



O3 Wellbeing Solutions



Datos de la empresa	
Nombre	O3 Wellbeing Solutions, S.L.
Sector CNAE	8532
Número de empleados	5
Actividad	Investigación y servicios de formación en e-Salud y Mobile-health
Facturación	50.425 €
Año de creación	2007
Dirección	Parque Tecnológico de Madrid -PCM-. c/ Santiago Grisolia, 2. 28760 Tres Cantos, Madrid
Teléfono	667 63 28 03
Web	www.o3wellbeing.com
Persona entrevistada	Miguel Quintana
Cargo	Director

1. Proyecto empresarial y modelo de negocio

O3 Wellbeing Solutions es una microempresa que inició su actividad en 2007 para ofrecer productos y servicios para la salud, el bienestar personal y el rendimiento profesional, a través de Internet (e-Salud) y telefonía móvil (*Mobile-health*). La sociedad pertenece a su fundador y Director, Miguel Quintana, y cuenta con una pequeña participación minoritaria de un segundo socio.

En sus primeros años de vida la empresa se ha centrado, sobre todo, en la investigación y desarrollo de producto y, ya más recientemente, en difusión, comunicación y actividad comercial.

Desde su comienzo ha recibido reconocimientos y galardones por su actividad innovadora en e-Salud y *Mobile-health*:

- Premio Ingenio a la Mejor Empresa de Reciente Creación (V Premios Revista “Emprendedores” 2009).
- Semifinalista del 8º Concurso Escuela BanesPymeOrange IE Business School 2008.
- Finalista 2008 de los IV Premios Revista “Emprendedores” en la categoría Plan de Empresa.



- Premio Accésit Empresa de Base Tecnológica, Universidad Complutense de Madrid 2007.

En la actualidad, esta empresa innovadora y su creador emprendedor se plantean la necesidad imperiosa de abrirse a los mercados internacionales.

O3 es la fórmula química del ozono, cuya capa atmosférica preserva al planeta de los efectos perniciosos de los rayos ultravioleta. El ozono representa el cuidado y la protección. Wellbeing es el estado de salud y bienestar físico, psico-emocional y social, que abarca la felicidad, la realización y el rendimiento del individuo, además de su satisfacción vital. O3 Wellbeing expresa el cuidado del individuo, en lo corporal, mental y emocional, así como la preservación de su entorno, es decir, su ámbito social, laboral y medioambiental.

Desde el punto de vista conceptual, la gama de productos/servicios de O3 Wellbeing se agrupa en tres líneas principales:

- Soluciones para combatir el estrés oncológico.
- Soluciones para combatir el estrés laboral.
- Soluciones para combatir la ansiedad y aumentar el rendimiento del deportista.

Cada una de las tres líneas anteriores se ofrecen en forma virtual, tanto a través de Internet como de telefonía móvil, por lo que desde el punto de vista del soporte o canal tecnológico de suministro, los productos y servicios de la empresa se dividen en:

- Productos de e-Salud.
- Productos de *Mobile-health*.

En cuanto a la forma de materializar la venta, se trata de:

- Aplicaciones para móvil.
- Licencias para acceso *on-line*, a través de sus plataformas de servicio: Psicolearning y Psicotraining.

La plataforma Psicolearning, que presta servicios de salud laboral a empresas, es un sistema de entrenamiento de la atención y de la toma de conciencia. La adecuada regulación consciente de la atención permite reducir el estrés, modular el estado de ánimo, tomar conciencia y mejorar la atención.

Psicotraining está diseñada como una plataforma Web 2.0 de formación y entrenamiento de habilidades psicológicas para el rendimiento de deportistas.

- Formación en modalidad *e-learning* o *blended learning*.

O3 Wellbeing se dirige tanto a empresas e instituciones como a usuarios privados. Sin embargo, es en el ámbito corporativo donde la empresa aspira a alcanzar su mayor volumen de negocio. En particular:

- Empresas mentoras: consultoría, escuelas de negocio y de formación de postgrado, empresas de formación de trabajadores, etc.



- Empresas de sectores de alto grado de incidencia del estrés laboral, como telecomunicaciones, financiero, ingeniería, etc. (finalistas).
- Empresas relacionadas con la salud y el deporte: centros médicos y hospitalarios, centros de *wellness*, clubs deportivos, etc.

En cuanto a usuarios finales: profesionales médicos y profesionales de las áreas socio-sanitarias, deportistas profesionales o personas que ven en las soluciones de la empresa una oportunidad de mejorar su bienestar y calidad de vida.

Además de sus clientes, accionistas y equipo humano, son grupos de interés de la empresa:

- Sus “mentores” tecnológicos, como AMETIC (Asociación de Empresas del Sector TIC, las Comunicaciones y los Contenidos Digitales), o en desarrollo de negocio, como SECOT (*Seniors* Españoles para la Cooperación Técnica).
- Sus proveedores de servicios, toda vez que la empresa ha decidido externalizar las actividades de desarrollo.

La investigación e innovación tecnológica y el empleo de metodologías de salud de vanguardia son los instrumentos de O3 Wellbeing para crear soluciones que reduzcan el estrés y proporcionen bienestar. La calidad, asociada a la I+D+i y al desarrollo de producto, ha ocupado un lugar estratégico en esta primera etapa de lanzamiento y consolidación de la empresa:

- La gestión por procesos forma parte integral de la visión de la empresa. Actualmente está en implantación su propio modelo, como base para la mejora continua en la creación y diseño de productos y servicios, de acuerdo con la acreditación ISO 9001:2009.
- Asimismo se trabaja en la implantación de la ISO 27001, para la gestión de la seguridad de la información.
- Por otro lado, la empresa sigue las directrices de la Organización Mundial de la Salud (OMS) y de la American College of Sport Medicine (ACSM), entre otras organizaciones.

En cuanto al contenido y concepción de sus productos y servicios, la empresa se basa en el modelo *mindfulness* —atención plena— integrado en sus plataformas web y aplicaciones móviles, como sistema de entrenamiento, *coaching* especializado e intervención clínica que facilita la incorporación de hábitos, actitudes y comportamientos saludables. El programa “Mindfulness de Reducción de Estrés” (MBSR) está diseñado para reducir el estrés físico, psico-emocional y social y está basado en la práctica de meditación, técnicas de relajación y ejercicio físico para desarrollar actitudes positivas y psico-habilidades. Por otro lado, como ya se ha indicado con anterioridad, la empresa ofrece dos diferentes formas de acceso a sus productos: descarga de aplicaciones y acceso a sus plataformas de servicio.

Para el desarrollo de productos, se ha optado por la externalización hacia suministradores de confianza (*partners*), asegurándose el control del conocimiento y el *copyright* del software. La empresa está instalada en el Parque Científico de Madrid, lo que le permite disfrutar de los servicios de este y de facilidades de colaboración con la Universidad Complutense.



O3 Wellbeing ha apostado por Internet como canal de venta y Web 2.0 y por las redes sociales, Facebook, Twitter o comunidades profesionales verticales (salud, deporte, etc.), como vía de difusión y comunicación. La *Community Manager* de la empresa es una de las figuras clave de su equipo humano.

MindfulApps (www.mindfulapps.co) es la tienda *on-line* de las últimas aplicaciones móviles sobre *mindfulness* para dispositivos iPhone y sistema operativo Android. A través de ella se pueden adquirir las aplicaciones de *Mobile-health*.

La oferta de cursos de formación en *mindfulness* para profesionales, pacientes o empresas puede consultarse en la plataforma Psicolearning (www.psicolearning.es), o a través del formulario de contacto que figura en la web de la empresa (www.o3wellbeing.com).

Algunos patrocinadores de O3 Wellbeing están interesados en apoyar proyectos de investigación en el ámbito de la e-Salud y el *Mobile-health*. Entre ellos, compañías aseguradoras en salud, centros de investigación en salud mental, laboratorios farmacéuticos, centros de *wellness* o equipos deportivos. Por otro lado, en el marco de su política de alianzas la empresa ha establecido acuerdos con distribuidores, como es el caso de Bienestar Corporativo (www.bienestarcorporativo.com), Estratecno (www.estrategno.es) o ICA2 (www.ica2.com).

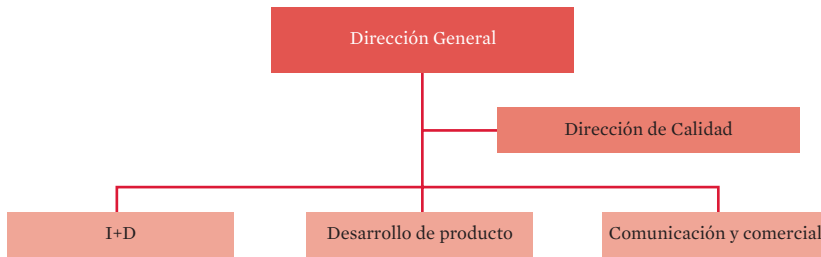
2. Organización y capital humano

Aunque se trata de una microempresa, O3 Wellbeing cuenta con una organización consolidada en la que merece destacarse lo siguiente:

- Durante esta etapa inicial de la empresa, en la que el foco ha estado en I+D y desarrollo de producto, la Dirección de Calidad no se ha limitado a actuar como *staff* de apoyo a la Dirección general, sino que ha asumido responsabilidad ejecutiva sobre el conjunto de la empresa.
- El departamento de I+D, además de la asimilación de conocimiento relacionado con *mindfulness*, estrés, psicotecnología, etc., lleva a cabo una labor permanente de vigilancia tecnológica en el ámbito de las TIC y la telefonía móvil, con el fin de desarrollar las más avanzadas aplicaciones y servicios.
- En cuanto al departamento de Desarrollo, como ya se ha comentado, la empresa ha iniciado un proceso de externalización, manteniendo el diseño y la especificación de productos y asegurándose el control del conocimiento y el *copyright* del software.
- Finalmente, como ya se ha comentado con anterioridad, la comunicación en Web 2.0 se considera un instrumento clave para el éxito de negocio, por lo que la figura de *Community Manager* adquiere una singular relevancia.



FIGURA 1
Organigrama de la empresa



La empresa, instalada en el Parque Científico de Madrid, inició su actividad tomando como base el mercado español. Sin embargo, la falta de madurez del público objetivo en relación con el concepto de *mindfulness* hace imprescindible la internacionalización del negocio. En este sentido, las prioridades se orientan hacia EEUU, Alemania y Escandinavia en primer término y posteriormente hacia Gran Bretaña, Japón y Australia, así como hacia México y Argentina.

O3 Wellbeing Solutions cuenta con un equipo multidisciplinar de profesionales con experiencia en los sectores de la medicina preventiva, de la promoción de la salud, la psicología, la meditación clínica y la ingeniería software. Es un equipo que aúna conocimientos y experiencia para crear soluciones en salud y rendimiento.

Como consecuencia de la decisión de externalizar parte del trabajo de desarrollo de producto, la plantilla de la empresa se ha visto reducida de diez personas en 2010 a la mitad en 2011. Pero ello no afecta al nivel de cualificación profesional del equipo, compuesto en su totalidad por doctores (psico-oncología, psicología del deporte, prevención de la salud, desarrollo de software). Además, la empresa potencia las relaciones sinérgicas con compañías de diferentes sectores para desarrollar productos innovadores y versátiles.

La empresa cuenta con un plan de formación anual personalizado para cada puesto de trabajo. Plan al que otorga la máxima importancia, hasta el punto de que una parte de la retribución variable de cada empleado está sujeta al cumplimiento de su plan de formación. Además de los conocimientos específicos de cada puesto se ha prestado especial atención hacia algunas disciplinas de carácter transversal como calidad, LOPD (Ley Orgánica de Protección de Datos de Carácter Personal) y seguridad de la información o dirección de proyectos.

3. Cultura de empresa

Con la aspiración de que las personas desarrollen conciencia de sí mismas y de su entorno, O3 Wellbeing es la empresa pionera en integrar *mindfulness* con aplicaciones web y



móviles para mejorar la salud, el bienestar y el rendimiento personal y corporativo. O3 Wellbeing tiene como misión el fomentar y promover una actitud pro-activa del individuo, encaminada a entrenar habilidades *mindfulness* para promover un estilo de vida saludable. Con el compromiso firme de inspirar el cuidado de la salud y la mejora del rendimiento personal y corporativo.

Para alcanzar estas metas, la empresa se sustenta en los siguientes valores:

- Equipo multidisciplinar.
Integrado por profesionales con experiencia en los sectores de la medicina preventiva, de la promoción de la salud, la psicología, la meditación clínica y la ingeniería de software. Equipo que aúna conocimientos y experiencia para crear soluciones en salud y rendimiento. Como acabamos de comentar, potencian sinergias con compañías de diferentes sectores para desarrollar productos innovadores y versátiles.
- Metodologías de salud de vanguardia, investigación e innovación tecnológica como instrumentos para crear sus soluciones.
- Concepción del producto desde la sostenibilidad, tanto en cuanto a su viabilidad técnico-comercial, como en cuanto a la duración de su ciclo de vida y presencia en el mercado.
- Modelo de calidad orientado a la gestión por procesos.

Por su propia naturaleza, la actividad de la empresa tiene una estrecha relación con el concepto de RSE. Ello significa que, en cierta medida, su negocio depende del sentido de responsabilidad social de sus clientes y, por eso mismo, se esfuerza en transmitir a sus empleados los fundamentos propios de la RSE.

Otro rasgo significativo de la cultura corporativa de la empresa es el establecimiento de alianzas y aprovechamiento de sinergias profesionales, con la idea de compartir conocimiento y desarrollar soluciones en colaboración.

4. Estrategia y posicionamiento

La calidad y la I+D+i son los soportes estratégicos en los que la empresa ha basado la primera etapa de su vida orientada, sobre todo, a la creación y desarrollo de productos. De cara al futuro sus principales estrategias son el crecimiento y la internacionalización. Crecimiento que, por ahora, debe entenderse como crecimiento de la comunidad de usuarios y base de clientes más que en términos de cifras de facturación, y que solo será posible entrando en los mercados internacionales.

La principal fortaleza de O3 Wellbeing es ser pionera en integrar *mindfulness* con aplicaciones web y móviles para mejorar la salud, el bienestar y el rendimiento personal y corporativo. Otros aspectos a destacar son:

- Negocio concebido con visión global y cuyo despliegue, a través de la Web 2.0, no requiere costosos recursos.



- Preservación y gestión del capital intelectual: personas, I+D+i propio, conocimiento asociado a los procesos de desarrollo y comunicación, *copyright* del software.
- Asimismo hay que contar entre sus puntos fuertes los valores y elementos de su cultura corporativa anteriormente mencionados:
 - Equipo humano.
 - Metodologías de la salud avanzadas e I+D+i.
 - Calidad.
 - Sostenibilidad del producto.
 - Alianzas y colaboración.

También hay que mencionar algunas debilidades o áreas de mejora:

- Falta de madurez de la demanda en España, quizás con diez años de retraso respecto a otros países hacia los que ahora se dirige la estrategia de internacionalización. El lanzamiento del negocio en nuestro país no produce el retorno comercial necesario para garantizar su éxito.
- Limitación de la capacidad financiera de la empresa en un contexto de escasez del crédito.
- Pequeña dimensión de la empresa para negociar con actores globales que, como Google o Facebook, muestran una clara sensibilidad en relación con los temas asociados al negocio de O3 Wellbeing. Del mismo modo que para acceder a entidades como federaciones o comités olímpicos interesados en el éxito deportivo.
- Falta de experiencia estratégica del fundador de la empresa, que no de emprendimiento, visión y capacidad técnica.

La competencia de la empresa proviene principalmente de empresas norteamericanas o suecas con implantación en el campo de la salud mental y *mindfulness*, como Mental Workout (EEUU), Lumosity (EEUU) o MindApps (Suecia). Otro ámbito de competencia proviene de empresas que se dedican a la formación de ejecutivos y que en su oferta incorporan productos de cierta proximidad, como inteligencia emocional, salud laboral, etc. Frente a todas ellas, la ventaja competitiva de O3 Wellbeing es, como ya hemos mencionado, el ser pionera en ofrecer soluciones que integran metodologías avanzadas de salud con las últimas tecnologías.

Para su lanzamiento a los mercados exteriores, la empresa está desarrollando, con apoyo del ICEX, un Plan de Internacionalización que considera aspectos como estudios de mercado, vigilancia tecnológica o comunicación y comercialización en Web 2.0. Asimismo, la empresa desarrolla en la actualidad su plan operativo anual para 2012 en el que ya deben aparecer directrices y medidas para la internacionalización.

5. Innovación

O3 Wellbeing no se plantea una innovación de carácter disruptivo en cuanto al desarrollo de soluciones TIC, sino que a partir de la tecnología disponible desarrolla sus aplicaciones de *mindfulness*. Pero, eso sí, empleando siempre las soluciones TIC y las metodologías de



salud más avanzadas. El departamento de I+D+i aporta asimismo una visión integral y añade su implicación para encontrar soluciones eficientes para los clientes.

Además de sus propios recursos, la empresa cuenta con la colaboración y apoyo de varias entidades para sus actividades de I+D+i:

- Parque Científico de Madrid y Universidad Complutense.
- Universidad Autónoma de Madrid, con la que colabora en proyectos de investigación en psicología aplicada al deporte.
- Universidad de Toronto & Center for Global Innovation in e-Health, con quien O3 Well-being acaba de firmar un acuerdo de colaboración.
- eVIA (Plataforma Tecnológica Española de Tecnologías para la Salud, el Bienestar y la Cohesión Social), plataforma a la que la empresa pertenece y de cuyos estudios y realizaciones se nutre.

Para el desarrollo de sus proyectos ha obtenido desde 2008 ayudas del Plan Avanza del CDTI y otros programas internacionales como CANADEKA o IBEROEKA. El resultado de todo ello es una oferta indudablemente innovadora en métodos, productos y servicios.

Las actividades y proyectos de I+D se desarrollan en tres líneas:

- Psicotecnología aplicada a la salud.
- Psicotecnología aplicada al bienestar y vida saludable.
- Psicotecnología aplicada al alto rendimiento.

Psicotecnología aplicada a la salud:

- Psicotecnología aplicada al cáncer.
Esta línea de investigación tiene por objeto intervenir en la reducción de estrés y mejora de calidad de vida de pacientes con cáncer. La empresa cuenta con la colaboración de hospitales de importante prestigio nacional con los que realizan estudios clínicos para contrastar la efectividad del *mindfulness*, programas MBSR y el soporte de las nuevas tecnologías.
- Psicotecnología aplicada a la prevención de estrés laboral.
Los proyectos de investigación aplicada en reducción de estrés laboral se realizan en empresas de diferentes sectores (industrial, de servicios, banca). El objetivo es estudiar la incidencia del estrés en puestos de trabajo específicos. El principal beneficio para las empresas participantes es el de tener datos objetivos de la incidencia del estrés sobre sus empleados y poder intervenir y prevenir los efectos negativos.

Psicotecnología aplicada al bienestar y vida saludable:

- Proyectos de investigación en salud psico-emocional de jóvenes, realizados durante el curso escolar, que contribuyen al conocimiento científico de la implantación en el entorno educativo de intervenciones basadas en *mindfulness* para mejorar la auto-eficiencia,



la atención y la concentración, o el manejo de las emociones. Los participantes son alumnos, profesores y padres.

- Proyecto de investigación en la promoción del envejecimiento activo (en fase de desarrollo). Se centra en el estudio de los efectos de la aplicación de programas basados en promoción del envejecimiento activo y prevención de la dependencia, incluyendo formación en el uso de las TIC en los mayores.

Psicotecnología aplicada al alto rendimiento:

- *MindBody Training.*

Esta serie de investigaciones de laboratorio se llevan a cabo en colaboración con diferentes universidades. Se trata de esclarecer qué técnicas mentales basadas en *mindfulness* e integradas en software móvil pueden ayudar a los corredores de fondo y triatletas para superar estados de agotamiento, o mejorar sus marcas en competición.

Por otro lado, de cara a su internacionalización y para el desarrollo de las necesarias adaptaciones, tecnológicas e idiomáticas, de las aplicaciones y contenidos web, la empresa cuenta con una ayuda del programa Internacionaliza del CDTI.

En relación a los resultados alcanzados como consecuencia de la actividad innovadora de O3 Wellbeing, estos se reflejan con contundencia en su cartera de productos. Además, sus proyectos de investigación han dado lugar a diversas publicaciones en revistas científicas y presentaciones en congresos que pueden consultarse en la web de la empresa.

Para el análisis de los resultados obtenidos en los proyectos de investigación son imprescindibles herramientas específicas de tipo estadístico y de análisis del comportamiento. Por otro lado, las TIC se asocian estrechamente a los procesos de investigación y desarrollo de producto (vigilancia tecnológica, desarrollo de aplicaciones, etc.), pero no más allá, en este caso, del uso de herramientas y metodologías avanzadas. Es en los procesos de comunicación y comercialización donde las TIC y Web 2.0 adquieren mayor relevancia, hasta llegar a convertirse en insustituibles: O3 Wellbeing es una empresa 2.0. De hecho Facebook y Twitter constituyen ya ámbitos de desarrollo de su actividad de marketing y posicionamiento.

6. Integración y cadena de valor

La cadena de valor de O3 Wellbeing pone de manifiesto varios aspectos de interés:

- La gestión de la innovación y de la calidad en todos los procesos.
- Las diferentes perspectivas de producto alrededor de una idea de negocio.
- La importancia de su política de alianzas, que se manifiesta en I+D (proyectos en colaboración), desarrollo (externalización) y comercialización (partners de negocio y patrocinadores).



FIGURA 2

Cadena de valor de la empresa



En relación con su política de alianzas, los socios más importantes, algunos de ellos ya mencionados, son:

- En I+D:
 - Parque Científico y Universidad Complutense de Madrid.
 - Universidad Autónoma de Madrid.
 - Universidad de Toronto & Center for Global Innovation in e-Health.
 - eVIA.
- En desarrollo y tecnología:
 - Almira Labs.
- En estrategia de mercado y comercial:
 - Estratecno.
 - Bienestar Corporativo.
 - ICA2.

En la actualidad, O3 Wellbeing ha iniciado una aproximación a Google con la intención de establecer acuerdos que faciliten la entrada de sus productos en los mercados internacionales.

De lo expuesto con anterioridad, se deduce que las principales áreas de conocimiento que la empresa incorpora a su cadena de valor son:

- En el campo de la salud:
 - *Mindfulness*.
 - Prevención de la salud.
 - Psicología del deporte.
 - Psico-oncología.
 - Prevención e intervención en la reducción del estrés laboral.



- En el ámbito de las TIC:
 - Desarrollo y calidad de software.
 - Internet.
 - Web 2.0 y redes sociales.
 - Telefonía móvil.
 - Aplicaciones APP.

En otras palabras, el negocio de O3 Wellbeing es el resultado de su capacidad de integración de dos ámbitos de conocimiento muy concretos pero de extraordinaria complejidad: metodologías para la salud (*mindfulness*), y tecnologías (TIC).

En palabras del fundador y director de la empresa: *“La transformación que en nuestros procesos se produce, ya sea en relación con las metodologías de la salud o de las TIC, es insignificante. Lo importante es que la capacidad de integración de ambas fuentes de conocimiento abre nuestra ventana de oportunidad”*.

Se trata, por tanto, de un negocio de alto grado de intangibilidad en el que la asimilación e integración de conocimiento es la fuente de creación de valor. La empresa estima que, una vez alcanzada su velocidad de crucero, la distribución cuantitativa de los ingresos se aproximará a la siguiente:

- Un 40% para pagos a *partners* de negocio y de infraestructura tecnológica (Apple y otros).
- Un 20-30% para proveedores de servicios (*desarrollo/outsourcing*).
- Un 30-40% valor añadido propio.

7. Claves de éxito

Esta microempresa desarrolla su actividad en un nicho de negocio muy diferenciado, de alto grado de intangibilidad y en el que la asimilación e integración de conocimiento (más que su transformación), en relación con las TIC y las metodologías de la salud, es la fuente de creación de valor. Las alianzas y el trabajo en colaboración multiplican su capacidad de desarrollo de producto y servicio.

A partir de una visión integral, la oferta de la empresa se desglosa desde diferentes perspectivas, pero sobre una misma base de productos.