

PLAN DE COMUNICACIÓN PROYECTO BIOEMPRENDE RECURSOS PARA EL DESARROLLO TRANSFRONTERIZO DE EMPRESAS BIOTECNOLÓGICAS

Título: Recursos para el Desarrollo Transfronterizo de Empresas Biotecnológicas

Acrónimo: BIOEMPRENDE

Eje 1: Competitividad y Empleo

Cofinanciación FEDER: 1.206.487,50 € (75% del coste del proyecto)

Institución Jefe de Fila: C.E.E.I. de Galicia, S.A. (BIC GALICIA)

Introducción

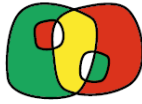
Las acciones desarrolladas en materia de Información y Publicidad se desarrollarán conforme a las directrices establecidas en los documentos de referencia:

- Reglamento (CE) N° 1828/2006, de la Comisión Europea, de 8 de diciembre de 2006
- Resumen del Manual de Identidad Gráfica POCTEP, del Programa Operativo de Cooperación Transfronteriza España-Portugal 2007-2013.

Según la normativa comunitaria, y atendiendo a los contenidos mínimos de un Plan de Comunicación, éste recoge varios apartados que abarcan los siguientes asuntos:

1. Objetivos del Plan de Comunicación
2. Grupos destinatarios del Plan de Comunicación
3. Enfoque estratégico del Plan
4. Mensajes principales de la campaña de comunicación
5. Medidas de comunicación previstas
6. Presupuesto indicativo para el desarrollo del Plan de Comunicación y organismos responsables de su ejecución
7. Sistema de seguimiento y evaluación del Plan de Comunicación

Antes de comenzar con los siete puntos del Plan de Comunicación, se incluye un apartado explicativo del proyecto Bioemprende y sus objetivos, lo cual ayudará a entender la filosofía del plan de comunicación y su conexión con el proyecto.



0. Antecedentes y objetivos del proyecto BIOEMPRENDE

El proyecto BIOEMPRENDE fue aprobado en la 1ª convocatoria del Programa de Cooperación Transfronteriza España-Portugal 2007-2013 (POCTEP), financiado por fondos FEDER.

El Fondo Europeo de Desarrollo Regional (FEDER) tiene por objetivo financiar inversiones para reducir las diferencias que existen entre los niveles de desarrollo de las regiones europeas. Este Fondo constituye un instrumento financiero para alcanzar los objetivos de «Convergencia», «Competitividad regional y empleo» y «Cooperación territorial europea» de la política de cohesión para el período 2007-2013.

En particular, el Programa POCTEP (Programa Operativo de Cooperación Transfronteriza España-Portugal 2007-2013) tiene como finalidad promover el desarrollo de las zonas fronterizas entre España y Portugal y reforzar las relaciones económicas y las redes de cooperación existentes entre las cinco Áreas definidas en el Programa, que son las que se enumeran a continuación:

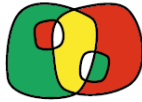
- Galicia – Norte de Portugal
- Norte de Portugal – Castilla y León
- Centro de Portugal – Castilla y León
- Alentejo - Centro de Portugal – Extremadura
- Alentejo – Algarve - Andalucía

El área de cooperación abarca todo el territorio de Galicia con Portugal Norte (Minho-Lima, Alto Trás-os-Montes, Cávado).

La elección de esta área de intervención viene dada por la propia naturaleza del proyecto BIOEMPRENDE, que nace como herramienta de articulación de una zona transfronteriza puntera en el desarrollo empresarial biotecnológico.

El proyecto BIOEMPRENDE tiene por objetivo, promover la intensificación y diversificación de las relaciones entre entidades científicas y empresariales con vistas a explorar oportunidades de innovación biotecnológica en la Eurorregión Galicia-Norte de Portugal.

En particular, BIOEMPRENDE persigue “promover vínculos entre todos los agentes implicados en el sector biotecnológico en la Eurorregión Galicia - Norte de Portugal para mejorar la capacidad emprendedora en biotecnología, identificar oportunidades de negocio y generar sinergias que propicien un tejido empresarial biotecnológico como motor de desarrollo”.



La trascendencia de este objetivo radica en que las empresas biotecnológicas son clave para el desarrollo estratégico de sectores relevantes en la economía de la Euroregión, permiten impulsar sectores maduros y liderar nuevas oportunidades de negocio desde una perspectiva innovadora, por lo que contribuyen a impulsar el desarrollo socio-económico del territorio.

Para alcanzar su objetivo global, el proyecto BIOEMPRENDE desarrolla cuatro líneas de acción que buscan explotar el potencial biotecnológico de la Euroregión, difundir sus potencialidades y cubrir el déficit de capacitación en gestión empresarial de los bioemprendedores.

- Línea 1: Analizar la cultura emprendedora y detectar oportunidades de negocio en el ámbito de la biotecnología

Su finalidad es analizar el actual contexto empresarial en materia de biotecnología, con el objetivo de dotar de información a las iniciativas empresariales biotecnológicas para que puedan ubicar o reubicar su negocio; para mejorar su actividad con la implantación de innovaciones tecnológicas o de gestión empresarial; o bien, para aprovechar recursos existentes a ambos lados de la frontera.

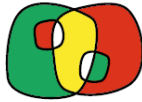
- Línea 2: Desarrollar el potencial humano para la innovación empresarial en la biotecnología

Pretende facilitar los mecanismos adecuados para que las iniciativas empresariales biotecnológicas se desarrollen dentro de los parámetros de calidad y progreso, lo que contribuirá a la dinamización social y económica de la Euroregión Galicia-Norte de Portugal.

- Línea 3: Identificar a los agentes públicos y privados transfronterizos para la creación y consolidación de empresas biotecnológicas

Su objetivo es contribuir al crecimiento económico y a la actualización constante de las innovaciones y avances en materia de biotecnología. Para ello se identificará el mapa de todos los agentes públicos y privados y recursos que puedan contribuir a desarrollar y consolidar el tejido empresarial transfronterizo que opera en materia de biotecnología.

- Línea 4: Potenciar la imagen de la Euroregión en el sector de la Biotecnología (“EuroBIORegión”)

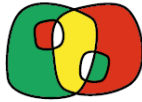


Esta línea incluye seis acciones que aportan sostenibilidad y continuidad al proyecto y propician la cooperación entre los agentes del sector y la transferencia de las mejores prácticas en materia de innovación en biotecnología.

Esta línea incluye entre sus actividades el diseño, ejecución y seguimiento de un Plan de Comunicación específico para potenciar la imagen de la Eurorregión como ubicación ideal para empresas biotecnológicas.

Algunos de los objetivos parciales que incluyen estas cuatro líneas son:

- Difundir la cultura emprendedora en el campo de la biotecnología
- Formar y capacitar a bioemprendedores para que materialicen con éxito sus ideas de negocio en la Eurorregión
- Crear una red de mentores especializados en biotecnología que asesoren a las empresas del sector
- Apoyar la internacionalización de los proyectos empresariales biotecnológicos
- Potenciar la creación de iniciativas de base tecnológica
- Difundir las posibilidades de la biotecnología como motor de crecimiento para las empresas que la incorporen en sus procesos productivos
- Promover y potenciar la Eurorregión Galicia-Norte de Portugal como el lugar idóneo para implantar empresas biotecnológicas (“EuroBIORegión”)
- Identificar oportunidades de negocio y explotar y canalizar resultados de investigación a las demandas del entorno empresarial
- Impulsar las relaciones de cooperación entre empresas, entidades públicas y organismos de apoyo a la biotecnología y promover acuerdos de transferencia de tecnología entre empresas de la Eurorregión.



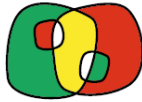
1. Objetivos del Plan de Comunicación de BIOEMPRENDE

El plan de comunicación pretende reflejar la estrategia del proyecto BIOEMPRENDE y los medios que va a aplicar para impactar sobre los destinatarios del programa y alcanzar los objetivos del mismo.

El objetivo central de este Plan de Comunicación es transmitir a los potenciales destinatarios una imagen del proyecto BIOEMPRENDE como paquete de servicios que aportan soluciones a necesidades concretas, y como fuente de oportunidades para quienes muestran inquietudes emprendedoras o colaborativas en el área de la biotecnología (emprendedores, empresarios, investigadores y organismos de apoyo).

A continuación se desglosa este objetivo central en varios objetivos intermedios que coinciden con las principales líneas y acciones del Proyecto:

- Potenciar la imagen de la EuroBioRegión Galicia – Norte de Portugal
- Promover el interés del público objetivo del proyecto Bioemprende por las posibilidades del sector de la biotecnología en la Eurorregión Galicia – Norte de Portugal.
- Favorecer la comunicación entre todos los perfiles de destinatarios del proyecto Bioemprende, propiciando las relaciones entre agentes con intereses comunes o complementarios.
- Captar empresas y emprendedores con un proyecto biotecnológico para que participen en las diferentes actividades del proyecto Bioemprende (capacitación de bioemprendedores, asesoramiento de mentores, apoyo a la internacionalización de empresas biotecnológicas, mejora competitiva de las empresas a través de la biotecnología, etc.), aumentando así las posibilidades de generar y consolidar negocios biotecnológicos en la Eurobioregión.
- Captar agentes y organismos que ofrecen servicios de apoyo a bioemprendedores y bioempresarios.
- Desarrollar sinergias y propiciar alianzas y redes de colaboración entre diferentes agentes involucrados en el sector de la biotecnología para explorar oportunidades de negocio y de innovación biotecnológica en la Eurorregión Galicia-Norte de Portugal.



- Producir y difundir información relevante sobre el sector biotecnológico y generar conocimiento útil para impulsar la innovación en el área biotecnológica en la EuroBioRegión.

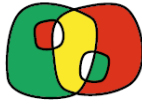
Objetivos de las acciones de difusión y publicidad

El objetivo de las acciones de difusión y publicidad es dotar de la mayor visibilidad posible las actuaciones del proyecto BIOEMPRENDE en la Eurorregión Galicia-Norte de Portugal con el fin de darlo a conocer entre el público objetivo del proyecto en particular y entre la población en general.

La planificación de estas acciones se recoge en este Plan de Comunicación del proyecto Bioemprende, que también contempla los indicadores establecidos para cuantificar las actividades de Información y Publicidad llevadas a cabo.

Como normas generales aplicadas a las acciones de información y publicidad, cabe reseñar las siguientes cuestiones:

- En todo el material de información y comunicación generado por el proyecto (publicaciones, material informativo, folletos, página web,...) así como en los documentos técnicos elaborados (informes de ejecución, actas de reuniones, documentación específica para el desarrollo de las actividades,...) se indica expresamente la participación de la Unión Europea y la cofinanciación con el FEDER, además de incluir el logotipo del proyecto.
- En la página web se hace visible la insignia y la mención de la Unión Europea, así como la indicación del FEDER con la frase "Invertimos en su futuro", junto con el logotipo del POCTEP.
- Las notas de prensa y anuncios desarrollados en los medios de comunicación social incluyen información explícita sobre el proyecto, el apoyo de la UE y la cofinanciación comunitaria del FEDER y del POCTEP.
- En los actos públicos, se coloca de forma visible los logotipos de la Unión Europea y del Programa en los paneles utilizados.
- En los anuncios de licitación pública así como en los pliegos administrativos se señala la participación financiera de la Unión Europea, del FEDER y del POCTEP.



2. Grupos destinatarios del Plan de Comunicación

Definir las audiencias relevantes supone identificar aquellos grupos a los cuales se va a dirigir el esfuerzo en términos de comunicación. Los diferentes perfiles que presentan la comunidad científica especializada en biotecnología, los emprendedores, los empresarios o los agentes institucionales, requieren una estrategia diferente para captar la atención y transmitir los mensajes de una forma eficaz.

En función de los objetivos formulados en el apartado anterior, las medidas del Plan tendrán como destinatarios a los siguientes grupos:

- Público en general
- Emprendedores con una idea de negocio biotecnológico
- Bioempresas
- PYMEs que quieran potenciar sus mercados incorporando biotecnología en sus procesos productivos
- Proveedores de servicios biotecnológicos
- Centros Tecnológicos y de Investigación relacionados con la biotecnología
- Entidades y agentes públicos y privados para la creación y consolidación de empresas biotecnológicas

La definición de los destinatarios determinará los contenidos de las acciones de comunicación así como la forma en que se impactará sobre cada uno de estos perfiles, por lo que se hace una segmentación por grupos y se prioriza cronológicamente en función de las diferentes acciones previstas en el proyecto.

Así, en una primera fase, la audiencia prioritaria a impactar será muy plural ya que estará formada por los participantes en la Jornada de Presentación del Proyecto y en el I Foro Transfronterizo de Biotecnología y Emprendimiento, que aunará a instituciones de apoyo, científicos especializados en las cuatro áreas de la biotecnología en las que se centrará el evento (biotecnologías roja, verde, azul y blanca), empresarios y potenciales emprendedores.

Ya en una segunda fase, la estrategia se centrará más en los emprendedores biotecnológicos que participarán en las acciones de formación y tutorización de bioemprendedores.



A continuación se establecen los vínculos entre los diferentes objetivos formulados y los grupos destinatarios a los que van dirigidos:

Objetivo central	Grupos destinatarios
Transmitir una imagen del proyecto BIOEMPRENDE como paquete de servicios que aportan soluciones a necesidades concretas, y como fuente de oportunidades para quienes muestran inquietudes emprendedoras o colaborativas en el área de la biotecnología (emprendedores, empresarios, investigadores y organismos de apoyo).	Público general
Objetivos intermedios	Grupos destinatarios
Potenciar la imagen de la EuroBioRegión Galicia – Norte de Portugal	Público general
Promover el interés del público objetivo del proyecto Bioemprende por las posibilidades del sector de la biotecnología en la Euroregión Galicia – Norte de Portugal.	Público general
Favorecer la comunicación entre todos los perfiles de destinatarios del proyecto Bioemprende, propiciando las relaciones entre agentes con intereses comunes o complementarios.	<ul style="list-style-type: none">- Emprendedores con una idea de negocio bio- Bioempresas- PYMEs que quieran potenciar sus mercados incorporando biotecnología en sus procesos productivos- Centros Tecnológicos y de Investigación relacionados con la biotecnología- Entidades y agentes públicos y privados para la creación y consolidación de empresas biotecnológicas- Proveedores de servicios biotecnológicos
Captar empresas y emprendedores con un proyecto biotecnológico para que participen en las diferentes actividades del proyecto Bioemprende (capacitación de bioemprendedores, asesoramiento de mentores, apoyo a la internacionalización de empresas biotecnológicas, mejora competitiva de las empresas a través de la biotecnología, etc.), aumentando así las posibilidades de generar y consolidar negocios biotecnológicos en la Eurobioregión.	<ul style="list-style-type: none">- Emprendedores con una idea de negocio bio- Bioempresas- PYMEs que quieran potenciar sus mercados incorporando biotecnología en sus procesos productivos- Centros Tecnológicos y de Investigación relacionados con la biotecnología- Entidades y agentes públicos y privados para la creación y consolidación de empresas biotecnológicas



Objetivos intermedios	Grupos destinatarios
Captar agentes y organismos que ofrecen servicios de apoyo a bioempresarios.	<ul style="list-style-type: none">- Bioempresas- Centros Tecnológicos y de Investigación relacionados con la biotecnología- Entidades y agentes públicos y privados para la creación y consolidación de empresas biotecnológicas- Proveedores de servicios biotecnológicos
Desarrollar sinergias y propiciar alianzas y redes de colaboración entre diferentes agentes involucrados en el sector de la biotecnología para explorar oportunidades de negocio y de innovación biotecnológica en la Euroregión Galicia-Norte de Portugal.	<ul style="list-style-type: none">- Emprendedores con una idea de negocio bio- Bioempresas- PYMEs que quieran potenciar sus mercados incorporando biotecnología en sus procesos productivos- Centros Tecnológicos y de Investigación relacionados con la biotecnología- Entidades y agentes públicos y privados para la creación y consolidación de empresas biotecnológicas- Proveedores de servicios biotecnológicos
Producir y difundir información relevante sobre el sector biotecnológico y generar conocimiento útil para impulsar la innovación en el área biotecnológica en la EuroBioRegión.	<ul style="list-style-type: none">- Emprendedores con una idea de negocio bio- Bioempresas- PYMEs que quieran potenciar sus mercados incorporando biotecnología en sus procesos productivos- Centros Tecnológicos y de Investigación relacionados con la biotecnología- Entidades y agentes públicos y privados para la creación y consolidación de empresas biotecnológicas- Proveedores de servicios biotecnológicos



3. Enfoque Estratégico del Plan

La estrategia del plan de comunicación de BIOEMPRENDE centra su atención en informar a los potenciales beneficiarios del proyecto, transmitir una imagen del Proyecto como conjunto de actividades que abren oportunidades de negocio biotecnológico y ofrecen soluciones a las diferentes demandas de cada uno de los perfiles de destinatario.

Para ello, y con la finalidad de asegurar la efectividad de las acciones de comunicación, se organizará un plan de medios y un programa de las acciones de comunicación y publicidad que tendrá en cuenta la finalidad de cada una de las acciones y las peculiaridades de los grupos de destinatarios a quienes van destinadas.

Desde el punto de vista metodológico, el plan de comunicación incluye los siguientes medios de publicidad e información:

1. Internet
2. Actos públicos
3. Publicaciones
4. Medios de comunicación
5. Materiales promocionales
6. Otros medios publicitarios

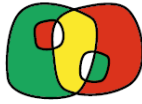
Esta formulación estratégica buscará optimizar la eficiencia del presupuesto destinado a las acciones de publicidad y comunicación, coordinando su ejecución en base al cronograma de las actividades, conjugando la utilización de medios de comunicación de gran impacto y coste (campañas de radio, prensa, etc.) con otras más económicas pero que presentan también un impacto significativo (prensa escrita, internet, etc.), y priorizando el uso de medios de información y comunicación virtuales en contraposición al uso generalizado del formato papel, que supone un mayor coste tanto económico como medioambiental.

Dentro del plan de actuaciones, un lugar estratégico merece el diseño de acciones de difusión para la captación de proyectos y emprendedores, especialmente para su incorporación a los programas de formación y tutorización de forma que sus ideas empresariales puedan tomar forma y materializarse en auténticos proyectos.

Esta estrategia de difusión y comunicación para la captación de participantes para las acciones formativas de Bioemprende contempla, entre otras, las siguientes acciones:



- Contacto con los agentes implicados:
 - Organismos de apoyo técnico o empresarial en biotecnología
 - Universidades y centros tecnológicos
 - Empresas y organismos intermedios en los que estén integradas
 - Plataformas tecnológicas y científicas
- Visitas a los agentes de apoyo técnico y / o empresarial en biotecnología identificados en la base de datos del sector para darles a conocer el proyecto y sus acciones, realización de presentaciones del proyecto y reclutamiento para las acciones de BIOEMPRENDE
- Solicitud de colaboración para la captación de empresas / emprendedores a todos los agentes implicados
- Captación de empresas / emprendedores interesados en las acciones de BIOEMPRENDE



4. Mensajes principales de la Campaña de Comunicación

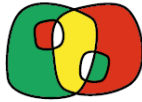
A lo largo de toda la campaña de publicidad y comunicación, estarán presentes una serie de mensajes clave e ideas en torno a los cuales se estructuran las acciones de comunicación:

- Biotecnología
- Emprendimiento
- Competitividad
- Cooperación
- Transnacionalidad
- Transferencia de tecnología

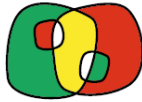
Estos conceptos son inherentes al proyecto y se vinculan directamente con la actividad de BIC Galicia, excepto en el caso de la transferencia de tecnología, que es contemplada por los otros socios de BIOEMPRENDE.

En función de estos conceptos, se proponen los siguientes elementos de comunicación:

- Denominación del proyecto:
 - BIOEMPRENDE: Recursos para el desarrollo de empresas biotecnológicas en la Eurorregión
- Mensajes de descripción básica del proyecto:
 - “El proyecto Bioemprende pretende explotar y difundir el gran potencial biotecnológico de la Eurorregión y cubrir el déficit de capacitación en gestión empresarial de los bioemprendedores”
 - “El proyecto Bioemprende pretende promover vínculos entre todos los agentes implicados en el sector biotecnológico en la Eurorregión Galicia - Norte de Portugal para explotar su potencial humano, identificar oportunidades de negocio y propiciar un tejido empresarial biotecnológico que sirva de motor para el desarrollo de la Eurorregión”
 - “El proyecto BIOEMPRENDE crea vínculos entre los mundos científico y empresarial en el campo de la biotecnología en la Eurorregión”
 - “El proyecto BIOEMPRENDE parte del alto potencial del sector biotecnológico para generar valor añadido, impulsar el tejido industrial y tecnológico y contribuir al desarrollo de la Eurorregión.”



- “BIOEMPRENDE trata de impulsar las relaciones entre los mundos científico y empresarial, mejorar la capacitación del potencial humano en biotecnología, identificar oportunidades de negocio y generar sinergias que propicien un tejido empresarial biotecnológico que sirva de motor para el desarrollo de la Eurorregión.”
- Otros mensajes de justificación del proyecto:
 - “Las empresas biotecnológicas: motor de desarrollo de la Eurorregión Galicia – Norte de Portugal”
 - “Las empresas biotecnológicas se caracterizan por ser fuertemente competitivas, innovadoras, dinámicas, con vocación exportadora, por ser una de las principales fuentes de empleo estable cualificado, e intensivas en uno de los factores más escasos y valiosos: el conocimiento.”
 - “Las empresas biotecnológicas son clave para el desarrollo estratégico de sectores relevantes en la economía de la Eurorregión, permiten impulsar sectores maduros de la economía y liderar nuevas oportunidades de negocio desde una perspectiva innovadora.”



5. Medidas de comunicación

El plan de comunicación de BIOEMPRENDE se compone de un conjunto de medidas de información y publicidad dirigidas a los perfiles de destinatarios definidos en el apartado 2.

Se detalla a continuación una tabla que contiene la siguiente información:

- Medidas de información y publicidad
- Organismos encargados de la ejecución de las acciones
- Cronograma de realización
- Medios utilizados
- Presupuesto
- Indicadores definidos en el Proyecto

Además de las medidas genéricas detalladas en la tabla, se desarrollarán acciones de información y publicidad transversales o ejecutadas en el marco de actividades concretas como:

- anuncios en medios de comunicación
- edición y distribución de materiales divulgativos
- edición de publicaciones
- información a través de la web BIOEMPRENDE
- realización de exposiciones, jornadas, visitas y conferencias, etc.

Todos los elementos de comunicación llevarán incorporada la siguiente imagen:

- Título oficial del proyecto
- Imagen corporativa del proyecto
- Logotipos del POCTEP, la Unión Europea (FEDER), la Xunta de Galicia, BIC Galicia, FUV, BIC Minho, IEM e IPVC.



Medidas de información y publicidad	Organismos encargados de la ejecución	Cronograma	Medios utilizados	Presupuesto	Indicadores definidos en el Proyecto
Creación de la web www.bioemprende.eu y actualización de contenidos	BIC GALICIA	2º trim. 2009	Internet	30.000	Web del proyecto en la que figuren objetivos y actuaciones de BIOEMPRENDE 3.600 accesos al enlace web
Celebración de la jornada de lanzamiento del Proyecto	BIC GALICIA	2º trim. 2009	Actos públicos Medios de comunicación	17.000	Celebración de una jornada de lanzamiento del proyecto Participación de 150 asistentes
Celebración del I Foro Transfronterizo de Biotecnología y Emprendimiento	BIC GALICIA	2º trim. 2009	Actos públicos Medios de comunicación	20.000	Celebración de una jornada de análisis de las oportunidades de negocio en Biotecnología en la Eurorregión y las posibilidades de colaboración entre los agentes involucrados en el mercado biotecnológico, empresarial e institucional Participación de 150 asistentes Participación de 10 empresas
Creación de la imagen corporativa y edición de materiales de comunicación de BIOEMPRENDE: - 1.800 dípticos Bioemprende - 700 dossiers Bioemprende - 500 carteles Bioemprende - 5 displays Bioemprende	BIC GALICIA	2º trim. 2009	Materiales promocionales	15.000	- 1.500 dípticos Bioemprende - 700 dossiers Bioemprende - 500 carteles Bioemprende - 5 displays Bioemprende
Edición y distribución de material de difusión del Foro Transfronterizo - 1.500 invitaciones al Foro Transfronterizo - 1.500 sobres del Foro Transfronterizo - 1.500 programas del Foro Transfronterizo - 220 acreditaciones del Foro Transfronterizo - 175 bolsas de tela del Foro Transfronterizo	BIC GALICIA FUVI	2º trim. 2009	Materiales promocionales	10.000	- 1.000 invitaciones al Foro Transfronterizo - 1.000 sobres del Foro Transfronterizo - 1.000 programas del Foro Transfronterizo - 150 acreditaciones del Foro Transfronterizo - 150 bolsas de tela del Foro Transfronterizo



Medidas de información y publicidad	Organismos encargados de la ejecución	Cronograma	Medios utilizados	Presupuesto	Indicadores definidos en el Proyecto
Edición y distribución de las conclusiones del I Foro Transfronterizo	BIC GALICIA IPVC	4º trim. 2009	Publicaciones	5.000	Edición de una publicación bilingüe que contenga los resultados y conclusiones del I Foro Transfronterizo de Biotecnología y Emprendimiento para su publicación en la web www.bioemprende.eu 150 descargas del documento ó 150 envíos del documento
Premio a los mejores proyectos de creación de empresas biotecnológicas	BIC GALICIA	4º trim. 2010	Actos públicos Medios de comunicación	12.000	Convocatoria de un premio al mejor proyecto biotecnológico presentado en el marco del programa de formación para bioemprendedores
Diseño de un Plan de Comunicación específico para potenciar la imagen de la EuroBiorregión y publicitación en medios	BIC GALICIA BIC MINHO	2º trim. 2009	Actos públicos Medios de comunicación	71.000	- Un Plan de Comunicación - 7 inserciones en prensa - 3.600 visitas a www.bioemprende.eu
Jornada de cierre del proyecto	BIC MINHO	4º trim. 2010	Actos públicos Medios de comunicación	8.500	Celebración de una jornada de cierre del proyecto
Total				188.500	

5.1. Creación de la web www.bioemprende.eu y actualización de contenidos

Esta actividad consiste en la creación de una plataforma web en la que se identifiquen todos los agentes públicos y privados transfronterizos y los recursos que puedan contribuir a desarrollar y consolidar el tejido empresarial que opera en materia de biotecnología.

Esta plataforma incluye además todos los servicios ofertados en el marco del proyecto así como una clara descripción de los objetivos generales.

A continuación se incluye la imagen de la página principal de la plataforma www.bioemprende.eu



Desarrollo Transfronterizo de Empresas Biotecnológicas



Bioemprende



Inicio

Presentación

Oportunidades de negocio

Capacitación

Mejora competitiva

Eurobioregión

Foro Transfronterizo

Participantes

Contacto

 I Foro Transfronterizo de Biotecnología y Emprendimiento

 Base de datos del sector

 GIS

 Observatorio de Innovación Biotecnológica

 Contacto

Bioemprende

Bioemprende ofrece recursos para identificar oportunidades de negocio, mejorar la capacitación de los bioemprendedores, aumentar la competitividad de las empresas a través de la biotecnología y promover vínculos de cooperación entre todos los agentes implicados en el sector.

Las empresas biotecnológicas, motor de desarrollo de la eurorregión

[Dossier BIOEMPRENDE \(0.27 mb\)](#) - [Díptico BIOEMPRENDE\(0.9 mb\)](#)

BIOEMPRENDE desarrolla cuatro líneas de acción que buscan explotar el potencial biotecnológico de la Eurorregión Galicia-Norte de Portugal.

- LÍNEA 1: Identificar oportunidades de negocio
- LÍNEA 2: Capacitar a bioemprendedores y bioempresarios
- LÍNEA 3: Mejorar la competitividad de las bioempresas
- LÍNEA 4: Potenciar la imagen de la "EuroBIORegión".

Eventos

<< Noviembre 2009 >>

Lu	Ma	Mi	Ju	Vi	Sa	Do
						1
2	3	4	5	6	7	8
9	10	11	12	13	14	15
16	17	18	19	20	21	22
23	24	25	26	27	28	29
30						

Noticias

10/07/2009
[Disponibles las patencias e imágenes del I Foro de Biotecnología y Emprendimiento](#)
 Vigo, 29 de junio de 2009

01/07/2009
[Éxito de participación en el Foro Transfronterizo de Biotecnología y Emprendimiento](#)
 Vigo, 29 de junio de 2009



Unión Europea
FEDER
Invertimos en su futuro



XUNTA DE GALICIA
CONSELLERÍA DE ECONOMÍA E INDUSTRIA



BIC GALICIA



FUNDACIÓN
IMPULSORA DE VIGO



IEM
INSTITUTO
ESPANOL DE
MANGA



INSTITUTO PARQUES
DE VIGO DE GALICIA

5.2. Celebración de la jornada de lanzamiento del Proyecto

El día 29 de junio de 2009 se celebra en Vigo la presentación oficial del proyecto Bioemprende. Se hace coincidir con el I Foro Transfronterizo de Biotecnología y Emprendimiento para acoger un acto conjunto que reúna a expertos, empresarios, emprendedores, instituciones, investigadores y en general, a todas las personas de la Eurorregión interesadas en el área de la Biotecnología.



En este acto se hace una presentación de dos de las acciones del proyecto Bioemprende: el diagnóstico del sector Biotecnológico en la Euroregión Galicia-Norte de Portugal y el mapa de recursos biotecnológicos. Los resultados dan lugar a una publicación (caso del Diagnóstico) y una base de datos y mapa GIS (caso de la relación de recursos biotecnológicos en la Euroregión) cuya difusión constituye otro elemento adicional de información y publicidad.

5.3. Celebración del I Foro Transfronterizo de Biotecnología y Emprendimiento

Junto con la presentación oficial del proyecto Bioemprende, el I Foro Transfronterizo de Biotecnología y Emprendimiento permite a sus participantes analizar las ventajas que ofrecen la cooperación y la colaboración entre los diferentes perfiles de destinatarios del proyecto a la hora de fomentar la creación de empresas biotecnológicas.

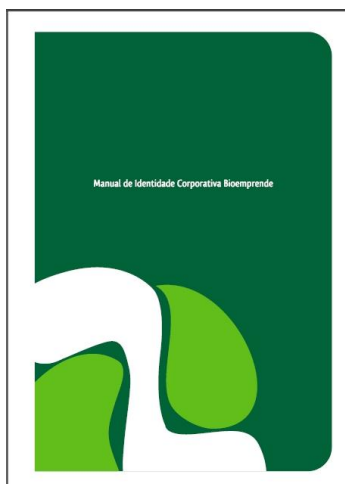
El Foro se organiza en torno a 4 mesas temáticas: Mesa Roja (Medicina y Salud), Mesa Azul (Acuicultura y Pesca), Mesa Verde (Agroalimentación) y Mesa Blanca (Medioambiente), así como una mesa transversal sobre financiación y protección de las ideas. Estas mesas permiten a los participantes (empresas, investigadores, emprendedores y agentes involucrados de Galicia y norte de Portugal) analizar las potencialidades de la biotecnología para el desarrollo de nuevas líneas de negocio.

5.4. Creación de la imagen corporativa y edición de materiales de comunicación de BIOEMPRENDE

Con la finalidad de captar empresas, emprendedores y agentes que participen en las diferentes actividades del Proyecto, resulta imprescindible la producción de materiales de difusión.

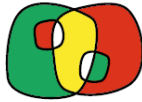
Esta labor se inicia con el diseño de la imagen corporativa completa para esta campaña con los siguientes materiales de comunicación:

- Manual de Imagen corporativa
- Díptico en español y portugués
- Dossier-Folleto en español y portugués
- Carteles
- Roller/Display
- Anuncios



Como normas generales aplicadas a las acciones de información y publicidad, cabe destacar las siguientes normas:

- En todo el material de información y comunicación generado por el proyecto (publicaciones, material informativo, folletos, página web,...) así como en los documentos técnicos elaborados (informes de ejecución, actas de reuniones, documentación específica para el desarrollo de las actividades,...) se indica expresamente la participación de la Unión Europea y la cofinanciación con el FEDER, además de incluir el logotipo del proyecto.
- En la página web se referencia de forma visible la insignia y la mención de la Unión Europea, así como la indicación del FEDER con la frase "Invertimos en su futuro", junto con el logotipo del POCTEP.
- Las notas de prensa y anuncios desarrollados en los medios de comunicación social incluyen información explícita sobre el proyecto, el apoyo de la UE y la cofinanciación comunitaria del FEDER y del POCTEP.
- En los actos públicos celebrados, como la Jornada de Presentación del proyecto, se colocan de forma visible los logotipos de la Unión Europea y del Programa en los paneles utilizados.



- En los anuncios de licitación pública elaborados así como en los pliegos administrativos se señala claramente la participación financiera de la Unión Europea, del FEDER y del POCTEP.
- Todas las acciones desarrolladas en materia de información y publicidad velan por el cumplimiento de los principios transversales de igualdad de oportunidades, medio ambiente y desarrollo sostenible y mercado laboral, además del uso de un lenguaje no sexista.

5.5. Edición y distribución de material de difusión del Foro Transfronterizo

Con la finalidad de captar participantes para el I Foro Transfronterizo de Biotecnología y Emprendimiento, se desarrollaron los siguientes materiales de difusión específicos.

- Programa del Foro
- Acreditaciones
- Visores de mesa
- Cartas de invitación y sobres
- Bolsas y carpetas para albergar la documentación del Foro
- Pen drive con información sobre el proyecto Bioemprende y el Foro Transfronterizo

5.6. Edición y distribución de las conclusiones del I Foro Transfronterizo

Las conclusiones del Foro pasan a formar parte de una publicación en formato electrónico que se difunde a través de la página web de Bioemprende. Esta publicación constituye uno de los medios de información y publicidad del propio Proyecto.

5.7. Premio a los mejores proyectos de creación de empresas biotecnológicas

Este premio consistirá en un reconocimiento a los mejores proyectos de creación de empresas biotecnológicas y se materializará en el acceso a un servicio de tutorización y apoyo durante todo el proceso de puesta en marcha del negocio, además de todos los recursos disponibles que puedan contribuir a la implantación exitosa del mismo.

La amplia difusión de este premio entre los destinatarios del programa formativo ayudará a publicitar el proyecto Bioemprende y contribuirá a un mayor logro de sus objetivos.



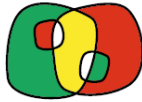
5.8. Inserción y publicitación en medios para potenciar la imagen de la Euroregión

Una constante a lo largo de la vida del proyecto, es la búsqueda de colaboración en la labor de difusión y publicidad a través de la colaboración de agentes y empresas participantes en el proyecto, así como de los medios de comunicación, para potenciar la imagen de la EuroBioRegión como ubicación ideal para empresas biotecnológicas.

Ello requiere el diseño y ejecución de un plan de comunicación específico que incluya una estrategia de inserción de información y publicidad en los medios. Esta tarea será subcontratada a una empresa especializada en comunicación y publicidad.

5.9. Jornada de cierre del proyecto

Esta jornada se celebrará a la finalización del Proyecto y permitirá presentar los resultados del proyecto y sentar las bases para su continuidad y sostenibilidad en el tiempo.



6. Presupuesto indicativo para el desarrollo del Plan de Comunicación y organismos responsables de su ejecución

El presupuesto total de “promoción y publicidad” especificado en el presupuesto del proyecto Bioemprende asciende a 188.500€, lo que supone un 11.72% del presupuesto total del Proyecto.

A continuación se desglosan las diferentes partidas que suman esta cifra:

1. Creación de la web www.bioemprende.eu y actualización de contenidos: 30.000€
2. Celebración de la jornada de lanzamiento del Proyecto: 17.000€
3. Celebración del I Foro Transfronterizo de Biotecnología y Emprendimiento: 20.000€
4. Creación de la imagen corporativa y edición de materiales de comunicación: 15.000€
5. Edición y distribución de material de difusión del Foro Transfronterizo: 10.000€
6. Edición y distribución de las conclusiones del I Foro Transfronterizo: 5.000€
7. Premio a los mejores proyectos de creación de empresas biotecnológicas: 12.000€
8. Diseño de un plan de comunicación para potenciar la imagen de la EuroBioRegión, inserciones y publicidad en medios de comunicación: 71.000€
9. Jornada de cierre del proyecto: 8.500€

Total: 188.500€

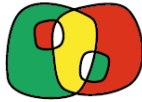
En cuanto a los organismos responsables de la ejecución de cada una de las partidas, las acciones a desarrollar y su consiguiente presupuesto, se desglosan de la siguiente forma:

1. Creación de la web www.bioemprende.eu y actualización de contenidos: la acción, presupuestada en 30.000€ recae íntegramente en BIC Galicia
2. Celebración de la jornada de lanzamiento del Proyecto: la acción, presupuestada en 17.000€ recae íntegramente en BIC Galicia
3. Celebración del I Foro Transfronterizo de Biotecnología y Emprendimiento: la acción, presupuestada en 20.000€ recae íntegramente en BIC Galicia, que se encarga de las partidas:
 - a. Administración y organización del acto (4.000€)
 - b. Ponentes (7.300€)
 - c. Alquiler de salas y equipos (5.500€)

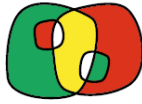


- d. Servicio de restauración (3.200€)
4. Creación de la imagen corporativa y edición de materiales de comunicación: la acción, presupuestada en 15.000€ recae íntegramente en BIC Galicia
5. Edición y distribución de material de difusión del Foro Transfronterizo: la acción, presupuestada en 10.000€ recae íntegramente en FUVI, que se encarga de las partidas:
 - a. Traducción de los materiales en dos idiomas (5.000€)
 - b. Difusión y publicidad en Galicia y Portugal (5.000€)
6. Edición y distribución de las conclusiones del I Foro Transfronterizo: la acción, presupuestada en 5.000€ recae íntegramente en IPVC
7. Premio a los mejores proyectos de creación de empresas biotecnológicas: la acción, presupuestada en 12.000€ recae íntegramente en BIC Galicia
8. Diseño de un plan de comunicación para potenciar la imagen de la EuroBioRegión, inserciones y publicitación en medios de comunicación. La acción presupuestada en 71.000€ es compartida por BIC Galicia y BIC Minho de la siguiente forma:
 - a. BIC Galicia se encarga de la elaboración y seguimiento del Plan de Comunicación aportando un presupuesto de 10.000€ y de la inserción y publicitación en medios con un presupuesto de 50.000€
 - b. BIC Minho se encarga de la elaboración y seguimiento del Plan de Comunicación aportando un presupuesto de 10.000€ y de la inserción y publicitación en medios con un presupuesto de 11.000€
9. Jornada de cierre del proyecto: la acción, presupuestada en 8.500€ recae íntegramente en BIC Minho.

A continuación se desglosan las acciones a desarrollar, las partidas presupuestarias y las entidades responsables de su ejecución en la siguiente tabla:



Medidas de información y publicidad	Organismos encargados de la ejecución	Presupuesto
Creación de la web www.bioemprende.eu y actualización de contenidos	BIC GALICIA	30.000
Celebración de la jornada de lanzamiento del Proyecto	BIC GALICIA	17.000
Celebración del I Foro Transfronterizo de Biotecnología y Emprendimiento. Se desglosa en:	BIC GALICIA	20.000
a) Administración y organización del acto	BIC GALICIA	4.000
b) Ponentes	BIC GALICIA	7.300
c) Alquiler salas y equipos	BIC GALICIA	5.500
d) Servicio de restauración	BIC GALICIA	3.200
Creación de la imagen corporativa y edición de materiales de comunicación de BIOEMPRENDE	BIC GALICIA	15.000
Edición y distribución de material de difusión del Foro Transfronterizo	FUVI	10.000
a) Traducción de los materiales en dos idiomas	FUVI	5.000
b) Difusión y publicidad en Galicia y Portugal	FUVI	5.000
Edición y distribución de las conclusiones del I Foro Transfronterizo	IPVC	5.000
Premio a los mejores proyectos de creación de empresas biotecnológicas	BIC GALICIA	12.000
Inserción y publicitación en medios para potenciar la imagen de la Eurorregión	BIC GALICIA BIC MINHO	71.000
a) Elaboración y seguimiento del Plan de Comunicación	BIC GALICIA BIC MINHO	10,000 10,000
b) Inserción y publicitación en medios	BIC GALICIA BIC MINHO	50,000 11,000
Jornada de cierre del proyecto	BIC MINHO	8.500
TOTAL		188.500



No obstante, existen otras partidas del presupuesto que no están asociadas a la tipología de gasto “promoción y publicidad” pero desempeñan una labor totalmente ligada a esta tipología, incidiendo decisivamente en las tareas de información y publicidad del proyecto. A continuación se citan algunas de estas acciones definidas asociadas a cada una de las cuatro líneas de actuación del Proyecto:

- Línea 1: Analizar la cultura emprendedora y detectar oportunidades de negocio en el ámbito de la biotecnología
 - Edición y distribución de 40 ejemplares del Diagnóstico del Sector Biotecnológico
 - Gabinete de prensa, banners de publicidad y anuncios en prensa para difundir el I Foro Transfronterizo de Biotecnología y Emprendimiento
 - Ejecución de la campaña de sensibilización para la captación de empresas y emprendedores (visitas a empresas y otros eventos informativos)
- Línea 2: Desarrollar el potencial humano para la innovación empresarial en la biotecnología
 - Anuncios en prensa para difundir 15 talleres y seminarios prácticos
 - Anuncios en prensa para los módulos específicos de planes de internacionalización
- Línea 3: Identificar a los agentes públicos y privados transfronterizos para la creación y consolidación de empresas biotecnológicas
 - Publicación de la Guía de Valoración económico financiera de proyectos biotecnológicos
 - Difusión de los informes sectoriales de vigilancia tecnológica e inteligencia competitiva
 - Difusión del estudio del análisis del contexto internacional
 - Difusión de las 8 guías de oportunidades de negocios biotecnológicas sectoriales
- Línea 4: Potenciar la imagen de la Eurorregión en el sector de la Biotecnología (“EuroBIORegión”)
 - Publicación de artículos divulgativos de BIOEMPRENDE en revistas especializadas
 - Elaboración y difusión de informes del Observatorio en papel y web en dos idiomas y publicación semestral
 - Difusión del estudio de viabilidad de la AEI



- Difusión de aproximadamente 200 ejemplares del protocolo para la creación y consolidación de empresas biotecnológicas en la Eurorregión
- Difusión de aproximadamente 200 ejemplares de la guía de buenas prácticas para la minimización del impacto ambiental de negocios biotecnológicos

A continuación, se especifican los indicadores definidos en el proyecto, según el formulario de candidatura (apdo. 3.8):

Indicadores definidos en el Proyecto
Web del proyecto en la que figuren objetivos y actuaciones. 3600 accesos al enlace web
Celebración de una jornada de lanzamiento del proyecto
Celebración de una jornada de cierre del proyecto

Otros indicadores parciales definidos en el proyecto son los que siguen:

Indicadores definidos en el Proyecto
Web del proyecto en la que figuren objetivos y actuaciones de BIOEMPRENDE
3.600 accesos al enlace web
Celebración de una jornada de lanzamiento del proyecto
Participación de 150 asistentes a la jornada de lanzamiento
Celebración de una jornada de análisis de las oportunidades de negocio en Biotecnología en la Eurorregión y las posibilidades de colaboración entre los agentes involucrados en el mercado biotecnológico, empresarial e institucional
Participación de 150 asistentes a la jornada (Foro Transfronterizo)
Participación de 10 empresas en el Foro Transfronterizo
- 1.500 dípticos Bioemprende
- 700 dossiers Bioemprende
- 500 carteles Bioemprende
- 5 displays Bioemprende
- 1.000 invitaciones al Foro Transfronterizo



Indicadores definidos en el Proyecto
- 1.000 sobres del Foro Transfronterizo
- 1.000 programas del Foro Transfronterizo
- 150 acreditaciones del Foro Transfronterizo
- 150 bolsas de tela del Foro Transfronterizo
Edición de una publicación bilingüe que contenga los resultados y conclusiones del I Foro Transfronterizo de Biotecnología y Emprendimiento para su publicación en la web www.bioemprende.eu
150 descargas del documento ó 150 envíos del documento de conclusiones del I Foro Transfronterizo
Convocatoria de un premio al mejor proyecto biotecnológico presentado en el marco del programa de formación para bioemprendedores
- Un Plan de Comunicación
- 7 inserciones en prensa
- 3.600 visitas a www.bioemprende.eu
Celebración de una jornada de cierre del proyecto

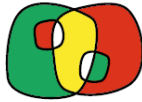
Por último, se indica una breve descripción de los organismos socios del proyecto Bioemprende y las funciones que, en materia de publicidad y comunicación, fueron asignadas a cada uno en el formulario de candidatura del Proyecto

JEFE DE FILA: C.E.E.I. GALICIA S.A. (BIC GALICIA)

El Centro Europeo de Empresas e Innovación de Galicia (BIC Galicia) se constituye en 1991 como una de las entidades que la Consellería de Economía e Industria dispone para promover la creación, promoción y desarrollo de empresas innovadoras y competitivas, y generar así empleo y crecimiento económico en Galicia.

Junto con el IGAPE y XESGALICIA, el C.E.E.I. GALICIA S.A. constituye uno de los agentes activos de las políticas públicas para la promoción de la actividad empresarial, el fomento del espíritu emprendedor, la creación y la mejora competitiva de nuestras empresas.

C.E.E.I. GALICIA, S.A. (BIC GALICIA), como Jefe de Fila del proyecto, se asegurará de que las medidas de información y publicidad se apliquen de conformidad con el plan de comunicación previamente diseñado, utilizando el mayor número posible de medios de comunicación y utilizando diversas formas y métodos de comunicación a nivel local.



Responsable de Comunicación del Proyecto: C.E.E.I. GALICIA, S.A.

Funciones:

- Implementación del plan de comunicación
- Producción del material de información
- Organización de eventos
- Comunicación y divulgación de los resultados

SOCIO 1: FUNDACIÓN UNIVERSIDADE DE VIGO (FUV)

FUVI es un organismo público que forma parte de la Universidad de Vigo y cuya actividad se orienta a la prestación de un servicio integral de información, asesoramiento y formación en el ámbito de la orientación profesional para el empleo, además de fomentar las oportunidades de práctica y ejercicio profesional del alumnado universitario. Para ello, la Fundación ha establecido como principales áreas de actuación la gestión de prácticas en instituciones públicas y privadas, la orientación y el asesoramiento individualizado en la búsqueda de empleo, y la gestión de ofertas y formación para el empleo.

SOCIO 2: Oficina da Inovação – Empreendedorismo e Inovação Empresarial, S.A. – Business and Innovation Centre do Minho (BIC MINHO)

BIC MINHO es una institución sin ánimo de lucro que tiene como misión la promoción del emprendedurismo y de la innovación empresarial, a través del apoyo a la creación y modernización de empresas, contribuyendo así al desarrollo y a la competitividad en la Región do Minho (Portugal).

SOCIO 3: I.E.M. - Instituto Empresarial do Minho

El Instituto Empresarial do Minho es una institución sin ánimo de lucro, promovida por los principales agentes regionales para el negocio y desarrollo tecnológico. Su misión pasa por estimular y apoyar la creación, el desarrollo y la consolidación de actividades económicas de “alto valor” elevando el potencial tecnológico, en términos de innovación y emprendedurismo en la Región Norte de Portugal. El objetivo es contribuir a la introducción progresiva de un perfil de especialización, induciendo a la modernización



de los sectores tradicionales por la acción, directa o indirecta, de la creación de proyectos sectoriales

SOCIO 4: INSTITUTO POLITÉCNICO DE VIANA DO CASTELO (IPVC)

El IPVC es una institución de derecho público creada en 1980 que tiene como objetivo conseguir, a través de sus Escuelas, una formación humana, cultural, científica, técnica y profesional de calidad, desarrollar la investigación necesaria y adecuada para la consecución de su misión y cooperar con la comunidad regional, particularmente con el tejido productivo y empresarial, desde una perspectiva de permanente diálogo y valorización recíproca.

Por último, es importante destacar que todos los socios garantizarán que los participantes en el Proyecto BIOEMPRENDE han sido informados de la financiación, en los términos previstos en el punto 4 del artículo 8 del Reglamento (CE) Nº 1828/2006, de 8 de diciembre de 2006 (participantes en jornadas y seminarios, proveedores, etc).



Desglose del presupuesto total del proyecto

Coste total elegible	1.608.650,00 €
Cofinanciación FEDER solicitada	1.206.487,50 €
Tasa de cofinanciación solicitada	75%

Se desglosa entre los socios de la siguiente forma:

Participante	Nombre de la Institución	NUT III	Coste Total Elegible	FEDER
Jefe de Fila	C.E.E.I. S.A. (BIC GALICIA)	Pontevedra Ourense A Coruña Lugo	999.000,00 €	749.250,00 €
Socio 1	FUNDACIÓN UNIVERSIDADE DE VIGO	Pontevedra Ourense	186.650,00 €	139.987,50 €
Socio 2	BIC MINHO	Minho-Lima, Alto Trás-os- Montes, Cávado	220.000,00 €	165.000,00 €
Socio 3	INSTITUTO EMPRESARIAL DO MINHO	Minho-Lima, Alto- Trás-os-Montes Cávado	100.000,00 €	75.000, 00 €
Socio 4	INSTITUTO POLITÉCNICO DE VIANA DO CASTELO	Minho-Lima, Alto Trás-os- Montes, Cávado	103.000,00 €	77.250,00 €



7. Sistema de seguimiento y evaluación del Plan de Comunicación

El sistema de seguimiento está orientado a comprobar el cumplimiento de lo planificado en el presente Plan de Comunicación. En particular, evaluará los siguientes aspectos:

- el Plan de Comunicación y los avances en su aplicación
- las medidas del Plan llevadas a cabo
- los medios de comunicación utilizados
- el grado de ejecución física y financiera del Plan (indicadores)
- el contenido de cualquier modificación importante del Plan

Las evaluaciones del Plan de Comunicación tendrán por objeto valorar el grado de consecución de los objetivos del mismo y los indicadores establecidos para cada una de las medidas, es decir, medir la eficacia de las medidas de comunicación emprendidas.

Este seguimiento y evaluación se reflejará en los informes de actuaciones que se emiten con cada una de las certificaciones. Estos informes permitirán analizar el estado en la ejecución de las medidas así como tomar las medidas necesarias para corregir las desviaciones que se puedan producir.

El sistema de seguimiento y evaluación permitirá monitorizar la evolución de los indicadores en cuanto a su ejecución y ajuste a lo presupuestado y respeto del cronograma de ejecución planificado.

Esta información se verá reflejada además en los informes anuales y en el informe final de ejecución.

Como complemento a las evaluaciones internas semestrales que se redactarán, el Proyecto contará con un servicio de evaluación externa que incluirá la monitorización de las acciones enmarcadas en el Plan de Comunicación.