

Innovación y Tecnología

Sesión CDTI-SOST, 28 03 2022



Sección de Impacto en las
propuestas de Horizonte Europa

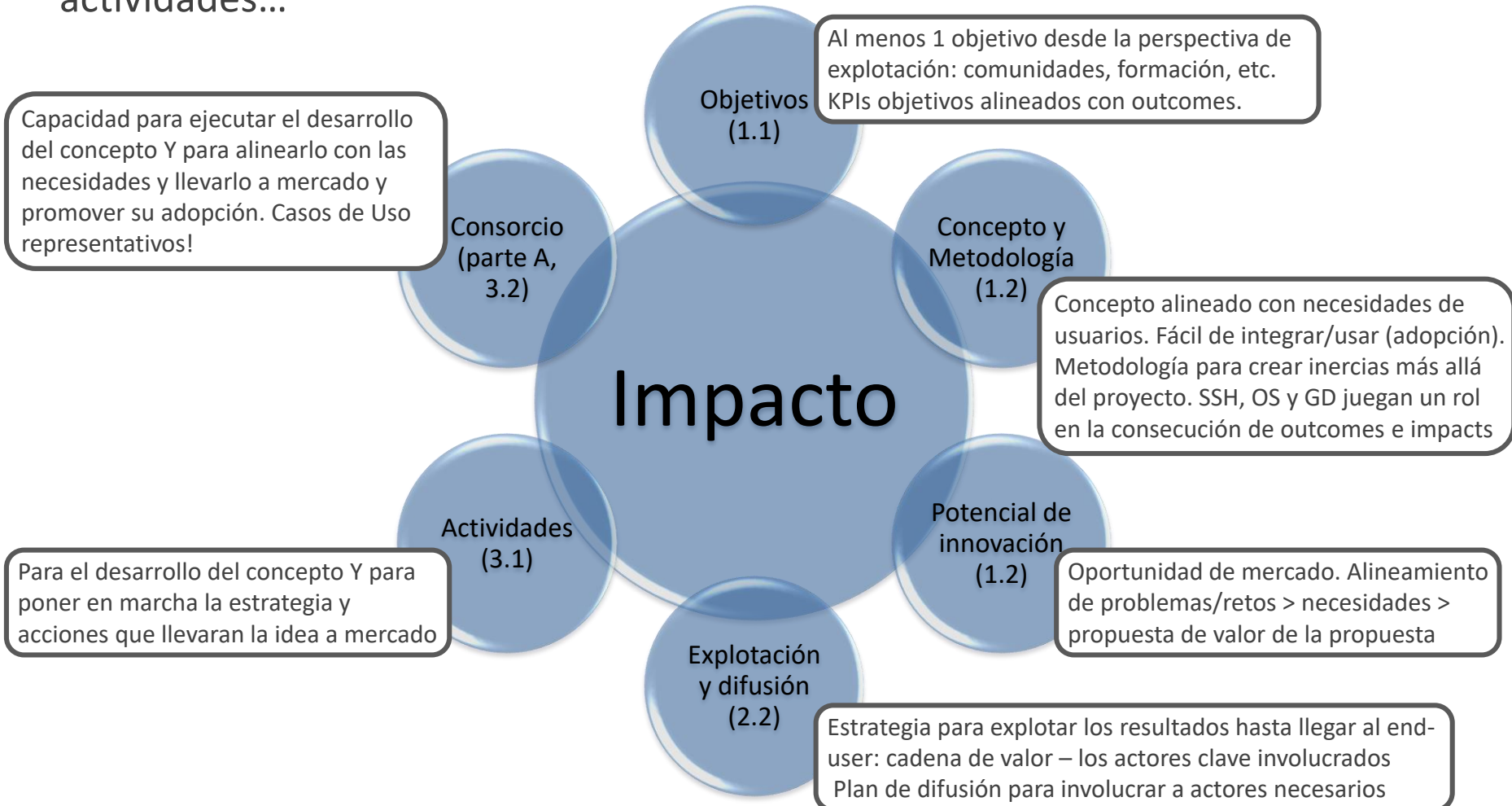
- AIMEN participa en convocatorias del Programa Marco desde 2005
- Desde 2007 cuenta con una Oficina de Proyectos Europeos integrada por técnicos de gestión financiero-administrativa, técnicos de captación y consultores de innovación.
- En 2013 se incorpora la figura del consultor de innovación, entre otras labores, se responsabiliza de la parte de Impacto en la preparación de propuestas.

La preparación de propuestas:

- Equipos multidisciplinares: investigadores, técnicos de gestión, de captación y consultor de innovación.
- Participación del consultor de innovación desde la definición de la idea, la perspectiva de impacto debe tenerse en cuenta desde el principio.

La visión de IMPACTO es TRANSVERSAL a toda la propuesta

Debe tenerse en cuenta al crear el consorcio, al definir el concepto o las actividades...



En IMPACTO se explica como todos los elementos anteriores confluyen para asegurar que se alcancen los Outcomes y Expected Impacts:

- ❑ La CREDIBILIDAD de la sección de impacto depende de lo que se haya construido en el resto de la propuesta:
 - Capacidad y perfil de los socios (u otros participantes) para desarrollar el concepto pero también para diseñar y ejecutar la estrategia de explotación de los resultados (y otras perspectivas de impacto como difusión, comunicación, transferencia, estandarización, etc.). Casos de uso representativos
 - Implementar acciones para integrar requerimientos y necesidades (industria, trabajadores, pacientes, ...workhops, cuestionarios, etc.) e involucrar a stakeholders clave
 - Etc.
- ❑ La CONSECUCIÓN de Outcomes e Impacts dependerá de qué hayamos puesto en marcha durante el proyecto para generar las inercias que permitan lograr, primero la technology readiness definida en la call y, luego, materializar la estrategia de explotación de los resultados que garantice una adopción amplia de los mismos por los sectores objetivo.

- ❑ Adoption Pathway: Identificar target group (=SCALE) y destacar que acciones, metodologías y estrategias hemos puesto en marcha que aseguren su adopción: desde OS para asegurar que otros se involucran en TRL boosting hasta una comunidad inicial de usuarios.
- ❑ OUTCOMES: normalmente vinculados con las *features* de la tecnología: Reduced cost for production of materials (25% less cost), Improving the agility of industrial production (15% less time in reconfiguration), Wider use of an enhanced knowledge base (1 identification tool, 1 mapping tool)
 - Ligados a los resultados directos obtenidos en el proyecto
 - Demostrar la relevancia de nuestra propuesta de cara a conseguir dichos Outcomes. Destacar los elementos diferenciadores de nuestra tecnología.
 - **CUANTIFICAR = SIGNIFICANCE:** Aunque no se pida, cuantificar. Utilizar los casos de estudio (representativos) o bibliografía. Definir punto de partida y que cambios introducimos gracias a nuestra tecnología que explican los valores que reflejamos.

- ❑ **IMPACTS:** asociados a un escenario en el que se haya materializado la adopción amplia de la tecnología: Liderazgo, circularidad, digitalización, etc.
 - Destacar los elementos diferenciadores del enfoque, de lo que la tecnología habilita o de nuestra estrategia para garantizar la adopción.
 - **CUANTIFICAR = SIGNIFICANCE:** llevar las mejoras de la tecnología a un escenario donde esta se ha adoptado de manera amplia: emisiones CO2, años de vida, etc.

- ❑ Considerar contribuciones a Key Impact Pathways:
 - Economic/Technological impact: innovation capacity, jobs, investment, standardization.
 - Scientific Impact: Creation of high-quality knowledge, etc.
 - Societal Impact: environmental, citizens' well-being, policies

- ❑ Considerar siempre 2 niveles de impacto: 1) Consorcio, 2) escenario de adopción.

- ❑ Barreras: describir que enfoques, estrategias, actividades, etc. hemos considerado para solventar las barreras que existen:
 - Por ejemplo ...Despliegue de la tecnología: integrabilidad con lo que existe en la industria, coste de la tecnología, conocimiento para usar la tecnología...

- ❑ Son herramientas del Plan de Explotación y deben servir a este propósito
- ❑ PLAN DE DIFUSIÓN: Difundir resultados del proyecto
 - Audiencias objetivo incluyen todos los potenciales usuarios de los resultados, industria pero también investigadores (avanzar en I+D sobre resultados), entidades de estandarización, trabajadores o autoridades, si aplica.
 - Objetivos difusión, audiencias, planificación temporal, mensajes e INDICADORES. Incluir las actividades de OS en base a las prácticas OS en 1.2 Metodología.
 - Se revisa y actualiza durante el proyecto.
- ❑ PLAN DE COMUNICACIÓN: Difundir el proyecto y su impacto
 - Se trata de lograr un respaldo a la I+D que se desarrolla en el largo plazo.
 - Público en general, actores en los sectores objetivos (asocaciones), autoridades, etc.
 - Objetivos difusión, audiencias, planificación temporal mensajes e INDICADORES.
 - Se revisa y actualiza durante el proyecto
- ❑ Presentación esquemática de ambos planes.
- ❑ Las actividades y/o canales/herramientas pueden servir a varios propósitos.

- ❑ Es un resumen del Impacto de la propuesta
- ❑ NEEDS – Sección 1 intro/innovation potential
- ❑ EXPECTED RESULTS – listado resultados de 2.2.1 Exploitation Plan
- ❑ D&E&C MEASURES – Resumen de 2.2
- ❑ TARGET GROUPS – listado de los grupos identificados en 2.1 y 2.2.2
- ❑ OUTCOMES – resumen de Outcomes en 2.1, destacar cuantificaciones
- ❑ IMPACTS – resumen de Impacts en 2.1, destacar cuantificaciones



Sede Central

Centro de Aplicaciones Láser

Polígono Industrial de Cataboi
SUR-PPI-2 (Sector 2) Parcela 3
E36418 O PORRIÑO
Pontevedra – España
Telf.: +34 986 344 000

Sede Torneiros

Edificio Armando Priegue

Relva 27 A – Torneiros
E36410 O PORRIÑO
Pontevedra – España
Telf.: +34 986 344 000

Delegación A Coruña

Polígono Industrial de Pocomaco
Parcela D-22 Oficina 20
E15190 A Coruña - España
Telf.: +34 637 127 253

Delegación Madrid

C/ Rodríguez San Pedro, 2
Planta 6, Oficina 609 Edificio Inter
E28015 Madrid - España
Telf.: +34 687 448 915

aimen@aimen.es
www.aimen.es



Gracias por su atención

Gala Pérez Pérez | Team Leader Gestión de Innovación

Tlf. +34 986 344 000 | gperez@aimen.es