



## Ideatón Salud

Octubre 2022

# move

*conocimiento, cuerpo y corazón en acción*



### Autores

Lisandro Kors  
Guido Arroyo  
Agustín de la Llave  
Germán de la Llave

### Tutor

Edgardo Von Euw





# Indice

página

1. Resumen ejecutivo	03
2. Propuesta de proyecto	04
3. Solución	07
4. Tecnología	16
5. Recursos financieros y no financieros	21
6. Timeline	26
7. Desafíos y barreras	27
8. Conclusión	28
9. Anexos	29

## 1. Resumen ejecutivo

Proponemos diseñar una plataforma digital innovadora, con herramientas de Inteligencia Artificial (IA) orientada a combatir la epidemia del sobrepeso, obesidad y sedentarismo.

Apuntamos a lograr un fin de triple impacto que involucre **“Conocimiento, Cuerpo y Corazón solidario”** orientado hacia la mejora de la salud de la población objetivo. Nuestro producto propone a los usuarios que voluntariamente adhieran a un plan de movimiento y actividad física regular (cuerpo) mientras escuchan una serie de podcasts agrupados en varias categorías (conocimiento).

La plataforma permitirá registrar el consumo calórico y otras variables de interés, que a través de herramientas de predictibilidad, determinarán patrones y orientarán acciones educativas personalizadas. Los usuarios establecerán sus propias metas individuales de las variables relevantes (peso y talla) y podrán planificar tipo de actividad, tiempo, intensidad y/o la cantidad de podcasts estimados a escuchar por día ó semana. De acuerdo al progreso de las metas deseadas, se enviarán mensajes motivacionales y de refuerzo positivo a los distintos grupos conformados según perfiles. Contaremos con la tecnología informática que permitirá decodificar el movimiento en calorías.

La sumatoria de calorías de todos los inscriptos serán transformadas en nuestra moneda virtual y simbólica que denominamos **“CalCoins”**. El objetivo solidario (corazón) de este proyecto está dado por el hecho que una proporción de estos CalCoins será destinada a ayuda social y/o acciones dirigidas a organizaciones o fundaciones con quienes hayamos firmado un convenio. Quienes se mantengan activos en la plataforma, además podrán acumular sus CalCoins remanentes para ser canjeados por alguno de los beneficios que ofreceremos o bien, ser donados a las entidades mencionadas. Los beneficios incluirán descuentos en distintas áreas: gimnasios, establecimientos de comida saludable, en gigas de telefonía celular, en universidades, experiencias, sólo para mencionar algunos.

El proyecto se financiará inicialmente a través de 3 vías principales: inversores, patrocinantes y sponsors. En una segunda etapa, desarrollaremos y comercializaremos activos digitales en forma de NFTs (Non Fungible Tokens) dirigidos tanto para las empresas como para los usuarios.

En conclusión, nuestra plataforma creará valor para personas con un estilo de vida sedentario, sobrepeso u obesidad a través de estrategias de motivación que les permitan cambiar sus hábitos, realizando una actividad física mientras se adquiere conocimiento. Este proyecto tiene una trascendencia que va más allá de lo individual, ya que el fin mayor social agrega un factor adicional de estímulo para se sumen y sean parte de nuestra comunidad: **Move3**.

Ver presentación

**CLICK ACÁ**



## 2. Propuesta de proyecto

### Problema

#### Epidemia de sobrepeso y obesidad

Los problemas vinculados al exceso de peso constituyen uno de los principales desafíos para la salud pública del siglo XXI. La obesidad en adultos es uno de los factores determinantes que explican el crecimiento de las principales causas de mortalidad y morbilidad en el mundo. Se estima que gran parte de la carga de las enfermedades crónicas no transmisibles (ECNT) son atribuibles al exceso de peso, principalmente en el caso de la diabetes, las enfermedades cardiovasculares, accidentes cerebrovasculares y diversos tipos de cánceres.<sup>1</sup>

La obesidad es una enfermedad de alta prevalencia a nivel mundial. En 1997, fue declarada epidemia a nivel global por la Organización Mundial de la Salud y se estima que entre 1975 y 2016 la prevalencia de la obesidad en el mundo se ha triplicado. Según los datos de la OMS el 39% de las personas adultas de 18 años o más tienen sobrepeso, y el 13% obesidad.<sup>2</sup>

En Argentina, según los datos de la 4° Encuesta Nacional de Factores de Riesgo (ENFR) la situación es similar.<sup>3</sup> Dos tercios de los adultos tienen sobrepeso u obesidad, es decir 6 de cada 10 personas. El exceso de peso por autorreporte (la suma del sobrepeso y la obesidad), aumentó de modo continuo a lo largo de las cuatro ediciones de la ENFR: 49%, 53,4%, 57,9% y 61,6% en las ENFR 2005, 2009, 2013 y 2018, respectivamente. Este crecimiento ha sido mayormente a expensas de la obesidad que, aumentó casi un 75% entre el 2005 y el 2018. La prevalencia de exceso de peso por autorreporte fue mayor en varones que en mujeres (68,5% frente a 55,0%). Según mediciones objetivas, la prevalencia de exceso de peso en la ENFR 2018 fue aún mayor que la autoreportada (66,1% frente a 61,6%). De este 66,1% prácticamente la mitad tiene sobrepeso (33,7%) y la otra mitad obesidad (32,4%) con una diferencia de más de 10 puntos porcentuales entre el primer y el quinto quintil (35,2% y 25,5%, respectivamente).

La frecuencia de obesidad por mediciones objetivas presentó asimismo un gradiente descendente a medida que aumentó el nivel de educación. Lo mismo sucedió respecto de los quintiles de ingresos, donde el quintil más bajo presentó una prevalencia 10 puntos porcentuales más que el quintil más alto (35,2% frente a 25,5%). No se observaron diferencias según sexo ni cobertura de salud.

La misma encuesta también evaluó la prevalencia de actividad física, que demostró tener un descenso con respecto a la edición anterior: 44,2% en 2018 versus 54,7% en 2013. Resultó mayor el descenso de la actividad física en mujeres respecto de varones (46,6% y 41,5%, respectivamente) y más alta en adultos mayores y en personas de menores ingresos (47,3% en el primer quintil frente a 37,8% en el quinto).

En los niños y adolescentes la problemática del sobrepeso y obesidad también crece de manera alarmante. Más del 40 por ciento tienen sobrepeso y obesidad en Argentina. La obesidad infantil es una ventana abierta a las consecuencias sanitarias en la edad adulta con la aparición y emergencia

de enfermedades crónicas no transmisibles.<sup>4</sup> Por primera vez en más de 100 años, la esperanza de vida de nuestros niños está disminuyendo debido a un aumento en el sobrepeso. El 30% de niños en edad escolar tienen sobrepeso y 6% obesidad, y unos 4 millones de personas, de todas las edades, mueren anualmente por su causa.

En el caso de los adultos, la OMS define el sobrepeso y la obesidad como se indica a continuación:<sup>5</sup>

- sobrepeso: IMC (índice de masa corporal) igual o superior a 25
- obesidad: IMC (índice de masa corporal) igual o superior a 30

En resumen, la problemática que abordaremos es de carácter epidémico; con una prevalencia que se ha duplicado en los últimos 25 años y en donde en nuestro país dos tercios de los adultos tienen sobrepeso u obesidad.

## Sedentarismo y adicción a tecnología pasiva

Otro de los factores de riesgo de mayor importancia es el sedentarismo ya que la ausencia de actividad física adecuada altera la función endotelial y favorece la aparición de otros factores de riesgo como la hipertensión arterial, diabetes, alteraciones lipídicas, además del sobrepeso y obesidad.

Está demostrado que el ejercicio físico habitual favorece la prevención del infarto de miocardio, accidente cerebrovascular y distintos tipos de cánceres. Además, mejora la salud ósea y funcional de las articulaciones, es fundamental para el equilibrio calórico y el control del peso con reducción del sobrepeso y obesidad, disminuye el envejecimiento celular, el riesgo de caídas en adultos mayores y mejora la performance sexual.<sup>6</sup>

No obstante, el sedentarismo se encuentra en constante crecimiento en nuestra sociedad desde hace varios años. Aparece ya en épocas tempranas de la vida y aumenta con la edad. En la actualidad, y con el advenimiento de la tecnología, el hábito sedentario en niños está teniendo una prevalencia cada vez más alta.

En Argentina, menos del 20% de los adolescentes realiza la actividad física sugerida para su edad y esta prevalencia es mayor en las mujeres adolescentes, de las cuales solo el 12% cumple con los requisitos mínimos para considerarse activa. En cuanto a la población adulta, la mitad es sedentaria y en los adultos mayores asciende al 60%. Estos datos confirman la enorme importancia del problema.<sup>7</sup>

Las recomendaciones actuales sobre actividad física se pueden dividir según el grupo etario:

- Niños y adolescentes: un mínimo de 60 minutos diarios de actividad física intensa o moderada.
- Adultos y adultos mayores: un mínimo de 150 minutos semanales de actividad aeróbica de moderada intensidad o 75 minutos semanales de actividad física intensa.

## Multifactorialidad de la obesidad

La obesidad es una enfermedad multifactorial altamente compleja, donde interactúan y pueden influir de distintas maneras factores genéticos, biológicos, psicológicos, conductuales, familiares, sociales, culturales y ambientales. Las estrategias basadas en la mejor evidencia disponible para abordarla requiere de la integración de diferentes intervenciones: dietéticas, nutricionales, físicas, conductuales, psicológicas y, si es necesario, farmacológicas y quirúrgicas. Dichos tratamientos se implementan a través de equipos multidisciplinarios.

Dadas la magnitud del problema y la dificultad del abordaje por su multifactorialidad, está claro que se necesitan enfoques complementarios para abordar e intentar ayudar a un gran número de personas que padecen de obesidad o están en riesgo de sufrirla.

La singularidad de nuestro proyecto radica en la incorporación del aprendizaje en movimiento, con la finalidad de mejorar nuestros hábitos y ayudar al prójimo. Acciones individuales que generan cambios colectivos.

Existen varios motivos por los cuales una gran cantidad de participantes querrán sumarse y comprometerse: recibir apoyo para cambiar hábitos (mensajes motivacionales), el efecto de "subirse al mismo vagón" junto a muchas otras personas, la mejoría individual de la salud, bienestar y el fin social.



Conocimiento, Cuerpo  
y Corazón en acción.



### 3. Solución

Proponemos una solución de triple impacto ("Triple C") que ofrece la posibilidad de aprender (Conocimiento) durante la realización de una actividad física (Cuerpo) y a su vez, que esta actividad se traduzca en acciones solidarias (Corazón).

Desarrollaremos una plataforma que permita vincular la escucha de contenidos de audio digital (podcasts) con el consumo calórico mientras se realiza alguna actividad física. Las calorías individuales y colectivas acumuladas por los usuarios generarán un token digital que denominamos "CalCoins". Dichos CalCoins tendrán un valor determinado que permitirá que distintos tipos de aporte sean destinados a proyectos de ayuda social y sumarán también para beneficios individuales relacionados a bienestar y calidad de vida.

**Conocimiento:** Move3 será una plataforma que permitirá capacitarte en movimiento y traducirlo en acciones y beneficios para los demás y para uno.

Con Move3 podrás certificarte en distintas disciplinas, mientras realizas cualquier actividad física aeróbica de manera segura y que te permita aprender mientras la realizás.

Move3 se asociará con distintos Institutos y Universidades permitiéndolo a los alumnos, cursar parte de sus contenidos, en movimiento, consumiendo calorías que a través de los Calcoins se traducirán en acciones solidarias colectivas.

A su vez ofreceremos diversas categorías de podcasts (arte, cultura, salud, tecnología, bienestar, etc.) de desarrollo propio más contenidos previamente curados de otras plataformas digitales existentes. Las mismas a su vez tendrán subgrupos por duración de la actividad. Permitiendo que los usuarios puedan adecuar su tiempo de conocimiento con el de la actividad física que tiene disponible a realizar en momentos determinados de su día.

**Cuerpo:** motivaremos para que inicien o intensifiquen un plan de actividad física regular, usando nuestra plataforma como medio. Aquí podrán elegir el tipo e intensidad de la actividad y lo que quieran escuchar de acuerdo a sus preferencias. Al finalizar la actividad, la aplicación registrará las calorías consumidas durante el entrenamiento, las cuales se irán acumulando luego de cada sesión. Por otra parte utilizando algoritmos de inteligencia artificial, enviaremos mensajes motivacionales a los distintos grupos definidos, para generar cambios cognitivo-conductuales de hábitos, en pos de mantener adherencia y compromiso con los objetivos de cada individuo.

**Corazón:** más allá de los beneficios cardiovasculares dados por un plan de ejercitación regular, nuestra tercera "C" se refiere al corazón solidario que tendrá nuestra comunidad a través del esfuerzo que realizará para obtener y acumular cada vez más CalCoins que serán las que generan la donación a las organizaciones destinadas a la ayuda social específica.





## Suscripción a la Plataforma

La plataforma estará disponible a través de una App para teléfonos celulares con tecnología IOS y Android. La misma deberá ser bajada desde los stores respectivos.

El acceso a la App será libre y gratuito, siempre y cuando se completen los datos requeridos de inicio y se consienta para el uso anonimizado de los datos que se recolecten.

## CalCoins

Los CalCoins serán un token cuyo uso será únicamente dentro de la aplicación, no serán comprados ni comercializados por fuera de ésta, no será una criptomoneda, por ende el valor del mismo no lo determinará el mercado. El valor va a ser fijado por el equipo y podrá variar según el crecimiento del proyecto (Ej: 1 CalCoin = US\$0.5).

Los CalCoins generados tendrán un límite mensual tanto individual como global, esto quiere decir que cada usuario tendrá un tope máximo de CalCoins que puede obtener cada mes, también se aplicará un límite universal mensual, que al cumplirse, ningún usuario podrá seguir generando CalCoins hasta que comience el próximo mes.

Los CalCoins serán valores enteros, sin decimales.

## ¿Cómo se gana una Calcoin?

1. **Por calorías consumidas** mientras se realiza una actividad física y se registra la escucha de un podcast.
2. **Por Gamification:** bonus extra por responder trivias luego de escuchar el podcast
  - Objetivos cumplidos: Metas propias de la persona.
  - Competencia con amigos
  - Persistencia (ej: bono por caminar 5 km/día 7 días seguidos)
  - Persistencia en el uso (ej: bono por abrir la app 30 días seguidos)
  - Por escuchar los primeros 10 o 100 podcasts
  - Top 10: por ser el usuario que más podcast/km\_x\_hora/calorías escuchó / gastó / ganó en el día / semana/mes

## Tesorería solidaria

Un porcentaje fijo de los tokens generados por los usuarios van a ser destinados a la tesorería solidaria, estos fondos de CalCoins acumulados serán convertidos en dinero real al final de cada mes y su finalidad serán los proyectos de ayuda social seleccionados.

## Balance de CalCoins individual y global

En esta sección el usuario podrá visualizar la cantidad de tokens acumulados tanto individual, como globalmente. Los usuarios podrán votar y elegir la fundación o institución que recibirá los fondos. Los usuarios podrán decidir si quieren destinar una mayor cantidad de los CalCoins que obtuvieron hacia la tesorería solidaria. En el caso de que prefieran acumularlos, también brindaremos una amplia variedad de beneficios junto a nuestros sponsors y marcas que quieran participar, por ende, los usuarios podrán canjear sus tokens dentro de la aplicación por descuentos y distintos productos o servicios.

## Transparencia

Tanto la plataforma como la página web y nuestras redes sociales publicarán las donaciones efectuadas en cada período. Difundiremos testimonios y fotos de cada evento, con la participación de los referentes de las organizaciones, autoridades e influencers según el caso.

## Beneficios para usuarios

El beneficio principal que pretendemos lograr con esta plataforma tiene que ver con las iniciativas para ayudar a cambiar hábitos y/o sostener los buenos. Para este fin, planificaremos una serie de mensajes motivacionales que serán personalizados de acuerdo a los clusters que se definan en función de los perfiles de usuarios.

Estos mensajes individualizados estarán basados en los conceptos de la economía del comportamiento como uno de los pilares del tratamiento de la obesidad conocido como terapia conductual o cognitivo-conductual. Dado que nuestro cuerpo y nuestra mente están profundamente conectados, la terapia conductual es una opción de tratamiento de la obesidad que tiene en cuenta esta conexión. Son una herramienta más que ayudan a los pacientes a alcanzar sus metas de salud.

La lógica de los mensajes customizados es la de ayudar a identificar patrones en pensamientos, emociones y comportamiento que hacen comer más y aumentar de peso. Comer porciones grandes, picar bocadillos con frecuencia y/o comer o beber cuando no tiene hambre son solo algunos de los patrones que se puede tener con respecto a la comida. El enfoque de la terapia conductual es capacitar a las personas que viven con sedentarismo, sobrepeso y obesidad para que realicen cambios sostenibles que mejoren su salud, así como también promuevan su autoestima y confianza.

El beneficio individual redundará en el beneficio colectivo a través de las donaciones. Otras opciones de índole individual para los usuarios es que podrán obtener beneficios específicos de acuerdo a la oferta generada por los patrocinadores de la plataforma, tales como: cursos y certificaciones de distintas disciplinas, acceso a opciones de descuentos en locales gastronómicos, deportivos, telefonía y tiendas de ropa.



## Beneficios para empresas sponsors

Las empresas que decidan sumarse como sponsors tendrán mecanismos innovadores y de alto impacto social donde destinar sus acciones y presupuesto de RSE.

Por otra parte, la expectativa del caudal de usuarios esperados implicará también una vía para llegar masivamente con acciones de marketing y/o de educación a través de publicidades y podcasts, respectivamente.

De esta manera, podrán participar, ya sea por presupuestos de marketing o por presupuestos del área de recursos humanos para mejorar la educación o bienestar de sus propios empleados.

A modo de resumen, los beneficios de las empresas podrán darse en una o más de las siguientes categorías:

1. Canalizar iniciativas de RSE a través de nuestro proyecto, que garantizará un destino genuino y transparente de fondos
2. Publicidad de marca a través de nuestra plataforma y la web con una expectativa de visitas exponencial
3. Promoción de beneficios de marca, a través de descuentos exclusivos a los usuarios
4. Posibilidad de ofertas educativas para uso in-company o abiertas a la comunidad por medio de los podcasts, con certificaciones académicas
5. Beneficios corporativos in-company para los empleados que usen la aplicación y generen CalCoins, que podrán ser canjeados por los beneficios definidos por RRHH

## Segmento de usuarios

Nuestra idea creará valor primariamente para aquéllas personas/usuarios con un estilo de vida sedentario, con sobrepeso y/o obesidad. Secundariamente, agrega valor a la sociedad en su conjunto, ya que los cambios de hábitos registrados por los usuarios en la Plataforma beneficiarán de forma directa a aquéllas personas con necesidades básicas insatisfechas. La plataforma permitirá que grupos de usuarios puedan agruparse con la intención de lograr objetivos comunes tanto de bienestar personal/grupal, como solidarios.

Los profesionales de la salud son otro segmento relevante ya que su participación es clave para la escalabilidad del Proyecto. Los mismos a su vez se beneficiarán de formar parte de una red colaborativa y de educación médica continua a través de la Plataforma. Así como los usuarios generales podrán obtener beneficios relacionados a bienestar, salud alimentaria y física, los profesionales de la salud tendrán la posibilidad de obtener apoyo para distintas propuestas formativas y de educación médica continua en temas relacionados al mejoramiento de la calidad de vida.

## Podcasts

Ofreceremos una curaduría de distintos tipos de contenido de audio, tanto propios como también de plataformas externas (Ej: Spotify). Según la actividad física que el usuario indique en la app y realice mientras escucha el contenido, se le otorgarán las calorías correspondientes como "CalCoins".



La aplicación utilizará tecnología sincronizada al movimiento de los dispositivos móviles y algoritmos especiales para poder saber cuando el usuario está escuchando contenido dentro de la app mientras realiza algún tipo de actividad física.

Se establecerán límites diarios de escucha de podcasts para la acumulación de CalCoins de 1<sup>1/2</sup> (una hora y media). No obstante, en caso se supere este límite se podrá seguir escuchando el podcast actual o uno nuevo, pero sin la posibilidad de acumular más tokens. La aplicación enviará una alerta con dicha información cuando el usuario esté llegando a los límites establecidos.

Las temáticas serán variadas para abordar diferentes intereses. Las producciones propias se realizan con referentes en los distintos temas, algunas de ellas se abordarán en forma de entrevista para hacer más dinámica la escucha.

La duración promedio será de 15 minutos por contenido, es decir que en una actividad física de tiempos normales (1 hora) se podrán escuchar hasta cuatro contenidos para sumar "CalCoins". Dentro de los mismos, los sponsors podrán tener distintos espacios de promoción, como por ejemplo, auspicios o anuncios dentro del contenido.

La renovación de los Podcast será dinámica, para ofrecer a los usuarios nuevos contenidos permanentemente, con temas de actualidad que generen interés para su escucha.

Los contenidos educativos, que se puedan generar a través de acuerdos con universidades o instituciones podrán dar a los usuarios distintos niveles de reconocimiento de los contenidos escuchados.

## Perfilamiento de usuarios

Los usuarios serán perfilados en función de los datos que se recolectarán tanto en el momento del enrolamiento a la plataforma así también como la información que aporte al momento de realizar la actividad física.

Al enrolarse en la plataforma se le solicitará la siguiente información:

- Edad
- Género
- Actividad: estudiante, trabajador activo
- Nivel de estudio
- Sector de la actividad laboral
- Estado civil
- Actividad física habitual / de preferencia: caminar, correr, bicicleta
- Frecuencia semanal
- Tiempo promedio de cada actividad
- Nivel de la actividad: leve - moderado - intenso
- Datos antropométricos: peso, talla, y perímetro de cintura

Con cada inicio de sesión, antes de iniciar la actividad física el usuario deberá:

- Seleccionar un podcast de la galería de podcasts



- Validar si usará o no su smart watch para la actividad
- Definir qué tipo de actividad realizará
- Anticipar un nivel de intensidad estimado

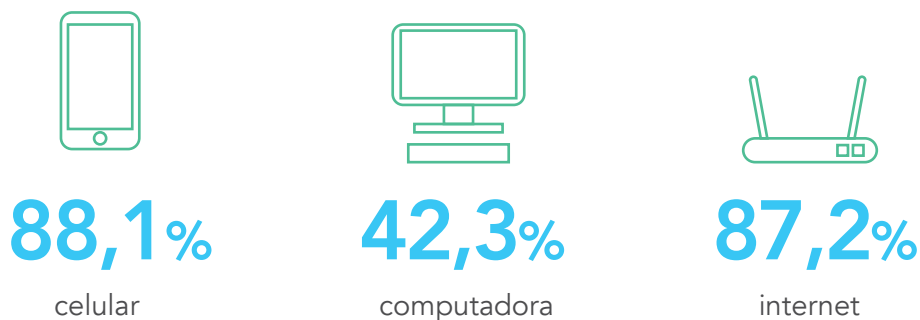
Al finalizar cada sesión de escucha podcast / ejercicio, la app consignará la cantidad de calorías gastadas y las acumuladas; y a su vez, podrá interactuar con el usuario ofreciéndole:

- Trivias relacionadas con el podcast escuchado
- Puntuación de los podcasts
- Invitar a otros participantes

### Pobreza, obesidad y accesibilidad a nuestra plataforma

Tanto en Argentina como en el mundo, la obesidad dejó de estar asociada a países y personas de ingresos altos. Por el contrario, es cada vez más un problema de las poblaciones vulnerables. Las tendencias y las diferencias sociales en la obesidad hacen que las minorías y aquellos estratos de la población con menor nivel educativo y socioeconómico puedan ser los más afectados.

Con 47,3 millones de habitantes, Argentina es uno de los países de la región con mayor penetración de la telefonía móvil. En Argentina hay 39,9 millones de usuarios únicos de teléfonos celulares, según el estudio Mobile Regional Insights, que elabora la Mobile Marketing Association. Según sondeos realizados por la consultora Deloitte, 91% de los encuestados en la Argentina respondió que posee un "smartphone", más que México (89%), Brasil (87%) e, incluso, los Estados Unidos (82%).<sup>6</sup>

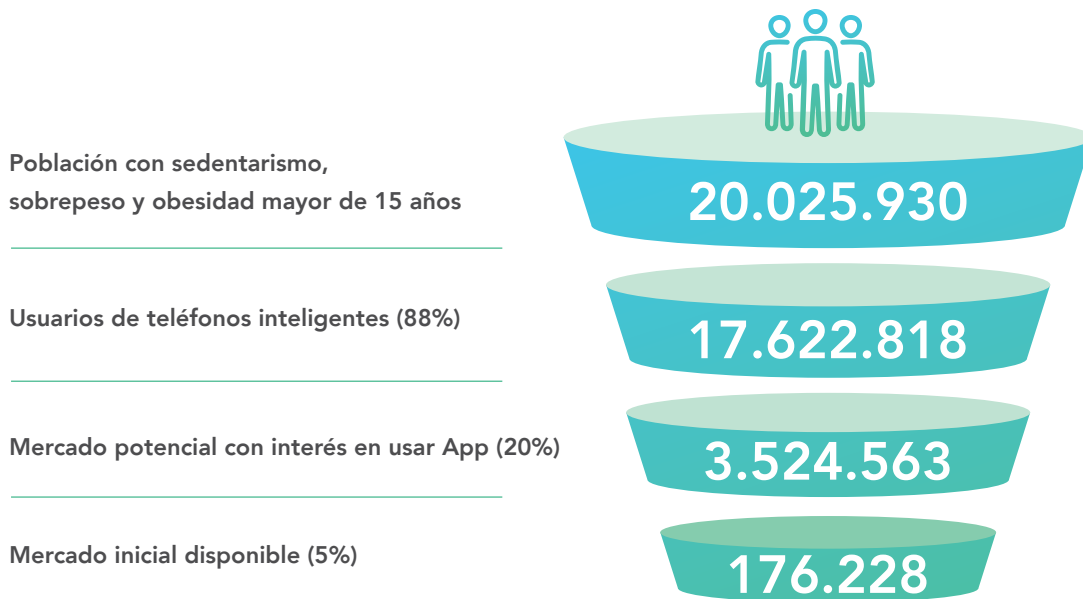


Estas estadísticas nos alientan a pensar que las poblaciones más vulnerables, como aquellas de menores ingresos, también podrán acceder a nuestra plataforma sin restricciones.

Más aún, nuestra tecnología generará poco consumo de datos celulares y además permitirá la descarga de sus contenidos off-line.

## Mercado potencial

Como se ve en el siguiente gráfico, estimamos alcanzar en el primer año luego del lanzamiento a un mercado potencial de alrededor de 176 mil usuarios, con una tasa de penetración progresiva y gradual en los años subsiguientes.<sup>8-9-10</sup>



## Estrategias de visibilización

Utilizaremos distintas herramientas y plataformas para comunicarnos con nuestra población objetivo con el fin de lograr el target inicial mencionado para el primer año y aumentarlo exponencialmente en los próximos años.

En el mundo de hoy, con el dominio de los medios digitales y los consumidores convirtiéndose en prosumidores (persona que consume y produce a la vez), necesitaremos utilizar una estrategia de marketing omnicanal. Eso significa aprovechar todos los canales de marketing que debemos trabajar para crear una experiencia fluida con los usuarios.

Estos son algunos de los canales que utilizaremos en nuestras campañas para atraer usuarios:

**Búsqueda orgánica:** se refiere a los resultados de búsqueda que no son de pago en un motor de búsqueda. Este canal generará visitantes cuando alguien haga clic en un enlace en la página de resultados de un motor de búsqueda (SERP, search engine results page) que apunte a nuestro sitio. Es decir, optimizaremos nuestra página web para incrementar la cantidad y calidad de su tráfico desde los resultados orgánicos de los motores de búsqueda (SEO: search engine optimization, optimización para motores de búsqueda).

**Video marketing:** Este canal nos permitirá distribuir contenidos y anuncios en formato vídeo.

**Redes sociales:** con el objetivo de llevar tráfico a la App y página web, además de generar engagement con nuestro producto. Utilizaremos Instagram, Facebook, Twitter, LinkedIn, Discord,

WhatsApp y Telegram, entre otras.

**Email marketing:** por medio de este canal llegaremos a una gran red nacional de profesionales de la salud (más de 8 mil) para invitarlos a ser parte de esta comunidad y que a su vez, ellos mismos puedan convocar a sus pacientes.

**Patrocinios:** de las empresas sponsors y potenciales empresas cliente

**Boca a boca:** no lo usaremos, nos lo ganaremos

### Competencia y diferenciales

Si bien el mercado de las Apps y plataformas relacionadas a la salud está en auge, en general están enfocadas a una o dos categorías específicas, tales como telemedicina, bienestar corporativo, promoción y prevención de la salud y recientemente nuevas tendencias en aplicaciones de jugar o ejercitar para ganar.

Nuestro aporte diferencial a todas estas plataformas, es que la nuestra encuentra un equilibrio en casi todas estas categorías y además agrega el componente social o de ayuda solidaria, como se ve en el siguiente gráfico:



### Alianzas estratégicas con ONG's

Nuestro proyecto se vinculará con organizaciones civiles sin fines de lucro (ONG's) existentes, registradas en la base del OSC (Organización de la Sociedad Civil) en el CENOC (Centro Nacional de Organizaciones de la Comunidad) del Ministerio de Desarrollo Social.

Solo trabajaremos con organizaciones que respeten criterios de transparencia y buenas prácticas, brindándoles un canal seguro y eficiente para recibir donaciones. De esta manera tendremos la garantía de generar alianzas con Entidades que ya estén desarrollando e implementando programas de ayuda a la comunidad.

Para poder ser incluidas en la plataforma, la acción de las mismas, deberá estar dirigida a algunos de los ejes temáticos de triple impacto que tiene nuestra plataforma: bienestar de la población, prevención de afecciones relacionadas con el sedentarismo y la obesidad, así como a la divulgación de conocimiento científico, educación y a la cultura del cuidado del medio ambiente y la economía social en general.

La plataforma no tendrá pertenencia ni afiliación partidaria alguna.

Los usuarios seleccionarán periódicamente a qué entidad quieran apoyar mediante su aporte de Calcoins a la tesorería solidaria, y en definitiva quienes generen el acto donativo en sí.

Para cumplir esta acción, se realizarán alianzas a través de convenios específicos con dichas ONG's para la entrega de las donaciones recibidas a proyectos que ya estén en curso y divulgados por las mismas.



## 4. Tecnología

Crearemos dos plataformas con la ayuda de un partner tecnológico, que nos brindará apoyo para el desarrollo y mantención de ambas. Las plataformas consistirán en una App para dispositivos móviles (IOS / Android) y una página web. Estas tendrán fines distintos y abordarán diferentes puntos claves del proyecto, los cuales definiremos a continuación.

La aplicación será nuestra herramienta tecnológica principal, y de la que dependerá el éxito del proyecto.

El siguiente cuadro detalla los módulos y funcionalidades que tendrá la App:

Módulo	Funcionalidades
Setup	Repositorios, instancias y ambientes APP
Setup	Repositorios, instancias y ambientes API
Setup	Repositorios, instancias y ambientes WEB
Setup	Repositorios, instancias y ambientes Backoffice
Autenticación	Registro, Login, Validación de Email, Recupero de contraseña, Autenticación nativa (usuario y contraseña de la app)
Autenticación	Autenticación con Google
Autenticación	Autenticación con Facebook
Sección mi cuenta	datos personales, cambio de contraseña, cambio de email
Sección mi cuenta	Histórico de Calorías, histórico de transacciones de Calcoins, histórico de podcast, ONGs a las que aportó, Mis beneficios redimidos
Sección mi cuenta	Gestión de dispositivos vinculados
Sección Redimir Calcoins	Navegar Beneficios
Sección Redimir Calcoins	Redimir Beneficios
Sección Redimir Calcoins	Navegar ONGs
Sección Redimir Calcoins	Donar a ONGs
Módulos técnicos	Lector de ubicación y seguimiento GPS
Módulos técnicos	Lector de aplicativo de salud de Iphone
Módulos técnicos	Lector de aplicativo que contenga datos de salud o podómetro en Android (requiere instalación de app HEALTH propia de google)
Módulos técnicos	Reconocer capacidad de sensor del dispositivo
Módulos técnicos	Notificaciones push
Módulos técnicos	Conexión con spotify
Sección hacer ejercicio	Búsqueda de podcast: "me gusta / no me gusta", Podcast más populares, Búsqueda por Categorías/Subcategorías,
Sección hacer ejercicio	Contenido Recomendado/Patrocinado
Sección hacer ejercicio	Posibilidad de concatenar podcasts, reanudar podcasts escuchados parcialmente
Sección hacer ejercicio	Iniciar una sesión de ejercicio
Sección hacer ejercicio	Listas de podcast a escuchar recomendados para el usuario
Sección hacer ejercicio	Armar mi lista de podcasts. Compartir mi lista de podcast.
Sección hacer ejercicio	Trivia al finalizar el podcast
Sección hacer ejercicio	Métricas detalladas de consumo de podcast, pausa y reanudar
Home de la app	
Ayuda al usuario	Función de Onboarding
Ayuda al usuario	FAQs
Ayuda al usuario	Contactar con Soporte
Diseño	Home
Diseño	Registros, login, mi cuenta, modificación de datos, históricos de uso
Diseño	Realizar ejercicio, búsqueda de podcast, iniciar, pausar, continuar, ejercicios anteriores

<b>Diseño</b>	Mis calcoins
<b>Diseño</b>	Navegar y Donar a ONGs
<b>Diseño</b>	Navegar y Redimir Beneficios
<b>Gestión de administradores</b>	Alta, Baja y Modificación
<b>Gestión de administradores</b>	Segundo factor de autenticación vía email.
<b>Gestión de administradores</b>	Roles: Rol administrador y Superadmin (Puede editar administradores y configuraciones globales)
<b>Gestión de administradores</b>	Bloqueo Automático y manual
<b>Gestión de Beneficios</b>	ABM: Logo, Imagen promocional, Fotos testimoniales, título, información extra, links, objetivos, límites
<b>Gestión de Beneficios</b>	Categorización de Beneficios
<b>Gestión de Beneficios</b>	Métricas y estadísticas de uso, redenciones
<b>Gestión de ONGs</b>	ABM: Logo, Imagen promocional, Fotos testimoniales, título, información extra, links, objetivos, límites, etc. Otras formas de ayudar
<b>Gestión de ONGs</b>	Métricas y estadísticas de donaciones recibidas.
<b>Gestión de ONGs</b>	Histórico de Votos recibidos, Donaciones efectuadas
<b>Gestión de Catálogo de podcasts</b>	Conexión con spotify
<b>Gestión de Catálogo de podcasts</b>	Trivias al finalizar el podcast
<b>Gestión de Catálogo de podcasts</b>	Búsqueda en spotify, agregar a CONENMOV
<b>Gestión de Catálogo de podcasts</b>	Categorización propia
<b>Gestión de Catálogo de podcasts</b>	Creación de listas de podcasts
<b>Gestión de usuarios</b>	Búsqueda, modificación, bloqueo, activación manual
<b>Gestión de usuarios</b>	Detección de fraudes
<b>Gestión de usuarios</b>	Estadísticas del usuario
<b>Gestión de usuarios</b>	
<b>Gestión de contenidos</b>	Estadísticas globales
<b>Gestión de consultas de soporte</b>	Faqs, tutoriales, ayudas, contenidos estáticos, TyC
<b>Envío de notificaciones push manuales</b>	
<b>Envío de notificaciones push manuales</b>	Manuales
<b>Gestión de patrocinadores</b>	Configuración de parámetros de notificaciones automáticas
<b>Sección de Configuración Global</b>	ABM, Donaciones, eventos, fotos.
<b>Control de emisión de Calcoin</b>	
<b>Control de emisión de Calcoin</b>	Proyección de deuda emitida y a emitir
<b>FrontEnd</b>	Configuración de Límites
<b>FrontEnd</b>	One Page Site estatico
<b>FrontEnd</b>	Estadísticas de uso dinámicas (Cantidad de calcoins generadas, usuarios, etc)
<b>FrontEnd</b>	Beneficios, ONGs y Patrocinadores dinámicos
	Diseño

## Cálculo de las calorías consumidas

Se utilizarán distintos métodos de cálculo complementarios entre sí, los cuales convivirán dependiendo de la capacidad del dispositivo y de la detección del tipo ejercicio.

En todos los métodos se va a tener en cuenta para el cálculo de calorías consumidas y acceso a las Calcoins, la altura, el peso y la edad del usuario.

Método	Requiere	Técnica	Ejercicios incluidos
Declarativo	-	La persona indica el tipo de ejercicio manualmente y escucha el podcast. Se tiene en cuenta el tiempo escuchado del podcast con el ejercicio declarado	Todos
Pasos	Dispositivo con podómetro	La persona escucha el podcast y se tiene en cuenta los pasos realizados durante ese período	Caminata, Caminata Rápida, Trote, Correr
GPS	Dispositivo con GPS	La persona escucha el podcast y se tiene en cuenta la distancia recorrida (junto con datos biométricos) para calcular los pasos	Caminata, Caminata Rápida, Trote, Correr
Frecuencia Cardíaca	Sensor de ritmo cardíaco	Se captura el ritmo cardíaco como validador del ejercicio y desde ahí se calcula el consumo de calorías	Aeróbicos

## Inteligencia Artificial (IA)

La evolución tecnológica en general y de la inteligencia artificial en particular nos obliga a considerar la incorporación de herramientas de analítica de negocios a nuestros modelos operativo y de negocio para tomar decisiones basadas en datos. De esta manera nos proponemos operar de manera eficiente y dinámica, con el fin de generar y captar valor para nuestros usuarios y clientes. Iniciaremos este camino con la recolección consciente y de suficiente cantidad de datos que nos permitan explorar y explotar nuevas oportunidades.

Los datos relevantes a recopilar incluirán datos estructurados, semiestructurados y algunos no estructurados. Dentro de los datos estructurados incorporaremos edad, género, nivel educativo, actividad laboral, tipo de actividad física, frecuencia, intensidad, intereses personales y CTR (click through rate o tasa de clicks). Los datos semiestructurados incluirán lectura de mensajes y los no estructurados: categoría de podcasts escuchados, tiempo de escucha de los podcasts y condiciones de salud que puedan limitar la actividad.

Les preguntaremos a los usuarios si autorizan el envío de mensajes educativos y motivacionales para ayudarlos a cambiar sus hábitos. De acuerdo a las respuestas obtenidas, dividiremos a la población en aquéllos que rechazan el envío de mensajes y los que aceptan. A éste último grupo lo subdividiremos en aquéllos que recibirán mensajes estándar y finalmente aquéllos que recibirán mensajes individualizados.

Utilizaremos algoritmos de aprendizaje supervisado para predecir comportamiento de usuarios actuales o futuros según sus atributos, utilizando regresión logística y árboles de decisión. Entre tantos usos que le daremos al uso de la IA está la de responder preguntas de negocio. Entre ellas, intentaremos predecir si los mensajes customizados y basados en conceptos de economía del comportamiento tendrán mayor adherencia al uso de la plataforma y aprovechamiento de los beneficios medidos por el CTR sobre las publicidades de los sponsors.

Una de las hipótesis que nos plantearemos será si aquéllos que eligieron recibir mensajes customizados tienen mayor probabilidad de CTR con respecto a los otros grupos. Entre otros beneficios, este aprendizaje nos permitirá sostener y/o mejorar la prima de los sponsors o buscar nuevos.

Desde lo científico y como objetivos secundarios, utilizaremos herramientas de IA y de aprendizaje automático para predecir atributos que se asocien a los cambios del peso e IMC (índice de masa corporal) entre los grupos que se generen. Utilizaremos como punto de corte un descenso promedio de al menos 5% del peso corporal en seis meses, para establecer diferencias y segmentar recomendaciones o nuevos mensajes customizados.

Componente	Tecnología
BackEnd	Net Core
BackOffice	Angular
App Mobile (Android y iOS)	Ionic
Base de Datos	PostgreSQL
Infraestructura	AWS
Inteligencia artificial	Python

## Página Web

La página web será uno de nuestros medios de marketing, en donde plasmaremos toda la información relacionada al proyecto, principalmente cuál es el problema y cómo aportamos a la solución.

También es donde difundiremos distintas campañas con marcas e instituciones de sponsors participantes que se realizarán a lo largo del tiempo.

En una segunda etapa, buscaremos integrar los NFT's a la plataforma ya sea creando un marketplace propio o acoplarnos con uno ya existente.

El objetivo será que artistas y marcas que quieran colaborar en la causa puedan publicar sus creaciones y campañas dentro de la misma página. Un porcentaje de lo recaudado será destinado a la tesorería solidaria.

## 5. Recursos financieros y no financieros

**A. Socios estratégicos:** aportaran el capital inicial a través de:

1. Fondos provenientes de sus presupuestos para iniciativas de RSE.
2. Fondos provenientes de sus presupuestos para iniciativas de RRHH de su planta (Beneficios, certificaciones, etc).
3. Inversores directos.
4. Instituciones Educativas Aliadas (Secundarias, terciarias, de posgrado, tecnicaturas y otras).

**B. Patrocinadores:** Como fuentes complementarias de ingreso de fondos tendremos empresas que podrán invertir a través de sus presupuestos de marketing digital que estarán embebidas en la plataforma. Propondremos dos tipos de auspicio:

1. Marketing en el formato habitual de publicidades
2. Difundir su marca a través de los cursos o charlas certificadas por los sponsors educativos aliados a la plataforma.

**C. Comercialización de NFTs (Token No Fungibles):** a través de una galería que pondremos a disposición de los usuarios, empresas y público en general en el marketplace de la página web.

Como socios estratégicos clave imaginamos a las empresas de distintos sectores industriales (salud, alimentación, industria farmacéutica, indumentaria deportiva, videojuegos, financiadores del sistema de salud, entre otras), sectores de servicios (gimnasios, cadenas de comidas, telefonía celular, universidades, etc.) que busquen por un lado apalancar sus actividades de Responsabilidad Social Empresaria (RSE) como también generar un espacio de Marketing en una población a la que normalmente no tienen acceso.

Según el nivel de aporte por cualquiera de estos mecanismos, categorizaremos a los sponsors en Platino, Oro y Plata. Estas categorías tendrán especificado cuánto del apoyo será destinado para la conversión de Calcoins en donaciones, cuál será la cantidad y calidad de aparición de la marca dentro de la plataforma como en la página de landing web, y la duración del mismo.

Luego habrá categorías de patrocinadores. Estas categorías tendrán espacios de presencia de marcas y productos, los cuales serán ofrecidos a los usuarios como beneficios (ej. descuentos) en función de su balance de Calcoins en sus tesorerías virtuales.

La “publicidad” in-app supone una incursión en nuevos formatos para anticiparse a la revolución que propondrán nuevas tendencias como el Metaverso, que prometen dominar la próxima década. Estas nuevas campañas ya no interrumpirán el ejercicio o el juego, sino que serán parte de él. Los usuarios, podrán ayudarse a sí mismos (ejercitarse y aprender mientras juegan) a su comunidad gamer específica (esfuerzo y beneficios colectivos y suma de Calcoins) y podrán ayudar a la población general con el efecto solidario de las donaciones.

Comercialización de NFT’s: En relación a la posibilidad de transaccionar NFT’s adquiridos por los usuarios con las Calcoins acumuladas, podremos incluir alianzas entre marcas que vayan más allá de los NFT’s mencionados: que una marca de zapatillas otorgue beneficios para la compra tanto del activo digital como en formato físico real. Buscamos que así como en el gaming, los NFT sean centrales y aparezcan como un aspiracional: estos bienes digitales únicos que inauguren un nuevo

tipo de relación con los objetos, la cultura del bienestar, los coleccionables y le sumen un acto solidario.

## A - Modelos de categorías de sponsoreo:

### SPONSOR PLATINO

- En esta categoría habrá representante de marca por industria o servicio (ej: telefónica, alimentaria, farmacéutica, etc) en la aplicación y en la página web por un periodo definido en el convenio de sponsoreo.
- Posibilidad de presencia visual de marca: su logo institucional presentado en la aplicación en distintas páginas de inicio o final de actividades a realizar (como pie de página, como eventual video a cargo del sponsor), presencia de marca en la página web.
- Presencia de audio de la marca en principio o fin de actividades: grabado por el sponsor (con determinado tiempo estipulado en segundos)

### SPONSOR ORO

En esta categoría habrá varios productos por industria o servicio (ej: telefónica, alimentaria, farmacéutica, etc) en la aplicación y en la página web por el periodo definido (un año/ mes) en el convenio de sponsoreo.

- Posibilidad de presencia visual de producto: su logo de producto presentado en la aplicación en distintas páginas de inicio o final de actividades a realizar (como pie de página, como eventual video a cargo del sponsor)
- Presencia de audio del producto en principio o fin de actividades: grabado por el sponsor (con determinado tiempo estipulado en segundos) y presencia de producto en la página web.

### SPONSOR PLATA

En esta categoría habrá varias publicidades por industria o servicio (ej: telefónica, alimentaria, farmacéutica, etc) en la aplicación y en la página web por el periodo definido (un año/ mes) en el convenio de sponsoreo.

- Posibilidad de publicidad en audio de producto - servicio - marca:

## B - Modelos de Patrocinio/ Marketing:

- Campañas de publicidad de las distintas industrias y servicios en distintos formatos: audio, video y logos, según plataforma. Por tiempo limitado a una campaña específica.
- Patrocinio de distintas entidades educativas que se sumen a través de certificaciones de distintos "audio cursos", que al realizarse a través de la plataforma, tendrán no solo la certificación de dicha entidad, sino también beneficios puntuales como descuentos y oportunidades de nuevos audio cursos a futuro.
  - Audio formación certificada por universidades en múltiples actividades
  - Idiomas
  - Salud
  - nutrición
  - ejercitación saludable según grupos etarios
  - Bienestar
  - tecnicaturas varias

Aspectos financieros generales



**30M**

Inversión  
inicial



**VAN=233M**

**TIR=134%**

Tasa de descuento 45%



**17 meses**

Periodo de  
repago



## Equipo move3



**Germán de la Llave**  
Director general

**Germán de la Llave** es médico especialista en medicina interna, geriatría y gerontología. Tiene más de 20 años de experiencia en el liderazgo de instituciones del sector de la salud. Desde su formación profesional destacan sus posgrados en efectividad clínica (IECS – Escuela de Salud Pública de Harvard), en calidad en servicios de salud (UCA), en dirección de empresas de salud (IAE), en economía de la salud y fármaco-economía (York), además de un máster en administración de negocios (UP).

Colaboró para la SSSalud en la elaboración del PMOe, fue investigador del Centro de Investigaciones Epidemiológicas de la Academia Nacional de Medicina en el comité de seguridad de la atención médica y prevención del error médico.

Ha tenido roles gerenciales en distintas empresas de medicina prepaga y directivos en la industria farmacéutica, habiéndose desempeñado como Director de Acceso y Asuntos de Gobierno en AstraZeneca para el Cono Sur. Actualmente es consultor independiente y asesor de varias empresas farmacéuticas y biotecnológicas nacionales y multinacionales; es profesor universitario de posgrados en UBA, UB y Academia Nacional de Medicina, miembro del ecosistema de innovación de salud del IAE (The Hive) y alumno del Programa de Alta dirección e Innovación de la Escuela de Negocios de Berkeley, California.



**Lisandro Kors**  
Director comercial y finanzas

**Lisandro Kors** se graduó de médico en la Facultad de Medicina de la Universidad de Buenos Aires (UBA), Argentina. Realizó la residencia de Medicina Interna en el Instituto de Investigaciones Médicas Alfredo Lanari. Es especialista en geriatría y gerontología. Tiene más de 25 años de experiencia en la asistencia médica y en roles de liderazgo de instituciones de la salud.

En su largo recorrido profesional ha tenido entre otros, roles gerenciales en distintas empresas de medicina prepaga y de servicios privados de la salud hasta 2007.

El Dr. Kors luego colaboró en la creación y desarrollo del Instituto de Neurología Cognitiva (INECO) y el Instituto de Neurociencias de la Fundación Favaloro. Ambas son consideradas hoy en día instituciones de vanguardia en neurociencias con reconocimiento internacional.

## Equipo move3



**Guido Arroyo**  
Director Creativo

**Guido Arroyo** es Diseñador Gráfico, cursó la carrera en la FADU - UBA e inicio sus estudios de arte y diseño en la escuela técnica Fernando Fader.

A los 17 años inicio sus primeros pasos profesionales trabajando en distintas agencias de diseño y publicidad. En 1999 se asoció con el Ilustrador y Arquitecto Fernando Buigues, desarrollando proyectos de ilustración y retoque digital profesional. En 2004 fundó su estudio, que lleva su nombre en el cuál se desarrolla profesionalmente como Director General Creativo. Rol que cumple ininterrumpidamente desde hace 22 años.

En estudio ARROYO desarrolló exitosamente todo tipo de proyectos de comunicación. Branding, campañas de producto, packaging, proyectos digitales y audiovisuales.

Su estudio se especializa en la comunicación para la industria farmacéutica, realizando proyectos para Laboratorios nacionales y multinacionales.

El estudio recibió distintos premios y distinciones a lo largo de los años por sus proyectos creativos y de calidad.

Su más reciente proyecto, es la creación de la agencia mixto®. Espacio que propone generar ideas innovadoras y creativas a partir de equipos multidisciplinarios.



**Agustín de la Llave**  
Operaciones y MKT

**Agustín de la Llave** es licenciado en administración de empresas en la Universidad Torcuato Di Tella. Con tan solo 23 años ya adquirió experiencia trabajando dentro de StartUps como TATAM (Agencia de influencer marketing) y también dentro de grandes empresas como Sony y ExxonMobil, en la que se encuentra actualmente.

Es un apasionado por el mundo Web 3 y Blockchain, en donde se encuentra hace más de 2 años aprendiendo, invirtiendo e investigando. Realizó varios cursos sobre distintos tópicos dentro del espacio, en la actualidad, está aprendiendo a programar en Solidity, que es el lenguaje de programación de la Blockchain de Ethereum, con el objetivo de poder crear distintas aplicaciones innovadoras con esta tecnología.

## 6. Timeline

Actividades	Mes																
	M01	M02	M03	M04	M05	M06	M07	M08	M09	M10	M11	M12	M13	M14	M15	M16	M17
Relevamiento de partners tecnológicos	●																
Diseño de presentación comercial		●															
Encuesta de usabilidad (prueba de campo)		●															
Relevamiento de potenciales empresas sponsors e inversores	●	●															
Relevamiento de empresas patrocinantes	●	●															
Relevamiento de ONG's	●	●															
Pitch a potenciales sponsors e inversores			●	●	●	●											
Pitch a potenciales empresas patrocinantes			●	●	●	●											
Acuerdo con Partner Tecnológico			●														
Desarrollo de Contenidos para Podcasts			●	●	●	●	●	●	●	●	●	●					
Etapas de desarrollo tecnológico																	
MVP (producto mínimamente viable)				●	●	●	●	●	●								
Etapas de desarrollo de MVP																	
Etapas de desarrollo de MVP - Etapa 1										●	●	●	●				
Etapas de desarrollo de MVP - Etapa 2														●	●		
Etapas de desarrollo de MVP - Etapa 3																●	●

## 7. Desafíos y barreras

Entre los desafíos y barreras potenciales, encontramos las siguientes categorías, las cuales tendrán su estrategia de mitigación:

1. Tecnológicas
2. Retraso en el tiempo de llegada al mercado
3. Búsqueda de sponsors e inversores
4. Falta de presupuesto para continuar el proyecto
5. Contar con la calidad y cantidad de contenidos suficientes
6. Saturación de contenidos
7. Alcanzar la penetración deseada en el primer año
8. Fraudes y generación de Calcoins de forma deshonestas.



## 8. Conclusión

Queremos aportar a la sociedad una solución a la compleja y multifactorial problemática de la obesidad y el sedentarismo utilizando estrategias innovadoras. Desde lo tecnológico desarrollaremos una herramienta complementaria a las existentes para frenar esta epidemia. Desde lo científico reforzaremos estas iniciativas de cambio de conducta a través del efecto del grupo de pertenencia o de comunidad.

Desde lo social lograremos que el sector público y empresario apoye este emprendimiento dado que su difusión y financiamiento son clave para que el destino social de los fondos lleguen hacia quienes más lo necesitan.

Estamos convencidos que este proyecto va a generar múltiples beneficios a toda la comunidad: usuarios, empresas, gobiernos en todos sus niveles, instituciones educativas, universidades, municipios y a distintas asociaciones civiles que brindan acciones solidarias.

Queremos movernos, que te muevas, movimiento de recursos, de ideas, de conocimiento, de inclusión: que el movimiento genere más movimiento y que la ideas y su ejecución tomen una nueva dinámica.



## 9. Anexos

### Anexo 1: Aspectos legales

Como primer punto de interés relacionado a los aspectos legales, vale la pena aclarar que nuestra plataforma no es ni pretende ser una historia clínica electrónica, no tendrá ningún tipo de prescripción digital, ni brindará teleconsultas. Por lo tanto, no está abarcada por las resoluciones y leyes que regulan los ítems anteriores. Sin embargo, se tratará de una plataforma que alentará la promoción de la salud y la participación ciudadana, la cual registrará variables que voluntariamente sean cargadas por los usuarios. Por lo tanto, regirán las normas que componen el escenario normativo de la Salud Digital desde los aspectos generales de su incumbencia. En este sentido, actuaremos bajo el amparo de la Ley N° 25.326 de datos personales y su decreto reglamentario 1558/2001 que cuenta con adhesiones de la gran mayoría de jurisdicciones provinciales y de la Ley N° 27.483 que aprueba el Convenio para la Protección de las Personas con respecto al Tratamiento Automatizado de Datos de Carácter Personal.

Algunos temas como la inteligencia artificial y/o algoritmos aplicados en salud resultan cuestiones que no poseen un reflejo normativo hasta el momento.

A medida que se vayan resolviendo las vacancias legales así también como la actualización de las normas vigentes en relación con las necesidades de protección y seguridad en la era digital, iremos haciendo las actualizaciones correspondientes en nuestros sistemas.

En relación a las recomendaciones individualizadas previstas de acuerdo a los clusters conformados, serán de índole general, basadas en la mejor evidencia científica disponible, no prescriptiva y con foco en cambios de conducta.

Finalmente, contaremos con un documento legal de términos y condiciones de uso de la plataforma que deberá ser aceptado al bajar la aplicación. Las cláusulas más relevantes de este documento incluirán:

- alcances de los servicios de Move3
- criterios de elegibilidad de los participantes
- limitaciones de tipos de actividad física para recolectar CalCoins
- topes máximos de acumulación de CalCoins
- porcentajes establecidos de donación a entidades sin fines de lucro
- manejo de la redención de CalCoins para beneficios individuales
- certificaciones académicas por completar cursos
- uso y privacidad de los datos

## Bibliografía

1. GBD 2016 DALYs and HALE Collaborators (2017). Fernández, Martínez, Carrasco y Palma (2017). OCDE (2017)
2. <https://www.who.int/es/news-room/fact-sheets/detail/obesity-and-overweight#:~:text=En%20el%20caso%20de%20os,igual%20o%20superior%20a%2030>
3. <https://www.argentina.gob.ar/noticias/salud-publico-el-informe-completo-de-la-4deg-encuesta-nacional-de-factores-de-riesgo>
4. <https://www.argentina.gob.ar/noticias/el-411-por-ciento-de-los-chicos-y-adolescentes-tiene-sobrepeso-y-obesidad-en-la-argentina>
5. <https://www.who.int/es/news-room/fact-sheets/detail/obesity-and-overweight#:~:text=En%20el%20caso%20de%20os,igual%20o%20superior%20a%2030>
6. <https://www.baenegocios.com/negocios/Argentina-es-el-pais-de-la-region-que-tiene-mas-smartphones-por-habitante-20180129-0022.html>
7. [https://www.argentina.gob.ar/sites/default/files/2021/06/encuesta\\_nacional\\_1.pdf](https://www.argentina.gob.ar/sites/default/files/2021/06/encuesta_nacional_1.pdf)
8. <https://www.sac.org.ar/institucional/sedentarismo-y-actividad-fisica-como-impactan-en-la-salud/>
9. <https://www.argentina.gob.ar/pais/poblacion>
10. <https://www.indec.gob.ar/indec/web/Nivel3-Tema-2-24>
11. <https://www.indec.gob.ar/indec/web/Nivel4-Tema-4-26-71>



**Muchas gracias!**