

«Des de Sant Cugat hem aconseguit aportar un granet de sorra en la lluita mundial contra el coronavirus»

L'agència de publicitat Colillas Branding ha desenvolupat l'app de Metges Sense Fronteres destinada a preparar a usuaris d'arreu del planeta a fer front a la pandèmia



El CEO i fundador de Colillas Branding, Miguel Ángel López Colillas | Sergi Baixas

Una sola trucada ha canviat els plans de futur de Colillas Branding (<https://colillas.com/ca>), una agència de publicitat santcugatena que en els darrers anys ha hagut de virar cap a la "transformació digital" per donar resposta a les noves demandes que els traslladaven els clients. I enmig d'un debat intern cabdal per l'empresa i amb un inici preocupant d'una pandèmia amb conseqüències econòmiques incertes, Metges Sense Fronteres (MSF), la tercera ONG més gran del món, els contacta per posar en marxa una nova plataforma (<https://www.naciodigital.cat/santcugat/noticia/3145/agencia/santcugatena/dissenya/app/metges/sense/fronteres/lluitar/contra/covid-19>) revolucionària que doni resposta a les urgents necessitats derivades de la crisi sanitària del coronavirus.

A **NacióSantCugat** parlem amb el CEO i fundador de la companyia, Miguel Ángel López Colillas, sobre el procés de desenvolupament de l'app d'èxit MSF COVID-19: Fómrate e Infórmate (<https://play.google.com/store/apps/details?id=appappmsfcovid19org.wpapp>) . L'instrument, basat en l'esperit col·laboratiu, ha ajudat persones d'arreu del món a preparar-se d'una forma més efectiva per fer front a la pandèmia i que ha suposat un canvi de paradigma en les línies d'actuació de MSF. Un producte "únic" que ja té dues grans marques més interessades al darrere.

- Què és Colillas Branding i quines tasques desenvolupa?

- Som una agència de publicitat que des de fa 21 anys donem serveis plens als nostres clients. En un principi ens dedicàvem més a la identitat corporativa, comunicació i publicitat d'empreses però durant els darrers anys ens hem hagut d'adaptar i transformar per donar resposta a un mercat que cada vegada demanda més una oferta digital professionalitzant-nos sobre la marxa en el sector d'estructures webs i plataformes digitals.

[noticiadiari]94/3145[/noticiadiari]

Per altra banda, a més l'any 2017 vam començar a elaborar un producte propi, aquesta plataforma de comunicació que MSF ens ha demanat. Es tractava d'un producte experimental amb molt de potencial que volíem treure a la venda, però que reclamava un temps que no podíem invertir sense desatendre els nostres clients d'aquell moment i, per tant, va quedar aparcada. Malgrat tot, aleshores el mercat no era prou madur per entendre aquella nova plataforma.

- Què vol dir?

- La pandèmia ha portat la necessitat d'entendre aquests nous productes de transformació digital. Ara, empreses i persones ja han vist que és factible treballar des de casa; que la comunicació visual és molt més potent que la verbal; l'existència de multitud d'eines que permeten aquestes comunicacions sense garanties d'entorns segurs...

"Quan va sonar el telèfon i m'expliquen que volien parlar del nostre producte, no donava crèdit"

I un bon dia, el 24 de març de 2020, tenint en compte que nosaltres ja teníem contacte amb MSF perquè ja havíem treballat amb ells en altres projectes, rebem la seva trucada. Sabien de l'existència d'aquesta plataforma i que podria donar resposta a les necessitats que precisaven. Una setmana més tard, ja teníem un contracte sobre la taula per desenvolupar una plataforma de comunicació per a ells per cobrir la Covid-19.

- Com van rebre la trucada?

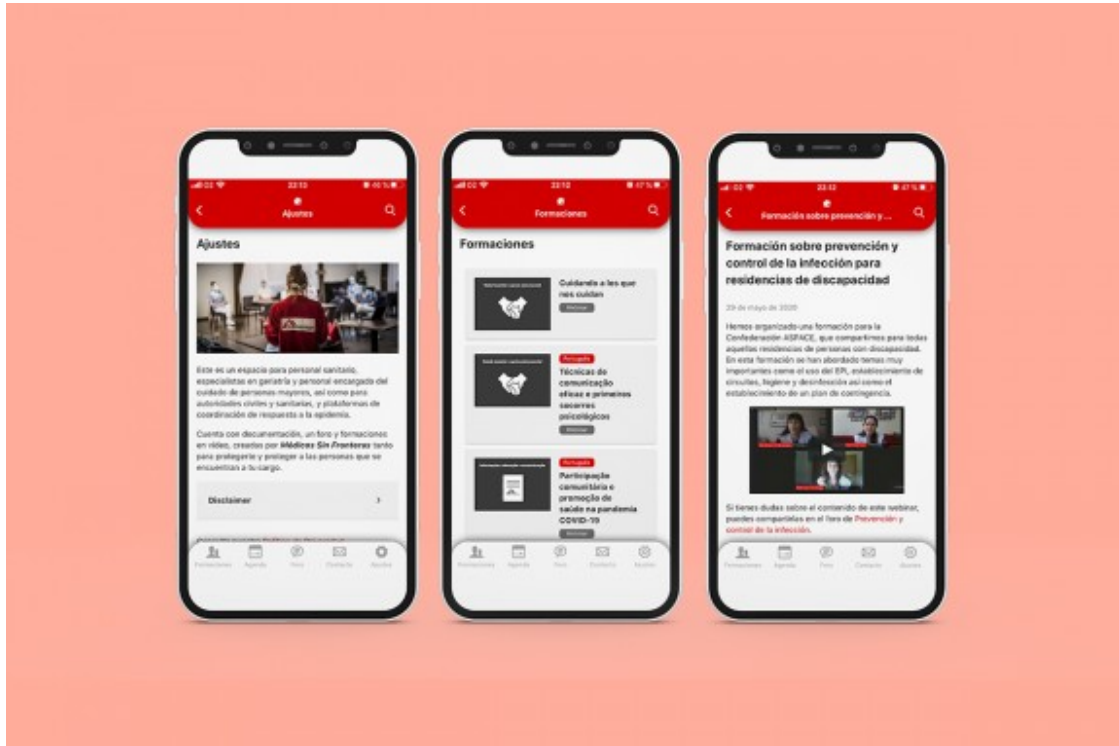
- Com a totes les empreses, el dia 15 de març va ser un dia fatídic perquè ens quedàvem confinats i se'ns deia que l'economia s'enfonsaria. Preveïem que la situació seria dramàtica. Som una petita empresa que veia difícil superar un altre embat després de començar a remuntar de la crisi del 2008. Un daltabaix que ens havia obligat a fer un pas enrere i reduir la nostra magnitud a la meitat. Quan va sonar el telèfon i m'expliquen que volien parlar d'això, no donava crèdit.

Era una oportunitat d'or que alhora despertava certs dubtes respecte de si seríem capaços de crear les sinergies suficients per tirar endavant un projecte d'aquesta magnitud en una situació de confinament i tothom treballant des de casa. Tot i això, després de parlar-ho amb la meua gent, vam acordar tots de tirar endavant i no arronsar-nos. A més, era una oportunitat que donava el

cop de gràcia a aquell projecte tan nostre que s'havia quedat a l'armari feia un parell d'anys.

- Què ofereix aquesta plataforma que va cridar tant l'atenció de Metges Sense Fronteres?

- És una plataforma de divulgació en temps real amb entorns tancats. Un espai que ofereix la possibilitat d'afegir contingut multimèdia i elements de comunicació digitals -vídeos, PowerPoint, documents, etcètera-, enmig, per exemple, d'una videoconferència; en el qual el client pot crear un circuit tancat només accessible a través d'un usuari-contrasenya únic.



Imatge de l'app desenvolupada per a Metges Sense Fronteres Foto: Cedida

En aquest cas, Metges Sense Fronteres crea un entorn tancat de comunicació d'informació amb el qual es pot posar en contacte amb multitud de persones alhora sense limitacions. A més, la plataforma té la capacitat d'oferir els continguts en streaming i està dotada d'un fòrum de debat i xat per poder formular preguntes en directe que ja queden penjades. Això permet crear una espècie de comunitat entre persones interessades en una mateixa temàtica.

- Per tant, una plataforma ideal per preparar a persones d'arreu del món davant la imminent arribada del coronavirus.

- Exacte. A més, com que MSF tenia aquesta informació de progressió geomètrica i geogràfica, s'ho veia a vindre. I per aquest motiu, en menys d'una setmana, el dia 4 d'abril, ja teníem la plataforma operativa per llençar els primers continguts divulgatius i didàctics. Va ser tot a correuita. No hi havia temps a perdre.

- La plataforma s'anava actualitzant mentre ja estava en funcionament?

- Sí. L'estàvem personalitzant i posant-la en ordre mentre ja acollia les primeres retransmissions en

directe. I ara, a dia d'avui ja s'han fet prop d'una cinquantena de directes arreu del món que queden guardats a l'app. A dia d'avui, ja té més de 100.000 usuaris únics registrats.

- En un inici, quin era l'abast previst de la plataforma?

- Al principi només tenia la vocació de cobrir Espanya. Ells van decidir per primera vegada a la història donar cobertura sanitària i tècnica en un Estat com l'espanyol, quan normalment acostumen a fer la majoria de les seves accions en països subdesenvolupats o amb greus mancances sanitàries. No s'havien plantejat que el primer món necessités l'ajuda de MSF. L'ONG volia aconseguir fer una comunicació ràpida i massiva per arribar a molta més gent sense grans esforços econòmics i logístics.

- I després ja es va anar estenent...

- Portugal venia tot seguit d'Espanya i es van adherir de seguida perquè els coneixements que arreplegava l'app per fer front a la pandèmia resultaven imprescindibles pel país. Poques setmanes més tard, ja vam arribar a Amèrica del Sud i Amèrica Central. En els últims dies també s'està començant a implementar als països de Sud-àfrica on el coronavirus està causant estralls.

"No s'havien plantejat que el primer món necessités l'ajuda de Metges Sense Fronteres"

Per tant, ja es podria dir que la cobertura és global. La plataforma havia de cobrir dues grans expectatives: la territorialitat global, és a dir, que hi hagués garanties de funcionament garantint el seu accés sense fronteres ni barreres tecnològiques; i que aguantés el massiu tràfic d'usuaris.

- El registre a l'app és gratuït?

- Sí. Aquest és un dels punts que ens van insistir des de MSF. La plataforma estava preparada i dissenyada per ser retributiva. Tot i això, com a tercera associació sense ànim de lucre més gran del món ens van comunicar que era indispensable que fos gratis, ja que era un contingut que tenia la voluntat de posar-se a disposició de tothom.

- Quan es parla de més de 100.000 usuaris registrats, en realitat s'està parlant d'usuaris amb un perfil concret.

- Tot i que l'accés és obert a tothom, el perfil d'usuari resulta molt específic. Si segmentéssim els col·lectius de més a menys presència, els primers serien personal de neteja de residències; seguits d'infermeres i auxiliars sanitaris; personal hospitalari com dels CAP que no estaven avesats en situacions de pandèmies i requerien informació de primera mà per fer front al moment; personal de seguretat com bombers o policies locals que han hagut de fer tasques sociosanitàries durant les últimes setmanes; ens locals com Ajuntaments que s'han vist forçats a prendre accions en relació amb la pandèmia i requerien informació de qualitat per emprendre línies d'actuació; i finalment aquells metges que han estat en contacte en la pandèmia d'altres àrees del món de la salut que no tenien massa present els estudis epidemiològics i necessitaven refrescar-se la memòria.



El CEO i fundador de Colillas Branding, Miguel Ángel López Colillas Foto: Sergi Baixas

Veiem un perfil d'usuari que s'ha vist en la primeríssima línia de combat contra el coronavirus que necessitava aquests coneixements de màxima utilitat en situació de pandèmia. Des de com netejar un espai de forma segura, al transport de cadàvers o, fins i tot, tractaments psicològics pels mateixos sanitaris.

- Quin ha estat el repte més gran en el procés de desenvolupament de la plataforma?

- El neguit que no caigués la plataforma enmig d'un directe i deixar penjats a usuaris d'arreu del món. Sortosament això no ha arribat a passar. També van haver-hi dies d'estar treballant durant més hores, inclús de nits i caps de setmana; però res superava els moments de tensió previs a enlairar un directe.

- Quina valoració s'ha fet des de Metges Sense Fronteres de la plataforma?

- La valoració ha estat excel·lent. Sorprenentment positiva, inclús superior a la que nosaltres haguéssim fet que potser hem vist tot el procés de desenvolupament des de dins.

- A què creu que es deu?

- Penso que aquesta plataforma els ha sorprès i descobert un nou món. Han vist que no només amb acció sobre el terreny sinó que en la divulgació d'informació també poden ser molt útils; i els resultats d'audiència ho demostren. Tota aquella informació gràfica i de qualitat que en un principi només es repartia entre la seva comunicació interna, s'han adonat que es podia adaptar ràpidament en format digital i pujar a la plataforma per formar a les persones sense limitacions

geogràfiques en poc temps. Ens han transmès l'entusiasme que els ha suposat aquest canvi de visió i mental i nosaltres estem agraïts d'haver aconseguit aportar aquest granet de sorra de Sant Cugat en la lluita mundial contra la pandèmia.

"Actualment tenim investigadors d'arreu del planeta transmetent-se informació en temps real"

Ara ja estem en negociació amb ells per més projectes de cara al futur per poder sostenir aquest model i que MSF continuï obrint-se a l'exterior. Ens agradaria convertir-nos en el proveïdor de referència en aquest procés de transformació digital de l'ONG.

- Quin és el paper que ha jugat la tecnologia en la lluita contra el coronavirus?

- Sense la tecnologia la pandèmia hauria sigut desconeguda. No s'hauria sabut l'abast real de la crisi sanitària. Aquesta experiència col·laborativa digital que s'ha vist arreu del món ha permès encarar el virus en un temps rècord. Estem millor preparats gràcies a la informació compartida tant pel que fa al comportament del virus, com per mesures de preparació i, fins i tot, per trobar una vacuna. Actualment tenim investigadors d'arreu del planeta transmetent-se informació en temps real. Estic segur que cada vegada s'utilitzaran més aquestes eines de transformació digital en el món de la salut i això ens permetrà ser millors. La pandèmia és una oportunitat per plantejar-nos i encarar les situacions a partir d'ara d'una altra manera més efectiva.

[noticiadiari]2/205584[/noticiadiari]
[noticiadiari]2/201967[/noticiadiari]
[noticiadiari]2/205035[/noticiadiari]
?[noticiadiari]2/205309[/noticiadiari]
[noticiadiari]2/204396[/noticiadiari]