



Formación Técnica Avanzada (REGROW ATF)

*REGROW Advanced Technical
Formation (REGROW ATF)*

Curso on-line sobre Restauración Ambientalmente Sostenible de Balsas en desuso de Alpechín (ERAOWP)

*E-learning Course on Ecological Restoration of
Abandoned Olive Waste Ponds (ERAOWP)*

Coordinador:

Socios:

6.20. Diseminación de Resultados y Modelo de Negocio

Ayuntamiento de Mora (Toledo)

D. Enrique Lucas Ortega
D. David Jorquera García



Coordinador:



Socios:



1. DISEMINACION DE RESULTADOS

- Es una **parte fundamental de todo proyecto demostrativo** y en particular de los proyectos LIFE.
- Da a **conocer los beneficios del proyecto y se trata implicar al público destinatario** de la misma.
- **Trasladar los resultados obtenidos a los destinatarios** que se marcan como objetivo, ello mediante la ejecución de **estrategias de diseminación**.
- La **diseminación está centrada en los resultados tanto internos como finales**. Su objetivo esencial es **difundir, describir y compartir** los resultados generados durante el proyecto para que otros – públicos interesados- o ellos mismos los utilicen y los exploten.
- La **audiencia potencial** es toda aquella que pueda serle de utilidad toda la investigación y el desarrollo innovador generado.

La UMH lidera un proyecto sobre la restauración de balsas de alpechines abandonadas gracias a un proyecto europeo LIFE+



1. DISEMINACION DE RESULTADOS

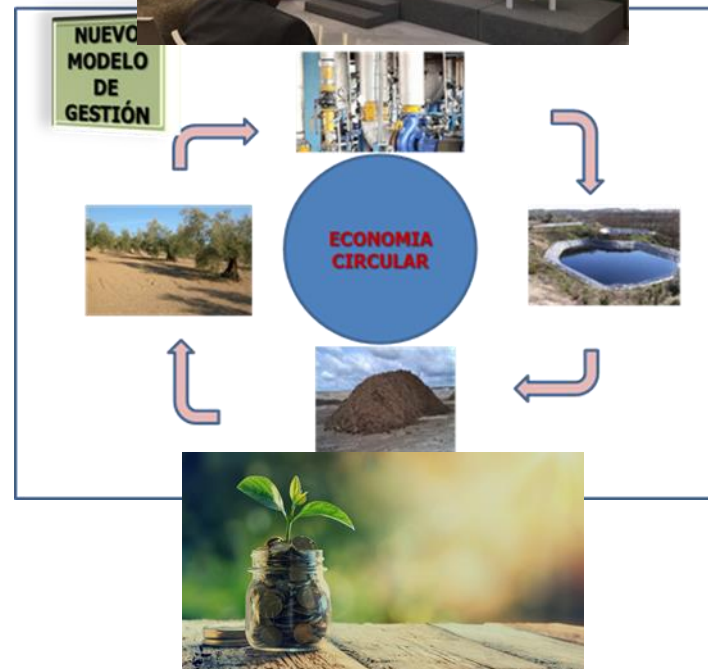
La diseminación debe trasladar a los destinatarios:

Los beneficios del proyecto. Diferencia entre la situación actual y la derivada de los resultados del proyecto.

- Metodología empleada
- Eficacia de los métodos empleados.
- Costes del proyecto
- Beneficios obtenidos
- Impacto Medioambiental.

Los beneficios para el conjunto de la sociedad:

- Creación de empleo
- Beneficio Medioambiental
- Cambio del modelo de negocio
- Economía circular
- Visibilidad de los socios participantes



2. PLAN EXPLOTACION DE RESULTADOS

1. Identificación de los conocimientos científicos y técnicos explotables que se prevé obtener:

Técnica innovadora aplicada en el proyecto y cuya efectividad y eficacia se quiere demostrar

2. Roles de los socios en la difusión y explotación de resultados

3. Protección de los resultados obtenidos, titularidad de los mismos y derechos de explotación. (Obtención y registro de patentes, know-how, etc., titularidad de las mismas y **reparto de los derechos de explotación**.)

4. Elaboración del **modelo de negocio**:

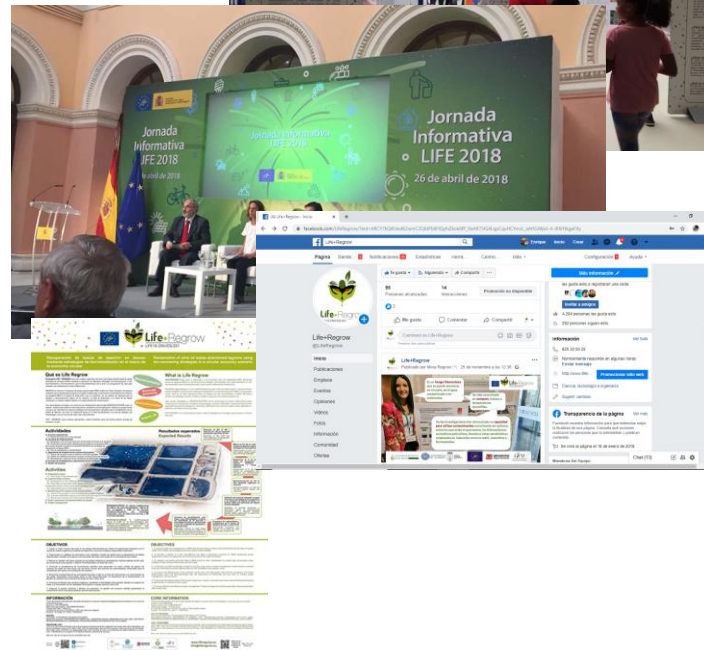
- Identificación de **mercados y usuarios** potenciales.
- Planteamiento del **desarrollo, industrialización y comercialización**

5. Elaboración de las **estrategias de diseminación**.



ESTRATEGIAS DE DISEMINACIÓN:

- **Publicaciones.** (Revistas Científicas, periódicos de información general, estudios, etc)
- **Congresos** (Relacionados con los objetivos, estrategias de biorremediación empleadas, sector del aceite de oliva, agricultura, etc)
- **Vía académica.** (Investigación, centros académicos y universitarios)
- **Publicidad y merchandising**
- **Redes sociales** (Facebook, Instagram, Twitter, etc)



3. ESTRATEGIAS DE DISEMINACIÓN

IDENTIFICACIÓN DE GRUPOS DE INTERÉS.

1. **PÚBLICO EN GENERAL**, cargos públicos y ecologistas
2. **PRODUCTORES** y **COMERCIALIZADORES** de aceite de oliva
3. **GESTORES DE RESIDUOS** y **EMPRESAS DE DESCONTAMINACIÓN**
4. **TÉCNICOS** y **EXPERTOS**
5. **COMUNIDAD ACADÉMICA** y **EDUCATIVA**



3. ESTRATEGIAS DE DISEMINACIÓN

A su vez se fijan como **ESTRATEGIAS DE DIFUSIÓN**.

1. Difusión general: Grupos 1 y 2

2. Actividades técnicas para la transferencia de conocimiento: Grupos 2,3,4 y 5

3. Networking transnacional e internacional con actividades de comparativa de mercados: Para todos los grupos.



3.1. DIFUSIÓN GENERAL

CONTENIDO A DIFUNDIR:

a) **Resumen del Proyecto.** Ámbito y objetivos

b) **Descripción de las técnicas y metodología** para la implementación y resultados logrados.

c) **Evaluación del impacto Ambiental** del Proyecto y descripción de beneficios medioambientales

d) **Exposición del coste-beneficio** de los resultados (beneficios económicos y medioambientales)

e) **Transferibilidad** de los resultados del proyecto



3.1. DIFUSIÓN GENERAL

- Conferencias de prensa y Publicaciones en medios
- Merchandising.
- LIFE regrow TV. Circuito cerrado de TV
- Actividades de difusión Educativas y de formación destinadas al público en general.
- Tours guiados por el Parque Regrow.



Arranca el proyecto europeo de recuperar las balsas de alpechín

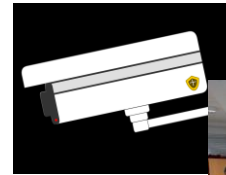
Investigadores de las universidades colaboradoras en este proyecto Life están recogiendo muestras. Se calcula que en España hay más de 5.000 balsas con esta problemática



Biorremediation: LIFE+REGROW



Proyecto europeo de recuperación medioambiental de las balsas de alpechín
www.life-regrow.eu



3.2. ACTIVIDADES TÉCNICAS PARA LA TRANSFERENCIA DE CONOCIMIENTO

- Dia de puertas abiertas **life open day**.
- Asistencia a **Ferias y congresos**.
- **Publicaciones** técnicas
- **Seminarios** educativos.



3.3. NETWORKING CON PROYECTOS LIFE



4. MODELO DE NEGOCIO Y PLAN DE NEGOCIO

1. SEGMENTO DE CLIENTES. A quienes vender la propuesta de valor del proyecto y que necesidades tienen



SECTOR DEL OLIVAR

2. PROPUESTA DE VALOR. Que nos diferencia del resto de métodos empleados hasta ahora, que problemas resuelve, las necesidades que cubre nuestro método y las características del producto.



CERCANÍA

3. RELACIONES CON LOS CLIENTES. Que buscan y que esperan de nosotros



PRECIO

4. MODELO DE NEGOCIO Y PLAN DE NEGOCIO

4. CANALES DE DISTRIBUCIÓN que mejor funcionaran y harán eficientes nuestros costes.



CERCANÍA

5. FUENTES DE INGRESOS. Cuanto pagarán por mi producto, cuanto pagan actualmente por uno similar y cuanto deberían pagar por el nuestro



PRECIO DE PRODUCCIÓN

6 ACTIVIDADES CLAVE INTERNAS. Publicidad, marketing, proceso de producción o de transferencia del conocimiento.



PUBLICIDAD OFICIAL

4. MODELO DE NEGOCIO Y PLAN DE NEGOCIO

7. RECURSOS CLAVE. Medios materiales necesarios tales como infraestructura, personal, equipamientos



**PERSONAL-BALSAS-
ALPECHÍN**

8. APORTACIONES DE LOS SOCIOS del consorcio y su implicación en el modelo de negocio



SOCIOS

9. ESTRUCTURA DE COSTES. Calculo de gastos de inversión y la rentabilidad



COSTE-BENEFICIO