



WEBINAR  
18 de marzo de 2024



SiSViTi  
**MAD**2.0



artica+

**BODEGAS I+D+i** : herramientas de financiación  
para el sector del vino

## BODEGAS I+D+i

### Herramientas de financiación para el sector del vino

#### INTERVENCIONES

MS

Claves para identificar y presentar proyectos innovadores

RZ

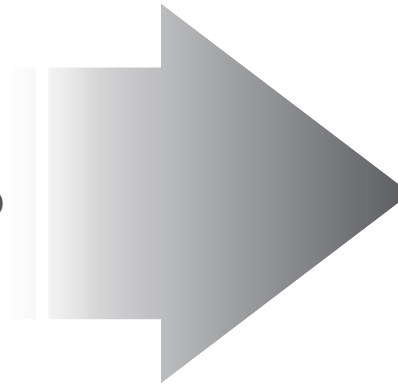
Líneas de ayuda disponibles para la financiación de la actividad innovadora

Objetivo: conseguir

**BODEGAS**

con **dinámicas**  
de **trabajo**  
que

{  
I **Investigando**  
+  
D **Desarrollando**  
+  
i **innovando**  
}



ideas

{  
**nuevas**  
**mejores**  
}

obtengan productos y/o métodos innovadores  
que beneficien al sector

**claves: identificación y presentación de proyectos**

### 1. RETOS DEL SECTOR

Adaptación climática  
Digitalización  
Producción diversificada  
Economía circular

### 2. NUEVAS TECNOLOGÍAS

Sensórica avanzada  
Nuevos materiales para envasado  
Gemelos digitales  
Inteligencia Artificial

### 3. SINERGIAS

Cooperación entre empresas  
Colaboración con Centros de Investigación

Plantear

## NUEVOS PROYECTOS

soluciones a los desafíos actuales  
*superando estado del arte actual*

IMPRESINDIBLE



## INVERSIÓN I+D+i

### 1. IDEA DE PROYECTO

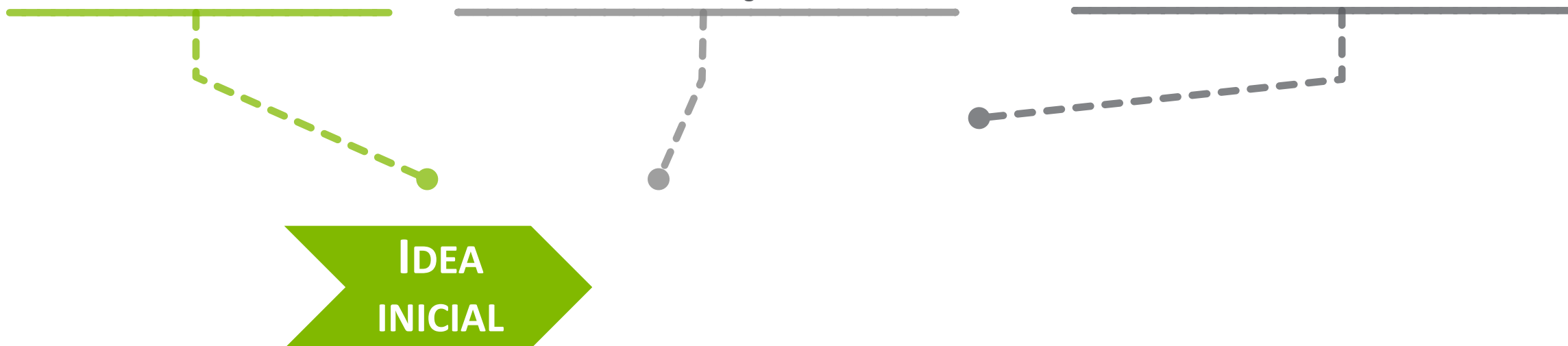
Necesidades y objetivos  
Problema que solucionar  
Soluciones posibles  
Resultados: aplicabilidad

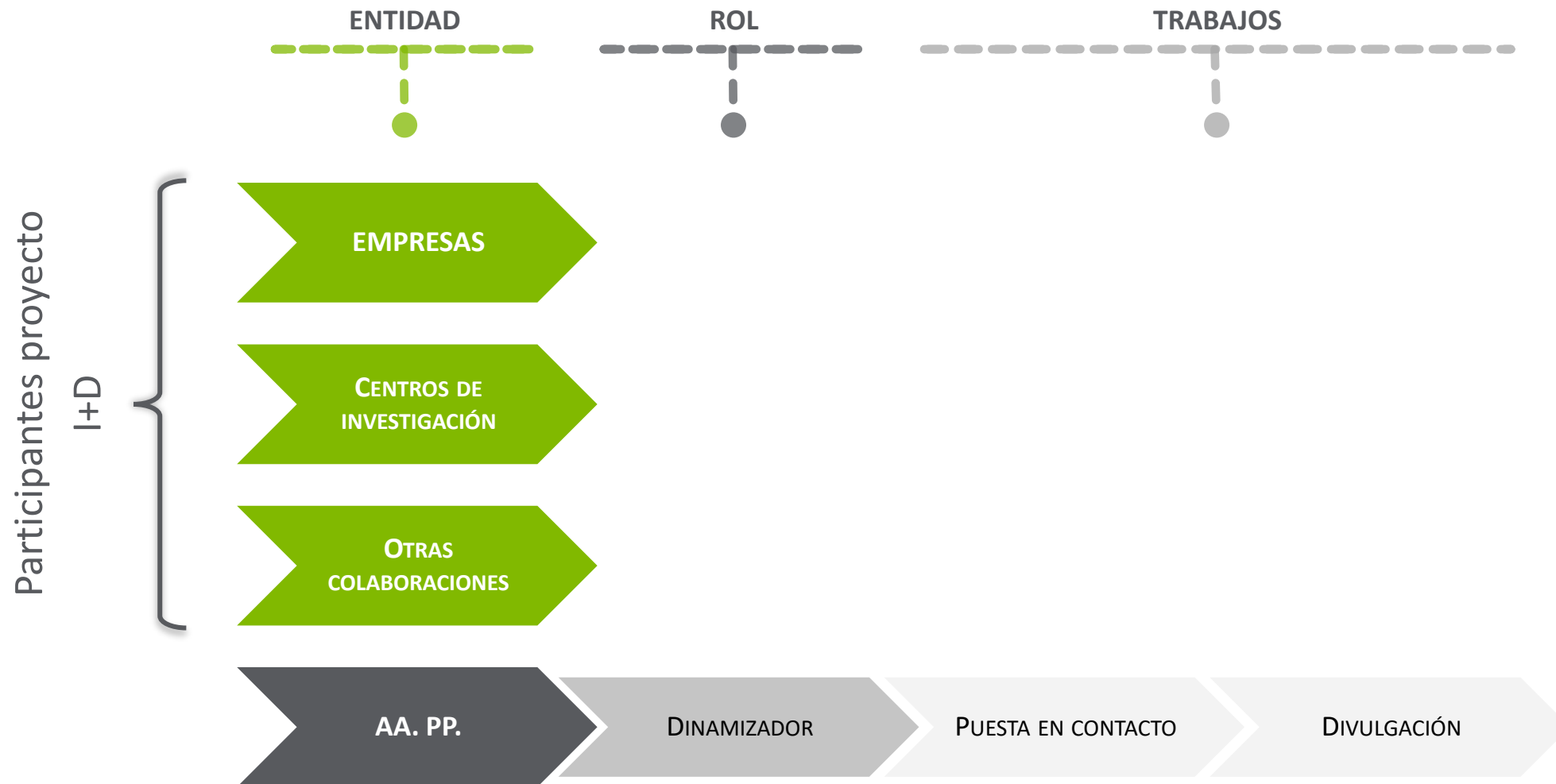
### 2. ELABORACIÓN PROPUESTA

Diagnóstico  
Planificación: según IP  
Financiación: requisitos  
Participantes comprometidos  
Memoria técnica de gran calidad

### 3. PRESENTACIÓN y GESTIÓN

Solicitud  
Seguimiento y justificación  
Aprovechamiento fiscal  
Comunicación





## ASPECTOS A CONSIDERAR

1. Contacto con el cliente
2. Elaboración de la propuesta:
3. Envío a la administración
4. Evaluación

## 1. Contacto con el cliente:

- Es fundamental un contacto fluido.
- Es necesario que el cliente pueda expresar las necesidades que tiene y por qué quiere llevar a cabo una propuesta I+D+i
- Hay que mantener una comunicación con el cliente para identificar los siguientes aspectos fundamentales de la propuesta y que todo quede definido desde un primer momento
- Importante labor comercial.





## 1. Contacto con el cliente:

- Necesidades del cliente y objetivos que se persiguen.

“Es necesario conocer qué necesidades tiene el cliente, qué objetivos persigue y qué medios tiene para lograrlos...”

Es muy recomendable reflexionar sobre la aplicabilidad e impacto de los resultados.



## 1. Contacto con el cliente:

- Problema a solventar

“Es necesario identificar el problema a resolver.  
Debe tratarse de un problema que afecte a un sector de la sociedad  
o incluso a la sociedad en general.”

Ejemplos:

- Lucha contra el cambio climático.
- Alimentación saludable.
- Economía circular



## 1. Contacto con el cliente:

- Es necesario determinar la I+D

**Según el art. 35 del Texto Refundido de la Ley del Impuesto sobre Sociedades, Ley 27/2014 de 27 de noviembre, “Se considerará investigación a la indagación original planificada que persiga descubrir nuevos conocimientos y una superior comprensión en el ámbito científico y tecnológico, y desarrollo a la aplicación de los resultados de la investigación o de cualquier otro tipo de conocimiento científico para la fabricación de nuevos materiales o productos o para el diseño de nuevos procesos o sistemas de producción, así como para la mejora tecnológica sustancial de materiales, productos, procesos o sistemas preexistentes.”**

## 1. Contacto con el cliente:

- Es necesario determinar la **I+D**

“Se considerará también actividad de investigación y desarrollo la materialización de los nuevos productos o procesos en un plano, esquema o diseño, así como la creación de un primer prototipo no comercializable y los proyectos de demostración inicial o proyectos piloto, siempre que éstos no puedan convertirse o utilizarse para aplicaciones industriales o para su explotación comercial.

Asimismo, se considerará actividad de investigación y desarrollo el diseño y elaboración del muestrario para el lanzamiento de nuevos productos. A estos efectos, se entenderá como lanzamiento de un nuevo producto su introducción en el mercado y como nuevo producto, aquel cuya novedad sea esencial y no meramente formal o accidental.”

## 1. Contacto con el cliente:

- Es necesario determinar la **I+D**

“También se considerará actividad de investigación y desarrollo la creación, combinación y configuración de software avanzado, mediante nuevos teoremas y algoritmos o sistemas operativos, lenguajes, interfaces y aplicaciones destinados a la elaboración de productos, procesos o servicios nuevos o mejorados sustancialmente. Se asimilará a este concepto el software destinado a facilitar el acceso a los servicios de la sociedad de la información a las personas con discapacidad, cuando se realice sin fin de lucro. No se incluyen las actividades habituales o rutinarias relacionadas con el mantenimiento del software o sus actualizaciones menores..”

## 1. Contacto con el cliente:

- Se precisa **superar el estado del estado del arte actual**

“Un proyecto de I+D+i busca solventar un problema superando la tecnología actual.”



## 2. Elaboración de la propuesta:

A) Planificación: Es muy importante anticiparse y asesorarse, a ser posible de la mano de profesionales de Consultoría de la Innovación, acerca de las opciones de financiación, así como de sus plazos, topics y objetivos fundamentales.



## 2. Elaboración de la propuesta:

B) Articular un consorcio de entidades potentes y comprometidas con el proyecto, buscando la complementariedad de los socios y apostando por un líder con la capacidad y experiencia de coordinar este tipo de proyectos. En definitiva, es importante construir una buena estructura organizativa de consorcio que asegure una correcta coordinación y gestión técnica y administrativa del proyecto.

A su vez es necesario que las entidades colaboradoras tengan un sentido técnico y fomentar su excelencia y necesidad en el proyecto.



## 2. Elaboración de la propuesta:

C) Calidad de la memoria: Detallar una propuesta de planificación de las actividades y presupuesto coherente y realista, que responda de manera clara y concisa a los objetivos, que aporte respuestas a las necesidades que se plantean y justificando de manera minuciosa el rol de cada socio y entidades involucradas en la propuesta de proyecto.

## 2. Elaboración de la propuesta:

D) Punto de vista del evaluador: Revisar de manera global la propuesta antes de su presentación teniendo muy presente la óptica del evaluador, así como los intereses reflejados en los topics. La memoria debe ser lo más clara y concisa posible.



### 3. Envío a la administración

- La memoria debe presentarse a la administración a través de los medios disponibles para ello. Es conveniente asegurar que se han cumplido todos los requisitos



# GRACIAS POR VUESTRA ATENCIÓN



artica+

Ricardo Zazo      [rzazo@artica.es](mailto:rzazo@artica.es)      616 424 265  
Mario Sánchez      [msanchez@artica.es](mailto:msanchez@artica.es)      676 362 713

[www.artica.es](http://www.artica.es)

C/ Musgo 2. Edificio Europa II. Bajo B, 28023 Madrid  
913 57 07 98