

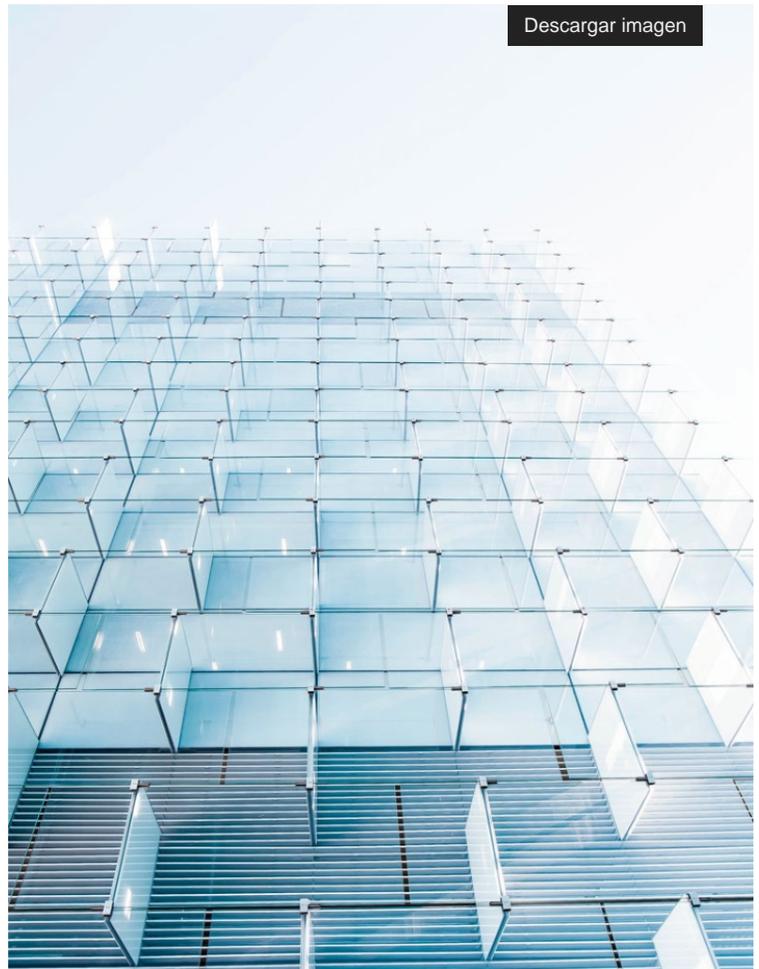
7. La Corporación en los medios

Los medios de comunicación continuaron prestando especial atención en 2016 a la actividad de CTA, de manera que sus expertos, sus empresas miembros y los resultados de sus proyectos volvieron a protagonizar reportajes, entrevistas y artículos de opinión, con la consecución de casi 1.500 impactos a lo largo del año.

El plan de comunicación elaborado anualmente por el Departamento de Relaciones Institucionales y Comunicación incluye, además de la gestión de herramientas, canales y objetivos para cubrir las necesidades de comunicación de todos los grupos de interés con los que se relaciona esta Fundación, una planificación para llegar a la sociedad a través de los medios de comunicación. Se pretende difundir tanto la actividad propia de CTA como los resultados de los proyectos financiados, con el fin de divulgar la cultura de la innovación. Además, también se persigue el objetivo fundacional de proyectar una imagen de Andalucía como región competitiva en áreas estratégicas de I+D+i, que favorezca la atracción de capital y recursos tecnológicos externos.

CTA se ha consolidado además como una entidad de referencia en el área de innovación, de manera que los medios de comunicación solicitan a menudo las valoraciones de los técnicos de esta Fundación como expertos en determinadas áreas, así como de su presidente y directivos, para opinar sobre tendencias y evolución de la I+D+i y su entorno.

Durante todo el año, CTA estuvo trabajando en la renovación de su página web, que se lanzó oficialmente ya en enero de 2017 y que incluye un portal de casos de éxito y un blog sobre innovación, todo ello también con el objetivo de contribuir mejor a la difusión. Así, CTA renovó su página web para actualizarla y adaptarla a las necesidades de las empresas y clientes, con diseño renovado y responsive, adaptado a dispositivos móviles y tablets y un posicionamiento más comercial. Entre las novedades, la web muestra los nuevos servicios de apoyo a la innovación que ofrece la Corporación a cualquier empresa, administración, universidad u otra entidad interesada en desarrollar una estrategia de I+D+i con éxito. Destacan también el nuevo blog sobre innovación “La rueda y la maleta” y un portal de casos de éxito de innovación en Andalucía, en el que se recoge un catálogo de proyectos financiados por CTA, con ejemplos explicados a través de vídeos, fotografías y reportajes con el fin de contribuir a proyectar una imagen innovadora de Andalucía y a difundir la cultura de la innovación en el resto del tejido productivo.



Descargar imagen

En 2015, CTA mantuvo su actividad en redes sociales, con la actualización de sus perfiles en Twitter, Facebook, LinkedIn y Youtube y en línea con su estrategia de gestión activa de su presencia online, que le permitirá difundir la cultura de la innovación a un público más amplio y además recibir feed-back continuado de los diferentes agentes con los que se relaciona.

7.1 Difusión de proyectos

La Corporación tiene entre sus objetivos estatutarios la difusión de las actividades realizadas, con especial protagonismo de los proyectos incentivados, ya que éstos son una de las principales herramientas de trabajo de la Fundación para promover la innovación empresarial. Estos proyectos suelen despertar el interés de los medios por la novedad de las soluciones que suelen conseguir como resultado, pero el carácter técnico y especializado de la información hace necesaria una minuciosa labor de divulgación para trasladar a la sociedad un mensaje claro, interesante y sin errores.

La difusión de los proyectos se realiza a través de notas de prensa, contactos directos con los medios, ruedas de prensa y actos de divulgación de resultados, entre otros procedimientos. De los proyectos difundidos en 2016, destacan, por ejemplo, un sistema para ahorrar costes y tiempo en el trazado de obra pública mediante la aplicación de drones, la monitorización y gestión de zonas costeras también con drones, un robot capaz de reconocer al cliente y adelantarse a sus necesidades funcionando como un dependiente en una tienda, un estudio de viabilidad para reducir ruido y contaminación en obras de conservación de las ciudades o nuevas tecnologías aplicadas a la agricultura de precisión para hacer el campo más eficiente y productivo, entre otros. También se realizaron notas de prensa audiovisuales, que incorporan material audiovisual y un vídeo editado con el fin de conseguir un mayor impacto en televisión y medios online a través de vídeo.

Por otra parte, se ha mantenido la colaboración con diferentes publicaciones especializadas y se han propuesto reportajes sobre las nuevas tendencias de la innovación en sectores estratégicos para Andalucía, ilustradas con proyectos financiados por CTA.

Todos estos ejemplos difundidos a través de los medios de comunicación y los canales propios de CTA ayudan a visualizar los resultados de la labor realizada desde la Corporación para impulsar el desarrollo de la I+D+i. Los casos reales de impacto en la competitividad de las empresas andaluzas o de soluciones a los nuevos retos de la sociedad son la mejor promoción de la cultura de la innovación.

CTA tuvo un total de 1.470 impactos en medios de comunicación en el año 2016, de los que se muestra a continuación una selección representativa.





Descargas

Fichero	Tamaño	Formato
04/02/2016 - Ideal Almería - Proyecto Universidad de Almería http://www.memoria2016.corpor	5566.91 KB	pdf
08/07/2016 - El Correo de Andalucía - Proyecto Genesi http://www.memoria2016.corpor	1645.96 KB	pdf
23/11/2016 - Andalucía Económica - Proyectos CTA http://www.memoria2016.corpor	19247.12 KB	pdf
28/02/2016 - El Correo de Andalucía - Proyecto Drones http://www.memoria2016.corpor	920.19 KB	pdf
30/01/2016 - La Razón - Entrevista Elías Atienza http://www.memoria2016.corpor	840.66 KB	pdf