

194	Oficina del menor
195	Ayuntamiento creación área participación ciudadana
196	Cesión de instalaciones municipales para emprendedores locales tradicionales
197	Asesoramiento empresarial. CADES
198	Todos los ayuntamientos se ajusten a la ley de transparencia
199	Coordinación entre personal existente en Ayuntamientos
200	Utilizar recursos en TIC: Guadalinfos
201	Que para los ayuntamientos se tenga en cuenta la dispersión geográfica poblacional
202	Priorización en las políticas sociales
203	Incrementar presupuesto
204	Concienciación en las tecnologías. Firmas digitales
205	Plataformas operativas de tramitación (agilizar la burocracia)
206	Apoyo económico por parte de las instituciones a asociaciones
207	Apoyo económico presupuestario por parte de los Ayuntamientos
208	Proyectos Planes locales de Salud
209	Llegar a su entorno juvenil. Noche, ocio
210	Potenciar el empleo. Que el objetivo sea fijar la población del municipio
211	Actividades destinadas al desarrollo intergeneracional a través de los juegos, las profesiones, aficiones, etc.
212	Creación de Consejos Municipales de "participación social"
213	Fomento del uso de la bicicleta como medio de transporte en el núcleo urbano
214	Uso eficiente de los recursos hidrológicos

## 5.2. DEFINICIÓN DE LA INNOVACIÓN EN LA ZRL

La palabra innovación se ha convertido en una de las más utilizadas en estos años de crisis, hasta el punto de darse por descontado que dicho término debe formar parte de todas las propuestas o recetas formuladas para encontrar la solución a casi cualquier problema socioeconómico. Se trata de una moda más que justificada, ya que existe un enorme consenso sobre la relación directa que hay entre capacidad de innovación y crecimiento económico (Howells 2005).

Las definiciones de innovación son numerosas. La más sencilla viene a decir que *innovación es adaptarse a los cambios*, de manera que en este periodo en el que se han producido enormes transformaciones en España, debemos hacer un esfuerzo extraordinario para ser capaces de adaptarnos y sacar provecho de las nuevas circunstancias... o para empezar, recuperar algunas de las cosas perdidas con la crisis, entre las que destaca el empleo.

En el ámbito económico existen numerosas definiciones mucho más precisas de la innovación, pero la que quizá ha tenido mayor influencia, y sigue estando vigente hoy en día, es la realizada por el economista austriaco Joseph Alois Schumpeter para quien la ***innovación es el resultado de una nueva combinación de conocimientos y recursos ya disponibles, para de esta forma generar nuevos productos o formas de producción y organización más eficientes*** (Schumpeter 1934). Con mayor detalle, Schumpeter, estableció cinco tipos de innovación, que aún hoy son del todo vigentes (y posteriormente retomados las cuatro primeras tipologías en el Manual de Oslo<sup>1</sup> (OCDE, 2005)):

- La introducción en el mercado de un nuevo producto o servicio, una modificación importante y/o la mejora de la calidad de los ya existentes.
- La introducción de un nuevo método de producción en un sector determinado, y que permite reducir costes o aumentar productividad.
- La apertura de un nuevo mercado para un producto o servicio.
- La modificación en las formas en que está organizada una empresa, institución o colectivo.
- La utilización en los procesos productivos de una nueva fuente de energía, materia prima o productos semi-transformados.

La tan deseada aparición de innovaciones depende a su vez de tres factores básicos o pilares;

- i) la existencia de nuevo conocimiento, el cual se obtiene sobre todo a través de la labor de investigación;
- ii) la difusión de ese nuevo conocimiento, a través de mecanismos muy diversos, desde los más institucionales referidos al sistema educativo, hasta los cada vez más importantes, de tipo informal derivados de la simple interacción social entre personas, y por último y fundamental;
- iii) la existencia de personas con capacidad para aprovechar este conocimiento y ser capaces de formular nuevas propuestas (innovaciones), con las que atender necesidades de la sociedad de forma más eficiente, o incluso, crear la demanda para nuevos productos y servicios. Estas personas son las emprendedoras, indisociables por tanto del concepto de innovación.

El último pilar es al final el determinante, ya que de él depende que un territorio sea capaz de aprovechar los recursos con los que cuenta. ***La creatividad es la madre de la innovación***. Se puede avanzar en la generación de conocimiento nuevo, vía investigación, se pueden organizar procesos de formación e intercambio, pero para innovar, se necesitan hombres y mujeres con imaginación, inventiva, con capacidad para ver las cosas de otro modo o incluso con una perspectiva excéntrica, marcada por la curiosidad, y la búsqueda de soluciones propias y nuevas, frente a los convencionalismos y a las jerarquías tradicionales de poder o toma de decisiones. Las condiciones de la creatividad se pueden resumir en la "TRIPLE T; **Tecnología, Talento y Tolerancia** (Florida, 2002).

La innovación es desde su origen un principio fundamental de la Iniciativa Comunitaria LEADER, uno de cuyos objetivos establece "*respaldar operaciones innovadoras, demostrativas y transferibles que ilustren los nuevos caminos que puede seguir el desarrollo rural*". El Observatorio Europeo LEADER (1997),

<sup>1</sup> [http://portal.uned.es/portal/page?\\_pageid=93.23280929&\\_dad=portal](http://portal.uned.es/portal/page?_pageid=93.23280929&_dad=portal)

también afirma que “*La innovación, tanto si se refiere a la creación de nuevos productos o servicios, como a la puesta en práctica de nuevas iniciativas, métodos o formas de organización, (...) es el medio para solventar las principales trabas a las que se enfrenta el territorio*”. Estos principios han sido uno de los criterios básicos en los que se ha justificado la concesión de ayudas públicas proporcionadas por LEADER. Sin embargo, en el contexto de territorios rurales no resulta sencillo distinguir el carácter innovador de una acción pública de desarrollo o de una inversión privada, ya que ello depende en gran parte de la situación geográfica, económica, social o cultural, en la que se encuentre.

Este enfoque de LEADER, atendiendo al documento European Network for Rural Development (2010) **Extended report on preserving the innovative character of LEADER**, entiende la innovación en el sentido de **innovación territorial; en capital humano, social y participativo; e integración e innovación económica**, confluyendo aquí una alta variedad de lecturas e interpretaciones de este concepto.

- i) *Innovación territorial*: proyectos territoriales; nuevos productos y servicios en los cuales los elementos locales son fortalecidos; nuevos métodos en los cuales el potencial humano, natural o financiero puede ser integrado y así mejor utilizado; implementación de ideas y soluciones conocidas en otros territorios pero nuevos en el territorio de actuación.
- ii) *Innovación en capital humano, social y participativo*: inversiones colectivas; construcción de relaciones locales; nuevas categorías de beneficiarios; nuevas formas de organizar e implicar a las personas en los procesos de toma de decisiones y en la implementación del proyecto; formación profesional y acciones de información para la difusión de conocimientos específicos y nuevas prácticas; cooperación interterritorial
- iii) *Integración e innovación económica*: nuevas empresas o nuevas actividades económicas asociadas con innovación; combinaciones y enlaces entre sectores económicos que han estado tradicionalmente separados; nuevos métodos para productos o servicios ya existentes en el territorio; proyectos de naturaleza integrada; en energía renovable; combinación de determinados proyectos que contribuyen a un objetivo transversal; nuevos tipos de partenariado.

Una actividad concreta puede ser “nueva” en un territorio determinado, mientras en comarcas vecinas resulta del todo común. Desde la perspectiva LEADER, tradicionalmente se ha asignado la categoría de “innovación” a iniciativas que interesan sean replicadas por su efecto positivo multiplicador en la zona, por más que se trate de tecnologías, productos o formas de organización que han pasado a ser convencionales en otros sitios (Fileno Miranda 2012). Sin embargo, en el marco de la EDL Altiplano de Granada 2020, se priorizarán aquellas innovaciones que supongan una innovación genuina, es decir, novedades en el contexto nacional e internacional, superando con ello la idea inicial de aquello que es nuevo solo para el territorio. Esta diferencia conceptual es importante, e implica que ante diferentes propuestas promovidas por empresas, instituciones o asociaciones del Altiplano, siempre se priorizarán aquellas que representen una innovación de carácter regional, nacional y si es posible, internacional.

A continuación se ofrece una breve descripción del modo en que la EDL entiende la dinamización de los tres pilares del ciclo de innovación arriba enumerados, comenzando el repaso de los mismos desde el elemento esencial conformado por las personas emprendedoras. A estos tres pilares se suma un cuarto de alcance territorial como amalgama de los tres primeros.

### **1º Pilar; Apoyo a Emprendedores/as del Altiplano de Granada**

Para Schumpeter, las personas emprendedoras a través de su capacidad para poner en marcha innovaciones que transforman el mercado, son el verdadero motor del desarrollo económico. Según este economista, se trata de personas caracterizadas por la valentía y constancia con la que se deciden a llevar a cabo

sus sueños, incluso si no disponen de todo el conocimiento que sería necesario. Son personas con intuición, capaces de anticiparse a las demás, de ver las cosas de una manera más precisa, que después resulta ser cierta. La intuición es importante para el emprendedor, sin embargo, en la medida en que dispone de un mayor conocimiento del entorno social y natural, el emprendedor mejora el control que ejerce sobre las diferentes variables que condicionan su proyecto (Schumpeter 1934).

La EDL del Altiplano 2020 incluye diferentes ejes de acción que tienen por finalidad apoyar al surgimiento de emprendedores/as. Los **OE1.1-2-3**, por ejemplo, incluyen el apoyo a iniciativas que ayuden a mejorar el conocimiento disponible sobre los recursos y oportunidades que ofrece el territorio, la formación a desempleados/as en sectores con potencial de desarrollo en el territorio, la asistencia técnica a emprendedores o el fomento de la cultura emprendedora entre estudiantes de secundaria. Los **OE3.2-3-4-5-6** se han concebido para facilitar el apoyo económico a aquellas iniciativas emprendedoras de carácter innovador, que se ajusten a lo establecido y a las definiciones del presente documento.

Aunque se enfatice mucho las características personales de los emprendedores, lo cierto es que el emprendedor no nace, se hace (Flora 2006). La innovación no surge de forma aislada, requiere interacción, cooperación y aprendizaje (Brunori, Barjolle et al. 2013). Esta idea es fundamental a la hora de diseñar procesos de desarrollo en un territorio determinado, ya que los emprendedores del mismo, o los que puedan atraerse desde fuera, serán los mayores artífices o aliados de las transformaciones económicas y sociales que quieren impulsarse. Pero para que surjan emprendedores es clave propiciar las condiciones previas ya mencionadas; generación de conocimiento y su difusión.

El que un territorio pueda iniciar una dinámica emprendedora dependerá de que sus habitantes (o actores externos llegados al mismo), conozcan la zona y la amplia diversidad de sus recursos actuales y/o potenciales, incluidos aquellos de carácter intangible. De ese conocimiento, originado por la divulgación de investigaciones adecuadas o la simple interacción social, surge la identificación de oportunidades. A partir de este punto, resulta determinante la creación de un ambiente favorable a la puesta en marcha de empresas o la incorporación de cambios a las mismas (Vaillant and Lafuente 2007). A esto debe sumarse el apoyo a la superación de otros factores socioculturales que limitan la capacidad emprendedora como el miedo al fracaso, la aversión al riesgo, o la autoconfianza en los conocimientos y destrezas propias (Lafuente, Vaillant et al. 2011).

La disponibilidad en un territorio rural de modelos significativos o referencias de emprendedores exitosos, ha sido identificada como una de las causas de mayor dinamismo económico y fortaleza de la cultura emprendedora, la cual se expresa en el surgimiento de un mayor número de iniciativas empresariales frente a lo que sucede en otras zonas carentes de modelos (Lafuente, Vaillant et al. 2007). Es decir, el emprendimiento atrae más emprendedores, en un nuevo círculo virtuoso. Por el contrario, territorios con una economía en declive, con ausencia o escaso número de experiencias empresariales positivas e innovadoras, tienden a perpetuar su estancamiento, dado que las nuevas generaciones no poseen las pautas, el interés o el estímulo para cambiar la situación.

## 2º Pilar; Divulgación del Conocimiento

Una vez que se dispone de nuevas ideas o conocimiento aportado por la investigación (formal o basada en inquietudes y procesos individuales), el siguiente desafío consiste en su divulgación. Aunque sea de forma indirecta, esta labor debe pasar por el sistema educativo. En términos generales, las personas mejor formadas disponen de mejores condiciones para discriminar entre buenas y malas ideas, resolver problemas, utilizar conocimiento nuevo, identificar

oportunidades y en consecuencia, poner en marcha con mayor confianza iniciativas emprendedoras (Cañibano 2005).

Los territorios con mayor número de personas cualificadas (otra vez el *capital humano*), ofrecen condiciones más favorables para las actividades innovadoras y experimentan un mayor crecimiento económico (Ewers 2007). En la medida en que mejora la calidad y resultados del sistema educativo en un territorio se produce un incremento en la actividad innovadora de dicha región (Varsakelis 2006). De igual forma, en las zonas con población menos formada se generan menos innovaciones (Bilbao □ Osorio and Rodríguez □ Pose 2004). Estas evidencias señalan un camino claro para quienes deben impulsar el desarrollo de un territorio; mejorar la oferta educativa a la que acceden sus habitantes (en el territorio o fuera de él), a través de los diferentes sistemas disponibles; educación reglada, educación ocupacional y educación continua.

Sin embargo, las instituciones y programas dedicados al desarrollo rural aunque llevan a cabo algunas actividades de formación, no suelen prestar demasiada atención al sector educativo. La razón de esta brecha se encuentra en la percepción extendida de una administración organizada en compartimentos estancos, en la que el desarrollo rural incumbe a las agencias de agricultura, y la educación es cosa de su administración correspondiente. Tampoco ayuda la peculiaridad del sistema educativo, en el que también intervienen junto con la administración otros colectivos de enorme diversidad y fuerza social como los padres y madres de alumnos, y en cierta medida el profesorado. En este contexto tan diverso, el valor añadido que pueden ofrecer las instituciones de desarrollo es la reflexión y análisis sobre el modo en que se ajusta la oferta educativa del territorio (formación profesional, cursos FPO, formación de empresas, etc.), a las necesidades formativas de sus habitantes, o a la potencialidad que tienen algunos recursos locales (capitales), como fuente de riqueza y empleo. Otro aporte de las instituciones de desarrollo puede ser el fortalecimiento de los servicios de orientación académica de los centros educativos existentes en la comarca, con el fin de que estos puedan ofrecer a los estudiantes itinerarios que vinculen de forma más clara los recursos o nichos de oportunidad de la zona, con la formación que pueda recibirse tanto en el territorio como fuera de él.

Los **OE1.4-5** de la EDL Altiplano 2020 contempla el apoyo a la mejora de las capacidades de los/as empresarios/as del Altiplano, tanto en los ámbitos técnicos-productivos, gerenciales, comerciales, como de habilidades personales

Otra forma de divulgación del conocimiento es la que se lleva a cabo a través de la **interacción directa entre los profesionales** que desarrollan su actividad en un territorio concreto (Von Hippel 1994). Esto se debe a que las relaciones de tipo personal y la conformación de redes de profesionales y/o empresariales hace posible el intercambio de ideas, y tras ellas, la identificación de oportunidades para innovar / emprender (Audretsch and Feldman 2004). Aunque nunca ha sido tan fácil como ahora tener libre acceso a información relevante por medio de Internet, la realidad demuestra que la transferencia de conocimiento que da lugar a iniciativas emprendedoras, y a desarrollo económico, sigue estando muy concentrada geográficamente. Estudios llevados a cabo en la Unión Europea han evidenciado la importancia de la proximidad geográfica en la transmisión de conocimientos económicamente productivos, hasta el punto de establecer un radio de influencia positiva de las innovaciones en el crecimiento económico regional, cuando estas se encuentran dentro de un límite de 180 minutos de desplazamiento (Rodríguez-Pose and Crescenzi 2006).

La concentración de un determinado tipo de industria o sector de actividad en un espacio geográfico concreto facilita enormemente la transferencia de conocimiento entre empresas e instituciones. En la medida en que personas que residen en una misma zona se dedican a actividades similares, se simplifica el intercambio de ideas entre ellos, lo cual aumenta la probabilidad de que surjan nuevas ideas aplicables a la industria o actividad económica de referencia en el territorio (Pyke, Becattini et al. 1990, Asheim 1996). La conformación de estas redes es una de las características que define al *capital social*, el segundo pilar

en el que se apoya el enfoque de desarrollo propuesto en este documento. Las redes pueden entenderse como espacios de relación a través de los cuales fluyen ideas y recursos materiales, que permiten la puesta en contacto entre personas, empresas e instituciones de distinto tipo, incluidas por supuesto las de investigación (Brunori, Barjolle et al. 2013). El concepto de redes está implícito también en el enfoque de cadenas de valor propuesto en el documento.

Mediante el **OE3.1** se apoyará tanto la interacción entre emprendedores y empresarios del Altiplano (por ejemplo por medio del impulso al **cluster agroalimentario**), como el acceso a conocimiento especializado generado por Universidades y Centros de investigación nacionales e internacionales. La **Marca de Calidad del Altiplano (MCA)**, además de un apoyo a la comercialización, se concibió desde un origen como un espacio de encuentro e interacción de los empresarios/as del territorio, lo que a su vez favorece el intercambio de ideas, la construcción de confianza, y en último término la colaboración entre empresas, lo que estimula la colaboración. La MCA es respaldada por el **OE4.1**

de las zonas rurales.

Es excepcional que en las mismas se asiente un centro de investigación público. Salvo casos concretos relacionados sobre todo con el sector agroforestal, son muy pocas las investigaciones que se realizan en una comarca rural cualquiera, mientras que las empresas de estas comarcas, la mayoría de un tamaño muy reducido, no suelen realizar ninguna inversión en investigación, y ni siquiera conocen las políticas o apoyos públicos a la investigación (Corchuelo and Carvalho 2013). En estas condiciones, es muy difícil que innovaciones relevantes surjan en zonas rurales, con lo que se incrementa la distancia socioeconómica con los territorios urbanos, donde tradicionalmente la innovación encuentra unas circunstancias más favorables (Glaeser, Kallal et al. 1991).

Los actores socioeconómicos de un territorio deben ser conscientes que mientras estén desvinculados de las instituciones de investigación, es muy difícil proporcionar a las empresas locales y a los potenciales emprendedores, insumos necesarios para poner en marcha proyectos innovadores. Por lo tanto, los planes de desarrollo comarcales deben priorizar la alianza con centros de investigación y universidades en aquellos sectores que ofrezcan a priori mayor potencial para una posterior aplicación del conocimiento generado. Este enfoque resulta fundamental especialmente para el sector agrario.

El diagnóstico de los cuellos de botella que enfrentan agricultores y ganaderos de una comarca es el primer paso que debe orientar los esfuerzos de

### 3° Pilar; Conectarse con la Generación de Conocimiento (investigación)

La investigación, ya sea de forma institucionalizada (universidades, organismos de investigación científica), o basada en indagaciones individuales (una persona que por curiosidad profundiza en un tema de su interés), suelen ser teóricamente el punto de arranque de cualquier proceso innovador, sin embargo, la investigación formal está prácticamente ausente de buena parte

Aunque el PDR de Andalucía no contempla que las EDL financien inversiones en investigación agraria, desde la EDL del Altiplano 2020, por medio del **OE3.1**, se facilitará la puesta en contacto de emprendedores/as y agricultores/as con centros de investigación, universidades y empresas internacionales en aquellos campos que sean de interés estratégico para el desarrollo de emprendimientos que sean competitivos a nivel nacional e internacional. El **OE4.2**, prevé el apoyo a estudios que ayuden a resaltar y difundir internacionalmente el valor del patrimonio cultural y ambiental del Altiplano.

investigación. Para ello debe tomarse también en cuenta el peso específico del producto o cadena de valor a investigar. Serán criterios determinantes el número de productores que se dedican al mismo (o que podrían hacerlo), o su importancia económica. Cuando el peso del sector en una comarca es limitado, pero su potencial es importante, será necesario llegar a acuerdos con comarcas que tengan intereses similares, para de esa forma tener la suficiente capacidad para influir en el diseño de los programas de investigación de centros públicos. Otra opción es sumar recursos a los que ya hayan accedido tales comarcas, para de forma conjunta financiar investigaciones prioritarias para los sectores productivos de sus territorios. En ambos casos, la influencia en programas de investigación o la disponibilidad de recursos propios, solo puede lograrse a través de la organización de actores locales; ya sean agricultores o empresas privadas, o instituciones representativas del territorio, especialmente aquellas que son facilitadoras del desarrollo.

#### **4° El Altiplano como un territorio reconocido por estimular y atraer la creatividad**

Un territorio creativo, no es sólo la suma de un determinado número de personas creativas, es ante todo un entorno que es favorable para las personas con ideas propias que buscan dar respuesta a problemas concretos, que aprovechan oportunidades para emprender, o que orientan sus inquietudes hacia la producción artística o intelectual. Un Gobierno o un Plan de Desarrollo no pueden “fabricar” personas creativas, pero en cambio pueden proporcionar condiciones favorables para que la creatividad surja o sea atraída (Godet et al, 2010).

La fuerza y capacidad de atracción de un territorio depende de la calidad de vida que se disfruta en el mismo. Esta calidad de vida se relaciona a su vez con la existencia de medios de vida y empleos, el disfrute de altos grados de confianza entre la población, la percepción de seguridad, la posibilidad de establecer un buen número de relaciones sociales, de participar en la vida asociativa y cultural, la existencia de un bajo nivel de desigualdad (incluidas las de género), así como la propia calidad de los servicios públicos y el medio ambiente local. A medida que zonas rurales como el Altiplano han mejorado en sus servicios y calidad de vida, ha aumentado la capacidad de atracción de nuevos habitantes, lo que ha mitigado de cierta forma el éxodo rural de población joven del territorio hacia zonas urbanas. La calidad de vida del Altiplano ha permitido atraer a miles de retirados europeos (fundamentalmente británicos), pero también a familias españolas e internacionales con niños y cabezas de hogar que ejercen como profesionales en diferentes sectores económicos, algunos de ellos relacionados con el teletrabajo.

La innovación surge con mayor facilidad en territorios con ambientes que son abiertos a las personas creativas, amables con quienes llegan de nuevo y

De forma novedosa, la EDL Altiplano 2020, por medio del **OE1.6** incluye el apoyo a iniciativas que favorezcan la atracción, instalación e integración de jóvenes y **nuevos residentes**, especialmente de aquellos que conllevan la llegada de familias completas con niños/as, y el ejercicio de profesiones actuales vinculadas con el teletrabajo y las profesiones creativas.

El **OG2** en su conjunto, se ha concebido para estimular la vida asociativa, la organización de actividades conjuntas entre municipios y asociaciones, la vida cultural, así como de un modo muy especial el empoderamiento de las mujeres.

Por medio del **OE4.2**, se busca dar un espaldarazo definitivo a la preservación del patrimonio cultural así como a su utilización sostenible como motor de desarrollo. Para ello se contempla una importante **innovación organizacional**, y es el apoyo a la gestión conjunta del patrimonio arqueológico del territorio (consorcio), además de una innovación con gran repercusión en la promoción y marketing del Altiplano, la obtención de **reconocimientos patrimoniales de carácter internacional**, como por ejemplo los otorgados por UNESCO

tolerantes con la diferencia. Para atraer y cultivar talentos creativos, se deben promocionar por todos los medios las actividades culturales en el territorio, así como la mejora de capacidades por medio de la formación, ya sea mediante el sistema de educación reglada (Institutos de Educación Secundaria, Escuela de Artes, Formación Profesional, UNED, universidades on line), o por otras alternativas más informales (formación ocupacional, cursos de especialización). A lo anterior se añade la puesta en marcha de iniciativas que permitan el intercambio entre personas de diferentes municipios, que pertenezcan a grupos con intereses parecidos o diferentes; de esta interacción entre personas e ideas surgen finalmente las innovaciones.

### LISTADO DE ÁMBITOS, SECTORES O SUBSECTORES CONSIDERADOS INNOVADORES (1)

1. Puesta en valor de recursos ambientales: patrimonio natural y paisajístico para el desarrollo de turismo activo y especializado en naturaleza, y aprovechamiento sostenible de recursos forestales como la biomasa y las plantas aromáticas
2. Formación especializada y procesos de apoyo a la mejora del capital humano en el ámbito agroalimentario, de las energías renovables, turismo especializado y nuevas tecnologías
3. Procesos de atracción de talento al Altiplano, fomento de la clase creativa e integración de nuevos residentes
4. Facilitación de la participación y el intercambio de experiencias para mejorar el capital social: tejido asociativo y cooperativo
5. Sistemas productivos agroganaderos y agroalimentarios: agricultura ecológica, agricultura regenerativa, nuevos cultivos, integraciones en cadenas de valor (ganadería –fundamentalmente ovino segureño-, almendro, olivar y viñedos)
6. Facilitación de la participación social y mediación para mitigar conflictos sociales vinculados a la gestión sostenible del agua
7. Colaboración de empresas con universidades y centros de investigación nacionales e internacionales en el marco de programas de I+D+i
8. Nuevas tecnologías y modelos productivos y comerciales en energías renovables y arquitectura bioclimática
9. Economía digital y telecomunicaciones adaptada a territorios rurales y/o con los territorios rurales como espacio de emprendimiento digital hacia el mundo
10. Procesos productivos de las empresas del Altiplano para innovar en productos y/o mejorar la eficiencia productiva
11. Turismo troglodita, especializado (astroturismo, arqueológico, gastronómico, etnográfico, ornitológico, geoturismo) y/o activo
12. Nuevas formas de llevar a cabo el marketing y comercialización de los productos y servicios del Altiplano, incluida la adquisición e interiorización de distintivos de calidad (empresas, destino turístico, patrimonio cultural)
13. Puesta en valor y difusión nacional e internacional del patrimonio cultural y arquitectónico: hábitat troglodita, yacimientos prehistóricos y de edad antigua, catalogación y divulgación del patrimonio inmaterial (agrario, industrial, forestal)



