

5.2. DEFINICIÓN DE LA INNOVACIÓN EN LA ZRL

Desde el GDR Candidato Campiña Sur Cordobesa, de conformidad con el Manual de Oslo¹, entendemos por innovación la concepción e implantación de cambios significativos en el **producto**, el **proceso**, el **marketing** o la **organización de la empresa** con el propósito de mejorar los resultados, bien aumentando la demanda o bien reduciendo costes.

La innovación, se realizará mediante la aplicación de nuevos conocimientos y tecnología que pueden ser desarrollados internamente, en colaboración externa o adquiridos mediante servicios de asesoramiento o por compra de tecnología. Igualmente, se entiende como innovación una novedad para una organización, independientemente que ya exista en el mercado o en su sector de actividad.

En definitiva, podemos encontrar cuatro tipos de innovación:

- **Innovación en el producto**, introducción de un nuevo bien o servicio o mejoras significativas.
Aporta un bien o servicio nuevo, o significativamente mejorado, en cuanto a sus características técnicas o en cuanto a su uso u otras funcionalidades, la mejora se logra con conocimiento o tecnología, con mejoras en materiales, en componentes, o con informática integrada.
Para considerarlo innovador un producto debe presentar características y rendimientos diferenciados de los productos existentes en la empresa o en el territorio, incluyendo las mejoras en plazos o en servicio.
- **Innovación en el proceso**, Se logra mediante cambios significativos y medibles en las técnicas que tengan por objeto: la disminución de los costes unitarios de producción o distribución, mejora de la calidad para una mayor productividad y/o eficiencia de la empresa.
Las innovaciones de proceso incluyen también la introducción de una nueva, o sensiblemente mejorada, tecnología de la información y la comunicación (TIC) si está destinada a mejorar la eficiencia y/o la calidad de una actividad de apoyo básico.
- **Innovación en el Marketing**, Consiste en utilizar un método de comercialización no utilizado antes en la empresa u organización que puede consistir en cambios significativos en diseño, envasado, posicionamiento, promoción o tarificación, siempre con el objetivo de aumentar las ventas actuales y/o demanda de los servicios. La variación en el método tiene que suponer una ruptura fundamental con lo realizado anteriormente.
Los cambios de posicionamiento pueden consistir en la creación de nuevos canales de venta como el desarrollo de franquicias, la venta directa, las modificaciones en la forma de exhibir el producto, la venta de licencias de uso o nuevos segmentos de mercado.
Los cambios en promoción suponen la modificación en la comunicación utilizando nuevos soportes, cambio imagen corporativa, los sistemas de fidelización y la personalización de la relación con el cliente.
La tarificación hace referencia a sistemas de variación de precios en función de la demanda o de las opciones ofrecidas.
- **Innovación en organización**, Implementación de nuevos métodos de organización de funcionamiento interno, de organización del lugar de trabajo o de las relaciones externas, que no han sido utilizadas previamente por la empresa u entidad, con el propósito de mejorar la productividad o reducir costes.

¹ Manual de Oslo, Guía para la recogida e interpretación de datos sobre innovación 3ª edición. OECD-EUROSTAT 2005



La innovación, por tanto, es aplicable tanto a la industria como a los servicios, incluyendo los servicios públicos.

La naturaleza de las actividades innovadoras varía ampliamente de una empresa u organización a otra y de un territorio a otro. En este sentido se ha de tener presente la realidad del territorio ya que lo que en determinados ubicaciones (localidades) no es considerado una innovación en otras sí puede serlo, por lo tanto, la innovación se ha de definir y detectar en base a la situación socioeconómica real del territorio.

En la innovación se producen actuaciones científicas, tecnológicas, organizativas, financieras y comerciales, e implica la utilización de un nuevo conocimiento o una nueva combinación de conocimientos existentes. Teniendo siempre presente el Manual de Oslo, desde el GDR Campiña Sur Córdoba consideramos que las siguientes actividades implican innovación:

- I+D
- Definición de nuevos conceptos, procesos, métodos de comercialización o cambios organizativos.
- Adquisición de: información técnica, derechos sobre invenciones patentadas, conocimientos tecnológicos y experiencia.
- Formación o contratación de nuevo personal.
- Invertir en equipos, programas informáticos o insumos intermedios.
- Reorganización de los sistemas de gestión.
- Desarrollar nuevos métodos de comercialización y venta.

Algunas de estas actividades pueden ser innovadoras en sí mismas, mientras que otras no son novedosas pero son necesarias para la puesta en marcha de innovaciones. Las actividades innovadoras incluyen también aquella I+D que no se puede imputar directamente al desarrollo de una innovación específica.

Las actividades de innovación pueden ser de tres clases: Conseguidas, en curso o desechadas antes de su implantación.

5.3. LISTADO DE ÁMBITOS, SECTORES O SUBSECTORES CONSIDERADOS INNOVADORES.

SECTORES SUSCEPTIBLES DE INNOVACIÓN	ÁMBITOS DE INNOVACIÓN	TIPO DE INNOVACIÓN
AGRARIO Y ALIMENTARIO	Agricultura ecológica	Producto/Proceso
	Producción Ecológica	Producto/Proceso
	Investigación y Diversificación en nuevos cultivos y productos	Producto
	Adaptación al cambio climático	Proceso
	Mejoras Medioambientales	Proceso
	Implantación de medidas para la igualdad de oportunidades	Organización
	Mejoras en la comercialización	Marketing
	Mejoras en la calidad del empleo	Organización



PYMES	Adaptación al cambio climático	Proceso
	Mejoras Medioambientales	Proceso
	Implantación de medidas para la igualdad de oportunidades	Organización
	Mejoras en la comercialización	Marketing
	Mejoras en la calidad del empleo	Organización
	Desarrollo empresas de base tecnológica	Producto/Proceso
	Desarrollo servicios deficitarios municipios/comarca	Producto
	Implantación de TICs y mejora procesos	Proceso
	Introducción de nuevos productos	Producto
SERVICIOS PARA LA CALIDAD DE VIDA	Adaptación al cambio climático	Proceso
	Sostenibilidad de municipios	Proceso
	Mejoras en la calidad del empleo	Organización
	Desarrollo servicios deficitarios municipios/comarca	Producto
	Implantación de TICs y mejora procesos	Proceso
	Implantación de medidas para la igualdad de oportunidades	Organización
	Adaptación de la oferta a las necesidades de la población	Producto/Proceso
	Cooperación de servicios públicos y privados	Proceso
PATRIMONIO	Adaptación al cambio climático	Proceso
	Sostenibilidad de municipios	Proceso
	Mejoras en la calidad del empleo	Organización
	Implantación de medidas para la igualdad de oportunidades	Organización
	Desarrollo de la comarca como destino turístico	Producto
	Implantación de TICs y mejora procesos	Proceso
	Conservación y sostenibilidad medioambiental	Producto/Proceso

Adaptación al cambio climático:

Medidas de mejora de la eficiencia energética e implantación de energías renovables, desarrollo de la economía baja en carbono.

Mejoras medioambientales

Medidas para la conservación de la biodiversidad, la gestión de suministros y residuos, reducción de la contaminación, gestión eficiente del agua y intervenciones que contemplen las “3Rs de la sostenibilidad: reducir, reciclar y reutilizar”.

Mejoras en la calidad del empleo

Medidas que incluyan incorporación de RRHH cualificados, mejora de las condiciones laborales (horarios, contratos, permisos, salarios...), formación a los RRHH de la entidad.

Sostenibilidad de municipios



Medidas para mejorar movilidad urbana sin vehículos a motor, medidas de eficiencia energética en edificios y espacios públicos, la gestión de suministros y residuos, reducción de la contaminación, mejoras en espacios verdes, sensibilización y/o formación ambiental

Conservación y sostenibilidad medioambiental

Puesta en valor de espacios verdes o espacios protegidos (Red Natura 2000), recuperación de zonas degradadas, sensibilización y/o formación ambiental

