

Polska aplikacja pomaga chorym na raka

Prosona to aplikacja, która wykorzystuje sztuczną inteligencję w pracy z osobami chorymi na nowotwór, by pomóc im w walce ze stresem, lękiem czy depresją. Rozwiązanie polskiego startupu będzie wkrótce refundowane w Niemczech. Jej twórcy na tym jednak nie poprzestają. Chcą pozyskać finansowanie, które pozwoli im podbić rynek amerykański. W czasie pandemii postanowili także opracować aplikację, pomagającą ludziom poradzić sobie ze stresem i problemami, jakie niesie ze sobą sam lockdown i wirus.

W jaki sposób aplikacja może stać się lekiem?

Badania pokazują, że jest duża zależność pomiędzy poziomem stresu, a skutecznością leczenia. Nasz produkt pomaga pacjentom odzyskać kontrolę nad emocjami, zmniejszyć poziom lęku, co przekłada się na poprawę jakości życia pacjenta, a przez to zwiększenie szans na skuteczne leczenie.

Jak działa aplikacja?

Składa się z trzech części. Pierwszą jest diagnostyka psychologiczna, w obszarze której mamy zawartą zwalidowaną skalę psychometryczną. Dzięki temu, wiemy, jak się czuje osoba, która sięga po aplikację. Na odpowiednich skalach oceniamy poziom odczuwanych emocji. Druga część jest psychoedukacyjna. Na 21 lekcjach, animowanych filmach uczymy różnych technik relaksu, kontroli swoich emocji. Pokazujemy pacjentowi różne aspekty, które wpływają na to, jak się może zaadoptować do diagnozy. Trzecia część jest typowo behawioralna, która kształtuje nawyki wspierające pacjenta w zdrowieniu; są to często proste nawyki, które wspomagają zdrowienie i pomagają odzyskać kontrolę nad emocjami. Za każdym razem, jak pacjent się nauczy czegoś w części psychoedukacyjnej, równocześnie znajduje zdrowy nawyk, który pomagamy kształtować.

Aplikacja jest oparta o działanie sztucznej inteligencji?

Tak, sztuczna inteligencja łączy wszystkie jej elementy. W zależności od tego, jak pacjent odpowiada na poszczególne pytania i tego, jaką mamy wiedzę pozyskaną od innych pacjentów, aplikacja podpowiada mu różne rozwiązania w innej kolejności, które pomogą mu przejść proces leczenia. Im więcej mamy danych, tym terapia jest skuteczniejsza, bardziej spersonalizowana i dostosowana do potrzeb danej osoby.

Jak wygląda podbój rynku niemieckiego?

Jeszcze nie jesteśmy refundowani, ale taki jest cel. Nasza aplikacja jest produktem medycznym. Dziś na rynku mamy głównie aplikacje wellness'owe. Aplikacja medyczna różni się tym, że bazuje tylko i wyłącznie na sprawdzonych w badaniach naukowych metodach i standardach opieki psychoterapeutycznej. Cała treść zawarta w aplikacji, wynika ze standardów wspierania pacjentów i badań naukowych. Poza tym aplikacja medyczna musi przejść fazę badań klinicznych; należy mieć odpowiednią grupę pacjentów i należy wykazać w pełnym reżimie metodologii naukowej, że aplikacja jest skuteczna. Skoro pomaga ona pacjentom i zwiększa szansę na ich zdrowienie, to powinna być traktowana tak samo jak lek, w związku z czym powinna być refundowana. Jest coraz więcej państw, takich jak np.: USA, Niemcy, które dostrzegają szansę w cyfrowych rozwiązaniach i umożliwiają specjalną ścieżkę dla produktów digital therapeutics. Aplikacja, nie musi wówczas przechodzić przez standardową, wieloletnią ścieżkę, tylko jest stworzona specjalna, trwająca kilkanaście

miesiący procedura, umożliwiająca refundację. W Polsce takiej ścieżki jeszcze nie ma, ale mamy nadzieję, że powstanie w najbliższych latach.

Jest zainteresowanie ze strony polskiego NFZ, czy to jeszcze nie ten etap?

Jeszcze nie ten etap, a NFZ pewnie w tym i ubiegłym roku miał inne rzeczy na głowie. Liczymy, że jeżeli sytuacja się poprawi, to będziemy mogli porozmawiać z NFZ i pomóc mu powielić ścieżkę niemiecką. W pewnym momencie pandemii doszliśmy do wniosku, że osoby narażone na zagrożenie związane z wirusem, są w podobnej sytuacji, co nasi pacjenci onkologiczni: są w bezpośrednim zagrożeniu życia i zdrowia, muszą siedzieć w domu, a w telewizji mówi się tylko o zagrożeniu. Lęk i napięcie rosną. Postanowiliśmy stworzyć produkt, dostępny dla wszystkich, nie tylko pacjentów onkologicznych, który będzie pomagał zaadaptować się do każdej sytuacji. Dostaliśmy 6,5 mln zł dotacji z NCBIr w ramach szybkiej ścieżki covidowej.

Współpracują państwo z ośrodkami naukowymi, m.in. Uniwersytetem Cambridge. Co wam to daje? Jak ta współpraca wpływa na wasze kompetencje?

Pracujemy z kilkoma ośrodkami: University of Cambridge, University of California San Francisco Healthhub, Memorial Care w Los Angeles i z największą w Europie siecią szpitali - Asklepios w Niemczech. W Polsce przede wszystkim z Instytutem Onkologii w Gliwicach, który bardzo wspiera nas merytorycznie. To, że korzystamy z zaplecza biznesowego i merytorycznego znanych ośrodków, wynika z faktu, że mamy bardzo mocny, międzynarodowy zespół specjalistów, którzy tworzą nasz produkt. Ja sam jestem psychoterapeutą, po kursach z psychoonkologii. Rdzeniem naszego zespołu są: dr Ewa Wojtyna z Uniwersytetu Śląskiego, dr Mariusz Wirga z Los Angeles, czy prof. Tit Albrecht ze Słowenii. Do tego kilkoro specjalistów z Niemiec. Mamy także szeroki zespół odpowiedzialny za to, żeby produkt spełniał najwyższe standardy IT. Większość osób poznałem w czasie licznych międzynarodowych konferencji naukowych organizowanych przez Międzynarodowe Towarzystwo Psychoonkologiczne (IPOS).

Dostali państwo finansowanie z NCBR, ale macie także na pokładzie już fundusze inwestycyjne.

Mamy na pokładzie trzy fundusze inwestycyjne: Black Pearls, Pomerangels oraz VFE. Do tego pozyskaliśmy środki publiczne. Jak na polskie warunki jesteśmy całkiem dobrze dofinansowani, ale mierzymy się z firmami niemieckimi i amerykańskimi, a do tego działamy na ekstremalnie kosztownym rynku, zwłaszcza w kontekście badań klinicznych. Chcąc podbijać rynek niemiecki i amerykański i musimy się liczyć z budżetami w euro. Naszym kolejnym dużym celem jest pozyskanie środków w rundzie "A". Już teraz rozmawiamy z niemieckimi funduszami, które są gotowe zainwestować w nas 5 mln euro. Do tego czasu, chcemy zdobyć finansowanie pomostowe, w którym jesteśmy otwarci na prywatnych i instytucjonalnych inwestorów.

Dla kogo będzie kierowana ta runda? Jakie środki chce pozyskać Prosuma?

Ta runda będzie na ok. 5 mln euro, i nastawiamy się głównie na fundusze venture capital zza granicy. Pozyskane środki będą przeznaczone na skalowanie naszej działalności w Niemczech, bo to będzie już moment, w którym nasza aplikacja będzie refundowana i potrzebna nam będzie skala. Dodatkowo chcemy też wejść na rynek amerykański. Już w tym

roku będziemy w USA robić pierwsze badania kliniczne. Mamy już kilku partnerów za oceanem i chcemy już zaznaczyć swoją obecność, a w 2022 mocno skupić się na nim.

Skąd się wziął pomysł na aplikację? Ile zajęło tworzenie zespołu?

Mam doświadczenie w biznesie. Rozwinąłem już jedną spółkę i wiem, że w biznesie najważniejszy jest zespół. Poświęciłem bardzo dużo czasu, żeby skompletować team. Zajęło to prawie dwa lata. Od 1,5 roku bardzo mocno rozwijamy produkt. Sam pomysł na Prosome, wziął się z pracy psychoterapeutycznej z pacjentami. Stwierdziłem, że przydałby się produkt, który byłby bardziej dostępny, prostszy, który pacjent może mieć w kieszeni. Oczywiście, aplikacja nie zastąpi psychoterapeuty, ale pod wieloma względami może być bardzo efektywna.

Choćby dlatego, że nie łatwiej sięgnąć po aplikację, niż udać się do gabinetu terapeuty?

Jednym z głównych problemów wsparcia psychologicznego jest stygmatyzacja. Pacjenci myślą, że mają raka, a nie problemy psychiczne, ale to tak nie wygląda. Wsparcie jest potrzebne. Dużo prościej taką pomoc dostarczyć poprzez aplikację, która kojarzy się z rozrywką, a nie ze wstydem, który powstrzymuje wiele osób w udaniu się do psychologa. Nasza aplikacja nie sprawia wrażenia jakiegokolwiek badania. Jest stworzona przez pacjentów i dla pacjentów i dlatego jest niezwykle wygodna w użyciu.

Artykuł opublikowano na businessinsider.com.pl