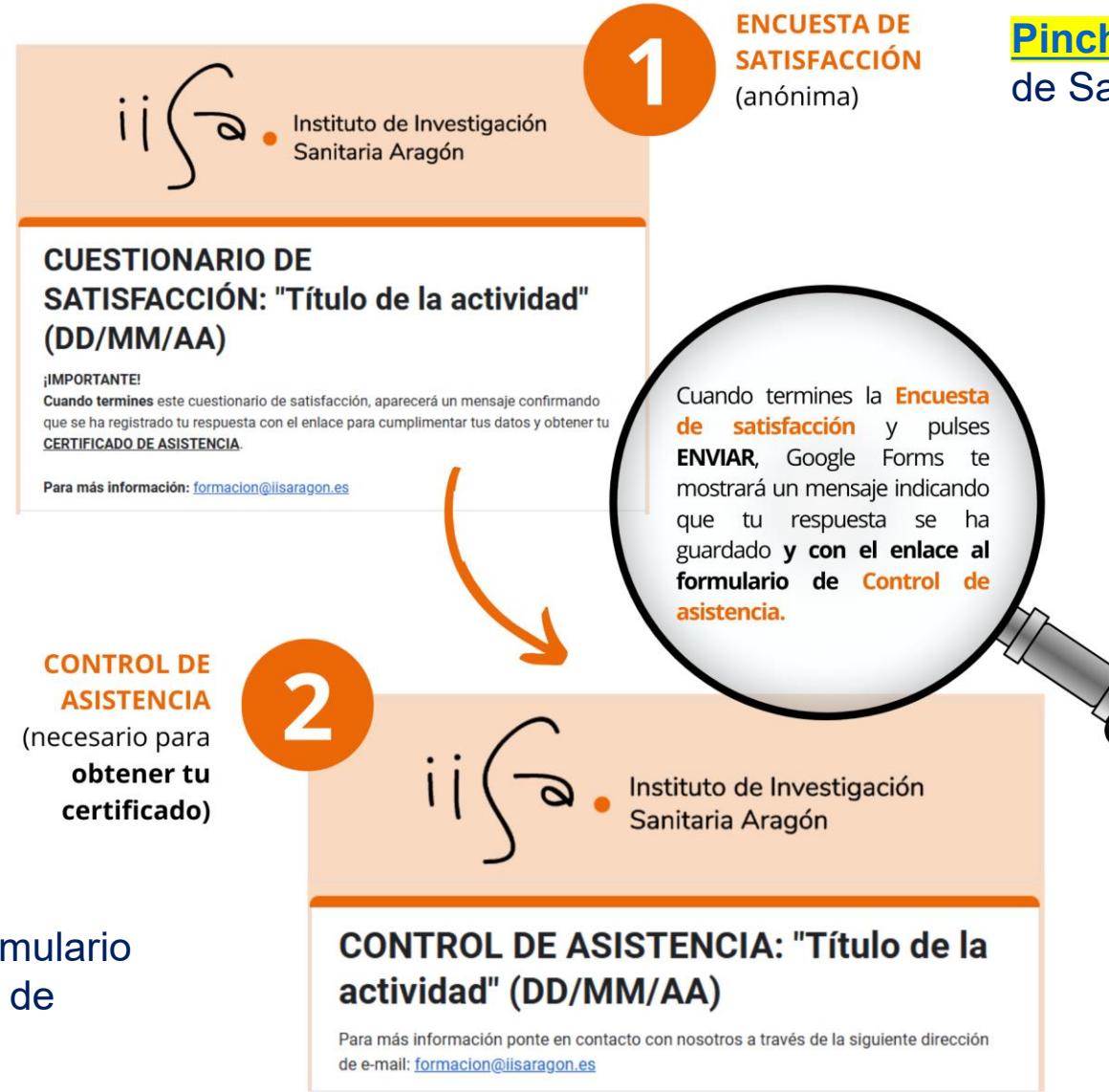


Ciclo HorIISA: Jornadas para el Impulso del Conocimiento en Financiación Europea para I+D+i

Jornada 8: Taller de escritura de propuestas en Horizonte Europa: sección IMPACTO.

20/06/2025

Ciclo HorIISA – Jornada 6 (25/04/2025)



Pincha aquí para abrir la Encuesta de Satisfacción

Pincha aquí para abrir el formulario de preguntas para el Control de Asistencia

Ponentes:



Alina Harbovska

EU Projects Consultant

aharbovska@euro-funding.com

+34 626 990 589 | +34 917 010 490

Pza. de la Independencia 8, Madrid



Mónica García Durillo, PhD

Project Manager - European Funds

 mgdurillo@euro-funding.com

 +34 665 113 329

 Pza. de la Independencia 8, Madrid



Fernando Gómez Hermoso

Technical Manager - European Funds

 fgomez@euro-funding.com

 +34 600 624 739 | +34 917 010 490

 Pza. de la Independencia 8, 28001 Madrid, Spain.

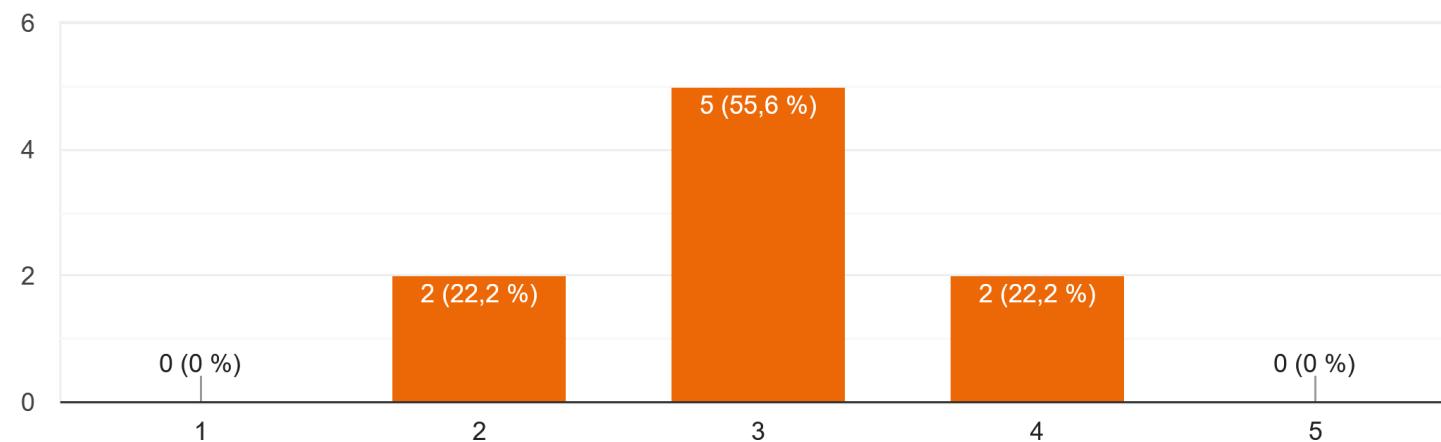


Nivel de conocimiento de la temática

- Ciclo HorIISA – Jornada 8 (20/06/2025): IMPACTO

5 - Nivel de conocimiento de la temática de la jornada:

9 respuestas



Índice

- **Introducción**
- **2.1 Project's pathway towards impact**
- **2.2 Medidas para maximizar el impacto: comunicación, diseminación y explotación**
- **2.3 Resumen**
- **Recomendaciones finales**
- **Dudas y preguntas**

INTRODUCCIÓN

- En esta sección se debe mostrar cómo el proyecto podría contribuir a los **resultados e impactos** descritos en el Programa de Trabajo, la escala e importancia probables de esta contribución y las medidas para maximizar estos impactos.
- Los resultados del proyecto deberán contribuir a los resultados previstos para el **Programa de Trabajo** a medio plazo, y a las repercusiones más amplias previstas en el **destination** a largo plazo.
- **Credibilidad** de las vías para lograr los resultados e impactos esperados especificados en el programa de trabajo, y la probable **escala e importancia** de las contribuciones debidas al proyecto. Relacionado con los KPIs definidos en los objetivos
- **Idoneidad y calidad** de las medidas para maximizar los resultados e impactos esperados, tal como se establece en el **plan de difusión y explotación**, incluidas las actividades de comunicación.

2.1 Project's pathway towards impact



Ciclo HorIISA – Jornada 8 (20/06/2025)

“Proporcionar una narrativa que explique el impacto esperado del proyecto, más allá de su alcance inmediato y duración”

- Contribución única
 - Outcomes
 - Impacts
- Escala y significancia
- Requisitos y posibles barreras

Contribución única: Outcomes

- Describir cómo los resultados de tu proyecto contribuyen a:
 - Los resultados especificados (outcomes) del topic.

Ejemplo

Targeting aquatic extremophiles for sourcing novel enzymes, drugs, metabolites and chemicals

- Expansion of sustainable exploration of biodiversity hotspot regions, such as transitional waters, deep-sea, and polar regions.
- Advancement in sampling methods and technologies development, including understanding of related legal frameworks.
- Improved environmental preparedness for harvesting aquatic bioactive substances in an eco-friendly way, supporting green industrial bioprocessing and sustainable bio-based products.
- Broadened bioprospecting scope to include biological functions, beyond screening for new chemicals.
- Enhanced understanding of aquatic ecosystem ecology, including surface water, sediments, and sponge cavities.
- Increased commitment to conserving ocean genetic diversity and understanding trade-offs in the exploitation of aquatic biodiversity.

Contribución única: Impacts

- Describir cómo los resultados de tu proyecto contribuyen a:
 - Los impactos más amplios a largo plazo especificados en los destinos respectivos del programa de trabajo.

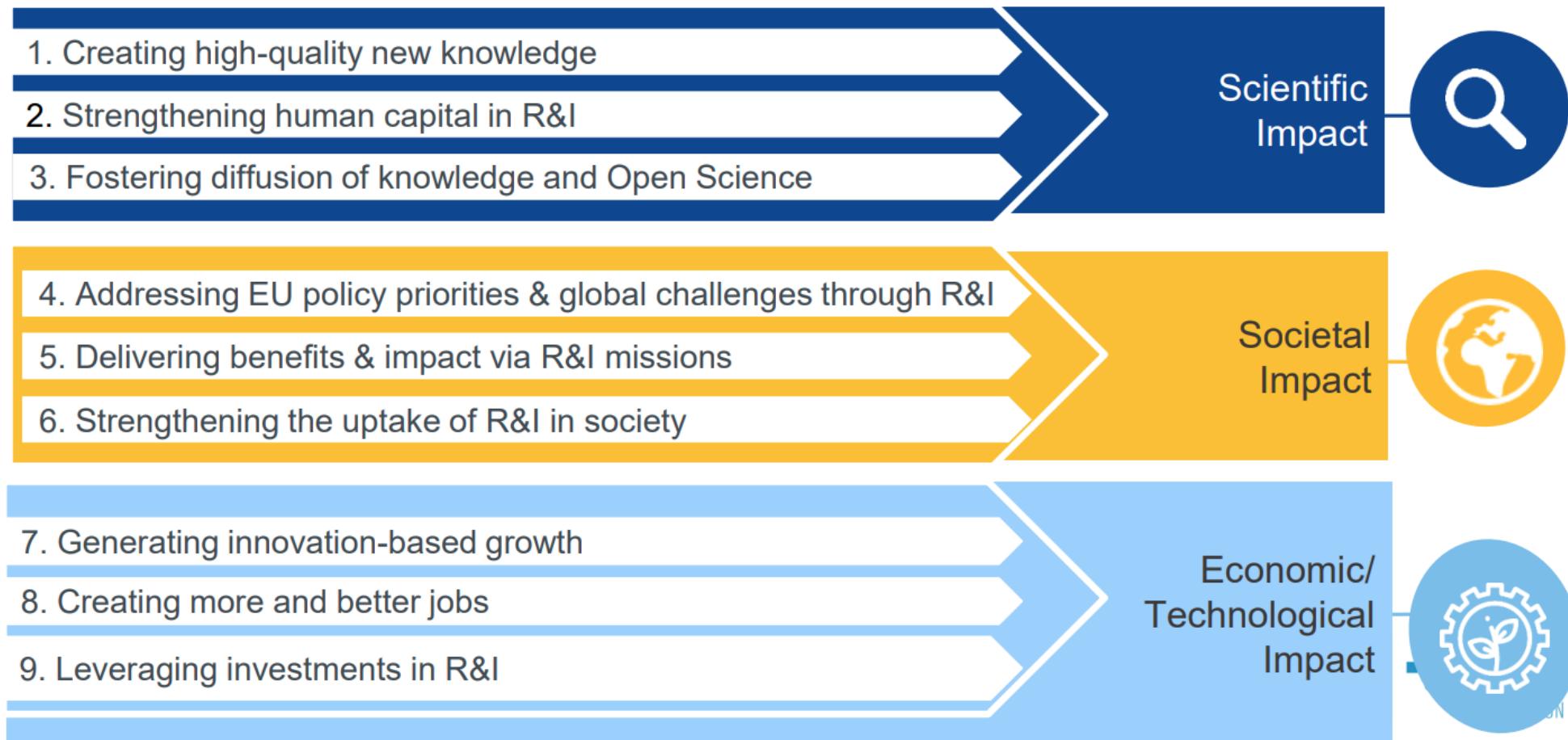
Ejemplo

Targeting aquatic extremophiles for sourcing novel enzymes, drugs, metabolites and chemicals

- **Regional, rural, local/urban and consumer-based transitions are accelerated** towards a sustainable, regenerative, inclusive, just and clean circular economy and bioeconomy across all regions of Europe. Special attention should be paid to the most sensitive/vulnerable[[Taking into account all aspects of sustainability, i.e. social, economic and environmental, and in particular sensitivity/vulnerability to the effects of the climate change, as well as due to the current social dependency on fossil resources, especially in remote, rural and low-income regions and cities.]] and greenhouse gas-intensive regions, based on **better knowledge and understanding of science**, and improved capacity to design, implement and monitor policies and instruments for circular and bio-based transitions.
- **European industrial sustainability, competitiveness and resource independence are strengthened** by reducing the use of primary non-renewable raw materials and greenhouse gases emissions and other pollutants, achieving an improved environmental footprint (including on biodiversity), enabling climate-neutrality, zero pollution[[See also Destination 4 'Clean environment and Zero pollution' of this Cluster.]] and higher resource efficiency. This will also be supported by increasing circular and bio-based practices in textiles, plastics, electronics and construction, developing further on industrial symbiosis as well as circularity and sustainability by design, cascading use of biomass and, clean secondary raw materials, along and across value chains.
- **Innovative and sustainable value-chains are developed in the bio-based sectors** replacing fossil-based value chains, increasing circular bio-based systems from sustainably sourced biological resources, and replacing carbon-intensive and fossil-based systems. Such a development will be supported through R&I in **biotechnology** and other enabling technologies, which is a prerequisite and driver of future solutions for a circular economy and the bioeconomy transition. This will involve with inclusive engagement with all stakeholders, including policymakers and will increase access to finance and technical support along whole supply chains for bioeconomy projects.
- **The benefit for consumers and citizens, including those in rural areas, are improved** by establishing circular and bio-based systems based on sustainability, inclusiveness, zero pollution[[See also Destination 4 'Clean environment and Zero pollution' of this Cluster.]], health and safety. All value chain actors (manufacturers, retailers, service industry, consumers, public administration, including on regional level, primary biomass producers etc.) are involved to a significantly higher degree.
- **Multi-functionality and management of forests in Europe are safeguarded** based on the three pillars of sustainability (economic, environmental and social), in particular to optimise the contribution of forests and the forest-based sector in mitigating and adapting to climate change.
- **Potential of marine and freshwater biological resources and blue biotechnology is enlarged** to i) deliver greener (climate-neutral and circular) industrial products and processes, ii) help characterise, monitor and sustain the health of aquatic ecosystems for a healthy planet and people, and iii) help in the drafting of proposals for accompanying changes in regulation where necessary.

Contribución única: Tips

- Sé específico sobre los efectos de tu proyecto, no sobre los impactos generales de I+D en el campo.
- Identifica los grupos objetivo específicos que se beneficiarán, desglosándolos en grupos de interés particulares o segmentos de la sociedad relevantes para el proyecto.
- Los resultados e impactos pueden incluir: Científicos, Socialesy Económicos/tecnológicos



RESULTADOS, OUTCOMES E IMPACTO:

RESULTADOS

Lo que se genera **durante la ejecución del proyecto**. Esto puede incluir, por ejemplo, conocimientos técnicos, soluciones innovadoras, algoritmos, pruebas de viabilidad, nuevos modelos de negocio, recomendaciones de políticas, directrices, prototipos, demostradores, bases de datos y conjuntos de datos, investigadores capacitados, nuevas infraestructuras, redes, etc. La mayoría de los resultados del proyecto (invenciones), trabajos científicos, etc.) son “Propiedad Intelectual” que, si corresponde, puede protegerse mediante “Derechos de Propiedad Intelectual” formales (a corto plazo).

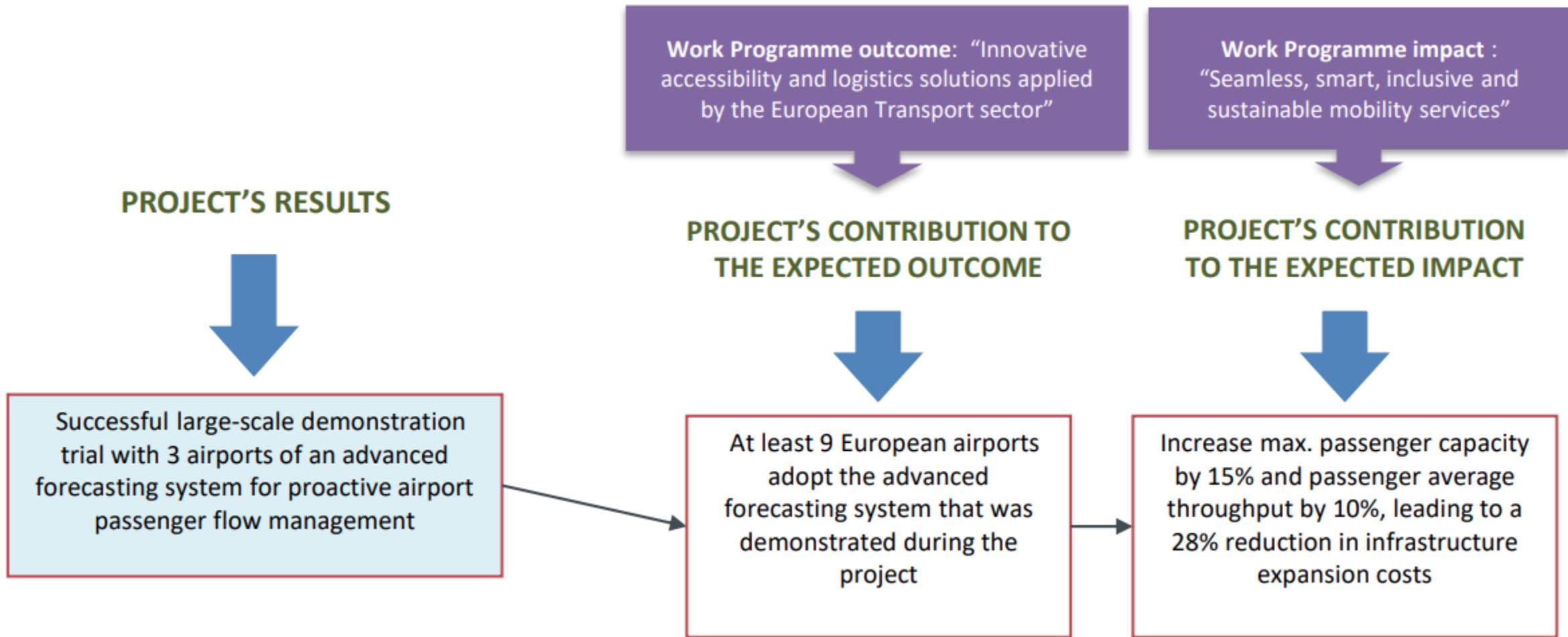
EXPECTED OUTCOMES => TOPIC

Los efectos esperados de los proyectos a **medio plazo**. Esto puede incluir la aceptación, difusión, implementación y/o uso de los resultados del proyecto por parte de los grupos destinatarios directos. Los resultados generalmente ocurren durante o poco después del final del proyecto. (mediano plazo)

EXPECTED IMPACTS => DESTINATION

Efectos más amplios a **largo plazo** en la sociedad (incluido el medio ambiente), la economía y la ciencia, posibles gracias a los resultados de las inversiones en I+i. Los impactos generalmente ocurren algún tiempo después de la finalización del proyecto. (largo plazo)

EJEMPLO



ESCALA Y SIGNIFICANCIA

- Escala
 - Cuán generalizados pueden ser los resultados y los impactos.
- Significancia
 - La importancia o valor de esos beneficios.

Ejemplo: proyecto de eficiencia energética

- Escala
 - implementación en 100,000 hogares a lo largo de tres años en tres regiones metropolitanas.
 - 15% de la población total de estas regiones.
 - Alcance potencial de ahorro de energía de aproximadamente 50 GWh por año, (equivalente a 10,000 hogares promedio durante el mismo periodo)
- Significancia
 - Se espera que los hogares beneficiados vean una reducción en sus facturas de energía del 20-25%,
 - Ahorros anuales de entre \$200 y \$300 por hogar.
 - Reducción de emisiones de CO₂ en 30,000 toneladas anuales,

CUANTIFICAR

REQUISITOS Y POSIBLES BARRERAS

- Describir cualquier requisito y barrera potencial, más allá del alcance y duración del proyecto, que pueda afectar la consecución de los resultados e impactos (
 - trabajo de I+D,
 - entorno regulatorio,
 - condiciones de mercado,
 - comportamiento de los usuarios.)
- Indicar si estos factores podrían evolucionar con el tiempo.
- Proponer medidas de mitigación que puedan ser necesarias si las suposiciones resultan incorrectas o si se identifican barreras.
 - Incluir estas medidas en el plan de trabajo y hacer referencia.

REQUISITOS Y POSIBLES BARRERAS

No confundir esta sección con los riesgos del Proyecto.

- Los **riesgos** se tratan de los eventos o sucesos que pueden **afectar al plan de trabajo**, se describe en la sección de implementación
- Los requisitos y **barreras** potenciales son los que **afectan a los outcomes e impactos esperados**

EJEMPLO

	Potential barriers	How [my project] will address the barriers
Economic	Lack of suitable financing mechanism for further commercialization, limited access to funding.	The consortium will present the benefits generated by the project's solutions at dissemination events where industrial actors, governmental departments, national and EU authorities, funding bodies, private equity firms, and venture capital investors will be invited. The project's objectives and results will be also disseminated by the partners at conferences and trade shows
	Considerations to the cost of the solution.	Environmental / financial viability of the proposed solutions will be assessed during the project to reach competitive prices.
Market Acceptance	Acceptance by stakeholders, end users.
Policies	Lack of standards and legislation.	The improvement of the certification/standardization and policy measures proposed by the project will increase political, social and industrial acceptance (related WP6). Definitions will be established to be EU broadly applied, existing standards, position papers and formal documents will be reviewed to set the basis for the establishment of potential EU legislations.

2.2 Medidas para maximizar el impacto: comunicación, diseminación



Ciclo HorIISA – Jornada 8 (20/06/2025)

Agenda

- Introducción: Por qué la comunicación y la difusión son esenciales en las propuestas de Horizonte Europa
- Diferencia entre comunicación y difusión
- ¿Qué debe incluir el plan de comunicación y difusión?
- Mejores prácticas para la preparación de propuestas: lo que se debe y no se debe hacer
- Cómo elaborar una estrategia ganadora de comunicación y difusión
- Entregables e hitos
- Cálculo del presupuesto para actividades de comunicación y difusión
- Final tips para el desarrollo de la sección de comunicación y difusión
- Sesión de preguntas y respuestas

Por qué la comunicación y la difusión son esenciales en las propuestas

- **El impacto de la investigación:** Los avances científicos deben ser comunicados para generar un cambio real en la sociedad, la política y la industria.
- **Requisito de la Comisión Europea:** La difusión de resultados no es opcional; es un componente esencial de los proyectos financiados por Horizonte Europa.
- **Maximizar la relevancia:** Asegurar que los resultados lleguen a las audiencias adecuadas para que puedan ser aplicados y generar un impacto significativo.
- **Compromiso con la sociedad:** La ciencia debe ser comprensible y accesible, promoviendo la confianza pública y el aprovechamiento de los avances.
- **Visibilidad y sostenibilidad:** Una comunicación efectiva aumenta la visibilidad y el valor a largo plazo de la investigación financiada.

Diferencia entre comunicación y difusión

Hor.IISA



COMUNICACIÓN

Interacción bidireccional: Es un diálogo donde se intercambia información y se reciben comentarios.

Objetivo: Escuchar y compartir ideas para ajustar el proyecto según las necesidades de los involucrados.

Ejemplo: Un video interactivo donde los investigadores explican avances y responden preguntas de la audiencia.

Canales: Plataformas donde se pueda generar interacción, como redes sociales, webinars, y reuniones.

Enfoque: Involucrar y generar interacción para mejorar los resultados del proyecto.

vs



EXAMPLE



DIFUSIÓN

Transmisión unidireccional: Es un mensaje que se envía a un público sin esperar una respuesta inmediata.

Objetivo: Dar a conocer los resultados del proyecto al público amplio para aumentar su visibilidad.

Ejemplo: Publicación de un artículo científico que explica los resultados del proyecto en una revista especializada.

Canales: Medios donde se comparte información a gran escala, como sitios web, comunicados de prensa y artículos en revistas.

Enfoque: Ampliar el alcance de los resultados y asegurar que la información llegue a tantas personas como sea posible.

Diferencia entre comunicación y difusión

- ✓ **Ejemplos concretos en proyectos europeos**
 - **Comunicación:** Un **webinario** donde los investigadores responden preguntas de la audiencia durante o un **video explicativo** para el público general.
 - **Difusión:** La **publicación de un artículo científico** en una revista de acceso abierto que detalla los resultados clave del proyecto o la **distribución de un comunicado de prensa** a medios de comunicación para informar sobre los logros del proyecto a un público más amplio.

RESUMEN

- ✓ **Comunicación:** Es un **diálogo** donde se interactúa con los interesados y se recibe retroalimentación.
- ✓ **Difusión:** Es la **distribución** de información para que más personas conozcan los resultados del proyecto.

¿Qué debe incluir el plan de comunicación y difusión?

- **Objetivos claros:** Definir el propósito de las actividades de comunicación y difusión, como aumentar la visibilidad o influir en la política.
- **Audiencias objetivo:** Identificar los grupos clave: académicos, responsables políticos, industria y público general.
- **Estrategias y métodos:** Seleccionar los canales adecuados (redes sociales, publicaciones científicas, eventos, medios de comunicación) y los formatos (infografías, videos, webinars).
- **Entregables:** Establecer los productos concretos: publicaciones, repositorios de acceso abierto, eventos y recursos multimedia.
- **Indicadores clave (KPIs):** Definir cómo se medirá el éxito (alcance, participación, transferencia de conocimiento).
- **Consideraciones éticas:** Asegurar la privacidad de los datos, transparencia y accesibilidad en todas las actividades.

Mejores prácticas para la preparación de propuestas



DOS

Definir objetivos claros y medibles para la comunicación.

Asegurar la coherencia entre las actividades de difusión y los objetivos del proyecto.

Utilizar múltiples canales de comunicación (digital, físico, directo).

Involucrar a los beneficiarios y partes interesadas en la difusión desde el principio.

Desarrollar un plan de comunicación a largo plazo, más allá de la duración del proyecto.



DON'TS

Ser vago en los objetivos; la falta de claridad puede restar impacto.

No hacer promesas que no puedan cumplirse, como resultados poco realistas.

Depender solo de un canal (por ejemplo, solo redes sociales).

Excluir a partes clave como la industria o el público general.

Limitar la difusión solo a los resultados finales; la comunicación debe ser continua.

Cómo elaborar una estrategia ganadora de comunicación y difusión

✓ Definir objetivos claros y alcanzables

- **Explicación:** Los objetivos deben ser específicos, medibles y realistas. Establecer metas claras permitirá guiar todas las actividades de comunicación de manera efectiva.
- **Ejemplo concreto:** Generar 500 visitas al sitio web del proyecto durante el primer año de ejecución o alcanzar 300 seguidores en redes sociales (LinkedIn/YouTube) en los primeros 6 meses.

✓ Identificar y segmentar audiencias

- **Explicación:** Es importante conocer a quién se va a dirigir la comunicación, ya que esto influye en el tipo de mensaje y canal utilizado. Las audiencias pueden ser diversas: científicos, políticos, público general, industria, entre otros.
- **Ejemplo concreto:**
 - **Académicos:** Publicar artículos en revistas de acceso abierto para llegar a otros investigadores, y enviar newsletters a universidades.
 - **Industria:** Enviar invitaciones personalizadas a empresas para participar en workshops donde se expliquen las aplicaciones prácticas de los resultados.
 - **Público general:** Crear una serie de publicaciones en redes sociales con infografías explicativas sobre cómo el proyecto contribuye a la sostenibilidad.

Cómo elaborar una estrategia ganadora de comunicación y difusión

✓ Seleccionar los canales de comunicación adecuados

- **Explicación:** Elegir los canales más eficaces según la audiencia es clave para una difusión exitosa. Estos pueden incluir redes sociales, newsletters, conferencias, y otros medios.
- **Ejemplo concreto:**
 - **Redes sociales:** Utilizar YouTube para publicar los talleres grabados y LinkedIn para artículos de mayor profundidad, orientados a profesionales.
 - **Conferencias:** Presentar el proyecto en 2 o 3 conferencias internacionales del sector durante el primer año.
 - **Medios de comunicación locales:** Enviar un artículo a una revista local que destaque el impacto del proyecto en la comunidad, especialmente si se trata de un proyecto con implicaciones regionales.

✓ Lista de actividades de comunicación y difusión

- **Explicación:** La propuesta debe incluir una lista detallada de las actividades clave que se realizarán durante el proyecto, enfocándose en las que tienen mayor impacto.

Cómo elaborar una estrategia ganadora de comunicación y difusión

- **Ejemplo concreto:**

- **Producción de un video del proyecto:** Crear un video introductorio que explique los objetivos y avances del proyecto.
- **Organización de webinars:** Realizar 2-3 seminarios web anuales para involucrar a la comunidad científica, la industria y el público general.
- **Publicación de artículos científicos:** Publicar al menos 2 artículos en revistas científicas de acceso abierto sobre los resultados clave del proyecto.
- **Participación en conferencias:** Presentar el proyecto en 3 conferencias internacionales relevantes del sector.
- **Distribución de boletines informativos:** Enviar un boletín trimestral con actualizaciones del proyecto a todos los interesados.
- **Creación de infografías y material visual:** Desarrollar materiales visuales para explicar los avances de manera accesible y atractiva.
- **Colaboración con medios de comunicación:** Emitir al menos 2 comunicados de prensa o artículos en medios especializados.

✓ Entregables (deliverables)

1. Plan de comunicación y difusión

- **Descripción:** Documento detallado que describe las estrategias, actividades y cronograma de comunicación del proyecto.
- **Plazo:** Mes 2
- **Objetivo:** Establecer la base para todas las actividades de comunicación a lo largo del proyecto.

2. Página web del proyecto

- **Descripción:** Desarrollo y lanzamiento de un sitio web interactivo con información sobre el proyecto, sus avances y resultados.
- **Plazo:** Mes 3
- **Objetivo:** Crear un punto centralizado de acceso para todas las partes interesadas y el público general.

3. Materiales de comunicación (infografías, videos, presentaciones)

- **Descripción:** Creación de materiales visuales que expliquen de manera accesible los resultados y avances del proyecto.
- **Plazo:** Mes 6 y en cada año del proyecto.
- **Objetivo:** Facilitar la comprensión de los resultados para audiencias diversas.

4. Evaluación intermedia del impacto

- **Descripción:** Informe detallado sobre las actividades de comunicación realizadas hasta la fecha, su impacto y el ajuste de las estrategias según los resultados obtenidos.
- **Plazo:** Mitad del proyecto
- **Objetivo:** Evaluar y ajustar las actividades de comunicación y difusión según los KPIs definidos.

5. Informe final de comunicación y difusión

- **Descripción:** Informe completo sobre las actividades de comunicación realizadas, su impacto y la evaluación de los KPIs definidos.
- **Plazo:** Último mes del proyecto
- **Objetivo:** Evaluar el éxito de las estrategias y acciones de comunicación.

✓ Hitos (milestones)

1. Lanzamiento de la página web

- **Descripción:** El sitio web debe estar completamente funcional, con secciones clave como información del proyecto, objetivos, avances, equipo y medios de contacto. Debe incluir también un área para noticias y publicaciones.
- **Fecha:** Mes 3

2. Creación de un repositorio abierto con los resultados del proyecto

- **Descripción:** Implementación de un repositorio abierto donde se carguen datos, resultados y documentos relevantes del proyecto para garantizar el acceso continuo.
- **Fecha:** Mes 2

3. Creación de las redes sociales

- **Descripción:** Establecimiento de perfiles oficiales en plataformas de redes sociales relevantes (por ejemplo, LinkedIn o YouTube) para aumentar la visibilidad del proyecto y facilitar la interacción con las partes interesadas. Se debe incluir la creación de contenido inicial, como una introducción del proyecto, sus objetivos y los avances iniciales.
- **Fecha:** Mes 1

4. Desarrollo de materiales de comunicación visual (infografías, videos)

- **Descripción:** Creación y distribución de materiales visuales que expliquen los avances y resultados del proyecto en formato accesible para audiencias no técnicas.
- **Fecha:** Mes 6 y cada 12 meses

5. Distribución de boletines informativos

- **Descripción:** Enviar boletines informativos trimestrales a las partes interesadas del proyecto, que incluyan resultados clave, próximos pasos y eventos importantes.
- **Fecha:** Mes 6 y luego cada 3 meses.

6. Evaluación intermedia de impacto de comunicación

- **Descripción:** Informe intermedio que evalúa las actividades de comunicación realizadas hasta la fecha, con análisis de KPIs (como visitas al sitio web, interacciones en redes sociales) y ajustes recomendados.
- **Fecha:** Mitad del proyecto

7. Informe final de comunicación y difusión

- **Descripción:** Informe detallado que resuma todas las actividades de comunicación y difusión realizadas durante el proyecto, evaluando el impacto y proporcionando recomendaciones para el futuro.
- **Fecha:** Último mes del proyecto

✓ Identificación de actividades clave

Las actividades de comunicación y difusión pueden incluir una variedad de acciones, desde la creación de contenido hasta la organización de eventos y la promoción en medios de comunicación. Por ejemplo:

- **Creación de contenido visual:** Incluye la producción de videos, infografías, carteles, etc.
- **Diseño gráfico y branding:** Diseño de logotipo, plantillas, informes, material visual.
- **Desarrollo y mantenimiento de un sitio web:** Costos asociados con el diseño, desarrollo, y actualización del sitio web.
- **Redacción y distribución de boletines informativos:** Gastos para la creación y distribución de newsletters periódicas.
- **Organización de eventos:** Seminarios web, conferencias, jornadas de puertas abiertas, talleres, etc.
- **Relaciones con los medios:** Costos relacionados con la redacción y distribución de comunicados de prensa, gestión de relaciones con periodistas.
- **Materiales impresos:** Folletos, carteles, y otros materiales físicos para eventos.

Cálculo del presupuesto para actividades de comunicación y difusión

- ✓ **Creación de contenido visual**
- **Costo por video (producción y edición)**: €2,000 por video de 2-3 minutos.
- **Infografías**: €500 por infografía de alta calidad.

- ✓ **Diseño gráfico y branding**
- **Diseño de plantillas y materiales gráficos**: €2,000 por la creación de plantillas para presentaciones y documentos.

- ✓ **Desarrollo y mantenimiento de un sitio web**
- **Diseño y desarrollo inicial del sitio web**: €5,000 – €10,000 dependiendo de la complejidad.
- **Mantenimiento anual**: €1,500 – €2,500 anuales (actualización de contenido, alojamiento, seguridad).

- ✓ **Organización de eventos**
- **Seminarios web**: €2,000 – €5,000 por evento (incluye plataformas, promoción, y materiales).
- **Conferencias o jornadas**: €5,000 – €15,000 dependiendo de la escala y ubicación.

- ✓ **Relaciones con los medios**
- **Redacción y distribución de comunicados de prensa**: €800 – €1,500 por comunicado.

Final tips para el desarrollo de la sección de comunicación y difusión

✓ Destacar la accesibilidad de los resultados

- **Consejo:** Asegúrate de mencionar cómo los resultados del proyecto estarán disponibles para todos, no solo para la comunidad científica. Explica cómo los datos y las publicaciones se compartirán en plataformas de **acceso abierto (Zenodo)** y cómo los informes se escribirán de manera accesible para el público general.
- **Por qué es importante:** Los evaluadores valoran la transparencia y la accesibilidad, y esto mejora la sostenibilidad del proyecto a largo plazo.

✓ Incluir actividades de comunicación durante todo el ciclo de vida del proyecto

- **Consejo:** A menudo, las propuestas se centran solo en la fase final. Asegúrate de incluir actividades de comunicación desde el **inicio del proyecto** hasta su **finalización**, con eventos y actualizaciones periódicas.
- **Por qué es importante:** Esto demuestra que la comunicación será continua y que el proyecto tiene un enfoque integral para involucrar a las partes interesadas a lo largo de su duración.

✓ Utilizar KPIs específicos y medibles

- **Consejo:** Asegúrate de definir indicadores de éxito claros, como **número de visitas al sitio web**, **número de artículos publicados**, o **cantidad de seguidores en redes sociales**.

Final tips para el desarrollo de la sección de comunicación y difusión

- **Por qué es importante:** Los evaluadores quieren ver cómo se medirán los resultados de las actividades de difusión y comunicación para asegurar que se están alcanzando los objetivos.

- ✓ **Mencionar la sostenibilidad de las actividades de comunicación**
- **Consejo:** A menudo se pasa por alto cómo se mantendrán las actividades de comunicación después de que el proyecto termine. Menciona si hay planes para **seguir manteniendo el sitio web** o si las actividades de difusión continuarán a través de otros medios.
- **Por qué es importante:** A los evaluadores les interesa saber que los beneficios del proyecto perdurarán incluso después de su finalización.

- ✓ **Incluir el impacto en la comunidad local o el público objetivo**
- **Consejo:** No te limites a hablar de la comunidad científica. Si tu proyecto tiene impactos en la **sociedad** o en **sectores específicos**, asegúrate de incluir estrategias de comunicación dirigidas a estos grupos.
- **Por qué es importante:** Los proyectos de Horizonte Europa no solo buscan avanzar en la ciencia, sino también en el **beneficio social y económico**. Asegúrate de mostrar cómo el proyecto contribuirá a esos objetivos más amplios.

Final tips para el desarrollo de la sección de comunicación y difusión

✓ Incluir un plan de crisis de comunicación

- **Consejo:** Aunque no suele ser obligatorio, tener un plan de **crisis de comunicación** puede ser útil. Si algo sale mal o hay noticias negativas sobre el proyecto, ¿cómo se gestionarán las relaciones públicas?
- **Por qué es importante:** Demuestra proactividad y preparación ante cualquier imprevisto, lo cual genera confianza en los evaluadores.

✓ Claridad en la distribución del presupuesto de comunicación

- **Consejo:** Sé transparente y detallado en cómo se distribuirá el presupuesto para las actividades de comunicación y difusión. No olvides incluir partidas para la creación de contenido, eventos, publicidad y herramientas digitales.
- **Por qué es importante:** Los evaluadores aprecian un **presupuesto bien estructurado**, ya que demuestra que las actividades de comunicación se consideran una parte integral del proyecto.

Final tips para el desarrollo de la sección de comunicación y difusión

- ✓ Destacar la innovación en las actividades de comunicación
 - **Consejo:** Si estás utilizando herramientas innovadoras, como **realidad aumentada o plataformas interactivas**, mencionalo. Este tipo de actividades innovadoras pueden diferenciar tu propuesta.
 - **Por qué es importante:** Los evaluadores buscan propuestas que sean **innovadoras** no solo en la investigación, sino también en la forma de comunicar y difundir los resultados.

2.2 Medidas para maximizar el impacto: Explotación



Ciclo HorIISA – Jornada 8 (20/06/2025)

EXPLORACION: QUE PRESENTAR EN LA PROPUESTA

Modelo de negocio

Un modelo de negocio es una "representación abstracta de una organización, ya sea de manera textual o gráfica, de todos los conceptos relacionados, acuerdos financieros, y el portafolio central de productos o servicios que la organización ofrece y ofrecerá con base en las acciones necesarias para alcanzar las metas y objetivos estratégicos.“

Plan de negocio

Un plan de negocio es un documento formal de objetivos empresariales, que se constituye como una fase de proyección y evaluación.

Business case

Es un documento que proporciona la justificación necesaria para invertir tiempo o dinero en un nuevo proyecto, generalmente dentro de una empresa.

Se diferencia con el plan de negocio en que business case generalmente se refiere a un proyecto y un aspecto del negocio, mientras que el plan de negocios presenta un plan de acción detallado para toda la organización durante varios años

KEY EXPLOITABLE RESULTS

KER group

- Definir cada uno de los resultados explotables

Exploitation

- Transferencia tecnológica
- Modelos de utilidad
- Ventas directas
 - B2B. Por ejemplo, un servicio de CRO para desarrollar un ensayo clínico para validar un medical device.
 - B2C. Por ejemplo, la venta de un medical device directamente al cliente
 - B2B2C. Por ejemplo, la venta de un medical device a un centro privado de salud que a la vez se lo ofrece a sus clientes.
- Proyectos de co-desarrollos

Route to market

- Todos los pasos para llegar al mercado desde el fin del proyecto

Time to market

EXPLOTACION: QUE EXPLOTAR

Identificar los KER

Resultados
Nueva tarjeta inteligente para
Instrumentación para caracterización magnética de
Kit de detección de
Sistema de conversión analógico-digital para antenas, láser, etc
Software de reconocimiento para operación remota y certificación
Sensores y electrónica para aplicación en
Método para simular la inspección de
Método de testeado de
Procesos para el desarrollo de para la fabricación de
Base de datos de parámetros de xxx para mejorar las propiedades de

Identificar la forma de explotación

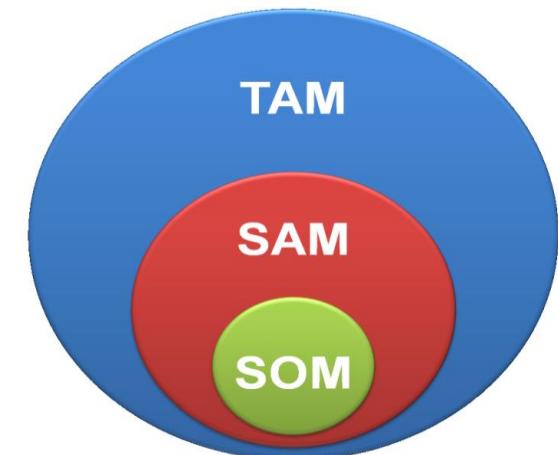
- Ventas directas
- Acuerdos de colaboración
- Codesarrollos
- Creación de spin-off
- Acuerdos transferencia de tecnología
- SaaS
- PaaS
- Licencia de software
- etc

ESTIMACIÓN DE MERCADO

- Resumen del mercado global del proyecto. Por ejemplo, en un proyecto de disolventes,

“El mercado de disolventes crecerá de 47.4M\$ en 2018 a USD 57.3Millones para 2023, a una tasa de crecimiento anual compuesta (CAGR) del 3.9% durante el período de pronóstico. Se espera que el crecimiento en las industrias automotriz y de construcción impulse la demanda de solventes basados en petroquímicos durante el período de pronóstico. Si bien se espera que las estrictas regulaciones ambientales para la reducción en el uso de Compuestos Orgánicos Volátiles (COV) impulsen la demanda de solventes biológicos y verdes.” Solvents Market. (n.d.). Retrieved April 24, 2020

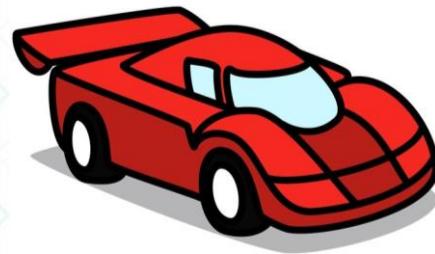
- Cuota de mercado
 - TAM: Total addresable market. Se refiere al mercado global. Por ejemplo en los disolventes es 57.3M en 2023
 - SAM: Service available market. Mercado disponible. Por ejemplo del mercado de disolventes me puedo centrar en los desengrasantes de metales que son un 33% del consumo global, luego mi SAM sería 18.9M\$
 - SOM: Service obtainable market. Es el dato real según los compradores de tu producto, por ejemplo si tenemos en cuenta una Penetración en el mercado en 2023 del 10%, mi SOM sería de 1.9 M\$



Ejemplos



➤ TAM: 79 millones de uds. /año (coches)



➤ SAM: 118.500 unidades/año (coches deportivos por Internet)



➤ SOM: 500 uds. /año (lo que pensamos captar, primer año)

CAGR

Una tasa de crecimiento anual compuesto (TCAC o CAGR en inglés) mide la tasa de retorno de una inversión, como un fondo mutuo o un bono, durante un período de inversión como 5 o 10 años

$$\text{TCAC} = \left(\frac{V_{\text{final}}}{V_{\text{inicial}}} \right)^{1/t} - 1$$

TCAC = tasa de crecimiento anual
compuesto

V_{inicial} = valor inicial

V_{final} = valor final

t = tiempo en años

Se utiliza para especificar el resultado económico de los KER del proyecto.

COEBITDA

Ventas Totales

Menos: Costes de Ventas

Utilidad Bruta

Menos: Gastos Operativos

Gastos de Comercialización

Gastos de Administración

EBITDA - Resultado de Intereses, Impuestos, Depreciaciones y Amortizaciones

Menos: Depreciación y Amortizaciones

EBIT - Resultado Operativo

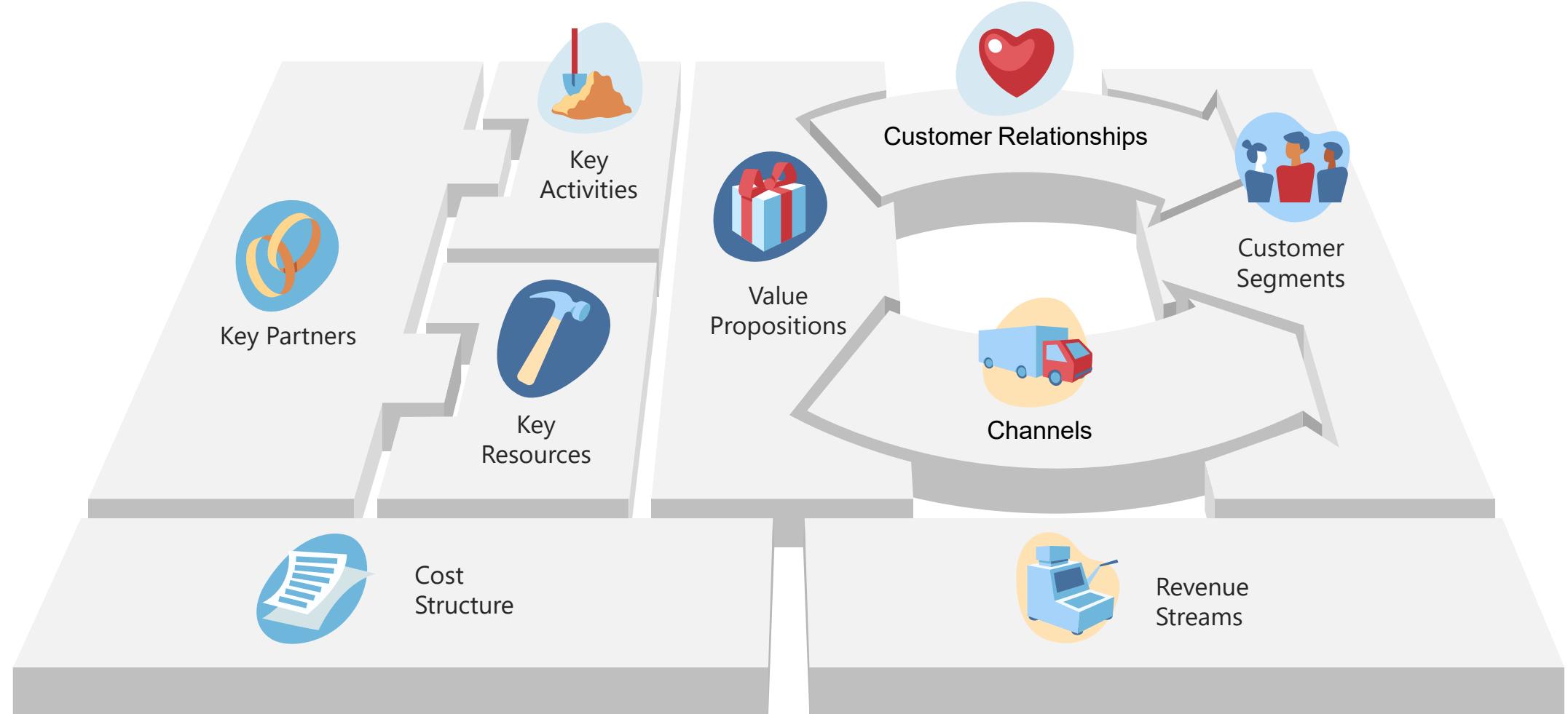
Menos: Gastos Financieros

EBT - Resultado antes de impuestos

Menos Impuesto a la Renta

Resultado después de Impuestos o Resultados de Ejercicio

Modelo Canvas



Ejemplo Marca de cafe

Key Partners

- » Coffee farmers
- » Coffee suppliers
- » Coffee equipment manufacturers

Key Activities

- » Marketing
- » Supply chain management
- » Mobile app marketing

Value Proposition

- » Best coffee drinking experience

Customer Relationships

- » Cups with customers' names
- » Loyalty card
- » Mobile app

Customer Segments

- » Mass market

Key Resources

- » Starbucks brand
- » Stores
- » Distribution network

Channels

- » Starbucks stores (owned and franchises)
- » Grocery stores
- » Mobile app

Cost Structure

- | | |
|-------------|-------------|
| » Marketing | » Suppliers |
| » Stores | |

Revenue Streams

- | | |
|--------------------------------|-------------|
| » Sales of foods and beverages | » Serveware |
| » Selling franchises | » Licensing |

Ejemplo 2

Socios Clave	Actividades Clave <ul style="list-style-type: none"> 1. Contribuir al diagnóstico y prevención de enfermedades. 2. Intermediarios entre la clínica, hospital, ambulatorio, el profesional de la salud y el paciente. 3. Poner en contacto al paciente y el servicio a través de nuestro laboratorio clínico. 	Propuesta de Valor <ul style="list-style-type: none"> 1. Excelente atención al paciente. 2. Personal altamente calificado. 3. Los resultados de pruebas más rápidos y eficaces del estado. 4. Garantía de la calidad de los procedimientos y precisión de los resultados para la mayor ayuda diagnóstica posible. 5. Contamos con la mayor variedad de pruebas, exámenes, y análisis de la actualidad. 	Relación con el Cliente <ul style="list-style-type: none"> - Servicio perfecto entre el paciente, el especialista y las fases pre-analítica, analítica y post-analítica. - Comodidad y confianza notable entre el personal, el paciente y los exámenes a realizarse. 	Segmentos de Clientes <p>Atendemos y ofrecemos nuestros servicios independientemente de la edad, sexo y estudios del paciente.</p>				
	Recursos Clave <table border="1" data-bbox="770 635 1113 951"> <tbody> <tr> <td style="width: 50%; vertical-align: top;"> PERSONAL <ul style="list-style-type: none"> - Profesional del laboratorio. - Auxiliares. - Secretarios. </td><td style="width: 50%; vertical-align: top;"> INFRAESTRUCTURA <ul style="list-style-type: none"> - Local (Laboratorio). - Sitios Web del Laboratorio. </td></tr> <tr> <td style="vertical-align: top;"> CAPITAL <ul style="list-style-type: none"> - Aportación de los Socios y Propia. </td><td style="vertical-align: top;"> TECNOLOGÍA <ul style="list-style-type: none"> - Equipos pertinentes al laboratorio clínico. - Sistema de Cómputo. - Wi-fi. </td></tr> </tbody> </table>	PERSONAL <ul style="list-style-type: none"> - Profesional del laboratorio. - Auxiliares. - Secretarios. 	INFRAESTRUCTURA <ul style="list-style-type: none"> - Local (Laboratorio). - Sitios Web del Laboratorio. 	CAPITAL <ul style="list-style-type: none"> - Aportación de los Socios y Propia. 	TECNOLOGÍA <ul style="list-style-type: none"> - Equipos pertinentes al laboratorio clínico. - Sistema de Cómputo. - Wi-fi. 		Canales <p>Clasificados en dos tipos: A y B.</p> <p>A) Para ejecutar nuestro servicio (Medios Físicos):</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Atención directa desde nuestra sede (laboratorio clínico). 2. Atención privada y personalizada por medio de toma de muestra a domicilio. <p>B) Para contactarnos y publicitar nuestro servicio (Medios Electrónicos):</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Plataformas digitales (Instagram, YouTube, Facebook, Gmail, entre otros). 	
PERSONAL <ul style="list-style-type: none"> - Profesional del laboratorio. - Auxiliares. - Secretarios. 	INFRAESTRUCTURA <ul style="list-style-type: none"> - Local (Laboratorio). - Sitios Web del Laboratorio. 							
CAPITAL <ul style="list-style-type: none"> - Aportación de los Socios y Propia. 	TECNOLOGÍA <ul style="list-style-type: none"> - Equipos pertinentes al laboratorio clínico. - Sistema de Cómputo. - Wi-fi. 							
Estructura de Costos <ol style="list-style-type: none"> 1. Fijos: <ul style="list-style-type: none"> a) Directos: salario del personal del laboratorio clínico y marketing, inversión en materia prima (reactivos, materiales, entre otros). b) Indirectos: pago de servicios públicos (abastecimiento de electricidad, agua, gas, internet, servicio de recolección y gestión de residuos). Fijos: pago del alquiler del laboratorio clínico. 2. Variables: <ul style="list-style-type: none"> a) Costos operativos: la realización de las actividades pertinentes al laboratorio clínico. 	Fuente de Ingresos <p>Al tratarse de una entidad física como lo es un laboratorio clínico, para monetizar nuestro servicio optamos por sistemas de pago de acuerdo al perfil del paciente utilizando los métodos más actuales del mercado como:</p> <table border="0" data-bbox="1326 1105 1735 1221"> <tbody> <tr> <td style="width: 50%;"> <ul style="list-style-type: none"> - Tarjeta de Débito. - Tarjeta de Crédito. - Efectivo. - Transferencia. </td> <td style="width: 50%;"> <ul style="list-style-type: none"> - Pago móvil. - Biopago. - Divisas. - Criptomonedas. </td> </tr> </tbody> </table>			<ul style="list-style-type: none"> - Tarjeta de Débito. - Tarjeta de Crédito. - Efectivo. - Transferencia. 	<ul style="list-style-type: none"> - Pago móvil. - Biopago. - Divisas. - Criptomonedas. 			
<ul style="list-style-type: none"> - Tarjeta de Débito. - Tarjeta de Crédito. - Efectivo. - Transferencia. 	<ul style="list-style-type: none"> - Pago móvil. - Biopago. - Divisas. - Criptomonedas. 							

CLUSTER

	1	2	3	4	5	6
DESTINATIONS	Health	Culture, Creativity and Inclusive Society	Civil Security for Society	Digital, Industry and Space	Climate, Energy and Mobility	Food, Bioeconomy, Natural Resources, Agriculture and Environment
1	Staying healthy in a rapidly changing society	Innovative Research on Democracy and Governance	Fight against crime and Terrorism	Climate Neutral, circular and digitised production	Climate sciences and responses	Biodiversity and Ecosystem Services
2	Living and working in a health-promoting environment	Innovative Research on the European Cultural Heritage and the Cultural and Creative Industries	Border Management	A digitised, resource-efficient and resilient industry	Cross-sectoral solutions for the climate transition	Fair, healthy and environmentally-friendly food systems from primary production to consumption
3	Tackling diseases and reducing disease burden	Innovative Research on Social and Economic Transformations	Infrastructure Protection	World leading data and computing technologies	Sustainable, secure and competitive energy supply	Circular economy and bio economy sectors
4	Ensuring access to sustainable and high-quality health care		Cybersecurity	Digital and emerging technologies for competitiveness and fit for the green deal	Efficient, sustainable and inclusive energy use	Clean environment and zero pollution
5	Unlocking the full potential of new tools, technologies and digital solutions for a healthy society		A Disaster Resilient Society for Europe	Strategic autonomy in developing, deploying and using global spacebased infrastructures, services, applications and data	Clean and competitive solutions for all transport modes	Land, oceans and water for climate action
6	Maintaining an innovative, sustainable and globally competitive health industry		Support to Security Research and Innovation	A human-centred and ethical development of digital and industrial technologies	Safe, Resilient Transport and Smart Mobility Services for passengers and goods	Resilient, inclusive, healthy and green rural, coastal and urban communities
7						Innovative governance, environmental observations and digital solutions in support of the Green Deal

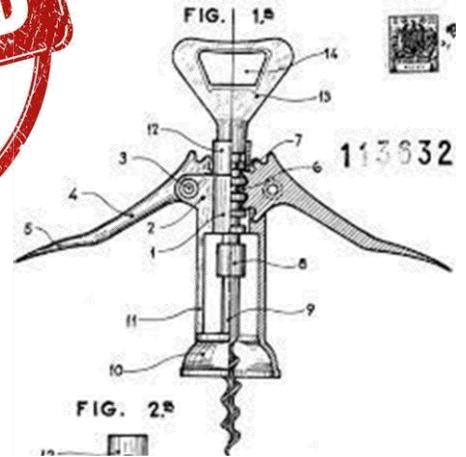
PROPIEDAD DE UN PROYECTO

1. Definir el conocimiento existente
 - IP
 - Propietario
 - Tipo de protección
 - Uso en el Proyecto
2. Describir los nuevos conocimientos que se generarán (KER)
 - KER
 - Propietarios
 - Tipos de protección posible
 - Si propiedad conjunta como se reparten los Ips.



TIPOS DE PROTECCIÓN

- Secreto industrial
- Patente
- Modelo de utilidad
- Copyright
- Depósito de cepas (DMSZ)



2.3 Resumen



Ciclo HorIISA – Jornada 8 (20/06/2025)

SPECIFIC NEEDS	EXPECTED RESULTS	D & E & C MEASURES
<p><i>What are the specific needs that triggered this project?</i></p> <p>Example 1 Most airports use process flow-oriented models based on static mathematical values limiting the optimal management of passenger flow and hampering the accurate use of the available resources to the actual demand of passengers.</p> <p>Example 2 Electronic components need to get smaller and lighter to match the expectations of the end-users. At the same time there is a problem of <u>sourcing of raw materials</u> that has an environmental impact.</p>	<p><i>What do you expect to generate by the end of the project?</i></p> <p>Example 1 Successful large-scale demonstrator: Trial with 3 airports of an advanced forecasting system for proactive airport passenger flow management.</p> <p>Algorithmic model: Novel algorithmic model for proactive airport passenger flow management.</p> <p>Example 2 Publication of a scientific discovery on transparent electronics.</p> <p>New product: More sustainable electronic circuits.</p> <p>Three PhD students trained.</p>	<p><i>What dissemination, exploitation and communication measures will you apply to the results?</i></p> <p>Example 1 Exploitation: Patenting the algorithmic model.</p> <p>Dissemination towards the scientific community and airports: Scientific publication with the results of the large-scale demonstration.</p> <p>Communication towards citizens: An event in a shopping mall to show how the outcomes of the action are relevant to our everyday lives.</p> <p>Example 2 Exploitation of the new product: Patenting the new product; Licencing to major electronic companies.</p> <p>Dissemination towards the scientific community and industry: Participating at conferences; Developing a platform of material compositions for industry; Participation at EC project portfolios to disseminate the results as part of a group and maximise the visibility vis-à-vis companies.</p>

TARGET GROUPS	OUTCOMES	IMPACTS
<p><i>Who will use or further up-take the results of the project? Who will benefit from the results of the project?</i></p> <p>Example 1 9 European airports: Schiphol, Brussels airport, etc.</p> <p>The European Union aviation safety agency.</p> <p>Air passengers (indirect).</p> <p>Example 2 End-users: consumers of electronic devices.</p> <p>Major electronic companies: Samsung, Apple, etc.</p> <p>Scientific community (field of transparent electronics).</p>	<p><i>What change do you expect to see after successful dissemination and exploitation of project results to the target group(s)?</i></p> <p>Example 1 Up-take by airports: 9 European airports adopt the advanced forecasting system demonstrated during the project.</p> <p>Example 2 High use of the scientific discovery published (measured with the relative rate of citation index of project publications).</p> <p>A major electronic company (Samsung or Apple) exploits/uses the new product in their manufacturing.</p>	<p><i>What are the expected wider scientific, economic and societal effects of the project contributing to the expected impacts outlined in the respective destination in the work programme?</i></p> <p>Example 1 Scientific: New breakthrough scientific discovery on passenger forecast modelling.</p> <p>Economic: Increased airport efficiency Size: 15% increase of maximum passenger capacity in European airports, leading to a 28% reduction in infrastructure expansion costs.</p> <p>Example 2 Scientific: New breakthrough scientific discovery on transparent electronics.</p> <p>Economic/Technological: A new market for touch enabled electronic devices.</p> <p>Societal: Lower climate impact of electronics manufacturing (including through material sourcing and waste management).</p>

CLAVES DEL ÉXITO:



Ciclo HorIISA – Jornada 8 (20/06/2025)

CLAVES DEL ÉXITO: IMPACTO

- Aportar datos reales de impacto de manera justificada y persuasiva.
- Mirar como se describe el programa de trabajo e ir cubriendo los impactos esperados de uno en uno.
- Detallar impacto a diferentes niveles: Científico/conocimiento, Económico, Social (salud)
- Políticas/normativas.
- Plan de diseminación y comunicación bien detallado.
 - Incluir parte estándar de publicaciones, workshops, grupos de interés, etc., pero contabilizando y dando datos sobre medios concretos (revistas, eventos, etc.)
 - También es importante incluir cursos de formación, seminarios, realización de tesis, actividades de diseminación (outreach), etc.
- Plan de explotación: involucración de los *key stakeholders*.
 - Es importante la figura del “end-user” y que alguien de los miembros del consorcio sea el “market-driver”, que tengan intereses en sacar partido de los resultados y que esté más orientado a mercado.
 - Importante la opción de incluir replicadores para seguir escalando la tecnología/producto/servicio/know-how
 - Spin-off si es realista. Si no, al menos mencionar modelos de negocio (B2B, B2C, B2B2C)
- Plan de IPR establecido y consensuado por todos los socios.

La visión del evaluador:



Ciclo HorIISA – Jornada 8 (20/06/2025)



Evaluating the impact criterion (1/2)

Assess the proposed pathways towards impact:

- Is the contribution of the project towards the 1) expected outcomes of the topic and 2) the wider impacts, in the longer term, as specified in the respective destinations of the WP, credible?
- Are potential barriers to the expected outcomes and impacts identified (i.e. other R&I work within and beyond Horizon Europe; regulatory environment; targeted markets; user behavior), and mitigation measures proposed? Is any potential negative environmental outcome or impact (including when expected results are brought at scale, such as at commercial level) identified? Is the management of the potential negative impacts properly described?
- Are the scale and significance of the project's contribution to the expected outcomes and impacts estimated and quantified (including baselines, benchmarks and assumptions used for those estimates)?
 - 'Scale' refers to how widespread the outcomes and impacts are likely to be. For example, in terms of the size of the target group, or the proportion of that group, that should benefit over time;
 - 'Significance' refers to the importance, or value, of those benefits. For example, number of additional healthy life years; efficiency savings in energy supply.

Following questions are adapted to RIA and IA type of actions (ToA). Similar questions will be asked for other ToAs, in line with the instructions in the specific applications forms.

Always provide well-supported reasons to justify your evaluation. For instance, if you think that the contribution of the project towards the expected outcomes of the topic is (or is not) credible, **add always the rationale behind your opinion.**



Evaluating the impact criterion (2/2)

Assess the measures to maximise impact –
Dissemination, exploitation and communication :

- Are the proposed dissemination, exploitation and communication measures suitable for the project and of good quality? All measures should be proportionate to the scale of the project, and should contain concrete actions to be implemented both during and after the end of the project.
- Are the target groups (e.g. scientific community, end users, financial actors, public at large) for these measures identified?
- Is the strategy for the management of intellectual property properly outlined and suitable to support exploitation of results?
 - If exploitation is expected primarily in non-associated third countries, is it properly justified how that exploitation is still in the Union's interest?

Following questions are adapted to RIA and IA type of actions (ToA). Similar questions will be asked for other ToAs, in line with the instructions in the specific applications forms.

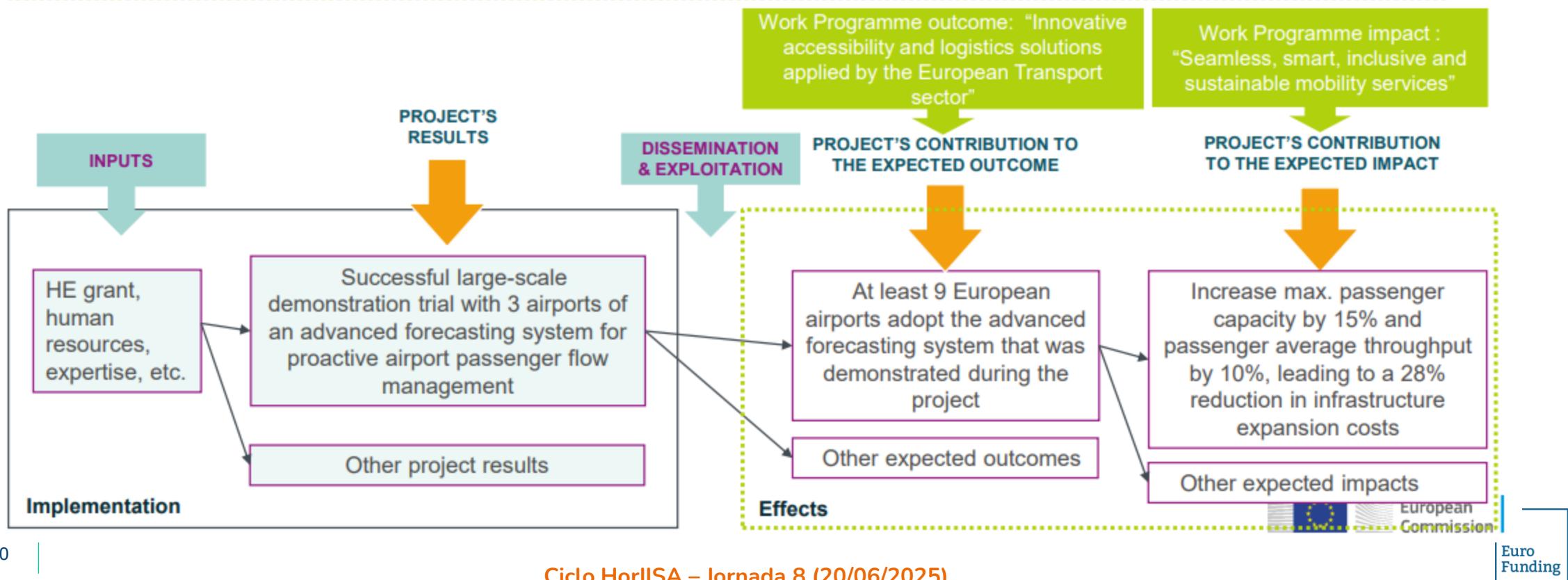
Always provide well-supported reasons to justify your evaluation. For instance, if you think that the dissemination, exploitation and communication measures are (or are not) suitable for the project and of good quality, **add always the rationale behind your opinion.**



How applicants describe the impact

Project's pathway towards impact

...by thinking about the specific contribution the project can make to the expected outcomes and impacts set out in the Work Programme.





Management of intellectual property (IP)

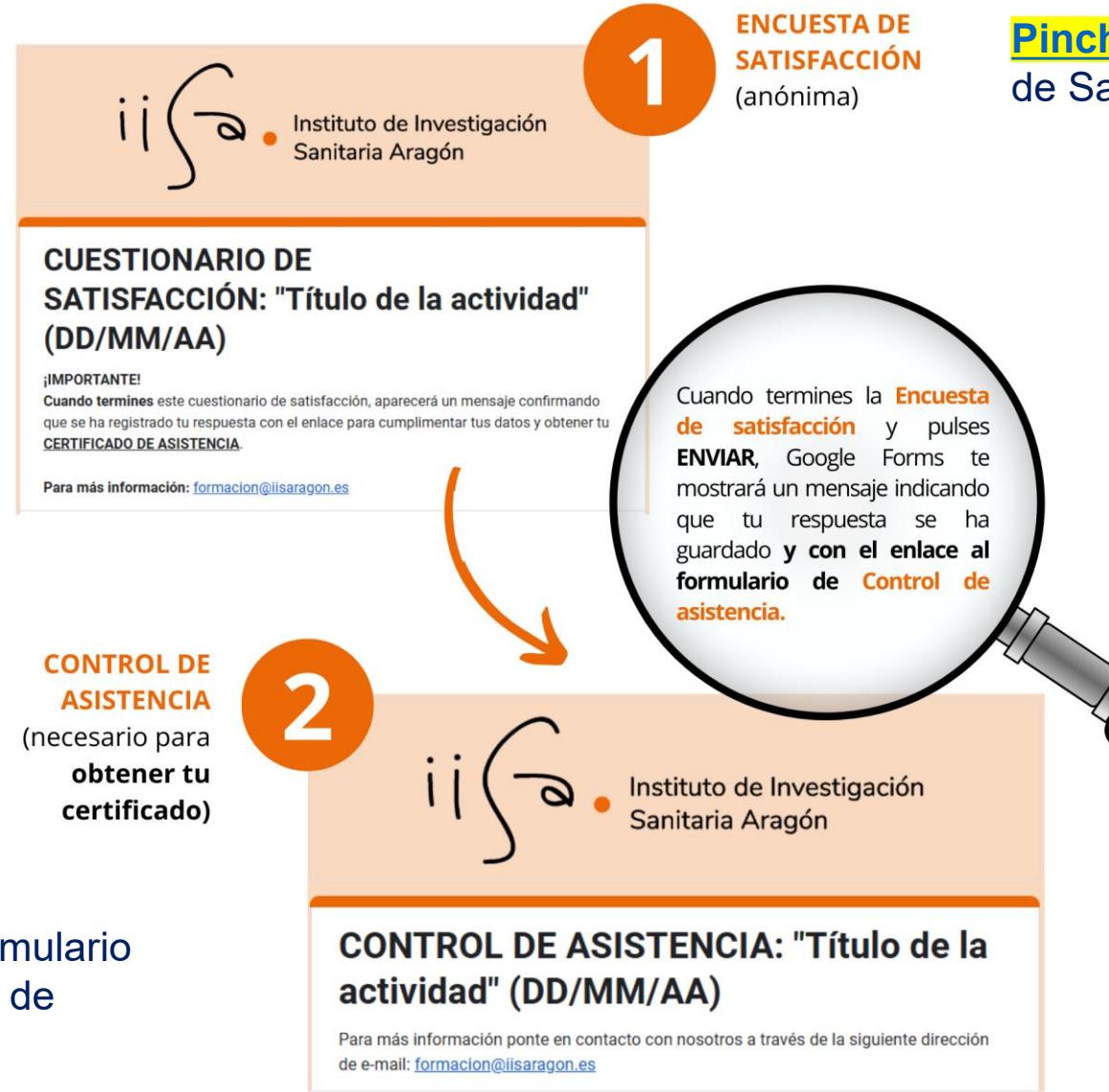
*Each Horizon Europe beneficiary shall use its best efforts to **exploit the results it owns**, or to have them exploited by another legal entity, in particular through the transfer and licensing of results. In this respect beneficiaries are required to **adequately protect their results – if possible and justified** – taking account of possible prospects for commercial exploitation and any other legitimate interest.*

The provision of a **results ownership list** is mandatory at the end of a project.

The strategy for IP management in a proposal

- Should be comprehensive and feasible and should include protection measures whenever relevant.
- Should be commensurate with the described pathways to outcomes and impacts and therefore underpins the 'credibility' of these pathways.
- Should consider 'freedom to operate' regarding the background owned by consortium members and/or third parties outside the consortium.
- Should give due thought to balancing between publication of results and plans to protect IP, e.g. in terms of timing the respective activities, involvement of IP experts.
- If exploitation is expected primarily in non-associated third countries, it must include justifications on how that exploitation is still in the Union's interest.
- if required in the call conditions, it must consider additional exploitation obligations in relation to IP.

Ciclo Hor.IISA – Jornada 7 (30/05/2025)



Pincha aquí para abrir la Encuesta de Satisfacción

Pincha aquí para abrir el formulario de preguntas para el Control de Asistencia

Your R&D is our DNA

www.euro-funding.com

