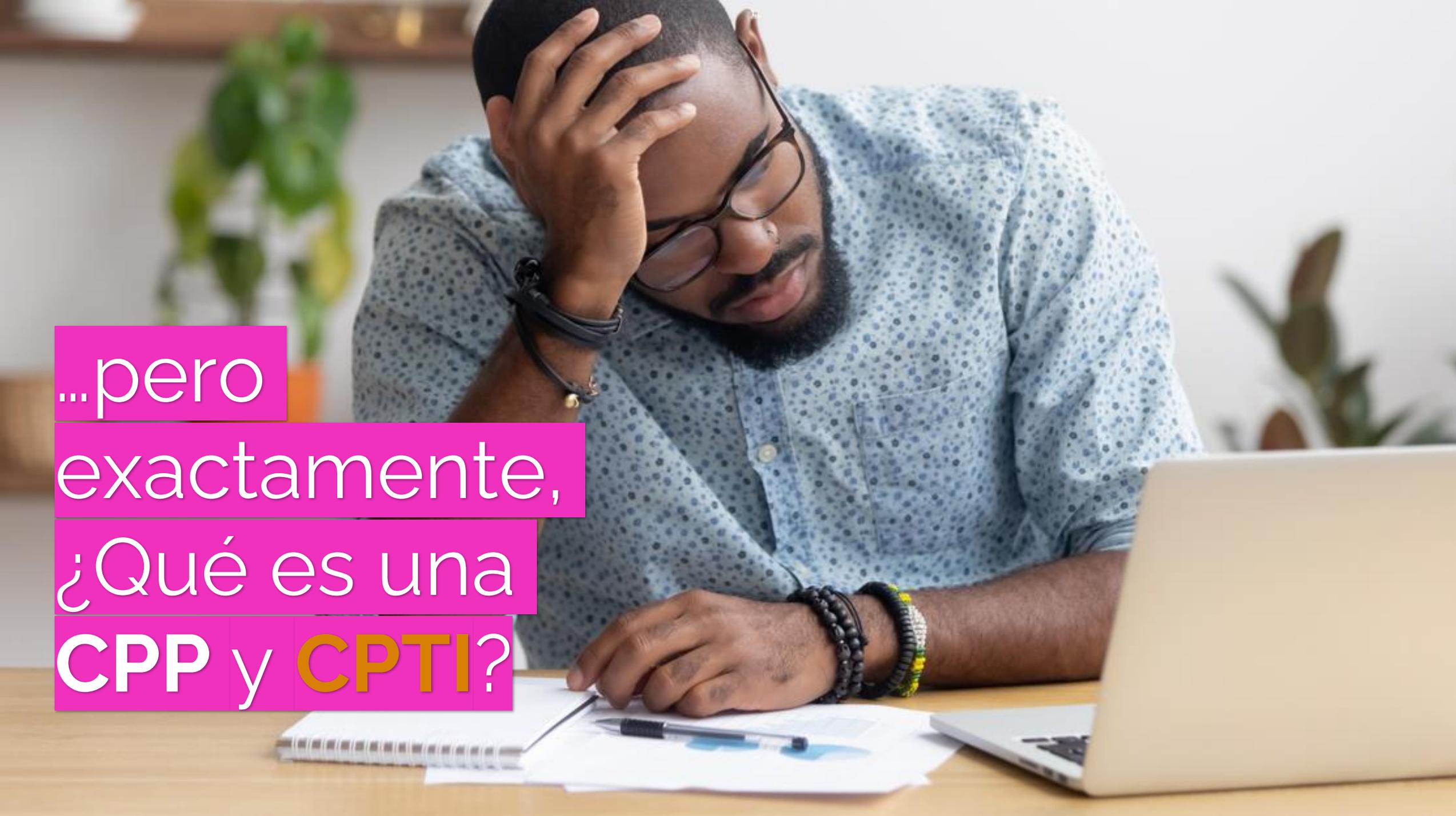


6 Tipos de CPI

*Según el nivel de riesgo e
innovación*

Tipos de Compras Públicas de Innovación





...pero

exactamente,

¿Qué es una

CPP y **CPTI**?

La Compra Pública Innovadora tiene dos tipologías, que se diferencian principalmente por la intensidad de I + D que se requiere para desarrollar la solución, además del resultado final esperado.



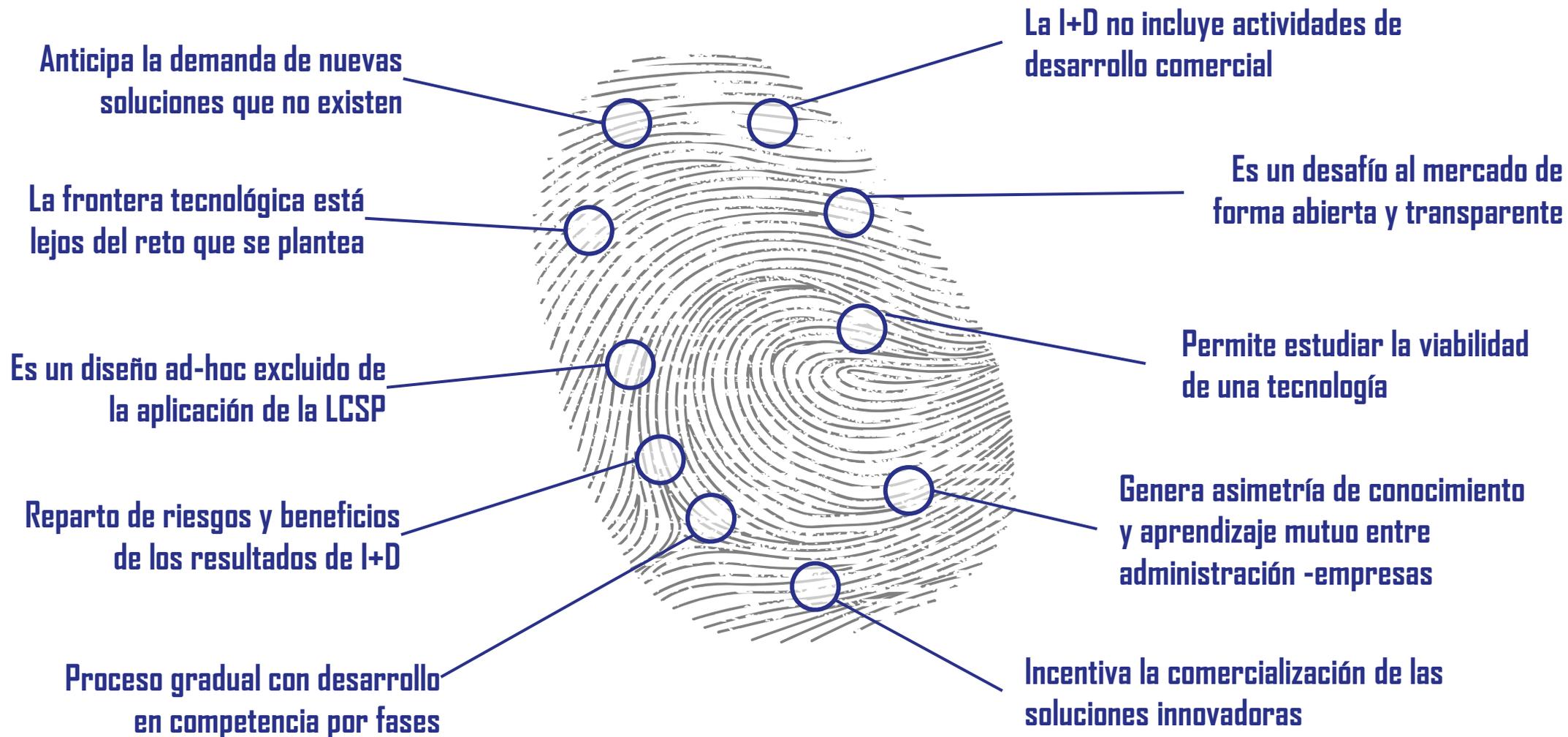
COMPRA PÚBLICA DE TECNOLOGÍA INNOVADORA

Compra pública de un bien o servicio que no existe en el momento de la compra, pero que puede desarrollarse en un periodo de tiempo razonable. Dicha compra requiere el desarrollo de tecnología nueva o mejorada para poder cumplir con los requisitos demandados por el comprador

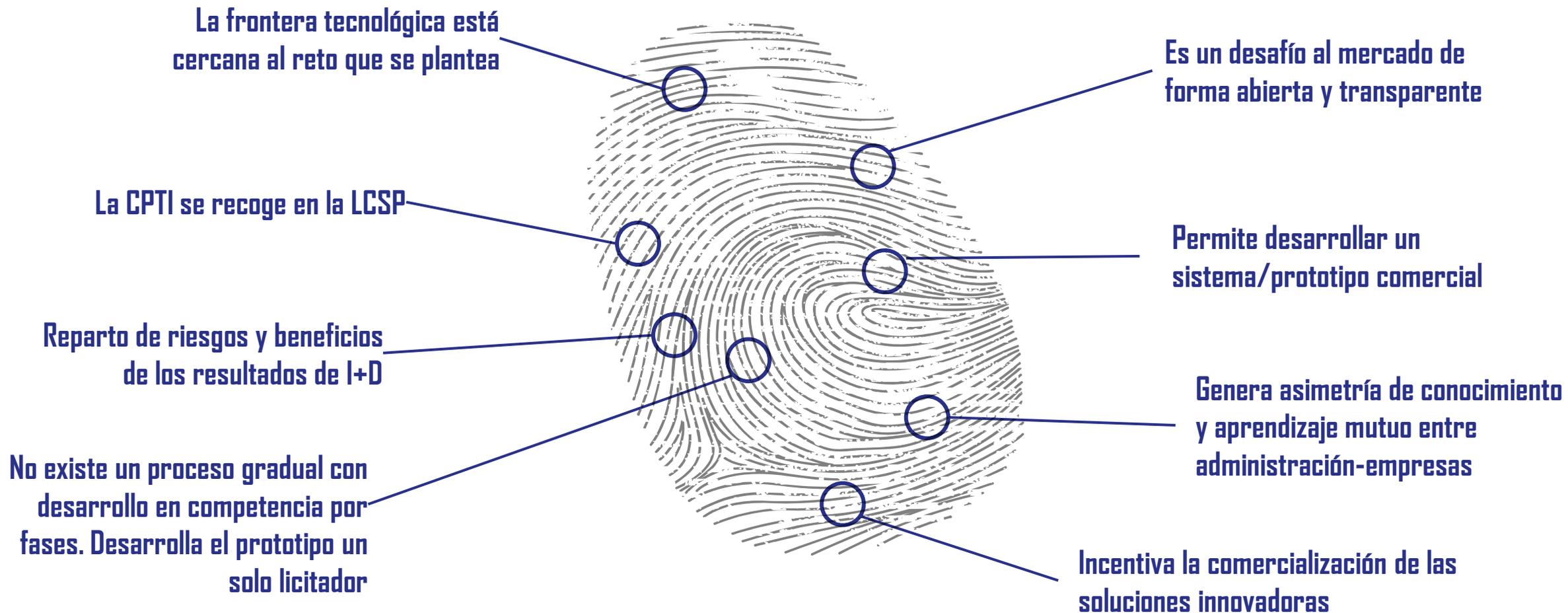
COMPRA PÚBLICA PRE-COMERCIAL

Contratación de servicios de I + D en la que el comprador no se reserva los resultados para su uso exclusivo, sino que comparte con las empresas los riesgos y los beneficios de la I + D necesaria para desarrollar soluciones innovadoras que superen las que hay disponibles en el mercado

Claves de un proceso CPP



Claves de un proceso CPTI



PARA **CPI** DEBEMOS SABER DE

INNOVACIÓN Y CONTRATACIÓN



INNOVACIÓN: TIPO DE CPI



CONTRATACIÓN: PROCEDIMIENTOS DE CONTRATACIÓN

Nueva Ley de Contratos del Sector Público (NLCSP)

Ley 9/2017

1 → Mejor relación calidad-precio

2 → Fomentar el uso de **criterios medioambientales, sociales e innovadores** vinculados al objeto del contrato

3 → Coste del ciclo de vida del producto o servicio

4 →

Mayor transparencia en la contratación pública y contratación electrónica

5 →

Mejor acceso para las PYMES a través de la división en lotes y reduciendo la carga burocrática

6 →

Limitaciones contratos menores y procedimiento abierto simplificado

7 →

Consultas preliminares al mercado y asociación para la innovación

Los términos “innovación” e “innovador” se repiten hasta...

77

Veces en la **LCSP**

8

Veces en la **Directiva 2014/23/UE**

70

Veces en la **Directiva 2014/24/UE**



7 El proceso de CPI

El círculo virtuoso

¿Cómo funciona nuestra mente?

Pasos



Actores



¿Cómo queremos que funcione?



El círculo virtuoso de la CPI





1. Fomentar la visión estratégica de la innovación y las compras públicas a través de jornadas de sensibilización en la entidad pública.
2. **Identificar las oportunidades de innovación**, ya sea a través de CPI Proactiva como Reactiva. *En la medida que identifiquemos buenas oportunidades, conseguiremos buenas soluciones.*
3. **Concretar dichas necesidades a través de metodologías de análisis de problemas complejos**, como los *journey maps*, que permitan generar un documento descriptivo de necesidades donde se analice, en profundidad, la problemática a resolver, los condicionantes y los objetivos o el escenario ideal a alcanzar.
4. **Analizar las fuentes de financiación para CPI**. Dependiendo del región, pueden existir diferentes instrumentos para financiarla pero, en cualquier caso, debería ser un incentivo, nunca la razón única para avanzar en el proceso de compra.
5. **Consultar el mercado para identificar potenciales ideas de solución en un escenario transparente y de igualdad de trato** con la oferta tecnológica.
6. **Elaborar un documento de demanda** temprana que permita adelantar a la oferta tecnológica cuáles serán los requerimientos funcionales de nuestra compra,

Objetivo de la CPM

Mantener un **diálogo técnico con el mercado** durante la etapa de concreción de las necesidades e identificación de potenciales solución en un entorno de **innovación abierta**, haciendo partícipe al proveedor del diseño y especificaciones funcionales.



Reguladas en el Artículo 115 NLCSP

¿Por qué son interesantes las CPM?



Aproximadamente, el **80%** de las **empresas** que resultan **adjudicatarias** han participado en las **consultas al mercado**



Más del **60%** de las **ideas recibidas**, durante las **consultas**, resultan **interesantes y pertinentes**

¿A quién me dirijo?



La convocatoria es **abierta** y se dirige a **personas físicas o jurídicas** que tengan **voluntad de participación** y de colaboración con la administración pública para el desarrollo de dichos proyectos, tanto en su definición y alcance como en el desarrollo e innovación tecnológica **sea del mismo sector o no.**

Etapas de la CPM



1

PREPARACIÓN

- CONSTITUCIÓN DE UN EQUIPO DE TRABAJO
- PREPARACIÓN DOCUMENTACIÓN
- VALIDACIÓN Y DESARROLLO DE LOS RETOS
- DOCUMENTOS DIVULGATIVOS



2

LANZAMIENTO

- MAPA DE AGENTES
- PREPARACIÓN PRESENTACIÓN
- DIFUSIÓN DE LA JORNADA
- DINAMIZACIÓN
- GESTIÓN INSCRIPCIONES



3

DESARROLLO

- RESOLUCIÓN DUDAS
- ENTREVISTAS
- EVALUACIÓN PROPUESTAS



4

CIERRE

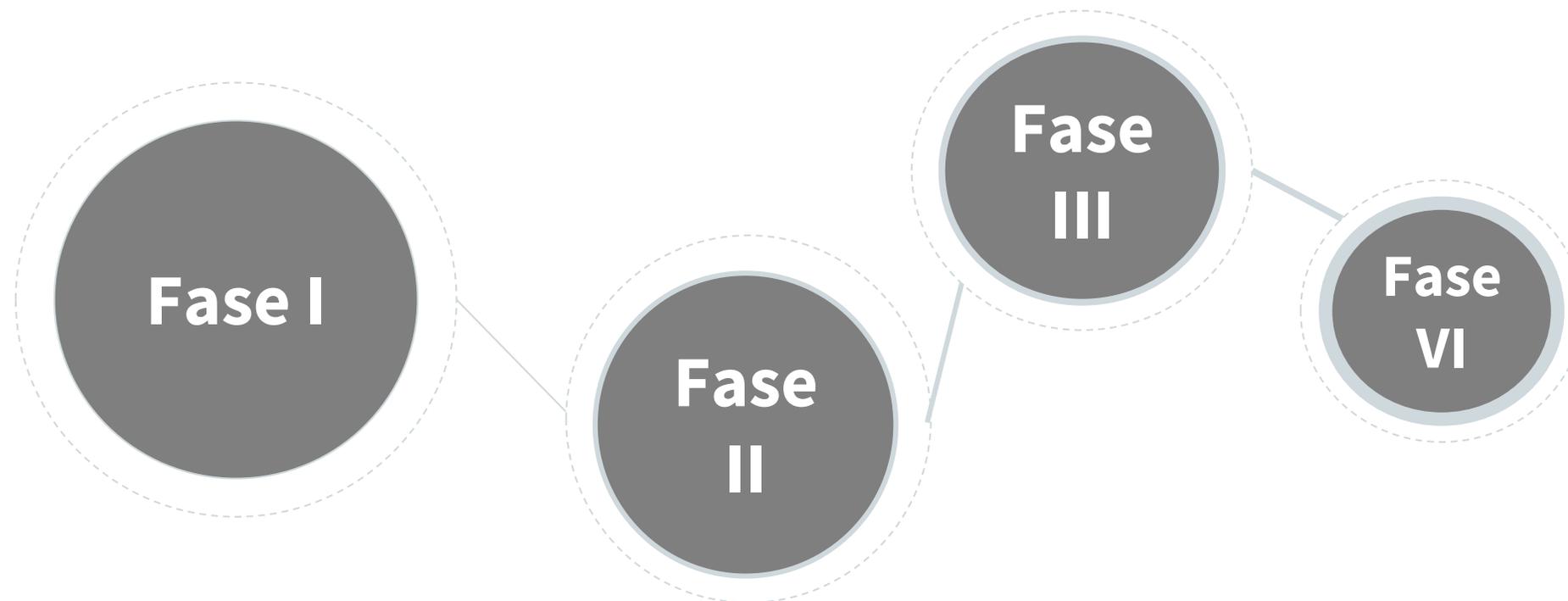
- INFORME
- PRESENTACIÓN DEL INFORME
- SELECCIÓN TIPO CPI

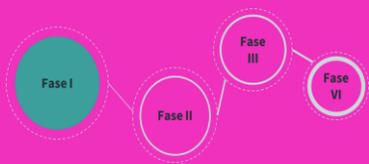
4 Etapas de la consulta al mercado y 15 pasos para el éxito

IDOM

Pasos de éxito

Planificación de los trabajos (más de 50 CPM realizadas en 5 países)





Fase I. Preparación de la CPM

01 CONSTITUCIÓN DE UN EQUIPO DE TRABAJO

- Identificación de las áreas clave a participar en el proyecto y selección de las personas dentro de ellas (contratación, jurídico, innovación)
- Involucrar a todo el equipo, explicando los objetivos y lo esperado de cada área.

02 VALIDACIÓN Y DESARROLLO DE LOS RETOS

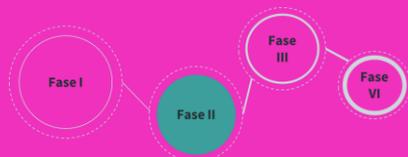
- Contraste de los retos
- Informe de Vigilancia tecnológica inicial.
- Definición del alcance definitivo de los retos.

03 PREPARACIÓN DE LA DOCUMENTACIÓN

- Documento de convocatoria.
- Formulario de recogidas de soluciones innovadoras.
- FAQs.
- Documento de Protección de datos.

04 DOCUMENTOS DIVULGATIVOS

- Ficha de necesidad preliminar de los retos.
- Documento explicativo de la Consulta Preliminar al Mercado.



Fase II. Lanzamiento de la CPM

05 MAPA DE AGENTES

- Identificación de los agentes clave

06 DIFUSIÓN DE LA JORNADA

- Actividades de dinamización y promoción de la CPM

07 GESTIÓN DE INSCRITOS Y ASISTENTES

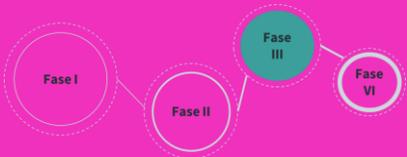
- Gestión de las invitaciones, inscripción, confirmación de los ponentes y asistentes

08 PREPARACIÓN DE LA DOCUMENTACIÓN SOPORTE

- Presentación en formato Power Point y PDF

09 DINAMIZACIÓN DE LA JORNADA

- Elaboración, moderación y difusión de la jornada de presentación de la CPM
- Gestión de idiomas



Fase III. Desarrollo de la CPM

10

RESOLUCIÓN DE DUDAS

- Resolución de dudas de los agentes y del equipo de la Administración
- Actualización de las FAQs

11

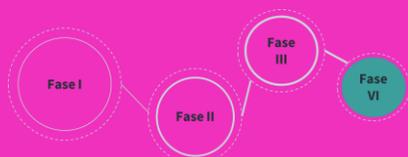
EVALUACIÓN DE LAS PROPUESTAS

- Planificación del análisis de las ofertas.
- Análisis preliminar de las propuestas
- Criterios de evaluación
- Análisis conjunto con equipo técnico

12

GESTIÓN DE LAS ENTREVISTAS Y ANÁLISIS FINAL

- Invitación
- Gestión de las entrevistas
- Análisis final



Fase IV. Cierre de la CPM

13 INFORME DE CIERRE

- Realización del informe de conclusiones, resultados y cierre de la CPM
- Mapa de Demanda Temprana

14 SELECCIÓN DE TIPO DE CPI

- Talleres para la definición del tipo de CPI y procedimientos de contratación
- Definición de las fuentes de financiación y convocatorias

15 PRESENTACIÓN DEL INFORME Y PRÓXIMOS PASOS

- Seminario web para presentar el Informe de Cierre y los próximos pasos a realizar

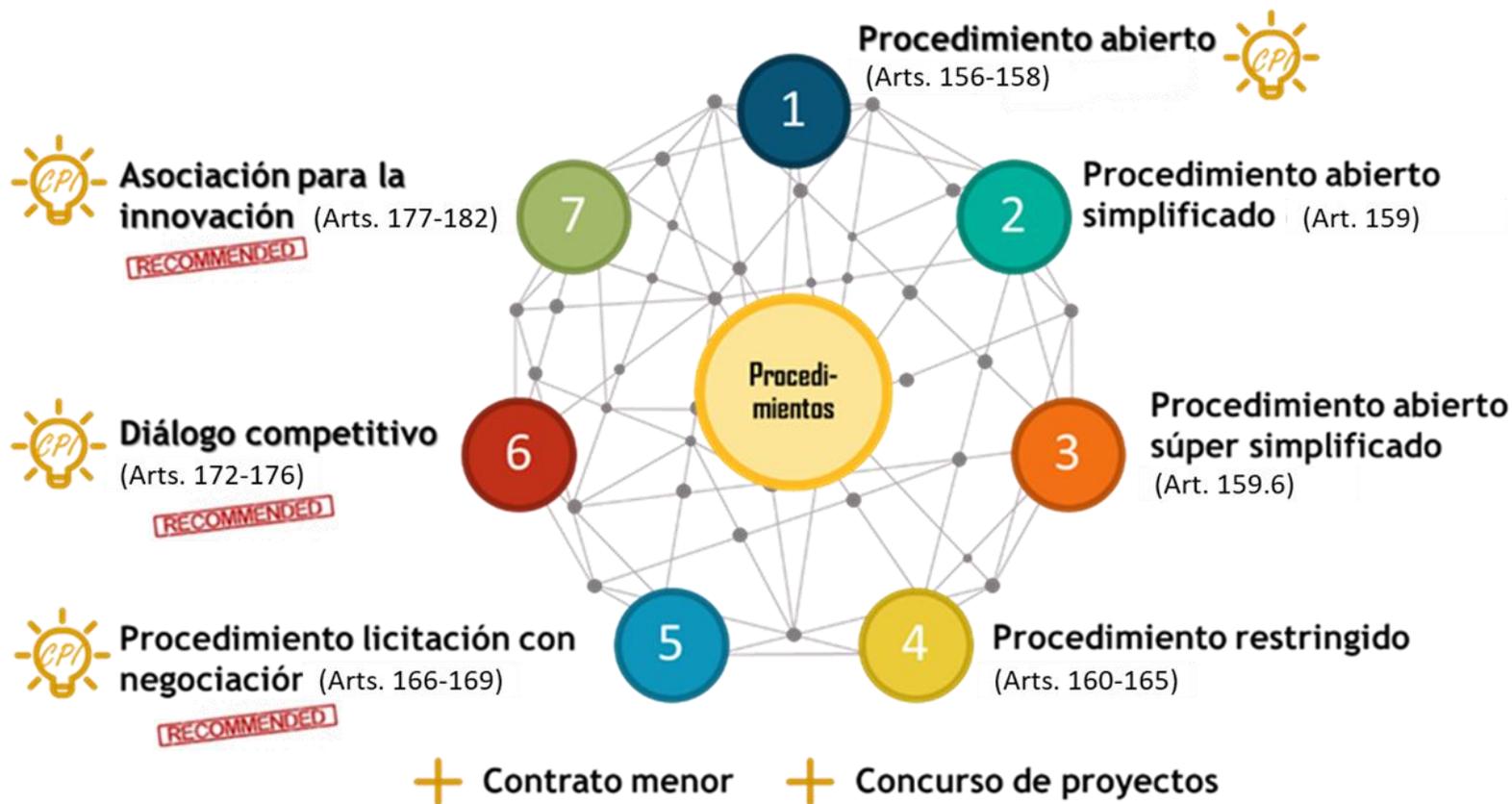


7. **Definir la estrategia de contratación**, seleccionando el tipo de CPI y el procedimiento de contratación que mejor se adapte, en función del nivel de desarrollo al que queremos llegar y la respuesta del mercado.
8. **Desarrollar un análisis funcional de necesidades (AFN) a fin de conocer las problemáticas que queremos resolver y el escenario al que queremos llegar, pero sin determinar la solución o la especificación técnica para lograrlo.** En este punto, podemos guiarnos por la norma UNE- EN 16271: 2013 relativa a la "Gestión del valor", expresión funcional de necesidades y pliego de especificaciones técnicas, aprobada en 2013.
9. **Realizar un análisis de costo-beneficio y de ciclo de vida para la compra** que vamos a realizar, la cual nos ayude a identificar indicadores de rendimiento que usaremos para el proyecto.
10. **Realizar una análisis sobre el modelo de derechos de propiedad intelectual e industrial que se aplicará**, tomando de base las respuesta aportadas en la consulta al mercado y los intereses a futuro de la entidad contratante.
11. **Redactar los documentos que regirán la contratación** (documento regulador, pliegos funcionales) Como norma general, debería permitirse la negociación durante el proceso y el peso del factor precio debe ser residual.
12. **Publicar la licitación/es y seleccionar a la/s entidad adjudicataria.** Se recomienda realizar jornadas de presentación de las licitaciones y emplear lenguaje simple en comunicaciones, así como herramientas visuales que permitan un mejor entendimiento de los pliegos.
13. **Establecer un sistema de seguimiento de todo el proceso de co-creación.** Se recomienda incluir el empleo de metodología ágiles y marcos de trabajo colaborativos creando equipos mixtos: Administración-entidad solucionadora.

* Actividad crítica dentro del ciclo de vida de la CPI

Procedimientos de adjudicación

A continuación, se incluyen los procedimientos de adjudicación existentes, indicando cuáles **son los recomendados para su utilización en contratos de CPI:**



Selección del procedimiento adecuado

A continuación presentamos los **factores relevantes** para tener en cuenta en la toma de la decisión:



Factores que influyen en la selección

- Nivel de conocimiento del mercado
- ¿Es necesario desarrollar un trabajo de I+D?
- ¿Pueden determinarse las prescripciones técnicas?
- ¿Se necesita adquirir la solución a escala comercial (es decir, más allá de un prototipo)?
- Número de potenciales proveedores y estructura del mercado
- Plazo y recursos disponibles para la contratación

Mapa de agentes

Mapa de agentes en un procedimiento de contratación pública en un proceso de CPI



★ Internos

★ Externos



14. Establecer una metodología de recogida de los indicadores y diseñar el proceso de evaluación . Estos indicadores deben abarcar aspectos de calidad, ahorros, percepción de la ciudadanía e impacto en la innovación empresarial.
15. **Analizar el despliegue de las soluciones en función de análisis coste-beneficio realizado en la Fase de planificación.** Representa el compromiso de las entidades públicas con implantación de la innovación, más allá de los prototipos.

* Actividad crítica dentro del ciclo de vida de la CPI



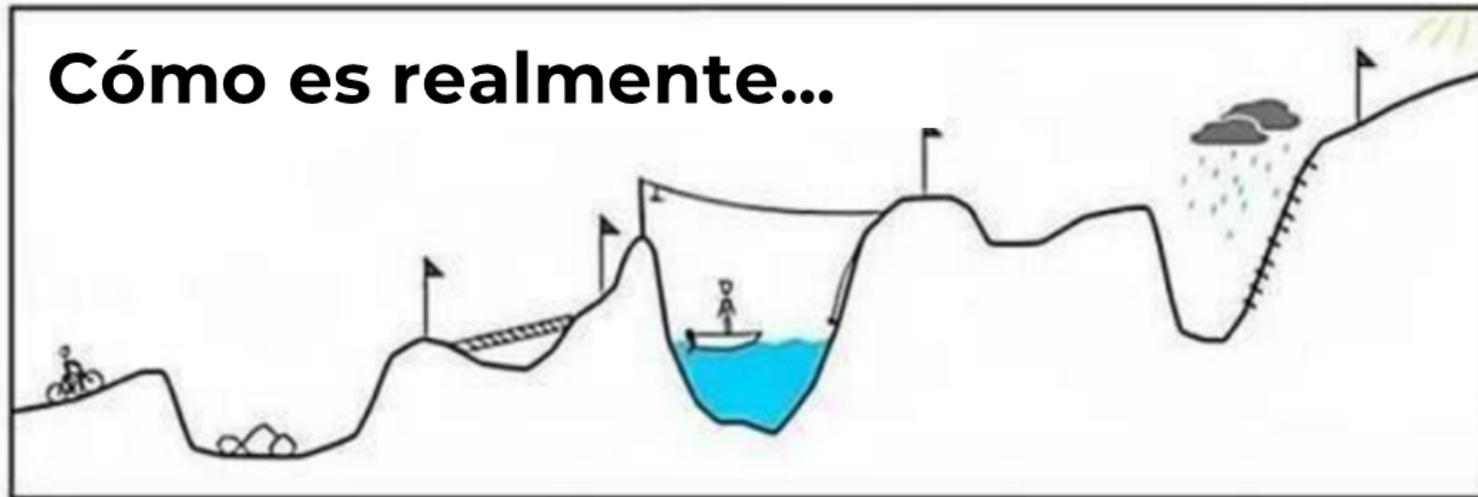
8 El ciclo de vida de la CPI

Un largo y sinuoso camino que recorrer...

Cómo se cree que es...



Cómo es realmente...

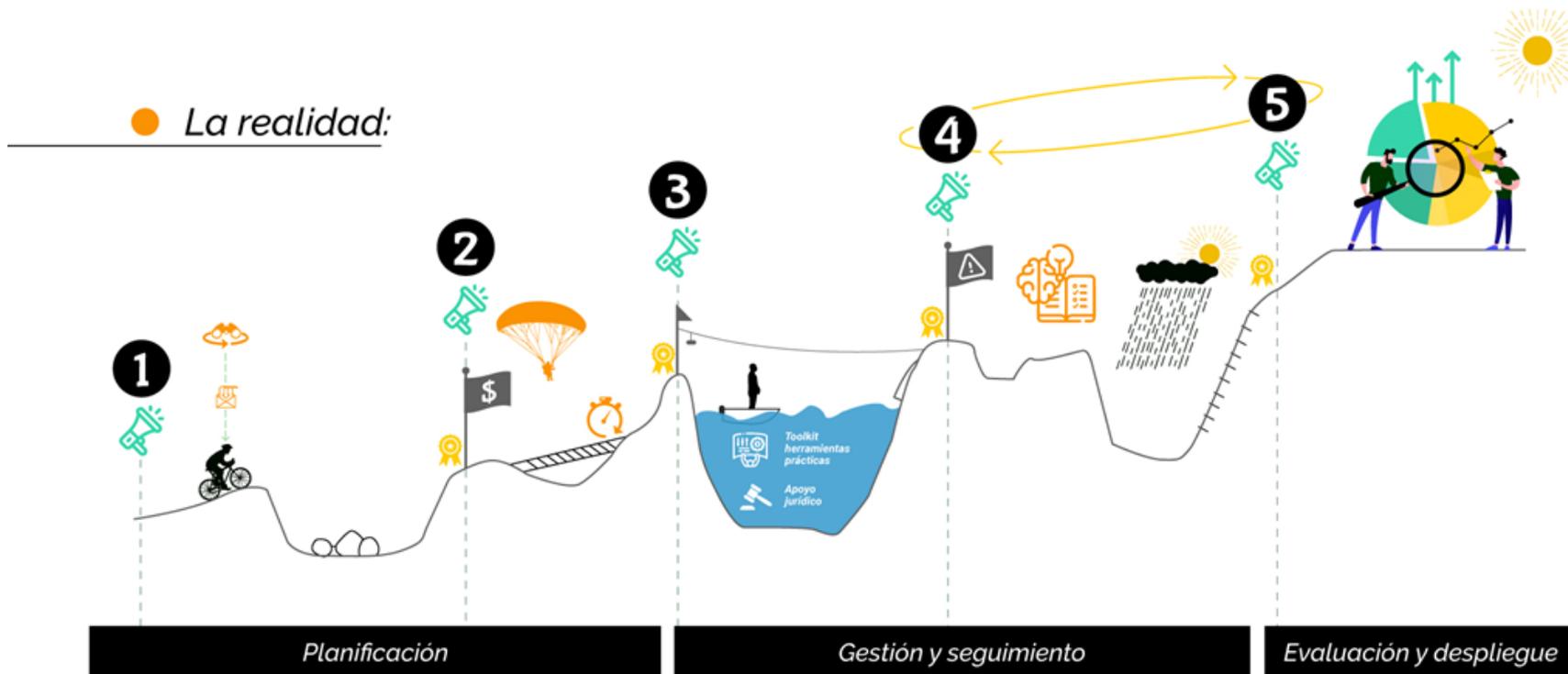


Fuente: Ash Mayra: LOVE THE PROBLEMS _ RUNNING LEAN

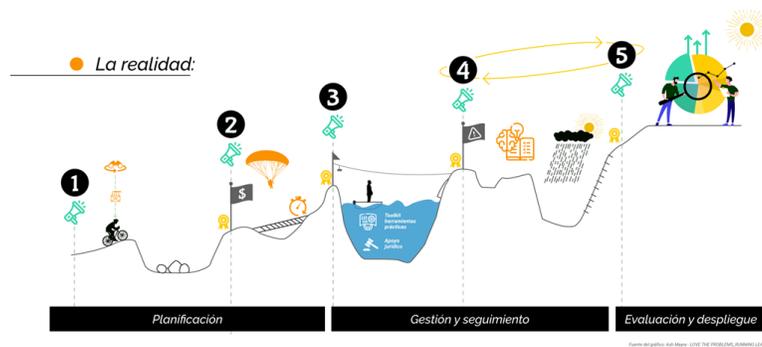
Ciclo de Vida de la CPI

Un viaje de emociones para el desarrollo de la

#ActitudCPI



#ActitudCPI



Etapa

1 IDENTIFICACIÓN ABIERTA Y TEMPRANA DE NECESIDADES
"Buscando el verdadero propósito de nuestro viaje"

Emoción
#ActitudCPI

Curiosidad, cuestionamiento, observación

Etapa

2 RELACIÓN CON EL MERCADO
"Un viaje para compartir con todos los agentes del ecosistema de innovación"

Emoción
#ActitudCPI

Apertura, diálogo, humildad, prospectiva

Etapa

3 ESTRATEGIAS PARA LA LICITACIÓN
"Un destino claro y preciso para nuestro viaje"

Emoción
#ActitudCPI

Estrategia, focalización, multidisciplinariedad

Etapa

4 SEGUIMIENTO Y EVALUACIÓN DE PROYECTOS DE CPI
"Un camino apasionante que se construye cada día"

Emoción
#ActitudCPI

Agilidad, experimentación, flexibilidad

Etapa

5 DESPLIEGUE DE SOLUCIONES CPI
"La gratificación de lograr el resultado final de nuestro viaje"

Emoción
#ActitudCPI

Ejecución, integración, asociatividad



9 Estrategias de CPI

Una herramienta, diferentes estrategias

Diferentes estrategias de CPI

1. Convertir una problemática sectorial o regional en oportunidad



4. Avanzar el proceso de transformación digital del sector público



2. Crear polos de Desarrollo de I+D+i (mision oriented)



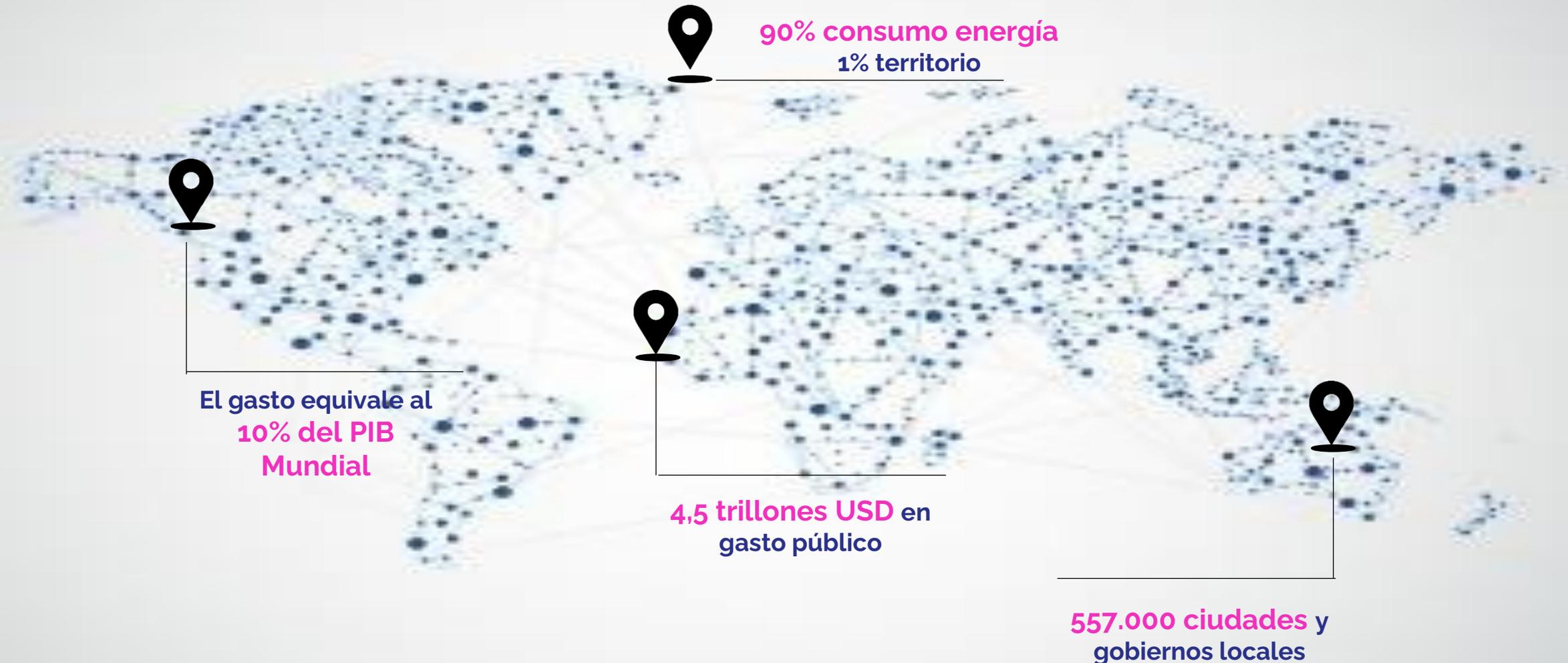
3. Cumplir los objetivos ambientales y sociales (ODS)



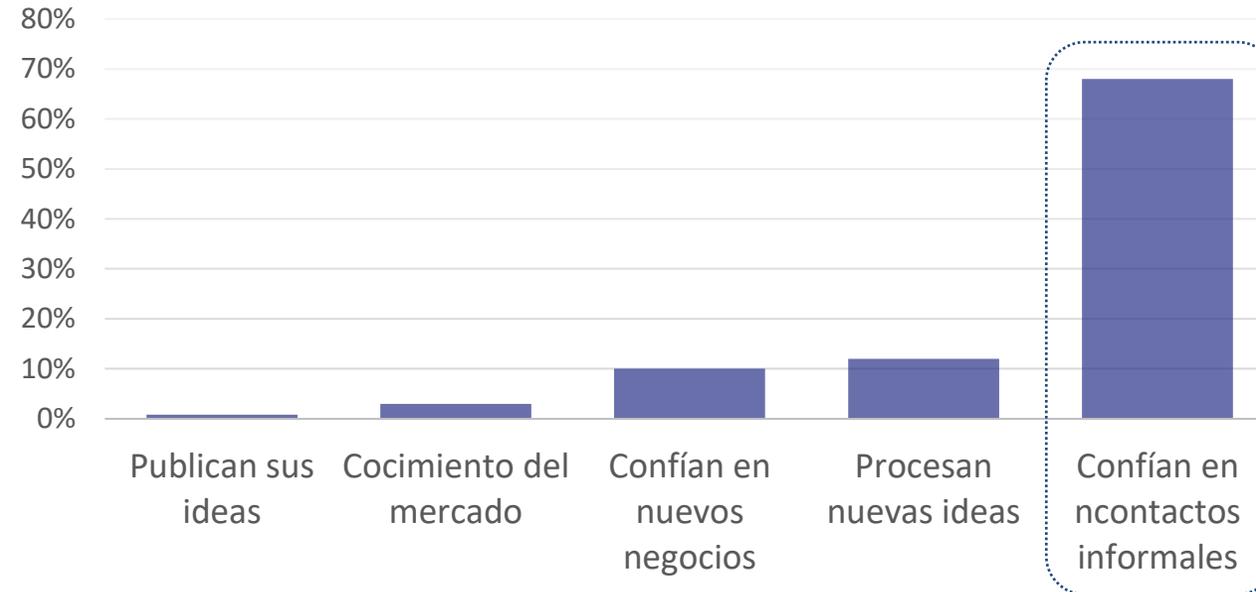
2. Dar respuesta a los objetivos de una Smart City



Las ciudades como generadoras e impulsoras del cambio



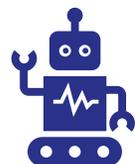
¿Cómo gastan las ciudades ese 10% PIB mundial?



Esta tendencia se invertirá en un sistema de CPI



¿Qué se espera en la época Post COVID?



Incremento de demanda de tecnología desde el sector público



Movimiento Cloud Computing



Crecimiento de redes y conocimiento compartido



Orientación a solución de retos

Planes Post Covid

España



- 62 Millones euros CPP



- Creación Laboratorio innovación pública Govtech
- Prioridad en Ciberseguridad- INCIBE: 224M euros
- Uso de la CPI como herramienta clave



Unión Europea



- 140 billones euros
- Proyectos colaboración-pública privada, incluyendo empleo de CPI

INNOVADORES

ENTREVISTA Francisco Polo, Alto Comisionado para la España Nación Emprendedora, plantea su «pirámide» de innovación para la misión de país que el Gobierno está gestando hasta 2030

«Las startup deben ser el 'rompehielos' de los gigantes de la economía»

ALBERTO IGLESIAS

La reciente venta de Idealitya, convertida en todo un unicornio, ha puesto los focos en el tejido emprendedor de nuestro país. Mucho más prolífico de lo que muchos imaginan, infravalorado internacionalmente y con limitaciones evidentes por el tamaño del mercado nacional y las trabas fiscales y regulatorias existentes en España, nuestro ecosistema de startups se antoja ahora como una de las tablas de salvación para una economía maltrecha y dependiente casi en exclusiva del turismo. Una opción de crecimiento en base al talento y la técnica que, desde el Gobierno, se ha planteado prioritaria y cuya progresión se ha convertido en casi una obsesión.

Francisco Polo es la encarnación pública de esa misión de país. El que fuera fundador de Actuable y CEO de Change.org lleva ya varios años al frente de los temas de emprendimiento en la Comisión Federal del PSOE y, en la pasada legislatura, ostentó la Secretaría de Estado para el Avance Digital. Ahora, Polo extiende su mensaje desde el nuevo Alto Comisionado para la España Nación Emprendedora. «Desde el Alto Comisionado tenemos una visión a medio plazo: la de construir un nuevo modelo de país para 2030. Ahora, desde el ámbito presidencial, podemos contar con todos los ministerios, no solo para tener la visión del sector del emprendimiento innovador, que era una cuestión inicialmente más sectorial, sino teniendo acceso a hablar con los diferentes sectores tractoros de nuestro país y con los grandes gigantes empresariales que los representan. También podemos hablar de otro tipo de políticas que son esenciales en esa

estrategia de nación emprendedora, como la inclusión. En definitiva, trasladar el trabajo que estábamos haciendo en la Secretaría de Estado a un punto de vista más transversal y con una visión global».

Ese concepto, el de España como nación emprendedora, fue adoptado por Polo mucho antes de dar nombre a su actual cargo, si bien hasta ahora no se ha podido materializar más allá del discurso. «Llevamos tres años trabajando en esta estrategia de nación emprendedora, porque es un proyecto que veníamos defendiendo desde antes de llegar al Gobierno. Luego tuvimos un año plagado de citas electorales que impedían presentar estos planes. Ahora, que tenemos la perspectiva de un Gobierno estable a cuatro años, estamos en disposición de presentar la estrategia y somos conscientes de la expectativa creada».

«¿En qué consistirá finalmente este plan? «Hemos seguido el patrón planteado por Mariana Mazucato de un Estado Innovador y de aterrizar el concepto de misión de país. Lo representamos en forma de pirámide, con las empresas innovadoras, capital riesgo y universidades en la cúspide, haciendo de «rompehielos» para el resto de actores de la pirámide. Ahí lo que buscamos es tanto acelerar el proceso de inversiones en nuestro país, a lo largo de todo su ciclo de vida, desde las primeras rondas hasta su madurez, como convertir a España en un paraíso de talento y ampliar el sueño de los emprendedores, esto es, que vean que no necesitan vender sus startups sino que tengan la capacidad de escalar, internacionalizarse y sentar las bases para convertirse en los grandes campeones que necesitamos en el futuro. En la parte

media de la pirámide estarían los diferentes sectores tractoros [dice según Polo, entre ellos energía, telecomunicaciones, agroalimentación, finanzas o salud]. Queremos que esos dos mundos, que hasta ahora no se habían mirado, empiecen a trabajar juntos, para captar capital los primeros y para absorber la innovación de forma más natural y enfocada a negocio los segundos. Finalmente, en la base de la pirámide están el resto de empresas y ciudadanos, donde el objetivo fundamental será acabar con las brechas [de género, territoriales, socioeconómica y generacional] que existen actualmente, porque estos beneficios de la nación emprendedora deben llegar a todo el mundo, sin dejar a nadie atrás».

Todo ello haciendo, en un camino entrecruzado, que el sector público también se empape de ese aura de emprendedor. «Que haga de mano invisible que empuja la palanca de la innovación». Polo no se esconde ante la ineficacia de mecanismos como la compra pública innovadora y anuncia cambios profundos en estas lides: «La Administración General debe contar con mejores marcos regulatorios para propiciar esa innovación y, al mismo tiempo, impulsar proyectos que ni el más arriesgado de los fondos de capital riesgo sería capaz de llevar a cabo porque ni tiene la capacidad ni la

«Queremos cambiar el modelo de país en base al emprendimiento»



INNOVADORES

fuerza financiera, ni es capaz de sostener esos esfuerzos en el tiempo, como si que puede hacer un Gobierno. Esa es la gran diferencia y la aportación que tiene que hacer el Estado en este terreno».

Este prolífico diagnóstico necesita de mecanismos para pasar de las palabras a los hechos. Al respecto, Francisco Polo confirma que la Ley de startups (prevista para ver la luz este mismo diciembre) especificará la figura jurídica de estas empresas, incluyendo incentivos fiscales, la reintroducción de las «stock options» como forma de compensación, flexibilidad y seguridad por parte de la Administración para su crecimiento y consolidación.

Por otro lado, el Alto Comisionado está especialmente orgulloso de la creación de la Oficina Nacional de Emprendimiento, que tendrá como objetivo «convertirse en una ventanilla única donde todos los ministerios puedan ofrecer el trabajo que están haciendo en su ámbito y facilitar

así el día a día del emprendedor. Es el ejemplo de que no solo buscamos inyectar más dinero, sino también organizar y poner en común los recursos que ya tenemos disponibles».

Y, por supuesto, esta misión de país se verá claramente beneficiada de los fondos europeos de recuperación (recordemos que el 20% del Next Generation EU deberá ir destinado a inversiones de base digital, siendo el principal eje vertebrador del fondo, junto a la transición ecológica). «Efectivamente una parte importante de los 140.000 millones que hemos logrado en el pacto ayudarán a poner en marcha esta estrategia y a ayudarnos a establecer las bases de un nuevo modelo de país. Ahora mismo, desde la Presidencia del Gobierno, estamos trabajando en los diferentes proyectos de esta nación emprendedora teniendo en cuenta estos nuevos recursos que van a estar disponibles, especialmente estos dos primeros años».

Gacelas y elefantes han de bailar juntos

Juan Antonio Sagredo | Alcalde De Paterna | 18.05.2020 | 23:12

Los tiempos de crisis son tiempos de oportunidades». Quizá ésta sea una de las frases más pronunciadas en las últimas semanas, precisamente porque está en nuestras manos poder aprovechar las oportunidades que nos ofrecen estos tiempos que, al margen de la propia crisis sanitaria y económica, también han dado paso a una crisis de modelos y de relaciones.

Y es que la Covid-19 ha dejado claras varias cosas. Por una parte, que la globalización conlleva problemas adicionales a los ya conocidos, desde la propia propagación de un virus «analógico» hasta la clara dependencia de las naciones para poder combatir con garantías esta pandemia.

También ha quedado demostrado que un modelo equilibrado de globalización, economía circular y mercado de km 0 mejoraría el músculo nacional frente a cualquier tipo de crisis. Una migración al nuevo modelo del siglo XXI en la que la administración pública tiene un papel fundamental.





10 Las 4D's como factor de éxito

¿Las tememos?

“ Teoría de las 4 D's

La teoría de las 4Ds...



DECISIÓN

Decisión: Visión estratégica-
planes y compromisos

**Tomarse en
serio la CPI**



No sin los de arriba...

- **Propósito claro, alineado con una estrategia a la que de respuesta la CPI (un para qué ambicioso)**
- **Convencimiento a alto nivel de apostar por un nuevo modelo de relación y comunicación con el entorno**
- **Liderazgo innovador**
- **Estar dispuesto a fallar**



Disposición: Equipos de trabajo multidisciplinares con actitud CPI y capacitados.

Capacitar y crear equipos ágiles



La CPI no es cosa de dos...



Perfil estratégico: con capacidad de toma de decisión y compromiso político



Perfil técnico: con conocimiento técnico en la operación



Perfil de innovación: con conocimiento de innovación en la operación



Perfil de contratación: involucrada en los procesos de contratación



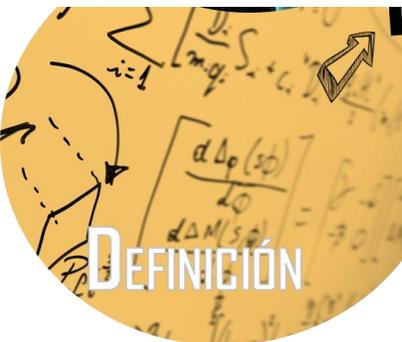
Perfil jurídico: asesora jurídicamente



Perfil de Intervención: controla y fiscaliza las operaciones conforme a la ley



Perfil de comunicación: involucrado en la difusión



Definición: Procedimientos adaptados a la entidad para cada fase de la CPI: planificación, gestión y evaluación

Diseñar procedimientos y contar con herramientas



Poner mucho “sentidíño”...

- **Creatividad sí, pero con método**
- **Prospectiva y vigilancia**
- **Consultar al mercado con rigor y apertura**
- **Definir las especificaciones funcionales de manera clara y precisa**
- **Definir un modelo de DP11 y retorno de beneficios**
- **Establecer sistemas de seguimiento ágiles**
- **Pensar en el día después de la licitación CPI...**
- **Tener el foco en la evaluación y en el despliegue**



Dinero: Financiación extra para procesos de CPI. ¿Dónde buscarla?

Comprometer recursos para CPI



La mayor prueba de fe es dedicar recursos...

- Destinar fondos para innovar y experimentar
- Invertir para crear mercados líderes
- Buscar el hueco para la CPI en fondos ya disponibles (mirar diferente)

“ Caso de éxito

Una historia de éxito, reconocida a nivel europeo...



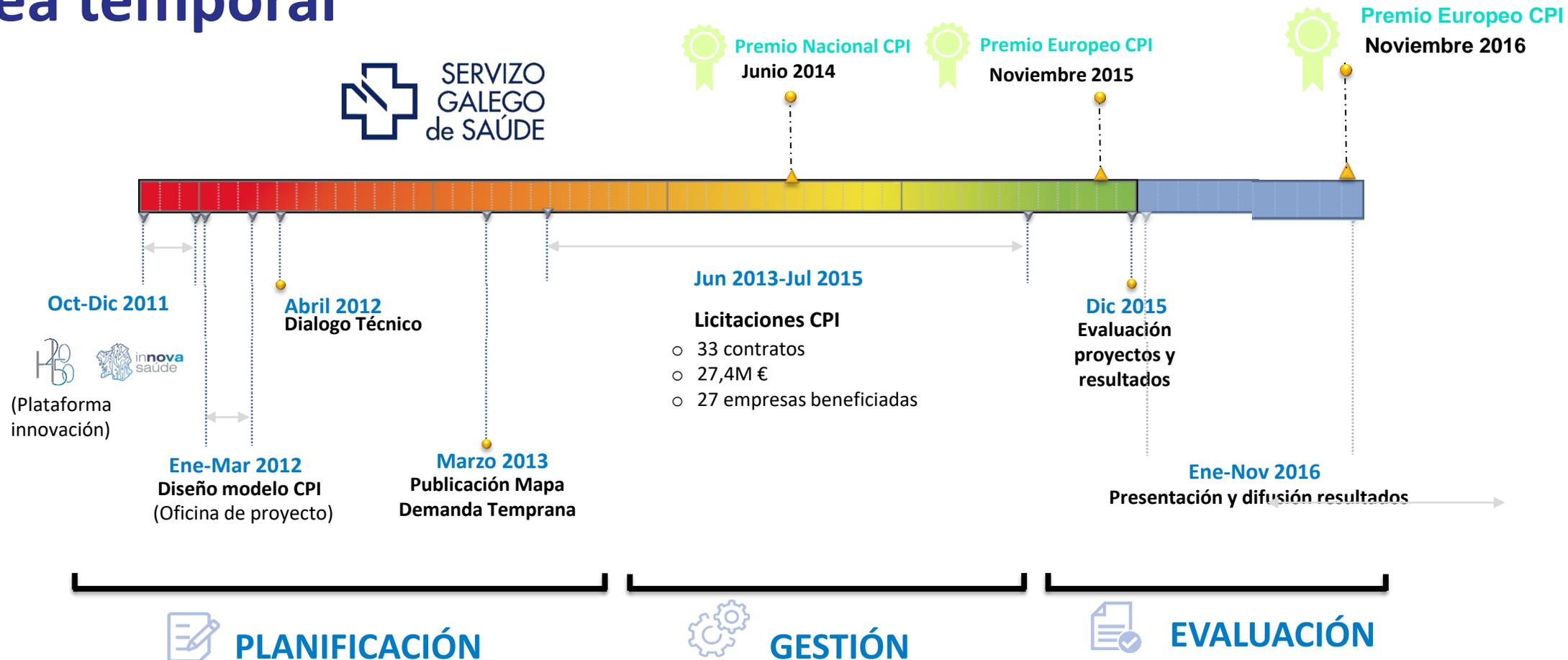
**SERVIZO
GALEGO
de SAÚDE**

Caso de éxito

Línea temporal



SERVIZO GALEGO de SAÚDE



Modelo Win-Win SERGAS



canal abierto a ideas de mejora innovadoras y estratégicas

plataforma.innovacion@sergas.es

Gestionada por un equipo multidisciplinar de la Consellería de sanidad y del servicio gallego de salud



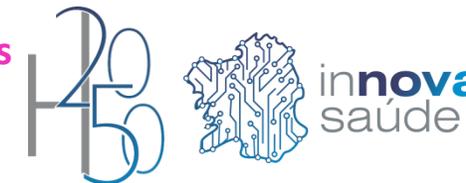
Implantar en toda la organización experiencias con gran impacto en la calidad, eficiencia y sostenibilidad de todo el sistema sanitario gallego



La apuesta del



colaborar con las empresas para superar los grandes retos que plantean estos nuevos proyectos



Proyectos viables en el sector salud pensando en el conjunto global de la **población**



Su implantación debe ser **económicamente** asumible



Deben poder **mantenerse** en el tiempo



Las empresas deben **beneficiarse** de la participación en estos proyectos



Se debe **compartir** inversión, riesgos y éxitos



Cómo transformar el modelo de la sanidad pública a través de la innovación

SUBPROYECTOS INNOVA SAUDE	
IS-1	Punto de atención diagnóstico terapéutico móvil
IS-2	Central de imagen médica
IS-3	Hospital en casa
IS-4	Teleasistencia multiespecialidad
IS-5	Hogar digital
IS-6	Paciente experto 2.0. Innovación e información activa para pacientes
IS-7	Sistema inteligente de alertas multinivel
IS-8	Central de simulación médica avanzada
IS-9	Sistema de diagnóstico asistido por ordenador
IS-10	Profesional 3.0.
IS-11	Espacio de innovación en servicios asistenciales
IS-12	Sistema integrado de información e xestión de datos clínicos e epidemiolóxicos
IS-13	Transferencia y difusión de resultados
IS-14	Sistema integrado de digitalización, indexación, custodia y gestión dr la información clínica
IS-15	Gestión y evaluación

SUBPROYECTOS H2050	
H2050-1	Urgencias- Sistemas de gestión inteligente
H2050-2	Trazabilidad integral de pacientes y recursos
H2050-3	Robotización hospitalaria
H2050-4	Hospital autosostenible
H2050-5	Nuevo HIS 2050- Sistema integral de gestión de pacientes
H2050-6	Habitación inteligente
H2050-7	Hospitalización innovadora
H2050-7-Living Lab	Hospitalización innovadora (Living Lab)
H2050-8	Hospital digital seguro
H2050-9	Preservación de la información clínica
H2050-10	Gestión y evaluación



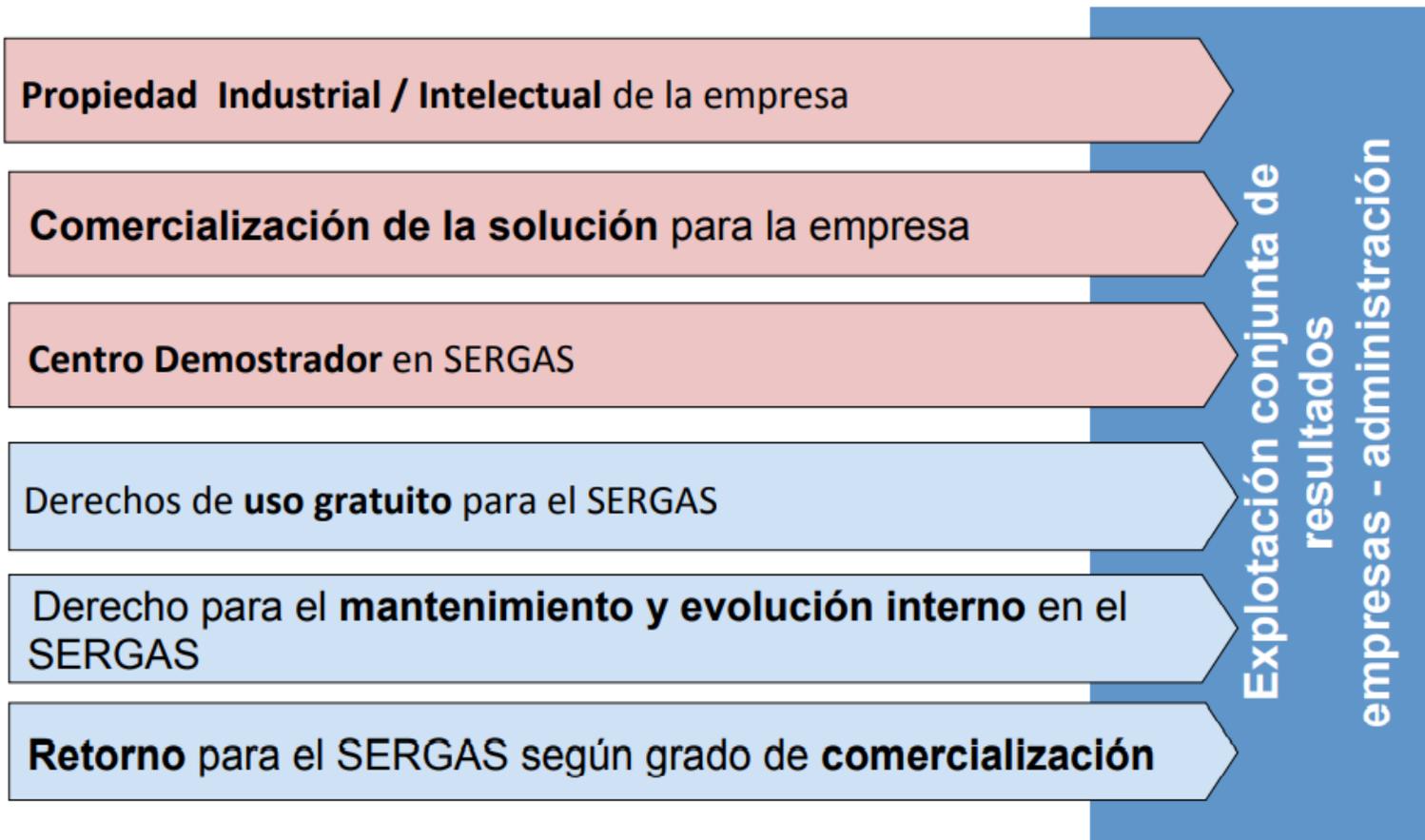
Incorporación de bienes o servicios innovadores que mejoran la eficiencia o la calidad

Apoyo a las PYMES gallegas, en línea con la estrategia RIS3

Sergas centro demostrador y 1^{er} cliente de referencia

Innovación abierta y dialogo técnico con el mercado, enfoque del usuario

Modelo Win-Win SERGAS



2013-2016

Modelo Win-Win SERGAS

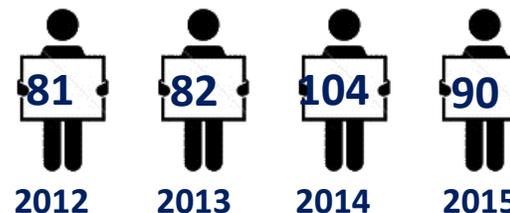
31.213.588 €

94 Contratos



CPI 33,60%

10.487.203€ 12 contratos



44 Empresas beneficiadas

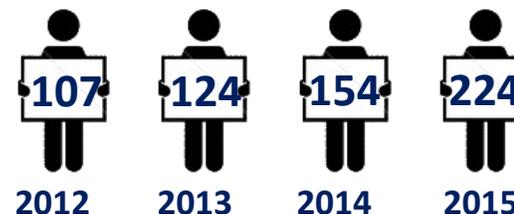
33.498.272€

223 Contratos



CPI 50,71%

16.985.532€ 21 contratos



101 Empresas beneficiadas



Modelo Win-Win SERGAS



- Mejorar los servicios públicos mediante la incorporación de bienes o servicios innovadores
 - La media del % de **beneficios en la comercialización del producto ofertados al SERGAS ha sido del 53%**.
 - El mantenimiento de los productos ofertado ha sido de media 4,5 años.
 - La bajada en precio ha sido de media un 5%.
- Fomentar la innovación empresarial, principalmente de las pequeñas y medianas empresas
 - En 73 % de las adjudicaciones participan empresas gallegas.
 - En el 80 % de las adjudicaciones está presente una Pyme.
- Impulsar la internacionalización y comercialización de la innovación empleando el mercado público local como cliente de lanzamiento o referencia
 - El 25% de las adjudicaciones ha sido en modalidad de UTE.
 - En el 73 % de las adjudicaciones participa una empresa multinacional.

Batería de indicadores:

- **ENTIDAD COMPRADORA:** SERGAS
- **SECTOR:** Salud
- **OBJETO DE COMPRA:** TELEA-Plataforma tecnológica de asistencia domiciliaria para seguimiento de pacientes con enfermedad pulmonar obstructiva crónica (EPOC) tras el alta hospitalaria
- **INDICADORES:**
 - Reducción del número de consultas de atención primaria (AP)
 - Reducción del número de visitas a urgencias
 - Reducción del número de reingresos hospitalarios de los pacientes
 - Reducción de la duración de reingresos hospitalarios de los pacientes
 - Reducciones de emisiones de CO2 derivadas de la disminución de los desplazamientos
 - de pacientes a consultas de atención primaria y de médicos de cabera al domicilio de los pacientes
 - Reducción tasas de mortalidad

Plataforma tecnológica de cuidado en casa

Pacientes con enfermedad pulmonar obstructiva crónica aguda-EPOC

Caso de éxito

13%

Disminución en mortalidad



3.1

Menos visitas de atención primaria por paciente



97%

Pacientes manifiestan que ha mejorado su asistencia sanitaria



€13,673,190

€2,635

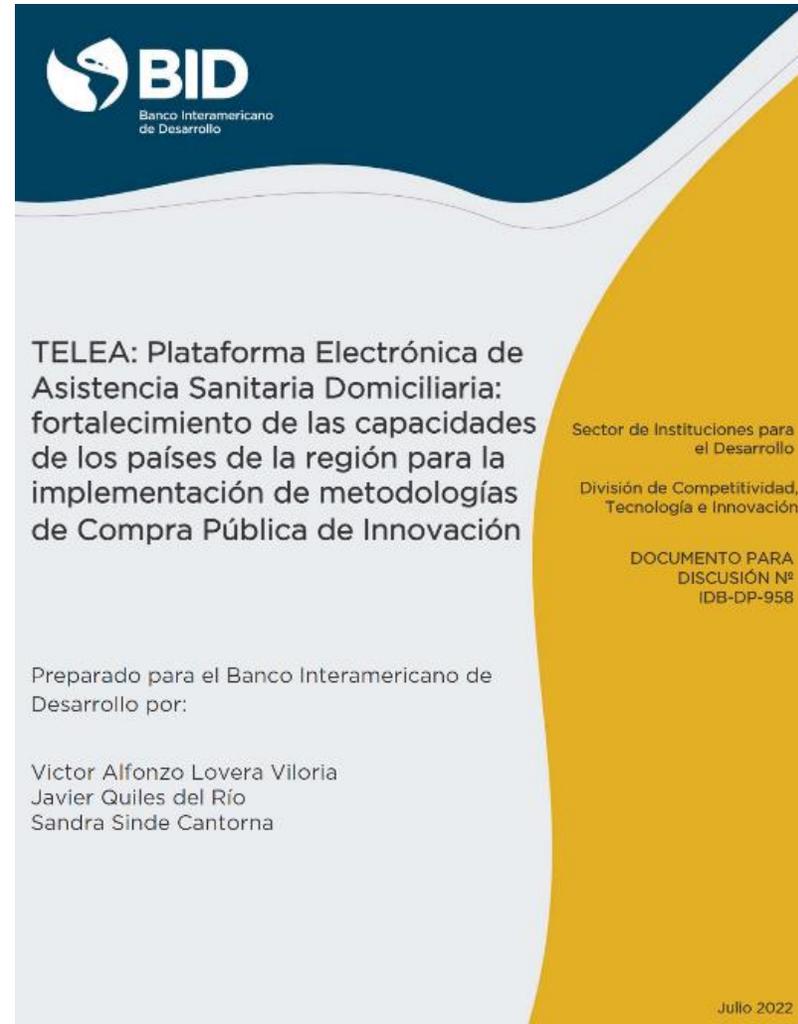
Promedio ahorro anual

Ahorro anual medio por paciente IDOM

Plataforma tecnológica de cuidado en casa

Pacientes con enfermedad pulmonar obstructiva crónica aguda-EPOC

Caso de éxito



En primera persona



“La CPI nos ha permitido entender que a partir de nuestros problemas es posible capturar el talento y convertirlo en soluciones al servicio del ciudadano”

Javier Quiles, Coordinador H2050 –IS, SERGAS

La CPI es una oportunidad única

La **innovación**, debe dejar de ser una preocupación solo de las **entidades promotoras de innovación**, y debe pasar a ser una **preocupación del conjunto del Sector Público**, en colaboración con los **ciudadanos** y las **empresas**.

