

La primera buena práctica la constituye la llevada a cabo por el CDTI, consistente en la **“Creación del Grupo de Debate de la Red PI+D+i en LinkedIn”**

La Red de Puntos de Información sobre I+D+i (Red PI+D+i), fue lanzada oficialmente en el mes de julio de 2006 con la misión de ofrecer servicios de información y asesoramiento gratuito a empresas y emprendedores sobre las ayudas públicas a la I+D+i de cualquier ámbito administrativo –local, autonómico, estatal y/o europeo- que más se adecuara a sus necesidades.

El despliegue y actividad que ha alcanzado la Red PI+D+i la convierten en el instrumento ideal para poder reforzar las actividades de información y asesoramiento, favoreciendo así la canalización de fondos hacia el tejido empresarial español, con objeto de potenciar las actividades de I+D.

En la actualidad existen unos 150 puntos PI+D+i -distribuidos por toda la geografía española, con presencia en todas las Comunidades Autónomas españolas (salvo Ceuta y Melilla)- con algún tipo de competencia en los servicios de apoyo y promoción de la innovación (e incluso en la financiación de la misma), habiendo firmado todos ellos un convenio de colaboración con el Centro para el Desarrollo Tecnológico Industrial (CDTI).

Anualmente, la Red atiende más de 16.000 consultas de información por parte de los ciudadanos (unas 65.000 atendidas desde su constitución).

Por su parte, LinkedIn (www.linkedin.com) es una red social orientada a negocios lanzada en 2003. El principal objetivo de esta red profesional es que sus más de 200 millones de usuarios registrados puedan mantener una lista con información de las personas con las que tienen algún nivel de relación.

Entre las opciones con que cuenta, LinkedIn ofrece a sus miembros la posibilidad de formar Grupos que les permitan interactuar entre ellos, compartiendo contenidos y experiencias.

El Grupo Red PI+D+i se crea en LinkedIn originalmente el 30 de mayo de 2010, aunque es a lo largo de 2011, y sobre todo de 2012 cuando experimenta un mayor grado de participación y actividad al hilo de los cambios en las nuevas condiciones de financiación del CDTI, así como gracias a la aparición de nuevas líneas de financiación como las convocatorias de FEDER Innterconecta para Andalucía y Galicia (en 2011) y la puesta en marcha de la nueva Línea Directa de Innovación (a finales de 2012).

Se trata de un Grupo “cerrado”, lo que significa que para unirse a él es necesario el visto bueno previo de un moderador. En la actualidad únicamente

los miembros de la Red PI+D+i pueden unirse a este grupo, con el fin de generar un clima de confianza y conocimiento mutuo que favorezca el intercambio de información entre sus integrantes.

En la actualidad el Grupo de la Red PI+D+i en LinkedIn cuenta con 233 miembros, procedentes de las más de 150 entidades que oficialmente forman parte de la Red, para adherirse a este Grupo, en primer lugar, el usuario deberá estar registrado en la plataforma de LinkedIn y a continuación solicitar el ingreso en el Grupo Red PI+D+i a través de la url: <http://www.linkedin.com/groups?gid=3094913&trk=group-name>. Entre estas entidades se encuentran las más competentes en materia de gestión y financiación de actividades de I+D+i tanto a nivel autonómico como estatal (Agencias de Desarrollo Regional, Centros Tecnológicos, Asociaciones y Parques Científicos y Empresariales, Fundaciones Universidad-Empresa, etc.) convirtiéndose en un marco de referencia para las actividades de I+D empresariales.

Los integrantes del Grupo Red PI+D+i en LinkedIn comparten una serie de valores y objetivos con la misión de informar y asesorar a empresas y emprendedores sobre la estructuración y financiación con ayudas públicas de sus respectivas iniciativas empresariales innovadoras.



Evolución del total de miembros del Grupo Red PI+D+i en LinkedIn

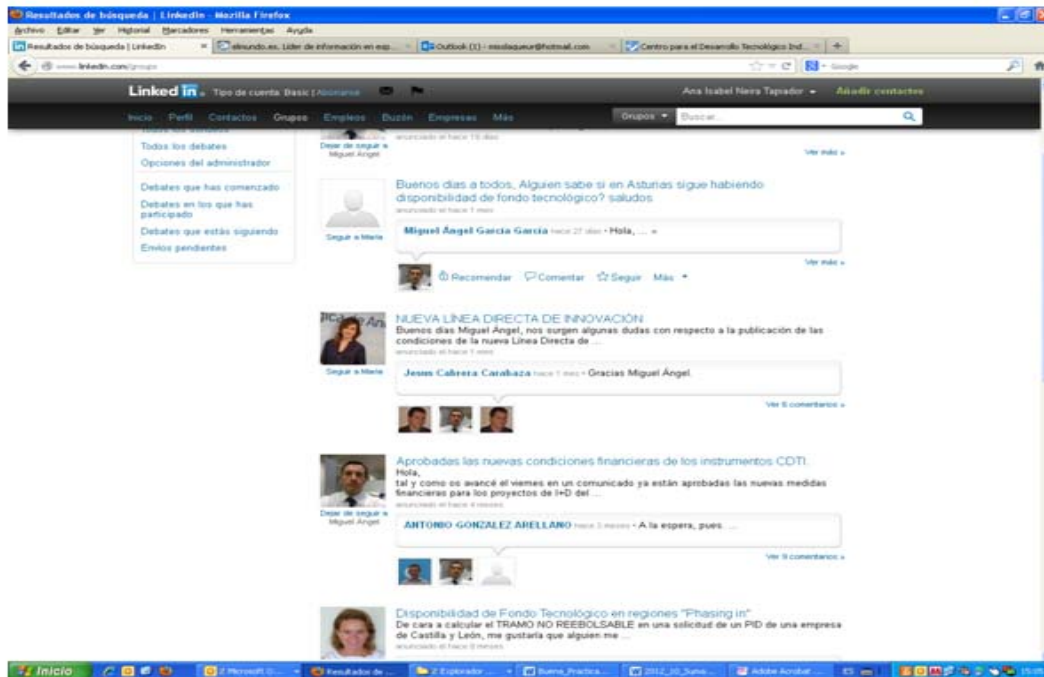
El foro está sirviendo para proponer debates de interés, para la resolución de dudas entre los propios agentes de la Red, para la propuesta de ideas de proyectos por parte de las empresas a las que asesoran dichos agentes y para llevar a cabo búsquedas de socios de cara a las actuaciones y proyectos que se van identificando.

Concretamente, desde su creación, se han abierto en el Grupo un total de 28 debates relativos a la cofinanciación con FEDER a través del Fondo Tecnológico:

- ✓ 11 relativos a la cofinanciación de proyectos de I+D con Fondo Tecnológico en CDTI.
- ✓ 12 relacionados con la apertura y características de los programas FEDER Innterconecta (para Galicia, Andalucía y/o Extremadura).

- ✓ 3 sobre la disponibilidad de Fondo Tecnológico en diversas regiones de España.
- ✓ 1 relativo a la nueva Línea Directa de Innovación.

El CDTI es el responsable de coordinar y supervisar las actuaciones del Grupo Red PI+D+i dentro de la red social.



Ejemplos de debates sobre el Fondo Tecnológico iniciados por el Grupo de la Red PI+D+i en [LinkedIn](#).

Se considera una Buena Práctica porque:

El uso de recursos innovadores en su organización: el uso de una red social (LinkedIn) como soporte para generar transmisión de conocimiento representa per se una herramienta innovadora de la que el CDTI se vale para potenciar las acciones de comunicación vinculadas al Fondo Tecnológico.

La adecuación de los contenidos a los objetivos perseguidos: el objetivo final es contar con una herramienta más, dinámica y de fácil utilización y acceso, que permita la interacción con los agentes de la Red y, en última instancia, con las empresas, emprendedores y/o ciudadanos para favorecer un incremento en la presentación de proyectos cofinanciados con Fondo Tecnológico.

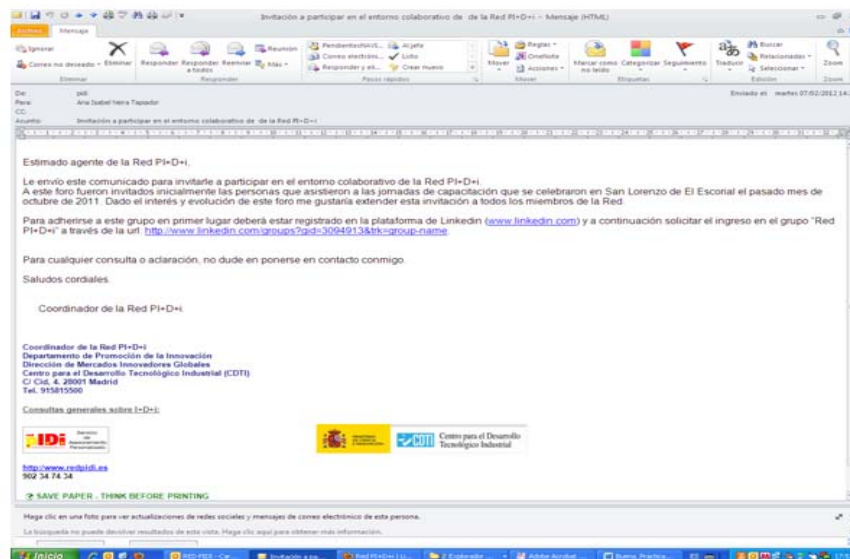
Durante su existencia, gracias a las acciones de la Red PI+D+i, se han cofinanciado más de 66 proyectos con Fondo Tecnológico, con una participación global de más de 220 empresas. El presupuesto movilizado a tal

fin ha sido superior a los 1.000 M€, apalancando el CDTI más de 800 M€ con cofinanciación del Fondo Tecnológico.

La incorporación de criterios de igualdad de oportunidades: cualquier persona procedente de las entidades de la Red PI+D+i puede participar en el Grupo de la Red en LinkedIn, ofreciéndose las mismas las oportunidades a todos los miembros de la Red, sean hombres o mujeres.

Adecuación con el objetivo general de difusión de los fondos: la creación y puesta en marcha del Grupo a través de LinkedIn responde a la iniciativa de crear una herramienta alternativa de apoyo que fomente la participación de todos los agentes de la Red PI+D+i y favorezca su interacción para lograr incrementos en la difusión y ejecución del Fondo Tecnológico en sus respectivas regiones.

Alto grado de cobertura sobre la población objetivo de la acción de comunicación: todos los agentes integrantes de la Red PI+D+i conocen la existencia del Grupo y son informados periódicamente de su actividad. De hecho, lo normal es que exista más de una persona en representación de una misma entidad dentro del Grupo, lo que pone de manifiesto el éxito de la herramienta como foro de debate y de gestión de dudas en el día a día del trabajo de la Red. Esto redunda en una mayor transmisión del conocimiento hacia el target de población objetivo: empresas, emprendedores y ciudadanos en general.



Invitación para unirse al Grupo en LinkedIn, enviada a todos los agentes de la Red PI+D+i.

Evidencia de un alto grado de calidad: la actividad prácticamente diaria del Grupo en LinkedIn y la gran cantidad de debates generados en relación con los fondos FEDER y el Fondo Tecnológico muestran un alto grado de adecuación y calidad por parte de esta herramienta de apoyo, tanto para los agentes

participantes, como para el público general (último beneficiario potencial de la información generada en los debates).

Uso de nuevas tecnologías de la información: El mismo uso de una red social como plataforma para la creación de un Grupo de debate y discusión, y el interés que la constitución de este Grupo ha generado entre todos los miembros de la Red PI+D+i ponen de manifiesto cómo las nuevas tecnologías de la información pueden dar lugar a fórmulas alternativas, económicas y útiles que mejoren la comunicación y el acceso a una información de calidad por parte del público objetivo.