



LABORATORIO
de INNOVACIÓN
CULTURAL
SOSTENIBLE

Laboratorio de innovación social para la generación de oportunidades de empleo y emprendimiento cultural innovador y sostenible.

Plan de Comunicación.



Gobierno de Canarias
Consejería de Universidades,
Ciencia e Innovación y Cultura

Agencia Canaria de Investigación,
Innovación y Sociedad
de la Información



UNIÓN EUROPEA
Fondo Europeo de
Desarrollo Regional

Este proyecto está financiado al 100% con una subvención de la Agencia Canaria de Investigación, Innovación y Sociedad de la Información del Gobierno de Canarias en la Convocatoria de Innovación Social 2024.

La financiación concedida cuenta con apoyo de los Fondos FEDER Fondo Europeo de Desarrollo Regional.

Laboratorio de innovación social para la generación de oportunidades de empleo y emprendimiento cultural innovador y sostenible.

Plan de Comunicación.

ÍNDICE

REQUISITOS	4
OBJETIVOS DE COMUNICACIÓN	4
POSICIONAMIENTO ESTRATÉGICO	6
PLAN OPERATIVO	7
LOCALIZACIÓN	7
ESPACIO EN WEB DE EMC: CONTENIDOS E IMAGEN	7
ESPACIOS FÍSICOS: ACUERDOS CON ENTIDADES COLABORADORAS O PARTNERS Y VISIBILIDAD EN SUS INSTALACIONES Y DE LAS COLABORACIONES	8
ATRACCIÓN Y ACCESO DE PARTICIPANTES	10
DEFINICIÓN DEL PROYECTO, ATRIBUTOS Y CONTENIDOS	10
PLAN DE DIFUSIÓN	12
CANALES DIGITALES	12
CANALES FÍSICOS	13
IMAGEN	13
MATERIALES	14
PLAN DE PUBLICACIONES	15
ESTILO	15
ORGANIZACIÓN DE LAS JORNADAS	16
ORGANIZACIÓN DE LA CONVOCATORIA DE INNOVACIÓN ABIERTA	17
OTRAS ACTIVIDADES DE COMUNICACIÓN	18
CALENDARIO DE ACCIONES DE COMUNICACIÓN	18

PLAN DE COMUNICACIÓN

REQUISITOS

Se tuvo en cuenta los requisitos de visibilidad de la Agencia Canaria de Investigación, Innovación y Sociedad de la Información (ACIISI) del Gobierno de Canarias y financiación, según las bases de la convocatoria y condiciones de concesión, asegurando su cumplimiento con la imagen corporativa de la ACIISI en las publicaciones físicas y digitales, materiales, actividades, etc.

Además, las publicaciones y materiales de la convocatoria incluirán de manera expresa la mención: “Este proyecto está financiado por la Agencia de Investigación, Innovación y Sociedad de la Información del Gobierno de Canarias”, junto a su logotipo.

OBJETIVOS DE COMUNICACIÓN

El proyecto “Laboratorio de innovación social para la generación de oportunidades de empleo y emprendimiento cultural innovador y sostenible”, desarrollado por El Museo Canario (MC) con la financiación de la ACIISI en su convocatoria de subvenciones para Proyectos de Innovación Social 2024, promueve la transformación del panorama cultural de las islas Canarias fortaleciendo la identidad local, la sostenibilidad y las oportunidades emprendedoras entre la población juvenil.

Para cumplir con estos objetivos, se llevó a cabo una Convocatoria de Innovación Abierta (CIA), denominada «Premios de Innovación Cultural Sostenible: InnoCultura edición 2024-2025», que invita a la presentación de proyectos culturales innovadores. A través de esta convocatoria, se pretendió identificar y apoyar iniciativas que integren creatividad y sostenibilidad en el ámbito cultural.

En cuanto a los objetivos específicos de comunicación, este plan se estructura en torno a dos ejes principales: comunicación interna y comunicación externa, cada uno con objetivos específicos que aseguran una gestión eficiente y un impacto significativo del proyecto.

Comunicación Interna:

1. Optimizar la Coordinación Interna (OI.1): Garantizar una comunicación fluida entre las distintas áreas del proyecto, con el fin de maximizar los resultados de las acciones comunicativas y asegurar que todas las actividades se desarrollen en sintonía con los objetivos globales.
2. Fomentar la Colaboración en la Construcción de Plan de Comunicación (OI.2): Participar activamente en reuniones conjuntas y mantener una comunicación proactiva con los técnicos responsables de cada actividad. Esto permitió la creación de contenidos comunicativos que reflejen con precisión las actividades y objetivos del proyecto.

Comunicación Externa:

1. Desarrollar un Plan de Acciones Comunicativas (OE.1): Elaborar y ejecutar un plan integral de comunicación alineado con la estrategia y la programación anual de actividades de El Museo Canario. Este plan aseguró una difusión continua y efectiva del proyecto y sus iniciativas en todos los canales, incrementando la visibilidad y el interés por el Laboratorio de Innovación Cultural Sostenible.
2. Fortalecer el Posicionamiento del Proyecto (OE.2): Consolidar el Laboratorio de Innovación Cultural Sostenible como un referente cultural clave en Canarias, promoviendo la importancia de la innovación social en el sector y asegurando la presencia destacada de las entidades colaboradoras que apoyan el proyecto,
3. **Establecer una Comunicación Fluida con los Socios Estratégicos (OE.3):** En línea con el Resultado Estimado 4 “Colaboración Exitosa con Socios Estratégicos”, nuestro objetivo es crear alianzas estratégicas con al menos tres socios en el ámbito cultural para facilitar la transferencia de tecnologías y conocimientos, priorizando la comunicación y colaboración activa durante los primeros nueve meses del proyecto.
4. Promover la Presencia de la Imagen del Proyecto (OE.4): Asegurar que la identidad visual del Laboratorio se mantenga constante y reconocible en todos los materiales y comunicaciones, logrando que el proyecto sea fácilmente identificable y memorable para el público,
5. Atraer Inscripciones para las Jornadas (OE.5): Teniendo en cuenta el Resultado Estimado 3 “Participación Activa de Jóvenes”, la estrategia de comunicación se centró en captar la atención y el interés de al menos 50 jóvenes entre 18 y 35 años, con el objetivo de que se inscriban y participen activamente en las jornadas. A través de campañas específicas en redes sociales, correos dirigidos a suscriptores y socios, notas de prensa, y el respaldo de las entidades colaboradoras, se difundió el valor de las jornadas para el desarrollo profesional en el ámbito del emprendimiento cultural.
6. Difundir la Convocatoria de Innovación Abierta (CIA) (OE.6): Para alcanzar el Resultado Estimado 2 “Desarrollo de Nuevos Productos Culturales”, cuyo objetivo es captar al menos tres propuestas tecnológicas innovadoras dentro del marco de la CIA, se implementó una campaña específica destinada a visibilizar la Convocatoria y su relevancia en la creación de productos culturales innovadores. Además de la difusión en la página de El Museo Canario y en redes sociales, se involucró a las entidades colaboradoras para que amplifiquen el mensaje en sus propios canales y con sus comunidades.

POSICIONAMIENTO ESTRATÉGICO

En todo momento se transmitió la propuesta de valor de forma clara y simple para que nuestro target lo entienda y opte por él. Una de las maneras para conseguir el *engagement* deseado es mediante los mensajes que lanzamos a través de las redes sociales y estableciendo las conexiones con entidades específicas, quienes nos aportaron un amplio abanico de participantes.

EL proyecto está diseñado para transformar el panorama cultural de las Islas Canarias. Nuestra propuesta, se centra en fortalecer la identidad local, promover la sostenibilidad y generar oportunidades emprendedoras para la gente joven, fomentando la creatividad y la innovación en el sector cultural.

Además, para asegurar la participación y el compromiso de un público joven y consolidar al Laboratorio de Innovación Sostenible como referente en el ámbito de la innovación cultural de Canarias, se adoptaron estrategias de comunicación claras y orientadas a fortalecer la visibilidad del proyecto y maximizar su impacto. Las estrategias claves incluyen:

1. Transmitir una propuesta de valor clara y accesible: Comunicar la esencia y el propósito del proyecto de forma directa y comprensible, resaltando el valor de la innovación cultural sostenible, y destacando los beneficios y oportunidades que ofrece para los participantes.
2. Fortalecer la presencia en redes sociales (Facebook, Twitter, Instagram y LinkedIn): Aprovechar estos canales para visibilizar las actividades del proyecto, atraer a un público joven, generar interés y promover el engagement a través de contenido relevante, informativo y visualmente atractivo. Cada red social jugó un papel específico, ajustando los mensajes y el enfoque según el tipo de público y las características de cada plataforma.
3. Establecer conexiones con entidades estratégicas: Colaborar con instituciones y organizaciones clave en el ámbito cultural, educativo y tecnológico de las Islas Canarias, creando una red de aliados que amplifiquen el alcance del proyecto y aporten valor mediante la transferencia de conocimiento y recursos, así como el apoyo en la difusión y atracción de participantes.
4. Organizar jornadas divulgativas y formativas: Realizar eventos que promuevan la innovación cultural y que ofrezcan formación de calidad, con el objetivo de consolidar el compromiso de los jóvenes interesados y de ampliar el impacto educativo y cultural del proyecto en Canarias.
5. Fomentar la inscripción en las jornadas: Diseñar una estrategia de captación que motive la participación de al menos 50 jóvenes en las jornadas, alineada con los objetivos de formación y compromiso del proyecto.
6. Promover la presentación de proyectos para la Convocatoria de Innovación Abierta (CIA): A través de una campaña de comunicación específica y colaboraciones con los partners, incentivar la inscripción y presentación de proyectos innovadores en la CIA, logrando así un flujo de ideas y propuestas tecnológicas en línea con los objetivos de desarrollo cultural y sostenible del proyecto.

Este enfoque de comunicación busca no solo alcanzar los objetivos de inscripción y participación, sino también consolidar la imagen del Laboratorio como un espacio líder de oportunidades y desarrollo en la cultura canaria.

PLAN OPERATIVO

LOCALIZACIÓN

ESPACIO EN WEB DE EMC: CONTENIDOS E IMAGEN

La web contó con tres secciones específicas dentro de su dominio, cada una dedicada a un aspecto clave del proyecto: el Laboratorio de Innovación Social, las jornadas y la Convocatoria de Innovación Abierta (CIA). Estas secciones están diseñadas para ser intuitivas y visualmente atractivas, garantizando una experiencia de usuario fluida y agradable.

Estructura y contenidos:

1. Sección del Proyecto “Laboratorio de Innovación Cultural Sostenible”:
 - Presentación del Proyecto: Una introducción al Laboratorio de Innovación Social, destacando su propósito, sus objetivos y el apoyo de la ACIISI (ANEXO 1). En esta sección, se responde a las siguientes preguntas:
 - ¿Qué es el Laboratorio Cultural Sostenible?
 - ¿Quiénes están involucrados?
 - ¿Qué objetivos tiene el Laboratorio de Innovación Cultural Sostenible?
 - ¿Con qué fin nace el proyecto?
 - ¿Puedo participar en el Laboratorio de Innovación Cultural Sostenible?
 - Contacto: Se incluyó el correo electrónico (comunica.lab@elmuseocanario.com) para resolver dudas y facilitar la comunicación. Además, desde esta sección se puede acceder a las páginas de las jornadas y la convocatoria que se detallarán en los siguientes puntos.

Enlace: <https://www.elmuseocanario.com/innocultura/>

2. Sección de las Jornadas “Programa de Formación *InnoCultura*”:
 - Descripción de las jornadas: Información detallada sobre las jornadas divulgativas y formativas, incluyendo fechas, temas a tratar, programa y perfiles de los y las ponentes (ANEXO 2, 4 y 8).
 - Enlace de inscripción: Acceso directo a un formulario de inscripción sencillo, que recoge los datos básicos como nombre, contacto, DNI y otros campos necesarios para formalizar la participación y poder emitir los certificados (ANEXO 3, 5 y 9).

Enlace *InnoCultura* Gran Canaria: <https://www.elmuseocanario.com/el-museo-canario-pone-en-marcha-el-programa-de-innovacion-cultural-innocultura/>

Enlace *InnoCultura* Tenerife: <https://www.elmuseocanario.com/programa-de-formacion-innocultura/>

Enlace *InnoCultura*: Experiencias más allá del tiempo (Evento Final):
<https://www.elmuseocanario.com/laboratorio-de-innovacion-cultural-sostenible-evento-final/>

3. Sección de Convocatoria de Innovación Abierta (CIA):
 - Información sobre la CIA: Detalles completos sobre la CIA, incluyendo requisitos de participación, fechas clave, premios, bases de la convocatoria y objetivos de la convocatoria y beneficios para los seleccionados (ANEXO 6). Una vez seleccionados los proyectos, esta sección se modificó para que aparecieran publicados los proyectos ganadores y las menciones especiales.
 - Formulario de inscripción: Un formulario detallado y estructurado, donde los interesados e interesadas podrán inscribir sus proyectos para la CIA. Este formulario incluyó campos para rellenar los datos personales de los participantes, información del proyecto (título, tipo de tecnología y contenido y descripción), presupuesto estimado y la opción de adjuntar documentos como DNI, currículum vitae, portfolio... (ANEXO 7)
 - Preguntas frecuentes y soporte: Sección dedicada a resolver dudas frecuentes y facilitar el proceso de inscripción. Se incluye información de contacto para asistencia técnica adicional.

Enlace actualizado: <https://www.elmuseocanario.com/convocatoria-de-innovacion-abierta/>

Cada una de estas secciones está interconectada, facilitando la navegación entre ellas y asegurando que los usuarios tengan acceso rápido y claro a toda la información y recursos necesarios para participar en el proyecto, las jornadas y la convocatoria.

ESPACIOS FÍSICOS: ACUERDOS CON ENTIDADES COLABORADORAS O PARTNERS Y VISIBILIDAD EN SUS INSTALACIONES Y DE LAS COLABORACIONES

Con el fin de ampliar nuestra red de difusión y llegar a un mayor número de posibles participantes para las jornadas y la CIA, coordinadora y auxiliares mantuvieron una conversación fluida y directa con las diferentes entidades colaboradoras o partners. Estas entidades fueron:

- Instituto Internacional del Valor Compartido (IIVC)
- Universidad de Las Palmas de Gran Canaria (ULPGC)
- Fundación Canaria Parque Científico Tecnológico de la Universidad de Las Palmas de Gran Canaria (FCPCT ULPGC)
- Sociedad de Promoción Económica de Gran Canaria (SPEGC)
- Fundación Universitaria de Las Palmas (FULP)
- Universidad de La Laguna (ULL)
- Fundación General Universidad de La Laguna (FGULL)
- Cátedra de Empresa de Valor Compartido, Innovación y Sostenibilidad
- Cátedra UNESCO en Economía Creativa
- España Creativa
- Instituto Universitario de Turismo y Desarrollo Económico Sostenible (Tides)

- Universidad del Atlántico Medio (UNAM)
- Universidad Fernando Pessoa Canarias (UFPC)
- InnoVegüeta by UFPC
- TEA Tenerife Espacio de las Artes
- Hacedores del Cambio
- Red de Museos
- Parque Tecnológico de Fuerteventura (PTFUE)
- Fundación de Caja de Canarias (CICCA)
- Asociación Emerge

Para asegurar la visibilidad del proyecto y de las colaboraciones, se coordinaron acciones específicas en las instalaciones de estas entidades, tales como:

1. Emails: Comunicaciones directas mediante correos electrónicos personalizados, dirigidos a las entidades colaboradoras y sus redes internas, destacando los objetivos y beneficios del proyecto.
2. Reuniones informativas: Se organizaron reuniones informativas en las instalaciones de las entidades colaboradoras, con el objetivo de exponer tanto el proyecto como la Convocatoria. Estas sesiones permitieron detallar los objetivos y beneficios del proyecto, motivando así la participación activa de los miembros de dichas entidades.

Para formalizar la colaboración y reforzar el compromiso, se preparó una presentación detallada del proyecto (ANEXO 10) que incluyó todos los aspectos clave, como objetivos, actividades y beneficios de participación. Asimismo, se elaboró una carta de adhesión (ANEXO 11) que las entidades interesadas pudieron firmar, formalizando así su rol como partners.

Del mismo modo, se realizó una presentación específica para la Convocatoria, que detalle los requisitos, objetivos y beneficios para los participantes (ANEXO 12). Estas acciones buscan fortalecer las relaciones con los colaboradores y asegurar una difusión eficiente del proyecto en sus redes.

3. Material promocional: Se envió material digital, incluyendo imágenes del proyecto y toda la información necesaria, para que las entidades puedan compartirlo en sus redes sociales y difundirlo entre su comunidad. Cada pieza promocional incluyó los logotipos de los partners para reforzar su visibilidad y destacar su rol como colaboradores clave. Además, se repartieron folletos en lugares estratégicos dentro de las instalaciones de los partners para aumentar la visibilidad del proyecto.
4. Espacios de coworking: Para reforzar la colaboración y coordinar esfuerzos, se visitaron espacios de coworking gestionados por los partners. Esto permitió trabajar directamente con ellos y sus miembros, facilitando el intercambio de ideas y el fortalecimiento de alianzas estratégicas.

ATRACCIÓN Y ACCESO DE PARTICIPANTES

Las entidades colaboradoras desempeñaron un papel fundamental en la atracción de participantes tanto para las jornadas como para la Convocatoria de Innovación Abierta (CIA). Gracias a su red de contactos y capacidad de influencia, estas organizaciones nos ayudaron a conectar con nuestro público objetivo, facilitando la difusión y promoción del proyecto (TABLA 9 y 10).

Para ampliar nuestro alcance, implementaremos diversas estrategias adicionales que complementan esta colaboración:

- Búsqueda de viveros de empresas en Canarias: Se realizó un mapeo estratégico de viveros y centros de innovación empresarial en las islas, identificando potenciales socios y participantes interesados en la propuesta.
- Contacto con centros educativos: Se establecieron comunicaciones con institutos, academias y centros de formación profesional que ofrecen cursos y ciclos relacionados con tecnología, arte, cultura y emprendimiento.
- Relación con pequeñas empresas canarias: Se contactó a pequeñas y medianas empresas del ámbito tecnológico y cultural, incentivándolas a participar y a promover la convocatoria entre sus redes internas.
- Vinculación con universidades públicas y privadas: Se colaboró con instituciones de educación superior para llegar a estudiantes y recién egresados que formen parte de nuestra audiencia clave.
- Identificación de lugares estratégicos: Se valoraron espacios relevantes donde podamos conectar con jóvenes entre 18 y 35 años, como bibliotecas públicas, coworking y asociaciones culturales, asegurando una promoción dirigida y efectiva.

Además, aprovechamos las iniciativas previas realizadas por El Museo Canario para identificar y contactar a participantes recurrentes de nuevas actividades, así como a nuestra comunidad existente, quienes ya comparten afinidad con los valores de la institución (ANEXO 13).

Estas acciones combinadas garantizaron una amplia atracción de participantes, maximizando el impacto del proyecto y fortaleciendo su vínculo con la comunidad juvenil en Canarias.

DEFINICIÓN DEL PROYECTO, ATRIBUTOS Y CONTENIDOS

El Laboratorio de Innovación Social para la generación de oportunidades de empleo y emprendimiento cultural, innovador y sostenible, es una iniciativa de EMC financiada por la ACIISI. Este proyecto tiene como objetivo transformar el panorama cultural de las Islas Canarias mediante el fortalecimiento de la identidad local, la promoción de la sostenibilidad y la creación de oportunidades emprendedoras para la juventud.

La Convocatoria de Innovación Abierta (CIA), denominada “Premios de Innovación Cultural Sostenible: InnoCultura Edición 2024-2025”, es una parte crucial del proyecto. Se invita a la presentación de proyectos individuales o en equipo que sean innovadores y sostenibles en el sector cultural

En cuanto a los atributos del proyecto, defendemos los siguientes: la innovación, fomentando la creatividad y el desarrollo de ideas nuevas que aporten valor al sector cultural; la sostenibilidad, promoviendo prácticas y proyectos que tengan un impacto positivo y duradero en la comunidad y el medio ambiente; la identidad local, fortaleciendo y resaltando la cultura y tradiciones de las Islas, integrándolas en proyectos modernos e innovadores; la juventud, enfocando actividades y oportunidades en jóvenes de 18 a 35 años, apoyando su desarrollo profesional y personal; y la colaboración, trabajando con un conjunto de entidades colaboradoras, instituciones y la comunidad para maximizar el alcance y el impacto del proyecto.

Los contenidos del proyecto, se centraron principalmente en los cuatro siguientes:

- Las jornadas divulgativas y formativas, compuestas por sesiones teóricas y prácticas dirigidas a capacitar a jóvenes en áreas clave como la innovación, la sostenibilidad y el emprendimiento cultural. En total, se llevaron a cabo tres jornadas abiertas al público bajo el nombre *InnoCultura*:
 - *InnoCultura* Gran Canaria (3 de octubre de 2024) (ANEXO 46)
 - *InnoCultura* Tenerife (17 de octubre de 2024) (ANEXO 47)
 - *InnoCultura*: Experiencias más allá del tiempo. (Evento Final: 9 de abril de 2025) (ANEXO 52)

Además, se celebró una jornada formativa de carácter privado, el 6 de febrero de 2025 (ANEXO 49), dirigida exclusivamente a los ocho proyectos seleccionados (cinco ganadores y tres menciones especiales). En esta sesión se dio la bienvenida a los equipos, se contextualizó el proceso de trabajo y se explicaron las fases de mentoría (ANEXO 50) y asesoramiento previstas para el desarrollo de sus Productos Mínimos Viables (PMV).

Como parte de la estrategia de difusión, también participamos en dos eventos clave del sector cultural y digital: el Congreso de Museos de Canarias, celebrado en Fuerteventura los días 14 y 15 de noviembre de 2024 (ANEXO 48), donde se promocionaron las tecnologías del museo y la convocatoria del proyecto; y *DigiOn Canarias*, los días 2 y 3 de abril de 2025 en INFECAR (ANEXO 51), donde se presentaron también las tecnologías del museo y dio visibilidad el evento final donde se presentaron los PMV desarrollados.

- Convocatoria de Innovación Abierta (CIA): Contaron con un proceso de inscripción en el que, durante los meses de octubre y noviembre, las personas que deseen participar pudieran inscribirse al formulario y conocer las bases de la convocatoria, los criterios de evaluación y la descripción de los premios que se otorgaron a los proyectos seleccionados.
- Materiales de apoyo y recursos: Se facilitaron guías y plantillas, documentación que ayudó a los participantes a desarrollar sus proyectos y preparar sus presentaciones, especificado en el Plan de Dinamización.
- Sesiones de mentoría: Programas de mentoría donde los participantes recibieron orientación y consejos de profesionales experimentados, especificado en el Plan de Dinamización.

PLAN DE DIFUSIÓN

CANALES DIGITALES

Se publicó en primera instancia en la web de EMC, que sirvió como el principal punto de referencia para toda la información del proyecto. Se dividió en tres secciones: el proyecto, las jornadas y la convocatoria. En las tres se detalló la información precisa de cada una de ellas y se proporcionó enlaces directos a sus correspondientes inscripciones.

A continuación, se lanzó una campaña de difusión en las redes sociales de El Museo Canario, (Instagram, Facebook, Twitter y LinkedIn) precisado en el calendario de contenidos adjuntado en el último apartado de este plan de comunicación. En esta campaña se desarrollaron en varias fases con objetivos específicos:

- Fase 1: Visibilidad de las Jornadas (ANEXO 17, 22 y 28).
Publicaciones iniciales que destacaban la relevancia del proyecto y las jornadas en ambas sedes, generando expectativa y atrayendo interés del público objetivo
- Fase 2: Promoción de las Jornadas (ANEXO 18 y 30).
El objetivo de esta fase es alcanzar los 50 inscritos en las jornadas, mediante publicaciones que inviten a la participación y resalten los beneficios de formar parte del proyecto. Se incluyó el programa y los perfiles de los invitados, destacando el valor que aportan los ponentes y el impacto de las actividades.
- Fase 3: Repercusión e Impacto de las Jornadas (ANEXO 19).
Publicación de fotos y resúmenes de las jornadas, mostrando su éxito y generando confianza y motivación para futuras actividades relacionadas con el proyecto.
- Fase 4: Difusión de la Convocatoria de Innovación Abierta (CIA) (ANEXO 20).
El enfoque de esta fase es captar participantes para la CIA mediante publicaciones que expliquen los beneficios, premios, requisitos y ejemplos inspiradores de proyectos innovadores.
- Fase 5: Comunicación de Proyectos Seleccionados (ANEXO 21).
Tras la reunión y evaluación de los diferentes proyectos presentados, se anunciaron los proyectos seleccionados en la CIA, mostrando sus perfiles y resaltando sus propuestas innovadoras para motivar a la comunidad cultural.
- Fase 6: Evento de Bienvenida y Mentorías (ANEXO 22 y ANEXO 23).
Se dio la bienvenida a las personas emprendedoras seleccionadas, informando sobre las mentorías y el acompañamiento que recibieron. Las publicaciones reflejaron tanto el evento de bienvenida como el desarrollo de las sesiones en el museo.

- Fase 7: Visibilidad y promoción del evento final del proyecto en el que se presentarán los productos mínimos viables y se entregaron los premios (ANEXO 32).
Publicaciones centradas en la presentación de los productos mínimos viables y la entrega de premios, resaltando los logros alcanzados y el cierre exitoso del proyecto.

Las entidades colaboradoras tuvieron un papel activo en la difusión del proyecto, siendo este uno de los requisitos para formar parte del proyecto (TABLA 10 y 12). Además, se mantuvo una comunicación constante con los departamentos de comunicación correspondientes de estas entidades, asegurando que estén informados de todas las acciones y reciban los materiales necesarios (imágenes, logotipos, textos) para facilitar su colaboración en la difusión.

CANALES FÍSICOS

La estrategia de difusión presencial se complementó con el uso de diversos canales físicos, fundamentales para reforzar el alcance y la visibilidad del proyecto en entornos no digitales:

- Convocatorias y notas de prensa: se realizaron convocatorias de prensa y se enviaron notas informativas a medios de comunicación locales con el objetivo de asegurar cobertura mediática y atraer la atención del público clave (ANEXOS del 33 al 41).
- Merchandising: se produjeron materiales promocionales como libretas, carpetas, tote bags y bolígrafos, además de llaveros producidos por Fibras Naturales Canarias, que fueron entregados a las personas asistentes a las jornadas (ANEXO 44).
- Roll-up promocional: se diseñó el roll-up corporativo que fue expuesto durante las jornadas y otros eventos relacionados.
- Folletos informativos: se imprimieron folletos con información detallada sobre cada una de las jornadas y la Convocatoria de Innovación Abierta, distribuidos durante los eventos, entre las entidades colaboradoras y ubicaciones clave (ANEXO 43).
- Certificados de asistencia y para los proyectos ganadores y menciones especiales: se diseñaron y personalizaron certificados oficiales para los asistentes de los eventos y los proyectos seleccionados en la CIA (ANEXO 14, 15 y 16).

IMAGEN

La imagen principal del proyecto es una representación visual que encapsula la esencia y objetivos del proyecto: una cueva, ambientada en un entorno que recuerda las antiguas cuevas de las islas, habitada por una figura holográfica de un aborigen. Este aborigen, proyectado con tecnología holográfica, simboliza la confluencia entre la herencia cultural de las islas y el futuro (ANEXO 42, IMAGEN 1).

Descripción visual:

- La cueva: Este elemento representa la conexión con la historia y las raíces culturales de Canarias. La cueva, es un símbolo de refugio, conocimiento y legado. Es un espacio que invita a la introspección y al reconocimiento de la identidad cultural

canaria, resguardando los valores y tradiciones que han perdurado a lo largo del tiempo.

- El aborígen holográfico: En el corazón de la cueva, un aborígen se proyecta de manera holográfica. Su figura es etérea, casi mística, lo que refleja la trascendencia del pasado y su interacción con el presente. Este aborígen no solo representa a los primeros habitantes, sino que también simboliza el espíritu innovador: un puente entre lo antiguo y lo moderno. La tecnología holográfica utilizada para su proyección enfatiza la fusión entre la tradición y tecnología, pilar fundamental del proyecto.

MATERIALES

Para garantizar la efectiva implementación de este plan de comunicación, se requiere contar con los siguientes recursos:

Equipamiento Básico

- Ordenador y teléfono móvil: Herramientas fundamentales para la gestión de la comunicación digital y el mantenimiento del contacto continuo con colaboradores, participantes y medios de comunicación.
- Material de oficina: Papelería, carpetas y otros insumos básicos, junto con una impresora, fueron esenciales para la producción de documentos físicos, como informes, notas de prensa y correspondencia oficial.
- Software de diseño gráfico: Se utilizaron herramientas especializadas para crear los materiales visuales y promocionales que requiera el proyecto.

Materiales de Comunicación del Proyecto

1. Merchandising: Libretas, carpetas, tote bags y bolígrafos. Estos materiales fueron entregados a los asistentes de las jornadas para que puedan tomar notas. Todos incluyeron la imagen del proyecto y los logotipos de la entidad financiadora y los colaboradores (ANEXO 44).
2. Rollup: Se diseñó un rollup que se exhibió en jornadas y eventos relacionados. Esta incluyó la imagen del proyecto y el logotipo de la entidad financiadora (ANEXO 44, IMAGEN 44).
3. Folletos informativos: Se imprimieron folletos que incluían información sobre las jornadas y la Convocatoria, que se repartieron en las jornadas y eventos, entre las entidades colaboradoras y en puntos estratégicos, como facultades universitarias y bibliotecas públicas (ANEXO 43).
4. Certificados de Asistencia: Se diseñaron y personalizaban para aquellas personas que asistan a las jornadas, estos certificados actuaron como un recordatorio del evento y acreditación formal de su participación (ANEXO 14 y 15).
5. Certificados de los Proyectos Seleccionados y Mención Especial: Diseñados especialmente para los ganadores de la CIA, estos certificados reconocen de manera oficial su éxito y la calidad de sus proyectos. También sirvieron para destacar su contribución a la innovación cultural sostenible (ANEXO 16).

Estos materiales no solo facilitaron la ejecución del plan de comunicación, sino que también reforzó la identidad y profesionalidad del proyecto, asegurando una presentación coherente y de calidad en todos los puntos de contacto con el público.

PLAN DE PUBLICACIONES

El plan de publicaciones está diseñado para garantizar una comunicación efectiva y continua a lo largo de las fases del proyecto, utilizando una combinación de medios y formatos para alcanzar y atraer a una audiencia diversa y comprometida. De esta manera, se centró en una estrategia de comunicación integrada que abarcó tanto medios digitales como tradicionales. A continuación, se detallan los componentes clave:

- Posts

Se desarrolló un calendario de publicaciones para las redes sociales del museo, tales como Instagram, Facebook, Twitter y LinkedIn (página 18 y 19). Dichos posts estaban diseñados para: introducir y visibilizar el proyecto y sus objetivos, promover la inscripción en las jornadas y la CIA, difundir los resultados y momentos clave de las jornadas, incluyendo imágenes y destacando la participación de las entidades colaboradoras, etiquetándolas y mencionándolas para ampliar el alcance de cada publicación (TABLA 1, 2, 3 y 4).

- Notas de prensa

Se prepararon notas de prensa en momentos estratégicos del proyecto, como: el lanzamiento del proyecto y la apertura de la convocatoria (ANEXO 33), la realización de las jornadas y la presentación de sus conclusiones (ANEXO 34, 35 y 36), el anuncio de los ganadores de la CIA, el evento de bienvenida (ANEXO 38) y el cierre del proyecto con el evento final en el que se presentaron los Productos Mínimos Viables (ANEXO 41).

ESTILO

El desarrollo del proyecto siguió los marcos de estilo establecidos por EMC, manteniendo la coherencia visual y sin alterar la imagen ya reconocida de la institución. Todo el trabajo se realizó y diseñó conforme al Manual Corporativo de EMC, asegurando que se respete una línea gráfica unificada que refuerce la identidad de la marca y su posicionamiento en un entorno cada vez más competitivo.

Elementos clave del estilo:

- Uso del logo: El logotipo de EMC se utilizó de manera prominente en todas las comunicaciones y materiales, asegurando siempre su legibilidad y respeto a las proporciones y colores especificados en el Manual Corporativo.

Tipografía corporativa:

- Klavika: Esta es la tipografía principal utilizada para textos de cuerpo y otros contenidos extensos, garantizando una lectura clara y consistente.
- Monsterrat: Se empleó como tipografía complementaria, ideas para titulares y textos cortos, proporcionando contraste y énfasis en los puntos clave del contenido.

Al adherirse a estas pautas, se asegura una imagen coherente y profesional que refuerza la identidad visual de EMC, facilitando el reconocimiento y la fidelidad de la audiencia.

ORGANIZACIÓN DE LAS JORNADAS

Para la organización de las jornadas, se siguió un proceso estructurado que garantizó el éxito del evento y la participación activa de los asistentes:

1. Definición del día, hora y lugar.

En primer lugar, se seleccionaron las fechas, horas y ubicaciones de las jornadas, asegurando que sean accesibles y convenientes para el público objetivo. La elección del lugar fue tanto por la capacidad como por la relevancia del espacio para el contexto cultural del evento.

2. Elaboración del programa y colaboración con las entidades.

Una vez definidos los detalles logísticos, se procedió a la planificación del contenido de las jornadas. Esto incluye la selección de ponentes, todos ellos y ellas expertos en sus respectivas áreas, que aportaron valor a los temas de innovación cultural y emprendimiento sostenible.

El programa se diseñó para ofrecer una mezcla equilibrada de presentaciones, talleres interactivos y espacios para la discusión, asegurando que los asistentes obtengan una experiencia enriquecedora y dinámica.

Otro paso fundamental fue contactar con las entidades colaboradoras para presentarles el proyecto. Este proceso incluyó reuniones formales en las que se expondrán los objetivos y se desarrollaron las oportunidades de colaboración. Las entidades aliadas son fundamentales para conseguir el siguiente paso.

3. Difusión y convocatoria de asistentes.

Con el programa cerrado, se puso en marcha una campaña de difusión dirigida a atraer participantes. Esta difusión se realizó a través de múltiples canales, incluyendo redes sociales, medios digitales, y colaboraciones con entidades asociadas, garantizando una convocatoria amplia y diversa.

Además, se enviaron invitaciones directas a grupos clave y personas de interés que puedan beneficiarse de las jornadas y contribuir a diálogo (ANEXO 13).

4. Cobertura mediática.

Para maximizar la visibilidad y el impacto de las jornadas, se organizará la cobertura mediática del evento. Esto incluye la convocatoria de medios de comunicación relevantes mediante el envío de convocatorias de prensa, que destacan la importancia y los objetivos del evento (ANEXO 37 y 40).

Durante las jornadas, la agencia de comunicación presente capturó los momentos más destacados y publicarán resúmenes y reportajes sobre lo acontecido, asegurando que el alcance del evento se extienda más allá de los asistentes presentes (ANEXO 46, 49, 51 y 52).

Este enfoque integral en la organización de las jornadas asegura que cada detalle esté cuidadosamente planificado, desde la logística hasta la difusión y la cobertura mediática, creando un evento que no solo sea exitoso, sino que también tenga un impacto duradero en la comunidad cultural y emprendedora de Canarias.

ORGANIZACIÓN DE LA CONVOCATORIA DE INNOVACIÓN ABIERTA

La organización de la Convocatoria de Innovación Abierta (CIA) cuenta con un proceso planificado, comenzando con tres meses de antelación para garantizar su éxito y efectividad.

1. Definición de las Bases de la Convocatoria.

Una vez finalizado el programa de las jornadas, se procedió a la redacción y formalización de las bases de la convocatoria. Estas bases establecen los criterios de participación, los requisitos para la presentación de proyectos y el proceso de evaluación. Se trabajó en crear un marco claro y transparente que garantice la equidad y fomente la participación de proyectos innovadores y sostenibles.

2. Publicación y difusión de la Convocatoria.

Una vez definidas las bases, se procedió a la publicación y difusión de la convocatoria a través de los canales digitales del museo, incluyendo la web y redes (ANEXO 6, 7 y 20). Paralelamente, la convocatoria se presentará en las jornadas, lo que permitirá ampliar su alcance y atraer a un mayor número de participantes interesados en presentar sus proyectos.

3. Recepción de Proyectos.

Durante los meses de octubre y noviembre, se abrió el periodo de recepción de proyectos. Los y las participantes tuvieron la oportunidad de inscribir sus propuestas a través de la web del museo, siguiendo las directrices establecidas en las bases. Durante este tiempo, se mantuvo un canal de comunicación abierto para resolver dudas y facilitar el proceso de inscripción.

4. Evaluación y votación de los Proyectos.

En el mes de diciembre, se llevó a cabo la evaluación y votación de los proyectos recibidos. Un panel de expertos, previamente seleccionado, revisó cada una de las propuestas en función de los criterios establecidos en las bases. Este proceso se realizó de manera rigurosa y transparente, asegurando que los proyectos más innovadores y con mayor potencial sean seleccionados.

5. Publicación de Ganadores.

Tras la evaluación, los seleccionados fueron avisados por correos electrónico y también se anunciaron públicamente (ANEXO 21). Esta publicación se realizó tanto en la web de El Museo Canario como en sus redes, celebrando el éxito de los proyectos seleccionados y destacando su contribución al desarrollo cultural sostenible en Canarias.

6. Mentorías guiadas.

Tras la publicación de los ganadores, se inició las sesiones de mentoría guiadas, donde los proyectos seleccionados recibieron apoyo especializado para desarrollar y perfeccionar sus propuestas. Estas mentorías fueron clave para la preparación de las demostraciones finales (demos) de los proyectos (ANEXO 22 y 23).

7. Presentación de proyectos y entrega de premios.

Finalmente, los proyectos fueron presentados públicamente ante los asistentes, personas interesadas y representantes de la Red de Museos de Canarias. El evento de cierre incluyó una demostración de los prototipos desarrollados, seguida de la entrega de premios a los proyectos seleccionados. Estos reconocimientos no solo valoran el esfuerzo y la innovación de los equipos participantes, sino que también les proporcionan recursos para seguir avanzando en el desarrollo de sus iniciativas, contribuyendo así a un ecosistema cultural más sostenible en Canarias (ANEXO 32).

OTRAS ACTIVIDADES DE COMUNICACIÓN

Además de los esfuerzos principales de difusión y promoción de los canales digitales y físicos, se llevaron a cabo varias actividades complementarias de comunicación para maximizar el alcance y el impacto de las jornadas y la Convocatoria de Innovación Abierta (CIA).

Se organizaron reuniones con diferentes grupos de interés, como jóvenes emprendedores, estudiantes universitarios y profesionales que deseen participar en la CIA. Estas actividades sirvieron para explicar en detalle el proyecto, el proceso de la convocatoria, ofrecer consejos sobre la presentación de proyectos y resolver dudas en tiempo real.

Para mantener un diálogo constante y bidireccional, también hubo habilitado espacios para la interacción directa con el público a través de las redes sociales. Esta interacción permitió recoger *feedback* y ajustar la comunicación según necesidades y expectativas del público.

Estas actividades complementarias de comunicación están diseñadas para asegurar una difusión efectiva del proyecto y la convocatoria, creando múltiples puntos de contacto con diferentes públicos y reforzando el compromiso de los participantes y la comunidad en general.

CALENDARIO DE ACCIONES DE COMUNICACIÓN

Calendario de contenidos El Museo Canario 2024

2024									
	DÍA DE LA SEMANA	FECHA	TEMA	FORMATO	OBJETIVO	COPYS			
						FB	TW	IG	LI
Semana 1	Lunes	02/09/2024							
	Martes	03/09/2024							
	Miércoles	04/09/2024							
	Jueves	05/09/2024							
	Viernes	06/09/2024							
	Sábado	07/09/2024							
SEPTIEMBRE									
Semana 2	Lunes	09/09/2024							
	Martes	10/09/2024							
	Miércoles	11/09/2024							
	Jueves	12/09/2024	Laboratorio de Innovación e InnoCultura Gran Canaria en la web del museo	Texto en Web EMC	Presentación del proyecto y de la formación InnoCultura Gran Canaria				
	Viernes	13/09/2024							
	Sábado	14/09/2024							
Semana 3	Lunes	16/09/2024							
	Martes	17/09/2024							
	Miércoles	18/09/2024	InnoCultura Gran Canaria	Imagen	Presencia en redes y crear expectación	✓	✓	✓	✓
	Jueves	19/09/2024							
	Viernes	20/09/2024							
	Sábado	21/09/2024							
Semana 4	Lunes	23/09/2024	Ponentes InnoCultura GC	Imagen	Conseguir inscripciones para la jornada	✓	✓	✓	✓
	Martes	24/09/2024							
	Miércoles	25/09/2024							
	Jueves	26/09/2024							
	Viernes	27/09/2024							
	Sábado	28/09/2024							
OCTUBRE									
Semana 5	Lunes	30/09/2024	Convocatoria de Innovación Abierta	Texto web EMC	Publicación de la CIA en la web del museo				
	Martes	01/10/2024	Convocatoria de Innovación Abierta	Imagen	Presentación y apertura de la CIA	✓	✓	✓	✓
	Miércoles	02/10/2024							
	Jueves	03/10/2024							
	Viernes	04/10/2024	InnoCultura Gran Canaria	Varios fotos	Difusión y repercusión de la jornada en GC	✓	✓	✓	✓
	Sábado	05/10/2024							
Semana 6	Lunes	07/10/2024							
	Martes	08/10/2024							
	Miércoles	09/10/2024	InnoCultura Tenerife	Imagen	Anuncio de nueva jornada y crear expectación	✓	✓	✓	✓
	Jueves	10/10/2024							
	Viernes	11/10/2024							
	Sábado	12/10/2024							
Semana 7	Lunes	14/10/2024							
	Martes	15/10/2024							
	Miércoles	16/10/2024	Ponentes InnoCultura TNF	Imagen	Conseguir inscripciones para la jornada	✓	✓	✓	✓
	Jueves	17/10/2024							
	Viernes	18/10/2024	InnoCultura Tenerife	Varios fotos	Difusión y repercusión de la jornada en TNF	✓	✓	✓	✓
	Sábado	19/10/2024							
Semana 8	Lunes	21/10/2024							
	Martes	22/10/2024							
	Miércoles	23/10/2024							
	Jueves	24/10/2024							
	Viernes	25/10/2024							
	Sábado	26/10/2024							
Semana 9	Lunes	28/10/2024							
	Martes	29/10/2024							
	Miércoles	30/10/2024							
	Jueves	31/10/2024							
	Viernes	01/11/2024							
	Sábado	02/11/2024							
NOVIEMBRE									
Semana 10	Lunes	04/11/2024							
	Martes	05/11/2024	Recordatoria de la CIA	Imagen pasos a seguir	Conseguir proyectos inscritos	✓	✓	✓	✓
	Miércoles	06/11/2024							
	Jueves	07/11/2024							
	Viernes	08/11/2024							
	Sábado	09/11/2024							
Semana 11	Lunes	11/11/2024							
	Martes	12/11/2024							
	Miércoles	13/11/2024							
	Jueves	14/11/2024							
	Viernes	15/11/2024							
	Sábado	16/11/2024							
Semana 12	Lunes	18/11/2024							
	Martes	19/11/2024							
	Miércoles	20/11/2024	Último llamamiento participar en la CIA	Imagen	Conseguir que se inscriban proyectos	✓	✓	✓	✓
	Jueves	21/11/2024							
	Viernes	22/11/2024							
	Sábado	23/11/2024							
Semana 13	Lunes	25/11/2024							
	Martes	26/11/2024							
	Miércoles	27/11/2024							
	Jueves	28/11/2024							
	Viernes	29/11/2024							
	Sábado	30/11/2024							
DICIEMBRE									
Semana 14	Lunes	02/12/2024							
	Martes	03/12/2024							
	Miércoles	04/12/2024							
	Jueves	05/12/2024							
	Viernes	06/12/2024							
	Sábado	07/12/2024							
Semana 15	Lunes	09/12/2024							
	Martes	10/12/2024							
	Miércoles	11/12/2024							
	Jueves	12/12/2024							
	Viernes	13/12/2024							
	Sábado	14/12/2024							
Semana 16	Lunes	16/12/2024							
	Martes	17/12/2024							
	Miércoles	18/12/2024							
	Jueves	19/12/2024	Comunicación proyectos seleccionados	Texto web EMC	Publicación en la web del museo de los proyectos ganadores y menciones especiales				
	Viernes	20/12/2024	Comunicación proyectos seleccionados	Imagen	Visibilidad de los proyectos	✓	✓	✓	✓
	Sábado	21/12/2024							
Semana 17	Lunes	23/12/2024							
	Martes	24/12/2024							
	Miércoles	25/12/2024							
	Jueves	26/12/2024							
	Viernes	27/12/2024							
	Sábado	28/12/2024							

Calendario de contenidos El Museo Canario 2025

2025									
	DÍA DE LA SEMANA	FECHA	TEMA	FORMATO	OBJETIVO	COPYS			
						FB	TW	IG	LI
Semana 1	Lunes								
	Martes								
	Miércoles	01/01/2025							
	Jueves	02/01/2025							
	Viernes	03/01/2025							
	Sábado	04/01/2025							
	Domingo	05/01/2025							
Semana 2	Lunes	06/01/2025							
	Martes	07/01/2025							
	Miércoles	08/01/2025							
	Jueves	09/01/2025							
	Viernes	10/01/2025							
	Sábado	11/01/2025							
	Domingo	12/01/2025							
Semana 3	Lunes	13/01/2025							
	Martes	14/01/2025							
	Miércoles	15/01/2025							
	Jueves	16/01/2025							
	Viernes	17/01/2025							
	Sábado	18/01/2025							
	Domingo	19/01/2025							
Semana 4	Lunes	20/01/2025							
	Martes	21/01/2025							
	Miércoles	22/01/2025							
	Jueves	23/01/2025							
	Viernes	24/01/2025							
	Sábado	25/01/2025							
	Domingo	26/01/2025							
Semana 5	Lunes	27/01/2025							
	Martes	28/01/2025							
	Miércoles	29/01/2025							
	Jueves	30/01/2025							
	Viernes	31/01/2025							
	Sábado	01/02/2025							
	Domingo	02/02/2025							
FEBRERO									
Semana 6	Lunes	03/02/2025							
	Martes	04/02/2025							
	Miércoles	05/02/2025							
	Jueves	06/02/2025	Evento bienvenida	Texto web	Publicación en la web de El Museo Canario sobre el evento de bienvenida				
	Viernes	07/02/2025	Evento bienvenida	Fotos	Justificación entrega de diplomas	✓	✓	✓	✓
	Sábado	08/02/2025							
	Domingo	09/02/2025							
Semana 7	Lunes	10/02/2025							
	Martes	11/02/2025							
	Miércoles	12/02/2025	Mentorías	Fotos	Visibilidad de las mentorías	✓	✓	✓	✓
	Jueves	13/02/2025							
	Viernes	14/02/2025							
	Sábado	15/02/2025							
	Domingo	16/02/2025							
Semana 8	Lunes	17/02/2025							
	Martes	18/02/2025							
	Miércoles	19/02/2025	La voz de Canarias	Imagen	Dar visibilidad a cada uno de los proyectos	✓	✓	✓	✓
	Jueves	20/02/2025							
	Viernes	21/02/2025							
	Sábado	22/02/2025							
	Domingo	23/02/2025							
Semana 9	Lunes	24/02/2025							
	Martes	25/02/2025							
	Miércoles	26/02/2025	MAVI - Museo Accesible Virtual Interactivo	Imagen	Dar visibilidad a cada uno de los proyectos	✓	✓	✓	✓
	Jueves	27/02/2025							
	Viernes	28/02/2025							
	Sábado	01/03/2025							
	Domingo	02/03/2025							
MARZO									
Semana 10	Lunes	03/03/2025							
	Martes	04/03/2025							
	Miércoles	05/03/2025	Viaje (sonoro) a las raíces	Imagen	Dar visibilidad a cada uno de los proyectos	✓	✓	✓	✓
	Jueves	06/03/2025							
	Viernes	07/03/2025	InnoCultura Evento Final	Texto web	Publicación de información completa sobre el evento final de InnoCultura				
	Sábado	08/03/2025							
	Domingo	09/03/2025							
Semana 11	Lunes	10/03/2025							
	Martes	11/03/2025							
	Miércoles	12/03/2025	RetroSpectare	Imagen	Dar visibilidad a cada uno de los proyectos	✓	✓	✓	✓
	Jueves	13/03/2025							
	Viernes	14/03/2025							
	Sábado	15/03/2025							
	Domingo	16/03/2025							
Semana 12	Lunes	17/03/2025							
	Martes	18/03/2025							
	Miércoles	19/03/2025	InnoCultura Evento Final	Imagen	Dar visibilidad al evento final	✓	✓	✓	✓
	Jueves	20/03/2025							
	Viernes	21/03/2025							
	Sábado	22/03/2025							
	Domingo	23/03/2025							
Semana 13	Lunes	24/03/2025							
	Martes	25/03/2025							
	Miércoles	26/03/2025	HablaArte	Imagen	Dar visibilidad a cada uno de los proyectos	✓	✓	✓	✓
	Jueves	27/03/2025							
	Viernes	28/03/2025							
	Sábado	29/03/2025							
	Domingo	30/03/2025							
ABRIL									
Semana 14	Lunes	31/03/2025							
	Martes	01/04/2025							
	Miércoles	02/04/2025	Ponentes InnoCultura Evento Final	Imagen	Presentación de ponentes y conseguir inscripciones	✓	✓	✓	✓
	Jueves	03/04/2025							
	Viernes	04/04/2025	DigOn Canarias	Fotos	Dar visibilidad de la presencia del museo en el congreso	✓	✓	✓	✓
	Sábado	05/04/2025							
	Domingo	06/04/2025							
Semana 15	Lunes	07/04/2025							
	Martes	08/04/2025							
	Miércoles	09/04/2025							
	Jueves	10/04/2025	Evento Final de proyecto	Fotos	Difusión y repercusión de la jornada y los proyectos	✓	✓	✓	✓
	Viernes	11/04/2025							
	Sábado	12/04/2025							
	Domingo	13/04/2025							
Semana 16	Lunes	14/04/2025	InnoCultura Evento Final	Vídeo	Comunicar fin del proyecto y dar visibilidad a los proyectos	✓	✓	✓	✓
	Martes	15/04/2025							
	Miércoles	16/04/2025							
	Jueves	17/04/2025							
	Viernes	18/04/2025							
	Sábado	19/04/2025							
	Domingo	20/04/2025							
Semana 17	Lunes	21/04/2025							
	Martes	22/04/2025							
	Miércoles	23/04/2025							
	Jueves	24/04/2025							
	Viernes	25/04/2025							
	Sábado	26/04/2025							
	Domingo	27/04/2025							
Semana 18	Lunes	28/04/2025							
	Martes	29/04/2025							
	Miércoles	30/04/2025							
	Jueves								
	Viernes								
	Sábado								
	Domingo								