

5.2. DEFINICIÓN DE LA INNOVACIÓN EN LA ZRL

Para la zona Leader del Andévalo Occidental se clasifica la innovación en las siguientes posibilidades:

Innovación en el producto: Una innovación de producto consiste en la introducción en el mercado de un bien nuevo o mejorado con respecto a sus características básicas, especificaciones técnicas, software incorporado y otros componentes intangibles, finalidades deseadas o prestaciones. El nuevo producto deberá suponer una novedad para la persona o entidad solicitante con respecto a la producción de dicha persona solicitante en el momento de la solicitud de ayuda. No se considerará necesario que sea nuevo en el mercado.

La innovación podrá haber sido diseñada o creada por la persona o entidad solicitante o por otro/a. A pesar de esto, se considerará que no se cumple el presente requisito cuando el proyecto esté vinculado a la mera venta de productos innovadores completamente producidos y desarrollados por personas o entidades diferentes de la persona solicitante de la ayuda.

Los cambios de naturaleza únicamente estética no quedan incluidos al considerarse, en su caso, innovación en el marketing.

Innovación en el proceso: Una innovación de proceso deberá suponer la implantación por parte de la persona o entidad solicitante de una tecnología, técnica y/o mecanismo de producción nuevo o mejorado, así como de métodos nuevos o mejorados de suministro de servicios y de entrega de productos, con respecto a la situación de la persona o entidad en el momento de la solicitud de ayuda.

El resultado previsto a través de la innovación en el proceso deberá justificarse con respecto a alguno de los siguientes aspectos: el aumento del volumen de producción o de la calidad de los productos (bienes o servicios), la disminución de los costes de producción, distribución o de los costes de prestación de los servicios, la optimización del tiempo en la producción y/o prestación del servicio o la mejora de la seguridad en la producción y/o prestación del servicio.

No se considerará necesario que la persona o entidad solicitante sea la primera en introducir el proceso. La innovación podrá haber sido diseñada o creada por la persona o entidad solicitante o por un tercero. Los meros cambios de organización o de gestión no se consideran innovación.

Innovación en el marketing: Una innovación de marketing deberá suponer la implementación de nuevos métodos de marketing, incluyendo mejoras en el diseño meramente estético de un producto o embalaje, precio, distribución y promoción con respecto a lo que la persona solicitante estuviese desarrollando en el momento de la solicitud de ayuda.

Innovación en la organización: Una innovación organizativa deberá suponer la implementación de nuevos métodos organizativos en el funcionamiento interno de la empresa (incluyendo métodos/sistemas de gestión del conocimiento), en la organización del lugar de trabajo o en las relaciones externas que no han sido utilizadas previamente por la persona o entidad solicitante. Debe ser el resultado de decisiones estratégicas justificadas en la memoria del proyecto.

No se considerará una innovación en la organización, las fusiones o adquisiciones, aunque éstas supongan una novedad organizativa.

Innovación de servicios: Una innovación de servicio deberá suponer la introducción en el mercado de un servicio nuevo o mejorado con respecto a sus características básicas, especificaciones técnicas y otros

componentes intangibles, finalidades deseadas o prestaciones.

La innovación deberá ser nueva para la persona o entidad solicitante con respecto a los servicios prestados en el momento de la solicitud de ayuda. No será necesario que sea nueva en el mercado.

La innovación podrá haber sido diseñada o creada por la persona o entidad solicitante u otros.

Innovación social. La innovación social puede ser definida como el desarrollo e implementación de nuevas ideas (productos, servicios y modelos) para satisfacer las necesidades sociales, crear nuevas relaciones sociales y ofrecer mejores resultados. Sirve de respuesta a las demandas sociales que afectan al proceso de interacción social, dirigiéndose a mejorar el bienestar humano.

Innovaciones sociales son aquellas que no sólo son buenas para la sociedad sino que mejoran la capacidad de actuación de las personas. Se basan en la creatividad de los ciudadanos, las organizaciones de la sociedad civil, las comunidades locales o las empresas.

Por otro lado, nuestra Estrategia se alinea plenamente con la Estrategia de Innovación de Andalucía 2020 (RIS3 Andalucía), especialmente con las oportunidades de especialización vinculadas a la Ruralidad, y en particular con:

- Desarrollar estrategias de diferenciación, comercialización y distribución que propicien el acortamiento de los canales de distribución, entre entornos rurales y urbanos aprovechando las TIC para las nuevas exigencias del consumidor y propiciar los nuevos Sistemas Económicos de Proximidad.
- Sostenibilidad Energética en las Zonas Rurales.

Finalmente, los informes de sectores emergentes en ATE's de 2013 y 2014, realizados por el Servicio Andaluz de Empleo, establecen como sectores emergentes de esta comarca la explotación minera y el denominado nuevo turismo, a los que, tras el proceso de diagnóstico, añadimos la agricultura de regadío y sus servicios auxiliares, en particular los vinculados a la gestión del agua, las actividades turísticas vinculadas a la explotación de recursos naturales (cinegéticos, gastronómicos, de observación astronómica ...), así como las actividades de transformación agroalimentaria y el maridaje.