

ESTUDIO SOBRE

NUEVOS YACIMIENTOS DE EMPLEO

EN LA SIERRA DE ARACENA
Y PICOS DE AROCHE



ANÁLISIS



OPORTUNIDADES



EMPLEO

ÍNDICE

INTRUDUCCIÓN

	_____	PÁG. 1
1	MARCO Y FASES DEL ESTUDIO	
	_____	PÁG. 2
2	ANÁLISIS DE LA SITUACIÓN ACTUAL EN LA SIERRA DE ARACENA Y PICOS DE AROCHE EN MATERIA DE POBLACIÓN Y DESEMPLEO	
	_____	PÁG. 6
3	¿PARA QUÉ SE NECESITA UN ESTUDIO DE NUEVOS YACIMIENTOS DE EMPLEO? NUEVAS OPORTUNIDADES Y UN IMPULSO A NIVEL SOCIOECONÓMICO	
	_____	PÁG. 16
4	CONTEXTO NACIONAL Y COMENTARIOS DE PERSONAS EXPERTAS SOBRE EMPLEABILIDAD Y NUEVOS YACIMIENTOS DE EMPLEO	
	_____	PÁG. 17
5	NECESIDADES DETECTADAS DURANTE EL ESTUDIO EN LA SIERRA DE ARACENA Y PICOS DE AROCHE	
	_____	PÁG. 22
6	PROPUESTA DE NUEVOS YACIMIENTOS DE EMPLEO	
	_____	PÁG. 39
7	¿QUÉ PUEDO HACER DESPUÉS DE ESTO?	
	_____	PÁG. 47
8	AGRADECIMIENTOS	
	_____	PÁG. 49
9	FUENTES	
	_____	PÁG. 49

INTRODUCCIÓN

Este estudio se plantea como una herramienta para contribuir a mejorar la situación del mercado laboral en el territorio de la Sierra de Aracena y Picos de Aroche (SAYPA), detectando aquellas necesidades más emergentes de los diferentes colectivos más representativos para que éstas puedan servir como referencia en la creación y consolidación de nuevos yacimientos de empleo y para que algunas de las actividades económicas residentes más inestables por la situación económica actual puedan ser trabajadas para descubrir su verdadero potencial y así generar una mayor proyección empresarial y nuevos puestos de trabajo de calidad.

Los nuevos yacimientos de empleo son una apuesta por el desarrollo económico del territorio mediante la creación de un nuevo tejido empresarial más adaptado y fortalecido entorno a la nueva realidad social y del mercado. La población en la Sierra de Aracena y Picos de Aroche, viene sufriendo en los últimos años una progresiva disminución y reducción de su calidad de vida por falta de oportunidades en torno a la economía tradicional. Es por tanto necesario abrir nuevos focos de desarrollo económico y fortalecer los existentes para que puedan ofrecer las oportunidades necesarias para impulsar las tasas de empleo y el auge de los negocios locales. Para concretar el ámbito de actuación de este estudio, a continuación se define el objetivo general que ha guiado las diferentes líneas de actuación, análisis e investigación en este Estudio de Nuevos Yacimientos de Empleo 2015.

El Objetivo General de este estudio es identificar las necesidades sociales de los diferentes colectivos más activos en la Sierra de Aracena y Picos de Aroche para propulsar la formación y el desarrollo empresarial de nuevos yacimientos de empleo que den respuesta a necesidades reales de la población.

Desde el Grupo de Desarrollo Rural la Sierra de Aracena y Picos de Aroche queremos contribuir a mejorar la situación laboral y competitividad de las empresas adecuando

la oferta a la situación, funcionamiento y tendencias del mercado y así facilitar la toma de decisiones para generar empresas y modelos de negocios con proyección para fortalecer el tejido socioeconómico del territorio.

En este documento se comparten los resultados de los datos obtenidos y su respectivo análisis para dicho estudio, para que sirvan de guía a instituciones, colectivos y personas interesadas como pueden ser jóvenes en busca de empleo en su territorio, personas desempleadas que necesitan buscar nuevas ideas para emprender, personas que necesitan orientación para la elección de una formación con proyección en los nuevos sectores más emergentes del mercado y para aquellas personas empleadas y/o empresarias que quieren mejorar su profesión.

El estudio está compuesto por **5 secciones**:

1. Marco y fases del estudio.
2. Análisis de la situación actual en la Sierra de Aracena y Picos de Aroche en materia de población y desempleo.
3. ¿Para qué se necesita un estudio de Nuevos Yacimientos de Empleo? Nuevas oportunidades y un impulso a nivel socioeconómico.
4. Contexto nacional y comentarios de personas expertas sobre empleabilidad y nuevos yacimientos de empleo.
5. Necesidades detectadas durante el estudio en la Sierra de Aracena y Picos de Aroche.
6. Propuesta de Nuevos Yacimientos de Empleo.
7. ¿Qué puedo hacer con esto?
8. Agradecimientos.
9. Fuentes.

1. MARCO Y FASES DEL ESTUDIO

1.1 MARCO GEOGRÁFICO



Fuente: Básica Crea

La Sierra de Aracena y Picos de Aroche se encuentra situada en la Comunidad Autónoma de Andalucía, al norte de la provincia de Huelva. Cuenta con una población de 38.711 habitantes según el Padrón municipal de 2014 del Instituto Nacional de Estadística, distribuidos en un total de 29 municipios:

Alájar, Almonaster la Real, Aracena, Aroche, Arroyomolinos de León, Cala, Cañaveral de León, Castaño del Robledo, Cortesconcepción, Cortegana, Cortelazor, Cumbres de Enmedio, Cumbres de San Bartolomé, Cumbres Mayores, Encinasola, Fuenteheridos, Galaroza, Higuera de la Sierra, Hinojales, Jabugo, Linares de la Sierra, Los Marines, La Nava, Puerto Moral, Rosal de la Frontera, Santa Ana la Real, Santa Olalla del Cala, Valdelarco y Zufre.

Según el POTA (Plan de Ordenación Territorial de Andalucía) y el Plan de Desarrollo Sostenible del Parque Natural Sierra de Aracena y Picos de Aroche de la Dirección General de Espacios Naturales y Servicios Ambientales, este territorio comprende una extensión de superficie total de 186.908 hectáreas. El aprovechamiento de este territorio

gira en torno al paisaje más típico y abundante que podemos observar en él como es la dehesa que ocupa más del 40% de su extensión. Uno de los rasgos que caracteriza a la dehesa es su amplio uso en la economía de la zona de estudio debido a los numerosos productos que se extraen de ella para el sector de la ganadería, agricultura y silvícola (corcho, madera, etc.)

Además de la dehesa, existen otros recursos que ofrecen sustento al sector socioeconómico de los diferentes municipios como es el olivar, las frutas y hortalizas de los cultivos de regadío, el castaño, el aprovechamiento micológico, la apicultura y otros aprovechamientos industriales como la artesanía, la producción de licores y la madera.

El tejido empresarial en auge que se extiende por todo el territorio en los últimos años, está dedicado preferentemente a panaderías, pastelerías, servicios de restauración como bares y restaurantes, alojamientos rurales, tiendas tematizadas y empresas de turismo activo.



1.2 FASES DEL ESTUDIO

1.2.1 FASE DE PLANIFICACIÓN

En esta fase se han definido de forma detallada las cuestiones que iban a formar partes de las encuestas del estudio y también el diseño de las sesiones de trabajo con los diferentes colectivos para la detección de necesidades.

1.2.2 FASE EXPERIENCIAL

Las actividades centrales de esta fase están definidas para la recopilación de información cualitativa y cuantitativa mediante la puesta en marcha de herramientas diseñadas para el trabajo de campo de la muestra seleccionada. Para poder recabar la información cualitativa se ha utilizado los Focus Group y la información cuantitativa se han obtenido a través de encuestas.

1º) **Focus Group:** Es una técnica de estudio empleada en análisis sociales que permite conocer las opiniones y actitudes de un público determinado. Son reuniones de máximo 3 horas, donde a través de herramientas metodológicas, un máximo de 12 personas interaccionan y comparten experiencias entorno a un tema.

En el Proyecto “Creando Empleo- Reinventando Negocios” se han desarrollado 8 Focus Group. A continuación se detallan los colectivos y municipios invitados a estos Grupos Focales donde la experiencia iba dirigida a la detección de

necesidades en todas las fases de acción del colectivo invitado.

Focus Group:

Necesidades de las mujeres en la Sierra de Aracena y Picos de Aroche

Nº de Reuniones: 2.

Fechas: 23 y 26 de Enero de 2015.

Lugar de encuentro: Cumbres Mayores y Jabugo.

Pueblos Participantes: Cañaveral de León, Hinojales, Cumbres Mayores, Cumbres de San Bartolomé, Encinasola, Jabugo y Galaroza.

Perfil de participación: Asociaciones de Mujeres, Concejalas/es, Mujeres, Alcalde/a.

Focus Group:

Necesidades de personas jóvenes (16 – 35 años)

Nº de Reuniones: 3.

Fechas: 28, 30 de Enero y 02 de Febrero de 2015.

Lugar de encuentro: Puerto Moral, Fuenteheridos e Hinojales.

Pueblos Participantes: Corteconcepción, Puerto Moral, Cañaveral de León, Higuera de la Sierra, Cortelazor, Aracena, Fuenteheridos, Valdelarco, Encinasola, Hinojales, Cumbres de En medio y Cala.

Perfil de participación: Asociaciones de jóvenes, Dinamizadores/as, Concejalas/es de Juventud, Alcalde/a.

Focus Group:

Necesidades de las personas con discapacidad

Nº de Reuniones: 1.

Fechas: 05 de Febrero de 2015.

Lugar de encuentro: Aracena.

Pueblos Participantes: Aracena, Cortegana, Galaroza y Cumbres Mayores.

Perfil de participación: Asociaciones de personas con discapacidad.

Focus Group:

Necesidades de las personas emprendedoras

Nº de Reuniones: 2.

Fechas: 12 de Febrero y 04 de Marzo de 2015.

Lugar de encuentro: Aracena.

Pueblos Participantes: Aracena, Cortegana.

Perfil de participación: Personas desempleadas y CADE.

El criterio de selección de los diferentes municipios ha sido: elegir pueblos situados en diferentes zonas estratégicas que puedan ofrecer datos de las diferentes áreas geográficas que componen el territorio de la Sierra de Aracena y Picos de Aroche (SAYPA). Teniendo localizados esos municipios, se invitó a los pueblos más cercanos que pudieran aportar información relativa a las necesidades de los colectivos de estudio de la misma zona. Al ser grupos reducidos, las invitaciones se cerraron en función de la participación e implicación en el desarrollo de estas sesiones.

Los colectivos o grupos de interés que han participado en los distintos Focus Group han sido seleccionados bajo el criterio de grado de representatividad en la comarca. Al tener un número limitado de sesiones para el estudio, era necesario detectar aquellos grupos con más grado de influencia en el territorio bien por el elevado número de asociaciones que integran su estructura y/o por el grado de participación

e implicación en las acciones que se plantean desde el Grupo de Desarrollo Rural Sierra de Aracena y Picos de Aroche. Dentro de cada colectivo, se han planteado un número exacto de sesiones, todas ellas relacionadas con el volumen de integrantes de cada colectivo. Por ejemplo, el colectivo de mujeres está formado por un número mayor de asociaciones que el de las personas con discapacidad, por ello el colectivo de mujeres tienen 2 focus group y las personas con discapacidad 1 focus group donde estaban representados todas las entidades relacionadas con el colectivo definido. Teniendo en cuenta estos criterios y la participación e interés recibidos por los diferentes colectivos, así se han distribuidos los 8 Focus Group diseñados para extraer información y detectar necesidades que puedan ser traducidas en futuros yacimientos de empleo.

Encuestas

Las 440 encuestas realizadas han permitido conseguir información relativa a las necesidades de los diferentes grupos de interés en el estudio. También han facilitado describir con más detalles la situación general del territorio en diferentes materias para adquirir la suficiente información sobre aquellos yacimientos de empleo saturados en el mercado, en pleno desarrollo o aquellos sectores aún no definidos que son importantes que surjan para cubrir necesidades reales de la población. La distribución de las encuestas ha sido de la siguiente manera:

40 encuestas: Administración Pública.

50 encuestas: Empresas Turísticas.

50 encuestas: Empresa Cárnica.

100 encuestas: Sector Primario.

100 encuestas: Turistas.ocales.





1.2.3 FASE DE ANÁLISIS

Después del desarrollo de los 8 Focus Group y las 440 encuestas se ha procedido al análisis de los datos para definir y describir las cuestiones más significativas. Para clasificar los datos extraídos hemos utilizado como referencia el Libro Blanco de Delors (Crecimiento, competitividad y empleo. Retos y pistas para entrar en el siglo XXI). Este documento presentado por la Comisión Europea en el año 1993 introduce una serie de pistas para hacer frente al desempleo apoyándose no sólo en la necesidad de un crecimiento económico sino también en la formación, flexibilidad, iniciativa, descentralización y búsqueda de nuevos yacimientos de empleo (a partir de ahora NYE).

Para poder detectar NYE en el territorio con las herramientas empleadas, se ha hecho referencia a rasgos claves que éstos tienen que incluir para así poder limitar el concepto y atender a unas características básicas que según el Libro Blanco de Delors son fundamentales para su sostenibilidad y viabilidad. Estos principios básicos son los siguientes:

1. Los NYE satisfacen nuevas necesidades de la ciudadanía

Como consecuencia de la evolución social y el mercado surgen nuevas demandas que deben ser cubiertas para garantizar el equilibrio y la inclusión del territorio a las dinámicas socioeconómicas que pueden hacer frente a la desestabilización laboral que están sufriendo los territorios rurales.

2. Minimizan el riesgo

Al ser sectores demandados por la ciudadanía tienen un alto potencial de viabilidad. Aún así es necesario poder hacer un plan de riesgo controlado que no exceda la capacidad económica de la persona que inicia el proyecto empresarial.

3. Impulsan la proximidad entre las empresas y los clientes

Están a salvo de las competencias territoriales ya que las actividades de los NYE son servicios que exigen un alto grado de proximidad entre las empresas y el cliente final. Esto favorece al desarrollo local y al empleo de las personas con mayor dificultad al mercado laboral.

Las conclusiones extraídas y los NYE detectados como motores de impulso para el empuje del sector empresarial y el empleo en la Sierra de Aracena y Picos de Aroche, serán compartidos con toda la ciudadanía a través de este Informe Final y el Documento de Síntesis donde de forma más concreta se podrán extraer las conclusiones y las propuestas.



2. ANALISIS DE LA SITUACIÓN ACTUAL EN LA SIERRA DE ARACENA Y PICOS DE AROCHE EN MATERIA DE POBLACIÓN Y DESEMPLEO

Los entornos rurales de Andalucía están sufriendo importantes transformaciones, por un lado existe un aumento de la valoración de estos espacios por parte de las comunidades urbanas apoyados por la idea de la mejora de la calidad de vida en espacios menos urbanizados. Sin embargo, muchas son las zonas rurales que están sufriendo desequilibrios demográficos y socioeconómicos, precedidos por la escasa valoración en el mercado del sistema productivo rural tradicional.

Desde la Comisión Europea se están desarrollando políticas en torno al concepto de sostenibilidad social o territorios existenciales que hacen referencia al entramado humano diverso y equitativo, suficientemente activo y articulado para generar dinámicas sociales y económicas capaces de mantener la satisfacción de las necesidades materiales y subjetivas de todos los colectivos que componen la población de un territorio en armonía con la conservación del medio ambiente. Esto se plantea a largo plazo como una solución que pone fin al conflicto anteriormente mencionado pero aún deja al descubierto las líneas de actuación que hay que definir para conducir a los territorios rurales a espacios

de convivencia alejada solamente del sistema productivo y más cercanos a la cohesión social.

Para que los nuevos sistemas de gestión en entornos rurales den paso a la sostenibilidad social es necesario, según la nueva Ley Estatal para el Desarrollo Sostenible del Medio Rural, incidir en las siguientes dinámicas:

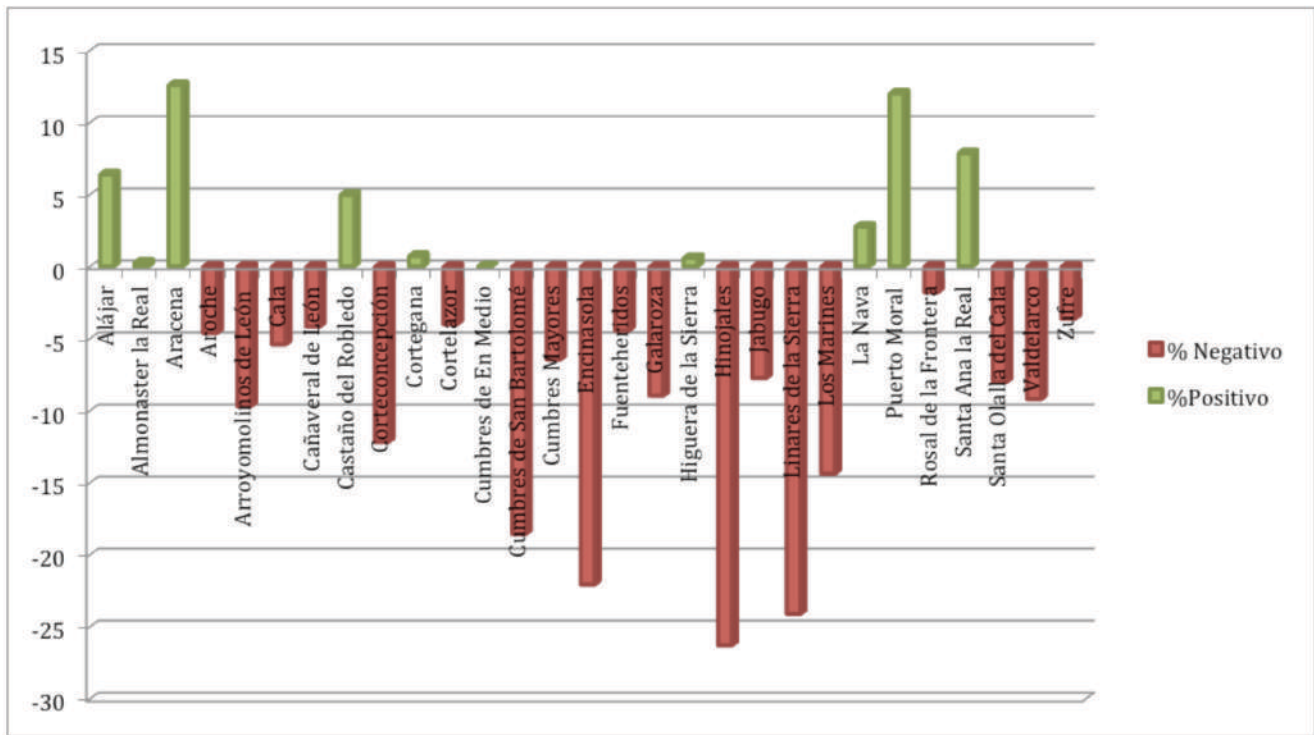
- Atracción y arraigo de la población en los territorios rurales.
- Fortalecimiento de las redes de apoyo social familiar y no familiar.
- Aplicación de la perspectiva de género a proyectos de desarrollo rural y a las políticas.
- Creación y mantenimiento de servicios de calidad.
- Mejorar la accesibilidad de los recursos y servicios existentes a los colectivos vulnerables.
- Organización de tejidos sociales fuertes, de proyectos e iniciativas colectivas.

Para poder llegar a estructuras organizadas y sostenibles como las que se proponen desde la Unión Europea, es necesario hacer frente a dos de los grandes problemas con los que conviven actualmente la ciudadanía rural de este territorio al igual que las zonas rurales de casi toda España: el descenso demográfico y la vulnerabilidad laboral (desempleo).

A continuación se analizarán estas cuestiones en la Sierra de Aracena y Picos de Aroche para ver qué cerca se encuentra la comarca del concepto de territorio existencial que plantea la Comisión Europea ya que se presenta como un modelo viable para garantizar el desarrollo rural y la creación de estructuras más sólidas que permitan la sostenibilidad de estos espacios en la nueva dinámica social.

2.1 POBLACIÓN

Gráfica 1: Análisis Relativo del Crecimiento de la Población en SAYPA desde 2004 hasta 2014.



Fuente: Creación Propia. Datos Extraídos del Instituto de Estadística y Cartografía de Andalucía.

La gráfica 1 nos muestra que en la última década la Sierra de Aracena y Picos de Aroche ha sufrido un retroceso de un 8% en el número total de habitantes. Este retroceso poblacional se distribuye en casi el 90% del territorio, más concretamente en 19 de sus municipios.

Cabe destacar que la mayor parte de los pueblos que se encuentran afectados por este decrecimiento de la población, corresponden a municipios localizados en la periferia de la comarca como Hinojales, Encinasola, Cumbres Mayores, Cumbres de San Bartolomé, Arroyomolinos de León, Cala y Aroche. Cabe también destacar que Aracena como pueblo cabecera, ha sufrido un crecimiento de población en más de un 13% al igual que municipios como Puerto Moral, Santa Ana la Real, Alájar, La Nava y Castaño del Robledo, que aún siendo pueblos de menos de 1000 habitantes, han sufrido un incremento de la población.

Esto último pone en cuestión el patrón que se reproduce en muchos espacios rurales de España, donde los pueblos pequeños son los que menos viabilidad poblacional tienen. Aquí se confirma el potencial de los pueblos pequeños como motores de cambio en el auge del desarrollo poblacional debido a la disminución en el precio de la vivienda, las características del paisaje, la cercanía a pueblos de cabecera que ofrecen los servicios necesarios y la intensidad de las relaciones afectivas entre la comunidad.

Tabla 1: Análisis Relativo de la Población en SAYPA en términos de población total en los años: 2006, 2010 y 2014.

Años	2006	2010	2014
Población Total	42.123	39.877	38.711

Fuente: Datos Extraídos del Instituto de Estadística y Cartografía de Andalucía.

Esta tabla 1 nos refleja más claramente el descenso de la población que la Sierra de Aracena y Picos de Aroche está sufriendo de forma paulatina y a una velocidad constante, aproximadamente 3.412 personas en menos de una década. Es cierto que la situación actual se puede considerar, desde los últimos años, desde una visión más esperanzadora ya que desde el año 2010 hasta el 2014 existe una disminución menos brusca que entre los años 2006 y 2010. Esto permite reconsiderar el futuro de esta comarca. La idealización de “vivir en un entorno rural” relacionada con valores de tranquilidad y desconexión, el desarrollo de las comunicaciones, el aumento de oportunidades ligados a las nuevas tecnologías y el auge del movimiento y sensibilización sobre el emprendimiento, está desdibujando el perfil de un futuro incierto y se plantea como nuevas oportunidades para hacer frente a los retos que plantea el desarrollo rural sostenible en términos sociales, ambientales y económicos.

¿Cuáles son algunas de las posibles causas de la situación actual de la población en SAYPA?

Envejecimiento de la población

Tabla 2: Comparación de Edades de la Población en SAYPA en los años: 2006, 2010 y 2014.

Población	Año 2006	Año 2010	Año 2014
De 0 a 14 años	5893	5272	5062
De 14 a 65 años	27007	26179	25602
Más de 65 años	9223	8426	8047

Fuente: Datos Extraídos del Instituto de Estadística y Cartografía de Andalucía.

El descenso de la natalidad en los últimos años junto al número en proporción más elevado de personas de edad avanzada, nos deja al descubierto un envejecimiento de la población y con ella la disminución de la tasa de regeneración del territorio. Este envejecimiento está apoyado entre muchos otros factores por el Descenso de la Población Soporte y la Emigración de la población en busca de nuevas posibilidades en los entornos urbanos. Para ver con más claridad el envejecimiento de la comarca, pongamos como comparativa la Tasa de Juventud, el Índice de Vejez y el Índice de Renovación de la Población Activa entre la Sierra de Aracena y Picos de Aroche, Huelva y Andalucía.

Tabla 3: Comparación de la Tasa de Juventud, Índice de Vejez e Índice de Renovación en SAYPA, Huelva y Andalucía.

	Tasa de Juventud	Índice de Vejez	Índice de Renovación de la Población Activa
SAYPA	9,61%	23,61%	85,78%
Huelva	10,80%	15,61%	101,17%
Andalucía	11,05%	15,92%	101,64%

Fuente: Datos Extraídos del Observatorio del Servicio Andaluz de Empleo en Marzo de 2015.

Siguiendo con los datos demográficos, es necesario poner atención en uno de los índices con más significado en torno al envejecimiento de un territorio, como es el Índice de Renovación de la Población Activa. Este índice relaciona el tamaño de los grupos de edad con capacidad de incorporarse al trabajo con aquellos que están próximos a la salida de la vida laboral, es decir, mide la capacidad del territorio de sustituir a las personas que se van jubilando. En

este caso, un 85,78% está por debajo del índice de Huelva y Andalucía, lo que indica que existen menos jóvenes activos en disposición de sustituir a las personas con edades próximas a la jubilación. Esto afecta directamente al dinamismo de la comarca en presente y en futuro aunque en los últimos años se haya producido una mayor participación de la mujer en el ámbito laboral y el aumento del período de jubilación, paliando a corto y medio plazo los efectos del envejecimiento de la población activa. Un bajo Índice de Renovación de la Población Activa significa menor capacidad del territorio para hacer frente a los retos del futuro, menor competitividad en el mercado, mayor índice de desestabilización comarcal y menos mano de obra. Esta hipótesis está apoyada por la Tasa de Juventud, actualmente existe menor número de jóvenes debido a la disminución de nacimientos y el aumento de los movimientos migratorios que realizan para adquirir las competencias formativas necesarias para futuros puestos de trabajo. Por otra parte, también esta cuestión es apoyada por un aumento en más de 8 puntos por encima de Huelva y Andalucía del Índice de Vejez, indicándonos que en el total de la población existe un mayor número de personas con edades por encima de los 65 años.

Descenso de la Población Soporte

La población soporte en este estudio corresponde al rango de edad entre 14 y 65 años. Esta generación se puede describir como la más activa, de la que depende tanto la actividad reproductiva como la productiva. En la Tabla 2 podemos observar que corresponde a la más numerosa sufriendo en los últimos años un retroceso de más del 5% de su volumen total. Esta pérdida ha sido provocada por diferentes factores. Entre ellos se destacan:

1. Los Movimientos de Emigración e Inmigración:

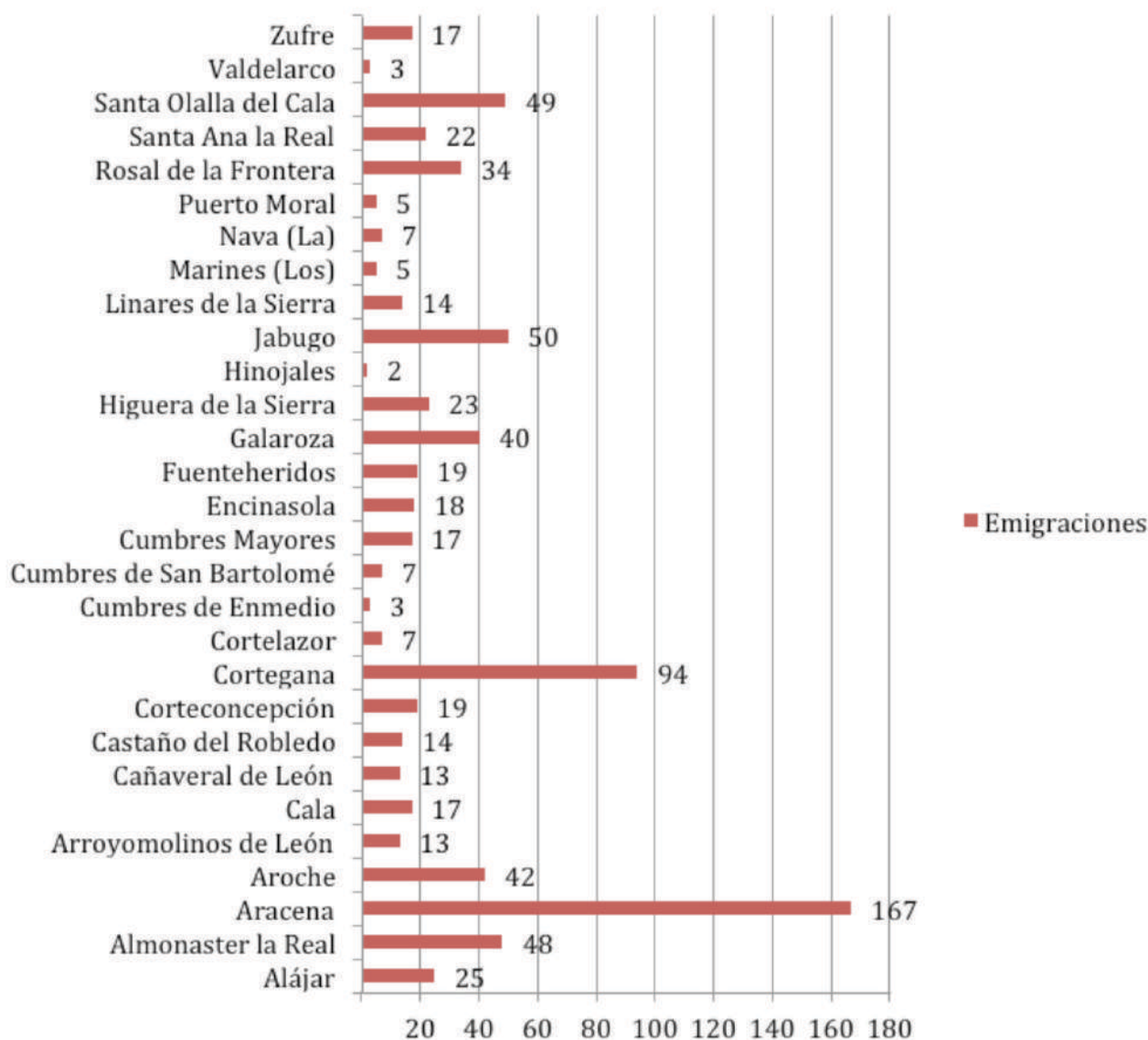
Este movimiento es muy selectivo y se produce en gran medida en dos direcciones. La emigración o el éxodo rural, está siendo protagonizada en los últimos años por el colectivo juvenil que se desplaza a la ciudad en busca de formación y nuevas posibilidades laborales. También los mayores de 30 a 39 años con un nivel educativo superior, están abandonando el territorio en la búsqueda de oportunidades para la consolidación de una estructura económica estable que permita mantener a sus familias.

La coyuntura de la crisis económica y la vulnerabilidad laboral de los jóvenes cualificados está produciendo una corriente que es conocida como Fuga de Talentos hacia las ciudades y hacia otros países. Este movimiento hace alusión a la pérdida de personas con talentos enfocados a la creación de empresas, nuevas tendencias e incorporación de innovaciones facilitadas por un nivel formativo universitario o por su trayectoria de vida profesional.

Cuando una comarca pierde sus trabajadores más cualificados, sufre un proceso de descapitalización humano que disminuye la tasa de crecimiento potencial de su economía a corto y medio plazo. También afecta al envejecimiento de la población, ya que la mayor parte de las personas que se

marchan son jóvenes o en edades productivas; esto genera una brecha en el estado de bienestar por la reducción en la cantidad y calidad de los servicios adaptados a las necesidades poblacionales que van variando en torno a la dinámica social nacional y mundial

Gráfica 2: Número de Emigraciones por Municipio en el año 2013.



Total Emigraciones: 794 personas.

Fuente: Elaboración propia. Datos Extraídos del Instituto de Estadística y Cartografía de Andalucía.

En sentido opuesto encontramos el movimiento de la inmigración, protagonizada por los nuevos residentes en edades comprendidas entre 16 y 39 años (Según el Instituto de Estadística y Cartografía de Andalucía) que buscan un entorno tranquilo para la crianza, para un envejecimiento más saludable y para encontrar oportunidades más sostenibles y económicas que puedan beneficiarles un sustento económico para vivir. Cabe destacar que la inmigración también es producida por la creación en lo rural de oportunidades relacionadas con los nuevos empleos

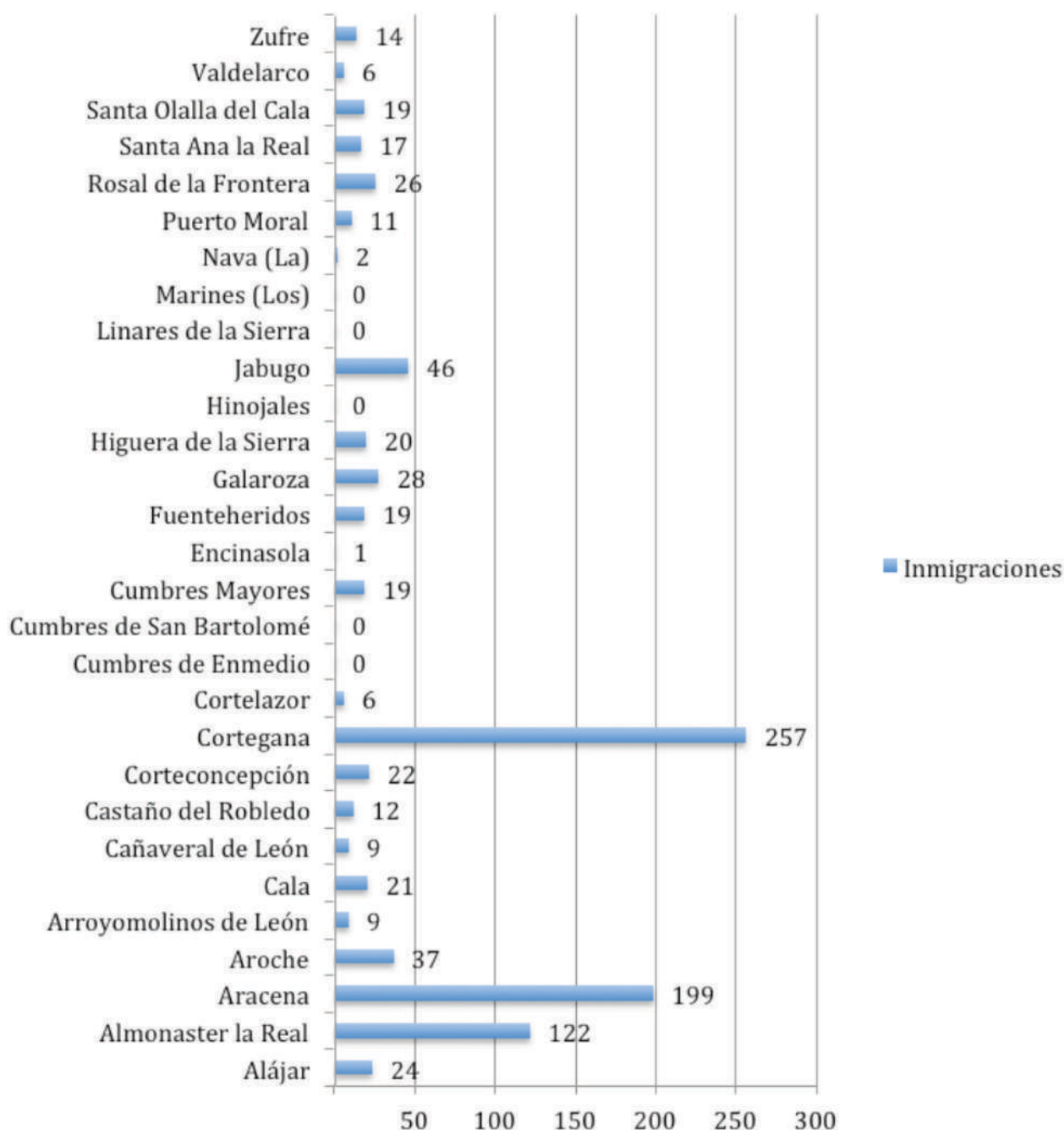
verdes y el nuevo ciclo de apertura de labores tradicionales en sectores económicos latentes en los últimos años. Un ejemplo de ello es la reapertura de las minas de Almonaster la Real que han permitido la vuelta y la incorporación de nuevos residentes.

(Esta información ha sido extraída de las encuestas realizadas a nuevos residentes y ha sido contrastada con fuentes de información actualizadas sobre estudios realizados sobre nuevos residentes en entornos rurales de Andalucía.)

Sierra de Aracena y Picos de Aroche es un territorio atrayente de población debido a que los valores de emigración están por debajo de los valores de inmigración, lo que supone un saldo migratorio positivo. Los lugares de origen de las personas inmigrantes que llegan hasta los 29 municipios se distribuyen principalmente en este orden en función del número de inmigraciones: Rumania, Sevilla y Portugal, existiendo en menor cantidad las siguientes procedencias: Alemania, Países Bajos y Nicaragua. El perfil de las per-

sonas inmigrantes son principalmente de tres tipos en el 2014: personas de baja cualificación profesional y con un nivel formativo básico, personas mayores de 45 años con familia con nivel formativo medio y personas mayores de 55 años prejubiladas. Esto indica que es un territorio atrayente de mano de obra barata y de descanso, dejando a un lado personas de un perfil profesional con capacidad de generar nuevas oportunidades más competitivas y adaptadas a las exigencias del nuevo mercado.

Gráfica 3: Número de Inmigraciones por Municipio en el año 2013.



Total Inmigraciones: 946 personas.

Fuente: Elaboración propia. Datos Extraídos del Instituto de Estadística y Cartografía de Andalucía.

Este análisis muestra que el movimiento inmigratorio es más acentuado en los últimos años. Los nuevos residentes (personas del territorio que vuelven a su municipio de origen o personas de otras zonas que se empadronan en la comarca) están permitiendo el dinamismo de la población rural y con ello, evitar el declive rural que los últimos años está siendo más enfatizado por el estado actual de la economía en España. Esto presenta un modelo de generación soporte más sólida frente al aumento de las tasas de envejecimiento con respecto a la reducción de las tasas de natalidad.

Este modelo hoy existente favorece el arraigo poblacional y la atracción para los nuevos residentes, manteniendo así en gran medida las tasas de renovación de la población, no llegando aún a los valores establecidos a principios del 2006. Una cuestión de especial importancia a destacar es que aún existiendo una regeneración poblacional positiva, la población activa se compone de personas trabajadoras en el sector agropecuario, construcción y servicios con escasa cualificación poniendo de manifiesto la necesidad de atraer y mantener personas que potencien y diversifiquen la actividad económica.

2.Desagrarización

Hace ya algún tiempo que tanto la agricultura como la ganadería no es la fuente principal de la actividad de gran parte del territorio, aunque estas actividades han sufrido un auge para consumo personal. La desagrarización, que no es más que la pérdida de la importancia económica de esta actividad, ha supuesto una disminución en la población agraria, afecciones en la identidad de la comarca al perder su actividad principal, un abandono de prácticas que pueden ser clave en el mantenimiento ecológico de la zona, etc.

En la actualidad el foco de la actividad económica se ha centrado en sectores como la hostelería, el turismo y el comercio en gran medida. Aún así, en municipios como Cumbres Mayores, Jabugo y Aracena sigue existiendo una notoria presencia sobre todo en el sector cárnico, existiendo también actualmente una estrategia muy dirigida a potenciar el jamón a través de la Ruta del Jabugo, cuyo objetivo es promocionar y afianzar este producto como bandera de la comarca para atraer turistas y aumentar su demanda.

Este panorama de abandono y pérdida de valor de la agricultura y ganadería, ha contribuido a la disminución de la población debido a la escasez de oportunidades que se desarrollaban en este sector principal y que por motivos económicos y naturales no contribuyen en gran medida al desarrollo de nuevos modelos productivos.

El Plan de Desarrollo Sostenible del Parque Natural la Sierra de Aracena y Picos de Aroche realizado en el año

2004, ya enmarcaba la necesidad de atender a este sector por su bajo nivel de desarrollo y rendimiento, provocando con ello la disminución paulatina de mano de obra. Estas condiciones están provocando en la última década un progresivo abandono de las tierras y cultivos debido a que la escasa rentabilidad económica sólo permite ser una fuente complementaria para el uso individual o para la venta a por menor. Las tierras de regadío (frutales y hortalizas) también sufren este declive, existiendo cada vez más extensiones semiabandonadas por el envejecimiento de sus dueños y por el escepticismo que existe entorno a la rentabilidad de sus productos.

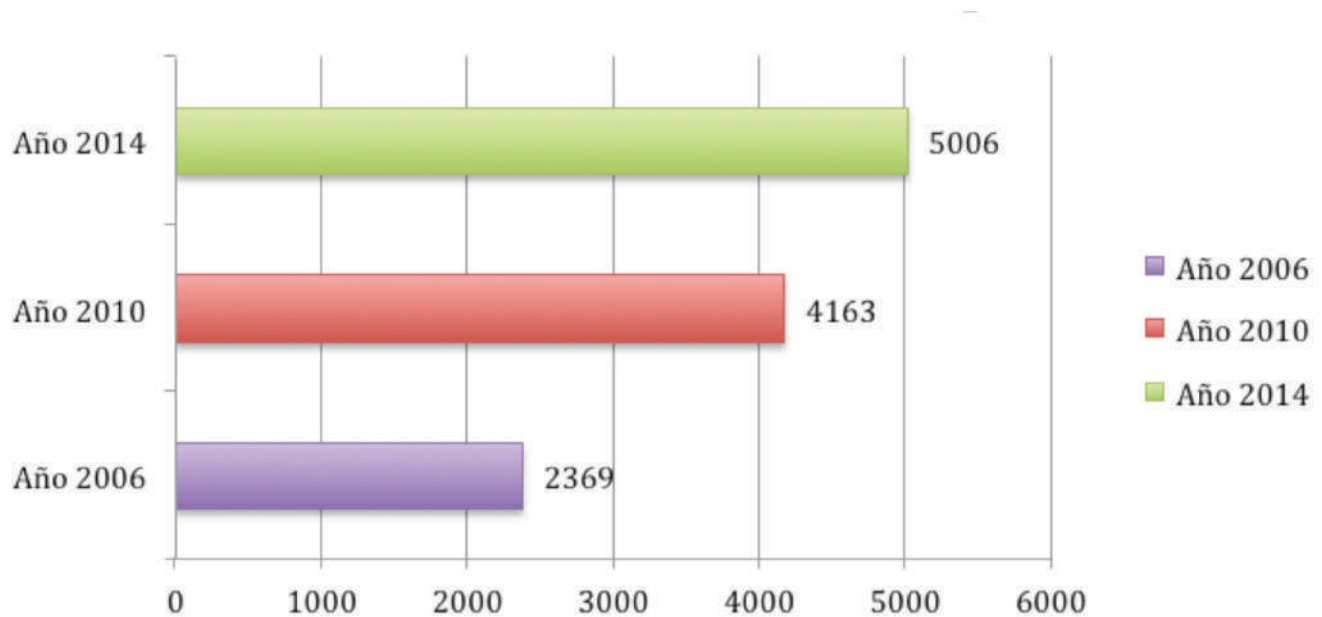
La pérdida de peso en la economía de la agricultura y ganadería por diversos factores, algunos de ellos aquí expuestos, están generando un desajuste y desequilibrio en la Población Soporte debido al desconcierto que supone la desarticulación de las labores tradiciones de baja cualificación. Este contexto genera incertidumbre y un mercado de trabajo cada vez más reducido, provocando con ello la emigración y la reducción de la población productiva.

El análisis de los puntos anteriormente expuestos, pone de manifiesto la importancia de impulsar estructuras socioeconómicas más estables que afiancen un futuro con escenarios más innovadores que pongan solución al desempleo, la emigración y la valorización de las labores tradicionales para conseguir aumentar los niveles demográficos que activen las estructuras territoriales de la zona.

2.2 DESEMPLEO

2.2.1 MERCADO DE TRABAJO

Gráfica 4: Número de Demandantes de Empleo desde el año 2006 hasta el 2014 en SAYPA.



Fuente: Elaboración propia. Datos Extraídos del Instituto de Estadística y Cartografía de Andalucía.

En relación con los datos que presenta esta gráfica se debe destacar el aumento de más del doble de personas desempleadas en el período 2006 – 2014, concretamente un total de 2.637 personas más. En el contexto actual económico, esto se plantea como un problema al existir una tasa de crecimiento de desempleo en continuo crecimiento.

Cabe destacar que la diferencia entre los tres años deja al descubierto una dinámica de recuperación, siendo la cifra de diferencia entre el 2006 al 2010 de un incremento de 1794 personas desempleadas y desde el 2010 al 2014, una cifra más reducida entorno a 843 personas en paro. Esto quiere decir que se ha disminuido el ritmo de la tasa de desempleo en relación con los primeros cuatro años donde se produjo un aumento de más del 43% con relación al 17% en los últimos cuatro años. Estas cifras ponen de manifiesto la importancia de la aplicación de medidas para frenar el aumento de las tasas de desempleo que en mayor o menor medida, sigue creciendo.

Gráfica 5: Distribución del paro por sexo en 2014 en SAYPA.

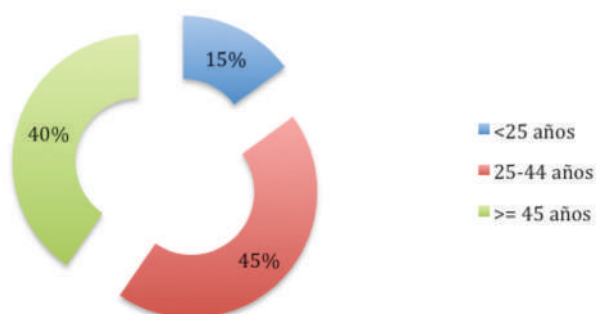


Fuente: Elaboración propia. Datos Extraídos del Instituto de Estadística y Cartografía de Andalucía.

La distribución del número de personas desempleadas en el año 2014 deja patente que aún teniendo los entornos rurales un marcado carácter masculino en el ámbito laboral por el perfil del mercado, basado en sectores como la construcción, agricultura, ganadería e industria chacinera, la mujer en la Sierra de Aracena y Picos de Aroche se encuentra activamente en disposición de búsqueda de empleo, aumentando con ello el número de mujeres desempleadas en relación con sector masculino. Estas cifras con una diferencia de tan sólo 196 personas, pone de manifiesto la igualdad en la disposición de una población activa en busca de un desarrollo socioeconómico que ofrezca de forma igualitaria oportunidades tanto para los hombres

como para las mujeres. Esta disposición equilibrada entre hombres y mujeres desempleadas también puede estar apoyada por el número de emigraciones del sector masculino que se han producido en los últimos años en comparación con el sector femenino, provocando una disminución del número de hombres en posición de desempleo.

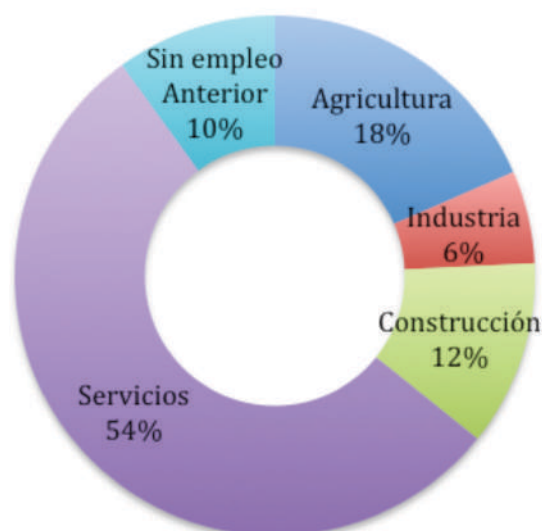
Gráfica 6: Tasa del paro por edades en el 2014 en SAYPA.



Fuente: Elaboración propia. Datos Extraídos del Instituto de Estadística y Cartografía de Andalucía.

La población juvenil con edades entre 20 y 35 años se encuentra en estos momentos en una situación de debilidad frente al empleo. Muchos son los factores que han originado esta situación que empuja a muchos de ellos y ellas a emigrar hacia las ciudades para la búsqueda de oportunidades. Estas cifras también nos revelan que las personas mayores de 45 años forman también un colectivo vulnerable con dificultad en muchos casos para incorporarse al mercado laboral por las exigencias de los nuevos perfiles profesionales, escasez de formación especializada y la falta de políticas de reinserción laboral.

Gráfica 7: Distribución del paro por sectores en 2014 en SAYPA.



Fuente: Elaboración propia. Datos Extraídos del Instituto de Estadística y Cartografía de Andalucía.

Aunque la situación actual económica del país se ha dejado

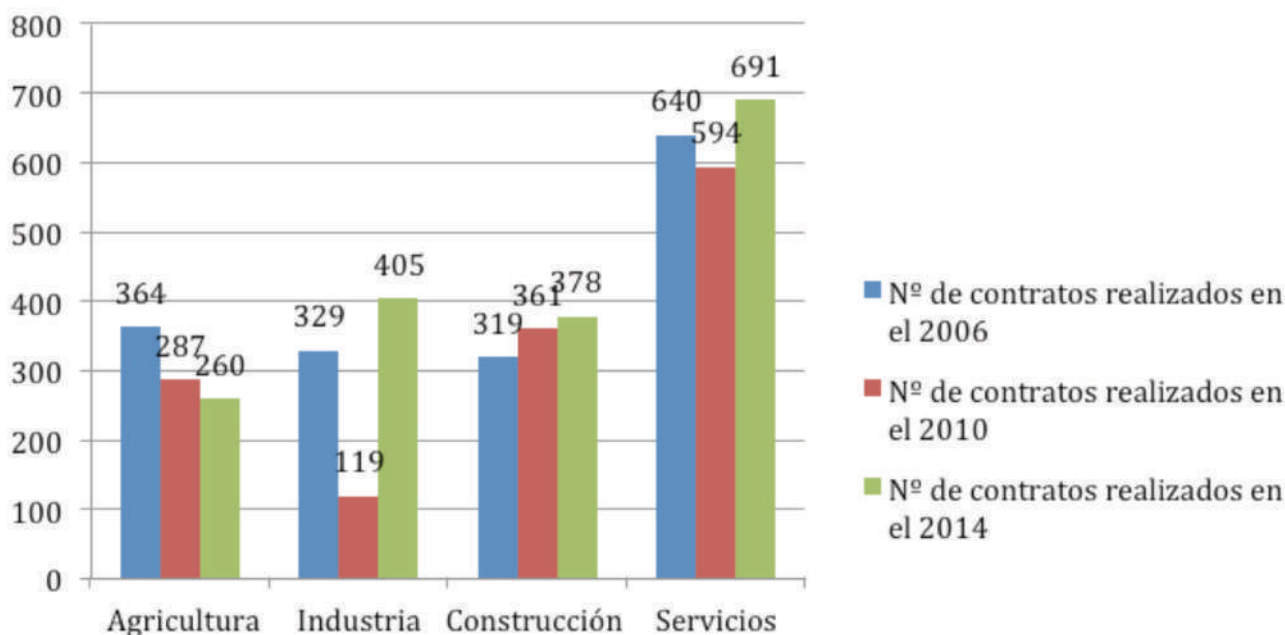
sentir en todos los sectores productivos de Andalucía, registrando en cada uno de ellos un retroceso del empleo, también es cierto que los ajustes no han sido de igual magnitud y que algunos sectores han resistido mejor que otros.

Cabe destacar dos grandes protagonistas por el elevado porcentaje de personas desempleadas que supone frente a los otros sectores: el sector servicios y la agricultura. La pérdida del valor del sector tradicional y el producto junto a la escasez de ayudas, está conduciendo al sector de la agricultura a un nivel de riesgo e incertidumbre que pone en peligro las estructuras económicas y rurales de la zona de la cual dependen una gran cantidad de trabajadores estacionales y el sustento de muchas familias.

Por otro lado el sector servicios supone en el 2014 un 54% del total de las personas desempleadas, teniendo por ello un gran peso en la dinámica de desempleo rural. Según la Consejería de Turismo y Comercio en el 2013, el sector servicios representaba el 65% del Producto Interior Bruto en Andalucía, lo que se ha traducido a un aumento en los últimos años de apertura de nuevos negocios en dicho sector y a un aumento de personas que han conseguido contratos estacionales y/o permanentes. Al estar tan ligada la actividad socioeconómica a este sector, es más susceptible de desequilibrios en épocas donde la pérdida del valor adquisitivo de las familias de entornos rurales ha disminuido en gran medida, reduciendo con ello proporcionalmente el consumo de servicios acotado sólo a lo realmente necesario.

2.2.2 ACTIVIDAD ECONÓMICA

Gráfica 8: Comparativa del número de contratos en los diferentes sectores desde el 2006 hasta el 2014.



Fuente: Elaboración propia. Datos Extraídos del Instituto de Estadística y Cartografía de Andalucía.

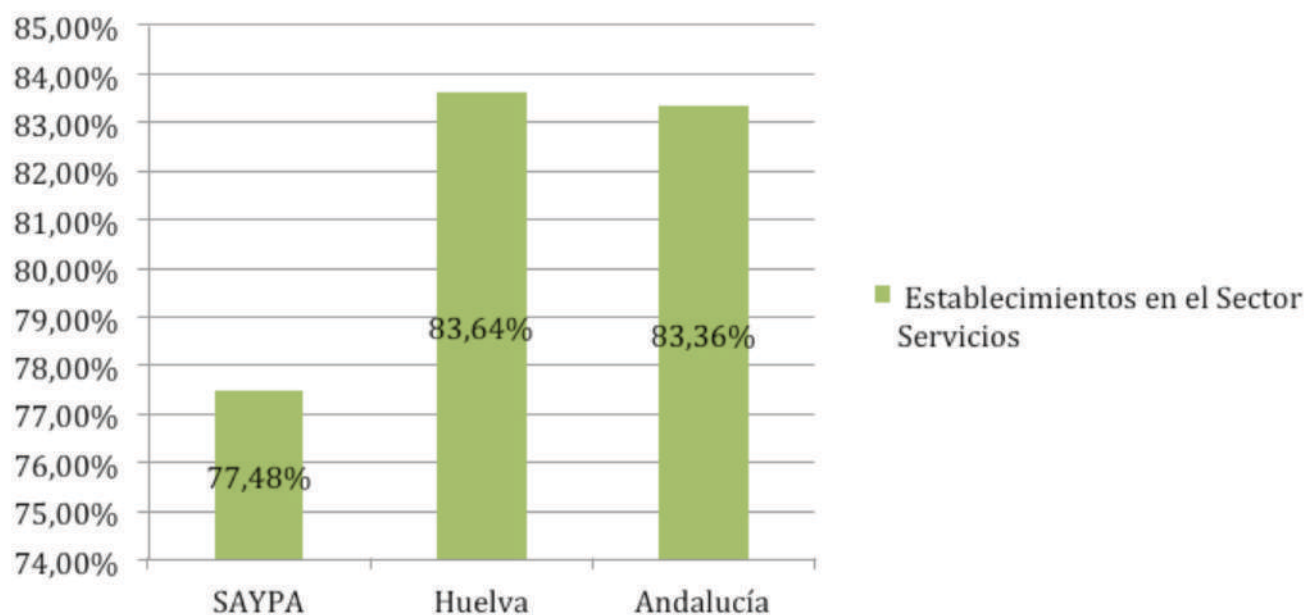
Cabe destacar la disminución del número de contratos en el sector de la agricultura con una diferencia de más de 100 contratos, lo que confirma la pérdida del potencial y dinamismo de uno de los sectores pilares del sector socioeconómico de esta zona. Un punto potencialmente en crecimiento ha sido la Industria (cárnica, corcho, etc.) con 286 contratos de diferencia en aproximadamente 4 años. Tanto el sector servicios como el de la construcción también han sufrido un pequeño crecimiento incrementando el número de contratos desde el inicio de este período. Aunque exista un aumento del paro, el auge de número de contratos indica que existe una pequeña recuperación y seguridad entorno a la economía que refleja mayor movimiento en torno a la contratación. El modelo de contrato más presente ha sido el temporal o de duración determinada, que es aquél que tiene como objeto una relación laboral entre la persona empresaria y la trabajadora por un tiempo determinado. Cabe destacar que de los 405 contratos realizados en el sector Industria, 278 han sido realizados en el municipio de Jabugo. Los demás sectores se han distribuido más igualitariamente en todos sus municipios en relación con su número de habitantes.

Según el Observatorio Argos del Servicio Andaluz de Empleo, el perfil formativo de las personas que consiguen un contrato registradas hasta la fecha de Marzo de 2015, son personas con Estudios Secundarios en 19 municipios. En el resto de los municipios se han contratado personas con un nivel formativo de Estudios Primarios Incompletos

como Aroche, Santa Olalla del Cala y Valdelarco, Estudios Primarios Completos como Arroyomolinos de León, Cala, Higuera de la Sierra, Linares de la Sierra, Puerto Moral e Hinojales y Sin Estudios como en Encinasola. Estos datos ofrecen una información significativa cuando se comparan con el nivel formativo de las personas desempleadas.

El 100% de los municipios tienen en más de un 65% del total de las personas desempleadas, un perfil formativo de Estudios Secundarios. Esto indica que aquellos municipios que están generando empleo para niveles inferiores formativos, no están cubriendo la demanda de empleo del sector más significativo como son las personas de niveles formativos de Estudios Secundarios.

Gráfica 9: Comparación del número de establecimientos del sector servicios en Marzo de 2015.



Fuente: Elaboración propia. Datos Extraídos del Observatorio de Empleo

El 77,48 % de los establecimientos en la Sierra de Aracena y Picos de Aroche hasta Marzo de 2015, pertenecen al sector servicios. Eso nos indica que la actividad económica al igual que la provincia y Andalucía, se soporta mayoritariamente en este sector, dejando en un segundo lugar al sector industrial y en tercer lugar al sector de la construcción. Dentro del sector servicios, los establecimientos que han sido creados, pertenecen al comercio al por mayor y al por menor, industria manufacturera, hostelería y construcción, siendo las ocupaciones de comercio más demandadas:

- Vendedores en tienda y almacenes.
- Peones de la industria manufacturera.
- Cajeros y Taquilleros (Excepto Bancos)
- Peones de Transporte de mercancías y descargadores.
- Trabajadores conserveros de frutas y hortalizas.
- Conductores y clasificadores de alimentos y bebidas.
- Camareros.
- Empleados administrativos con tareas de atención al público.

Según un Estudio realizado por la Consejería de Turismo y Comercio en el año 2013, el sector servicios y más concretamente el comercio, se ha caracterizado por ser una de las actividades más productivas y con mayor capacidad para crear y mantener empleo. Poniendo especialmente interés en el perfil de las personas contratadas en este sector en el 2013, se compone en un 66,4% de nivel de estudios secundario.

El concepto de territorio existencial que propone la Unión Europea, exige una estructura más fuerte en torno a los dos pilares fundamentales de los cuales depende el de-

sarrollo de una comarca: la fijación de la población y el aumento del empleo. Este análisis muestra que la Sierra de Aracena y Picos de Aroche necesita buscar nuevas soluciones y alternativas innovadoras, dirigidas a un desarrollo sostenible e inteligente para la mejora de la calidad de vida y para proporcionar un futuro más competitivo a los nuevos talentos para que puedan aportar soluciones en torno a las cuestiones que la Unión Europea considera indispensables para garantizar la consolidación de los espacios rurales como: el fortalecimiento de las redes, mejora de los servicios, etc. Comprender los flujos del mercado y sus interconexiones puede generar nuevos yacimientos de empleo que originen una comunidad más adaptada a las nuevas necesidades de sus habitantes y con ello, un aumento de credibilidad en las estructuras rurales como fuente de empuje para lograr una sostenibilidad que garantice la conservación de los recursos naturales y por otro lado, la viabilidad y durabilidad del crecimiento económico que asegure los parámetros de desarrollo de las sociedades europeas.

3. ¿PARA QUÉ SE NECESITA UN ESTUDIO DE NUEVOS YACIMIENTOS DE EMPLEO? NUEVAS OPORTUNIDADES Y UN IMPULSO A NIVEL SOCIOECONÓMICO

“En las sociedades europeas son muchas las necesidades que actualmente siguen insatisfechas. Son necesidades que corresponden a la evolución de las formas de vivir, a la transformación de las estructuras y de las relaciones familiares, al aumento de la actividad de las mujeres, a las nuevas aspiraciones de una población anciana e incluso muy anciana. Nacen igualmente de la necesidad de reparar los daños ocasionados al medio y de rehabilitación de barrios más desfavorecidos”.

Libro Blanco “Crecimiento, Competitividad y Empleo. Retos y pistas en el siglo XXI” (Informe Delors)

El análisis de los puntos anteriores deja al descubierto algunas claves que debilitan y retardan el desarrollo socioeconómico de la Sierra de Aracena y Picos de Aroche como son el desempleo y la pérdida de población soporte encargados de dinamizar el sector productivo del territorio. Éstos y otros factores también reconocidos como la preocupación por mejorar la calidad de vida, el impacto de las nuevas tecnologías, el mayor acceso al conocimiento y los cambios en los valores sociales, hacen que en pleno siglo XXI los entornos rurales sean parte indispensable en la evolución de la sociedad y el mercado, sin embargo aún carecen de iniciativas que los sitúen en una realidad más conciliadora con el progreso donde puedan potenciar su carácter único y expandir su potencial y riqueza mantenida por sus tradiciones y su propia cultura.

Ante la realidad aquí expuesta, este Estudio de Nuevos Yacimientos de Empleo del Grupo de Desarrollo Rural Sierra de Aracena y Picos de Aroche, se diseña para sensibilizar e impulsar el motor del territorio a través de propuestas identificadas como necesarias a través de la observación y escucha de los colectivos más influyentes en la dinamización del entorno.

Es evidente la necesidad de soluciones a corto plazo para paliar el decrecimiento de la población y las tasas en crecimiento constante de desempleo pero el predominio

efímero e instantáneo del mercado no son buenos catalizadores para el desarrollo de estrategias firmes y acordes con las necesidades de la población. No sólo es cuestión de hacer una lectura rápida para generar puestos de trabajo si éstos no están alineados con las demandas conscientes o inconscientes de la ciudadanía, ya que esto genera desconcierto y frustración al movimiento empresarial y a las personas desempleadas por no contar con una continuidad en su labor debido a la saturación del mercado en sectores recurrentes cuya demanda se encuentra cubierta por los establecimientos o sectores con más antigüedad.

Los Nuevos Yacimiento de Empleo (NYE) que presenta este estudio son una respuesta a la necesidad detectada en el territorio de incorporar nuevos modelos de negocio adaptados a las exigencias del mercado pero su puesta marcha y el éxito en su proyección, dependerá no sólo de una idea bien planteada sino también de las habilidades y actitudes de las personas que pongan en marcha con sentido cada una de las propuestas presentadas en este estudio. Estas habilidades y actitudes necesarias para la viabilidad de una idea de negocio giran entorno a la capacidad de resolución de problemas, organización de trabajo, responsabilidad, capacidad de trabajar en equipo, autonomía, iniciativa y proactividad frente a la incorporación de la innovación.

Este Estudio que se presenta es una herramienta de apoyo a las estrategias sociales, económicas y políticas que tanto a nivel local, provincial y estatal se deben desarrollar para dar respuesta a la demanda de empleo de colectivos tan importantes para la continuidad del mundo rural como las personas jóvenes y la población soporte (entre 35 y 50 años). Implantar medidas como éstas ponen de manifiesto que este estudio surge como una medida ante la urgencia de hacer frente a:

- Cubrir las nuevas necesidades sociales insatisfechas.
- Configurar mercados más completos que aporten más seguridad socioeconómica al entorno rural.
- Generar un ámbito de producción localmente más definido.
- Contribuir a la generación de puestos de trabajo y al aumento de oportunidades laborales.

4. CONTEXTO NACIONAL Y COMENTARIOS DE PERSONAS EXPERTAS SOBRE EMPLEABILIDAD Y NUEVOS YACIMIENTOS DE EMPLEO

Yacimiento de Empleo = Una serie de actividades económicas orientadas a cubrir unas necesidades sociales insatisfechas, que surgen fruto de unos cambios sociales y económicos en determinados ámbitos localmente identificados, en los que para su impulso, implantación y desarrollo participan organismos públicos, privados y sociales y cuyo desarrollo tiene un elevado contenido en generación de empleo, generalmente heterogéneo.

Este concepto proviene del denominado “Libro Blanco de la Comisión Europea sobre el Crecimiento, la Competitividad y el Empleo. Retos y pistas para entrar en el siglo XXI” conocido como el Informe Delors que surge en 1993 para el desarrollo de una acción conjunta de los Estados Miembros de la Unión Europea en materia de empleo.

Analizando con conciencia cada uno de los ingredientes que dan sentido al concepto de yacimiento de empleo, se observa que deja patente que para dar paso a la creación de nuevas actividades económicas es necesaria la presencia de un cambio social. Al inicio de este estudio se deja al descubierto la actual situación de este territorio rural marcado por transformaciones sociales que no benefician en gran medida al impulso de la Sierra de Aracena y Picos de Aroche. Este cambio social viene precedido por las siguientes cuestiones:

- Dificultades para atender a personas dependientes por falta de servicios de calidad.
- Reducción drástica de la actividad económica tradicional.
- Necesidad de preservar los recursos naturales.
- Dificultades de adaptación de las personas a las nuevas tecnologías.
- Desconocimiento de los sectores económicos emergentes.
- Falta de formación de calidad adaptada a las actuales exigencias del mercado.
- Tasas en constante crecimiento de desempleo.

- Fuga del talento de profesionales hacia las ciudades.

Estos cuestiones dejan al descubierto nuevas necesidades que son importantes cubrir para mejorar la calidad de vida ciudadana y para poder generar un marco de desarrollo rural cada vez más firme. Los Nuevos Yacimientos de Empleo que se configuran en mercados incompletos generan y fortalecen el sistema laboral mediante la creación de nuevas empresas y la actualización de las empresas existentes, con el objetivo de aumentar las tasas de empleo en sectores tan desfavorecidos como las personas jóvenes y los mayores de 45 años.



4.1 NUEVOS YACIMIENTOS DE EMPLEO

4.1.1 PLAN DE DESARROLLO RURAL DE ANDALUCÍA 2014 – 2020. MINISTERIO DE AGRICULTURA, ALIMENTACIÓN Y MEDIO AMBIENTE

Según el Plan de Desarrollo Rural de Andalucía el medio rural andaluz posee grandes potencialidades para el desarrollo de actividades económicas consideradas nuevos yacimientos de empleo, es decir, el desarrollo de un emprendimiento que satisfaga nuevos ámbitos con una demanda importante. Aquellas actividades económicas relacionadas con la conservación y protección del medio ambiente sitúan a las áreas rurales andaluzas en clara ventaja competitiva, respecto a otros territorios, dada su privilegiada situación en entornos de gran valor natural.

Se citan a continuación diversas áreas o subsectores de actividades que por su carácter “emergente” han sido identificadas en zonas rurales de Andalucía, debido a su potencial para albergar acciones de emprendimiento, como nuevos yacimientos de empleo. Para que éstos se consoliden en el tiempo tienen que coexistir la vocación, la existencia de capital social de una masa crítica y personas con actitud emprendedora. Éstas son las condiciones apropiadas para que puedan iniciarse o consolidarse empresas en las siguientes ramas de actividad:

Agricultura y Ganadería Ecológica
Viticultura Sostenible
Energías Renovables (eólica, hidráulica, biomasa y solar)
Actividades medioambientales (actividades de sensibilización, cinegéticas, recreativas, ecoturismo, aprovechamiento y valorización de biomasa, etc.)
Actividades de construcción especializadas (revalorización de espacios públicos, eficiencia energética, mantenimiento y rehabilitación de viviendas, etc.)
Logística
Nuevas Tecnologías
I + D + i
Atención Social para mejorar la calidad de personas dependientes y de las personas cuidadoras .
Nuevo Turismo (de naturaleza, de salud, de aventura, cultural, deportivo, gastronómico, etc.)
Servicios a las empresas (comercialización, publicidad, diseño, instalaciones, ingeniería, etc.)
Servicios culturales y de ocio (empresas culturales y de ocio, industria creativa, etc.)

Dentro del Plan de Desarrollo Rural de Andalucía 2014 - 2020 se detallan minuciosamente las actuaciones necesarias para la proyección del territorio rural andaluz a través de la herramienta analítica DAFO. Las siguientes líneas resumen en cuatro bloques las acciones principales que desde el Ministerio de Agricultura, Alimentación y Medio Ambiente se proponen para aumentar las expectativas de futuro en el ámbito de la generación de los nuevos yacimientos de empleo en entornos rurales:

Debilidades

- Desconexión y bajo nivel de coordinación entre la investigación, las Administraciones y el complejo agroalimentario, forestal y ambiental en la detección de necesidades de investigación, priorización de líneas de trabajo, generación y mantenimiento de información, y transferencia de resultados.
- Escasa capacidad financiera para emprender actuaciones innovadoras debido a la reducida dimensión económica de muchas explotaciones, empresas y agroindustrias.
- Bajo nivel formativo general de la población respecto a la media nacional y, sobre todo, comunitaria.
- Insuficiente adaptación de la oferta formativa a las necesidades y cuestiones específicas de los profesionales del sector empresarial sobre todo del sector agrario, agroalimentario y silvícola.
- Falta de relevo generacional en numerosas explotaciones.
- Escasa diversificación de actividades económicas dentro de las explotaciones.
- Insuficiente iniciativa empresarial en el medio rural.
- Pérdida de valor añadido a lo largo de algunas cadenas de valor agroalimentaria.

- Mayor envejecimiento de la población rural frente a la urbana.
- Altas tasas de desempleo, muy ligadas a ciclos económicos. Dificultades para el acceso al empleo de jóvenes y mujeres.
- Alta dependencia de mano de obra familiar.
- Falta de complementariedad de las actividades turísticas con otras actividades productivas propias del ámbito rural.
- Escaso desarrollo de diversificación de las actividades económicas rurales.
- Limitación en la creación de nuevas empresas por problemas relacionados con el acceso al crédito.
- Menor accesibilidad a las tecnologías basadas en servicios de banda ancha súper rápida (tanto cable como fibra óptica).
- Escaso conocimiento sobre legislación y estrategias de desarrollo rural de la ciudadanía por frágil relación entre los diferentes sectores de gestión activos del territorio.

Amenazas

- Limitado acceso al crédito para emprender o innovar, agravado por la coyuntura económica actual.
- Inestabilidad de los precios en los mercados mundiales como reflejo de la mayor competitividad.
- Dificultades para transmitir a los consumidores finales los elementos diferenciales de determinadas producciones.
- Constante evolución de los marcos normativos sobre seguridad agroalimentaria, trazabilidad, herramientas de seguimiento, etc. y, mayor exigencia de los consumidores agravada por una menor accesibilidad al crédito.
- Elevada vulnerabilidad frente al posible cambio climático: mayor frecuencia e intensidad de los periodos de sequía, en zonas ya deficitarias, e incremento de la torrencialidad de las precipitaciones.
- Despoblamiento de territorios rurales.
- Encaje de lo local en un mundo cada vez más globalizado.

Fortalezas

- Extensa oferta formativa reglada (ciclos formativos, grados y masters) y no reglada, y con gran cobertura geográfica de estudios relacionados con el sector agrario, silvícola y la industria agroalimentaria.
- Aumento significativo de la producción ecológica.
- Internacionalización de la Industria agroalimentaria.
- Conservación y consolidación de sistemas productivos tradicionales de gestión sostenible.
- Desarrollo en materia de empleo, de modelos asociativos o de colaboración, en muchos casos de carácter público-privado, con implicación e implantación sectorial o territorial.
- Desarrollo de otras actividades económicas por un porcentaje importante de agricultores andaluces y que siguen manteniendo un elevado potencial de aprovechamiento y valorización: generación de biomasa, turismo rural, actividades cinegéticas y recreativas, comercialización de productos locales, etc.

- Desarrollo en materia de empleo, de modelos asociativos o de colaboración, en muchos casos de carácter público-privado, con implicación e implantación sectorial o territorial.
- Reducción progresiva de la brecha digital, social y económica, entre lo rural y lo urbano.

Oportunidades

- Efecto arrastre de los casos de éxito en la difusión de procesos y buenas prácticas innovadoras.
- Apertura de nuevos mercados y demanda creciente de productos agroalimentarios con calidad diferenciada (con denominación de origen y ecológicos, entre otros).
- Contribución del turismo rural al desarrollo económico de las zonas rurales.
- Auge del turismo rural y de naturaleza como interesantes activos económicos.
- Creciente demanda de productos diferenciados, con nuevas funcionalidades, producidos de manera más sostenible o en entornos locales.
- Desarrollo de nuevas formas de comercialización: mercados locales o de “proximidad”.
- Mercado (tanto nacional como exterior) que demanda cada vez más productos de calidad y respetuosos con el medio ambiente.
- Valoración de las ventajas de la “dieta mediterránea” para la salud.
- Demanda ciudadana creciente de equipamientos de uso público e infraestructuras naturales (corredores verdes, caminos, senderos, carriles-bici, etc.); con el consiguiente incremento de visitantes con una alta valoración de la riqueza paisajística y medioambiental.

- Potencialidad del sector de la conservación de la biodiversidad y los espacios naturales y fortalecimiento del empleo verde.
- Aumento de la demanda en materia de energías renovables.
- Existencia de capital humano formado en el medio rural (neorrurales = personas que migran de las ciudades al entorno rural).
- Desarrollo de nuevos nichos de trabajo en el medio rural (biomasa, productos locales, turismo rural, servicios, asistencia, etc.).
- Mayor accesibilidad a las Nuevas Tecnologías en las áreas rurales con mayores dificultades, dada la gran potencialidad de su aplicación en el ámbito escolar.
- Desarrollo del turismo natural apoyado en el patrimonio, la cultura, la naturaleza, etc.
- Desarrollo de nuevos nichos de trabajo en el medio rural (relacionadas con las TICs en el medio rural) y mayores posibilidades de desarrollo empresarial.
- Desarrollo de nuevas formas de comercialización (TICs).

4.1.2 Agenda por el empleo. Plan Económico de Andalucía 2014 – 2020. Consejería de Economía, Innovación, Ciencia y Empleo.

Las estrategias de actuación de la Agenda por el Empleo se estructuran en tres grandes bloques: estrategias económicas, estrategias ambientales y territoriales, y estrategias sociales e institucionales. Cada una de estas estrategias incluye varios Ejes en los que se desarrolla un diagnóstico específico de los retos en materia de empleo, las principales líneas de actuación y el conjunto de medidas propuestas.



4.1.2.1 Retos a los que hacer frente en Andalucía en materia de empleo

- Promover el acceso al empleo mediante la mejora y dotación suficiente de las políticas activas, la formación y orientación profesional y la puesta en marcha de actuaciones dirigidas a los colectivos con mayores dificultades .
- Promover la adaptación de personas trabajadoras y empresas a las oportunidades de empleo, mejorando la cualificación de los trabajadores y adaptación a las necesidades del mercado de trabajo y fomentando el emprendimiento y el autoempleo y la formación a lo largo de toda la vida .
- Priorizar las actuaciones para la integración en el mercado laboral de jóvenes, mujeres y personas paradas de larga duración, así como de aquellos colectivos con especiales dificultades para su inserción .
- Fortalecer y modernizar el servicio público de empleo, de tal manera que responda de manera eficaz y ágil a las necesidades del mercado laboral y sus agentes .
- Reforzar el diálogo social como mecanismo para equilibrar las dinámicas del mercado .

4.1.2.2 Líneas de actuación y Medidas propuestas

(Aquí se hace una selección de las acciones. Para ampliar información descargar el Plan Económico de Andalucía 2014 - 2020)

1) Mejorar la empleabilidad y el acceso al empleo

- Impulso y refuerzo de los servicios de intermediación y orientación de carácter público, ya sea mediante agentes colaboradores o mediante las oficinas de empleo, adaptándose a las exigencias del mercado de trabajo.
- Difusión de buenas prácticas y experiencias exitosas en la aplicación de herramientas para la orientación e inserción laboral.
- Diseño de itinerarios de inserción tipo que combinen todos los recursos de empleo disponibles.
- Fomento del análisis prospectivo de sectores generadores de empleo y su aplicación en la orientación e intermediación.

2) Autoempleo

- Acciones de Formación Profesional para el Empleo, dirigidas a fomentar el emprendimiento y el establecimiento de la persona trabajadora autónoma.
- Promoción del diseño de itinerarios de inserción específicos para las personas con iniciativa para el autoempleo, que se fundamenten en la colaboración y coordinación de recursos.

3) Empleo Sectorial

- Implantación de programas de apoyo para la incorporación de jóvenes a las explotaciones en el sector primario.
- Desarrollo de medidas de empleo dirigidas a paliar los efectos negativos de la estacionalidad laboral en los sec-

tores productivos más afectados, especialmente en el turismo, combinando actuaciones formativas y prácticas profesionales en los períodos de inactividad.

- Establecimiento de líneas de apoyo a la creación de empleo sostenible y verde, vinculado a los planes de desarrollo local.
- Promoción del empleo en sectores de la dependencia.
- Plan de empleo para colectivos desfavorecidos, personas paradas de larga duración con cargas familiares y sin prestación, que contemple la acción combinada de diferentes administraciones y agentes.
- Impulso y refuerzo de acciones específicas para promover el empleo de las mujeres, avanzando en la convergencia con Europa.

4) Formación profesional e itinerarios de inserción

- Acciones de formación profesional que potencien el empleo en sectores emergentes y estratégicos de la economía andaluza.
- Desarrollo de planes de formación profesional para la incorporación de competencias para el empleo, que deriven en la certificación y acreditación de las mismas.
- Puesta en marcha de programas de prácticas profesionales para la mejora de la empleabilidad.

5) Mejora de la cualificación de profesionales que trabajen la orientación, intermediación e inserción laboral

- Diseño de bancos de recursos y experiencias que faciliten la transferencia como mecanismo de mejora.
- Elaboración de metodologías de atención diferenciada por colectivos y sectores.
- Creación de programas formativos y de prácticas que incluyan la movilidad funcional y geográfica de las personas que trabajan en el ámbito de la orientación, intermediación e inserción.

6) Promoción de medidas fiscales de apoyo a la creación de empleo

7) Promoción de medidas de impulso a la actividad económica y de producción que estén vinculadas directamente con la creación de puestos de trabajo de calidad

8) Dinamización de las campañas de lucha contra el fraude en la contratación establecidas en la planificación anual de la Inspección de Trabajo y Seguridad Social en Andalucía

4.1.3 COMENTARIOS DE EXPERTOS EN EMPLEABILIDAD

Carlos Martínez, Director de IMF Business School.
Sección Economía del Diario ABC (2012)

“En medio de la depresión surgen nuevos trabajos y otros antiguos entran en alza. Para nosotros los sectores más demandados en la actualidad son el Marketing Online, el SEO y la Analítica Web, Tecnología, Atención Sociosanitaria y cuidado de enfermos dependientes, Energía, Responsabilidad Social y Medio Ambiente. Reina la “titulitis” en España, no todo el mundo tiene que estudiar una carrera, existen módulos de Formación Profesional con una reinserción laboral del 80%. La formación es más necesaria que nunca.”

Alejandro D. Doncel, Fundador y CEO de KShooool.
Sección Economía del Diario ABC (2012)

“El sistema educativo está desajustado porque no ofrece los perfiles que demanda el sistema productivo. La mayoría de las oportunidades se ofrecen en Internet y en las redes sociales que requieren el aprendizaje de nuevas habilidades, reciclaje y una amplia mirada a largo plazo. Los nuevos trabajos son oportunidades que mucha gente no conoce todavía”

José María Pérez “Peridis”, Lanzaderas de Empleo.
Blog Fundación Telefónica (2014)

“Las 10 claves de la empleabilidad son: Autoconfianza y Autoconocimiento para conocer los puntos fuertes como trabajador, Aprendizaje continuo para mejorar las competencias profesionales, Entrenar las Capacidades de Comunicación, Flexibilidad para adaptarte a los cambios, Toma de Decisiones, Gestión del Tiempo para seleccionar aquello que nos va a servir en el futuro, Proactividad para luchar por aquello que quieres, Redes de Cooperación, Competencias Digitales y Capacidad de Trabajo en Equipo.”

Javier Escudero, Director Revista Emprendedores.
Revista Emprendedores (2015)

“Hemos pasado de un mercado de ofertas a uno de demandas. Antes eran las empresas las que lanzaban productos y servicios al mercado, pensando en sus competidores, y ahora son los clientes los que deciden qué, cuándo, cómo, cuánto y por qué comprar. Esto obliga a los emprendedores a desarrollar proyectos que respondan a las necesidades no cubiertas de los clientes.”





5. NECESIDADES DETECTADAS DURANTE EL ESTUDIO EN SIERRA DE ARACENA Y PICOS DE AROCHE

Las empresas en la época industrial se afanaban en fabricar productos sin tener en cuenta las necesidades de los consumidores ni la calidad, lo que se conoce como la fase de producción ya que la demanda era superior a la oferta. A medida que fueron pasando los años, la demanda y la oferta se fueron equilibrando dando origen a la fase comercial. Actualmente, las empresas que no tengan en cuenta las necesidades de los consumidores, no podrán ser competitivas en el nuevo mercado donde la identificación de las necesidades se traduce en oportunidades.

“La necesidad es el contexto en el que se construye el motivo para iniciar el proceso de la actividad de compra.”

Este estudio mediante el desarrollo de las Encuestas y Grupos Focales ha identificado las necesidades actuales más emergentes que serán el soporte para la definición de las propuestas de los nuevos yacimientos de empleo que se expondrán en el Punto 6 de este Informe. A continuación se detallan las necesidades detectadas a través de las 440 encuestas y los 8 Focus Group realizados a los diferentes grupos de interés.

5.1 EMPRESAS SECTOR TURÍSTICO

ENTIDADES: Alojamientos, Restaurantes, Bares, Empresas de Turismo Activo, Empresas Patrimoniales, Establecimientos de productos turísticos.

CUESTIONES PLANTEADAS

- ¿Qué echa en falta en su desarrollo como empresa de la Sierra?
- ¿Qué tipo de productos/servicio no consume y consumiría si existiese en su comarca?
- ¿Qué tipo de servicios/productos consume traído de fuera de su comarca?
- ¿Cree que está cubierto el mercado dentro de su categoría y sector con respecto a la demanda existente?
- ¿Qué recursos naturales no se explotan y entiende que podrían ser importantes para impulsar el desarrollo socio-económico de la Sierra?
- ¿Qué acciones concretas cree usted que debería realizar para que su negocio sea más competitivo?

- ¿En qué cree usted que debería ahorrar?
- ¿En qué cree usted que debería invertir?
- ¿Qué servicios/productos mayoritariamente ha contratado su empresa en el último año?
- ¿Qué cree usted que demandan sus clientes que no consiguen encontrar en la Sierra?

NECESIDADES DETECTADAS

1. Alta Demanda sobre una mejor promoción del destino.

El mercado del turismo rural ha cambiado y también las demandas de las personas que visitan la Sierra de Aracena y Picos de Aroche. El turismo de este territorio se ha debilitado en gran medida en los últimos años debido a la dependencia del mercado interior que ha disminuido, la homogeneización del producto y la falta de una estrategia común del destino. Por ello, las empresas ven necesario el diseño, desarrollo y evaluación constante de una estrategia de marketing turístico con sentido tanto del destino como de las empresas que conforman el entramado empresarial del territorio. Esto requiere conocer a fondo la dinámica del turismo de zona tanto del turista nacional como internacional y la exigencia de estándares de calidad que faciliten su comercialización en mercados internacionales.

En el mercado internacional se observa un déficit y una intensa demanda de las empresas para hacer más competitivo al territorio dentro del mercado turístico extranjero como línea de apoyo para romper la marcada estacionalidad a la cual está sometida la actividad turística de la zona.

2. Faltan Profesionales del turismo con Idiomas.

Uno de los aspectos destacados para mejorar la estrategia de lanzamiento del territorio hacia el exterior, es poder contar con profesionales del turismo que puedan manejar varios idiomas o como básico el inglés como lengua internacional con el objetivo de no dejar en manos de guías extranjeros la interpretación de la riqueza y los recursos naturales y patrimoniales del entorno. De esta manera se generaría una identidad mucho más afianzada y se mostraría el destino desde la singularidad de aquellos recursos e información que sólo las personas del territorio pueden mostrar. La profesionalización del turismo extranjero generaría nuevas posibilidades para la creación de una dinámica mucho más fluida entorno a este tipo de turismo cada vez más en auge.

3. Formación especializada de calidad.

Las personas empresarias del sector turismo de la zona, han valorado como muy necesaria la formación especializada en diferentes sectores como puede ser gestión de reputación online, innovación turística, posicionamiento, gestión empresarial, etc. sin embargo en las inversiones, la formación no es una opción reflejada a la hora de inver-

tir. Esto deja al descubierto que la formación no es tomada lo suficientemente en cuenta como un factor de inversión a largo plazo y como una herramienta para aumentar la competitividad de las empresas. Cabe destacar la participación del sector del turismo en jornadas y formación de manos de las administraciones públicas, sin embargo no es un factor a tomar en cuenta como parte de las inversiones necesarias para generar una sinergia mucho más competitiva.

La industria turística requiere de habilidades más complejas que exigen cada vez más de I+D para que su desarrollo sea más efectivo y sistemático. La publicidad y la mejora de las instalaciones no son sólo las únicas líneas de inversión posible. El desconocimiento de las posibles líneas de acción sobre I+D y la falta de estrategias formativas donde se adquieran nuevas habilidades adaptadas a las nuevas necesidades del turista, son algunas de las carencias más significativas de este sector, ya que esas nuevas capacidades ayudarían a identificar, asimilar y explotar el conocimiento del entorno y adquirir los niveles de competitividad deseados.

4. Mayor Sensibilización sobre el consumo local.

Muchos son los productos que la industria turística consume fuera de la comarca, ya por falta de información de su existencia, por precios más competitivos o por falta de una industria de consumo local afianzada. Tanto el menaje de hoteles y restaurantes, productos de limpieza o bien alimentos específicos como aceites, carnes y productos delicatessen dejan al descubierto un sector aún sin afianzar en el territorio.

Es importante destacar la relevancia del consumo local de las empresas turísticas para generar una identidad sólida entorno a los productos y servicios de la zona. De esta manera, se reduce los costes por desplazamiento, se preserva y se crea empleo, se consolida los vínculos entre proveedores y empresas y se valora el territorio como activo y distribuidor de productos y servicios de calidad y precios competitivos.

Las empresas locales deben diversificar para poder ofrecer aquello que el sector turístico está demandando ya que es uno de los sectores más dinámicos e influyentes en el sector socioeconómico de la zona.

5. Inexistente oferta de Servicios de Publicidad y Promoción.

Las nuevas tecnologías y los medios de comunicación existentes hoy en día han generado en la industria turística una alta demanda de servicios relacionados con la publicidad y la promoción como medio necesario para poder llegar hasta el perfil del nuevo turista. La mayor parte de las inversiones realizadas en el último año y los contratos han ido en torno al sector del marketing digital. La falta

de estrategias en redes sociales puede ocasionar la no visualización del sector turístico por ello, optan por contratar servicios relacionados con la imagen digital. La escasez de empresas especializadas en este sector con una buena relación calidad precio que elaboren estrategias inteligentes de difusión y promoción de las empresas, genera una saturación del escaso mercado existente en la zona y una externalización de los servicios hacia otras empresas. Esta necesidad está muy relacionada con la falta de identidad del destino, ya que la promoción no sólo viene por parte de una campaña general que pueden realizar las instituciones sino también de la falta de conexión entre los valores del entorno y las campañas individualistas de las empresas.

6. Conocimiento de los recursos naturales como recurso potencial de las empresas.

El turismo sostenible y la economía verde no sólo son la filosofía de un conjunto de personas sino es un fenómeno mundial que involucra los sectores económicos, sociales, culturales y ambientales. La sostenibilidad cada vez está condicionando más la demanda turística de las personas visitantes a este espacio. El desconocimiento en la mayor parte de las personas encuestadas de lo que es un recurso natural y la relación que pueden tener con su negocio, genera una necesidad muy marcada de formación especializada en estos temas con el objetivo de aumentar las modalidades turísticas de acuerdo a las actividades y los lugares que se desarrollan. Estar situados en un Parque Natural requiere, para crear una diferenciación con respecto a otras zonas rurales, un conocimiento del entorno, de sus recursos y de una filosofía marcada por el respeto y uso sostenible de los recursos naturales que se ponen a disposición mediante la cultura del conocimiento a las personas visitantes del territorio sensibilizadas sobre la protección del medio ambiente rural.

7. Escasa Información de Calidad del destino.

Mala señalética de los senderos, Información útil del destino o accesibilidad a Experiencias auténticas, han sido las más comentadas por las empresas turísticas como demandas reales de sus clientes. Esto deja al descubierto una necesidad muy concreta tanto a administraciones, entidades públicas y privadas. Hoy en día la información y el conocimiento son la base de la sociedad conectada, poder acceder a información de interés de forma rápida y crear un conocimiento colectivo entorno a las potencialidades del entorno, se hacen cada vez más importantes como medio para generar un movimiento turístico sólido y una mayor sinergia para garantizar la vuelta de los turistas, al conocer otros recursos que en una visita no puede llegar a conocer. Una buena atención al cliente, también puede sumar a este movimiento, acercando e informando en función de los intereses demandados.

8. Saturación de la Industria Turística Tradicional.

La apertura de nuevos alojamientos, restaurantes, bares y empresas de turismo activo, han saturado en los últimos años la industria turística debido a la reducción del movimiento turístico nacional. Existe una menor demanda en relación a la elevada oferta que se ofrece, originando una intensa competencia y un mayor reparto de los recursos haciendo en muchos casos insostenible el mantenimiento de los negocios. Conocer el perfil del nuevo consumidor y nuevos modelos de negocios, aplicar estrategias de I+D, son necesarias para generar propuestas más adaptadas e innovadoras que abran nuevos nichos de mercado viables y novedosos para garantizar la continuidad y éxito del empresariado turístico.



5.2 TURISTAS Y VISITANTES

PERFIL: Turistas nacionales e internacionales.

CUESTIONES PLANTEADAS

- ¿Qué servicio o producto no ha encontrado y consumiría en su visita a la Sierra?
- ¿Qué servicio o producto ha encontrado en su visita a la Sierra y no ha consumido por no encontrarlo óptimo en función de sus expectativas y sí consumiría si mejorase?
- ¿Qué grado de satisfacción posee en relación con los restaurantes de la Sierra?
- ¿Qué grado de satisfacción posee en relación con las empresas de actividades de turismo activo?
- ¿Qué grado de satisfacción posee en relación con los Hoteles y/o Casas Rurales de la Sierra?
- ¿Qué servicios de turismo activo o restauración no ha encontrado y contrataría en su visita a la Sierra?
- ¿Qué recursos naturales o patrimonio cultural le gustaría disfrutar en su visita a la Sierra y no ha podido hacerlo?
- ¿Qué echa en falta en el desarrollo turístico de la Sierra?
- ¿Con qué identifica el destino la Sierra de Aracena y Picos de Aroche?
- Exponga a continuación algunas consideraciones interesantes en base a sus necesidades como visitante a la Sierra.



NECESIDADES DETECTADAS

1. Turistas Sobreservidos.

En el mercado actual del territorio por la general la oferta supera la demanda, hay todo y en exceso. Es un destino de la abundancia, donde no hay un mercado diferenciado. Los turistas encuentran todo lo que buscan porque sus aspiraciones al visitar la Sierra de Aracena y Picos de Aroche, son descansar y comer, es decir, clasifican al destino como gastronómico y de naturaleza. Los clientes sobreservidos son aquéllos que ya no quieren pagar por más mejoras porque lo que reciben ya es excesivo para lo que necesitan y están dispuestos a pagar, prueba de ello, son las altas calificaciones que han obtenido los restaurantes y alojamientos de la zona. Otro dato de relevancia es que más del 70% de las personas entrevistadas no han consumido ni desea consumir servicios de turismo activo, existiendo actualmente una elevada oferta en este sector.

Este destino rural necesita enfocarse en un nuevo segmento de personas ya que el turista “conocido” ya está servido.

2. Falta una oferta de servicios ordenada y de calidad.

“No es posible promocionar un destino cuando la mayor parte de sus recursos son poco conocidos.”

Las personas que visitan este destino rural carecen de información globalizada, donde informar de espacios menos conocidos, horarios, actividades, senderos, agendas, municipios, etc. Cuando diseñan su hoja de ruta para realizar la visita se encuentran con la dificultad de que la información por Internet está desordenada y muy dispersa, lo que dificulta la selección y el conocimiento de los lugares menos conocidos y saturando aquellos recursos más visibles.

El turista no sabe qué consumir porque no hay una información de calidad adaptada a las necesidades de cada uno de los perfiles de personas que pueden llegar a visitar el destino, no existe una información accesible y existen carencias que dificultan una óptima experiencia como las aquí señaladas:

- No llegan los recursos informativos a las personas visitantes.
- El centro de recepción de visitantes no está indicado, lo que dificulta su acceso.
- No están bien señalizados los senderos.
- La atención al turista no es de calidad. Guías con pocas dosis de empatía, largas colas en puntos de interés, escaso conocimiento de los recursos turísticos de la zona por alojamientos y restaurantes, horarios de enclaves patrimoniales que no se cumplen, pueblos no promocionados, etc.

3. La importancia de conocer a nuevos consumidores.

Los dos puntos anteriores reflejan una clara necesidad de conocer más a otros tipos de turistas y en diversificar los recursos en el territorio. Existen nuevos perfiles como los millenials que requieren otras estrategias turísticas u otros mercados que no están siendo atendidos por falta de conocimiento y de implementación de nuevos modelos de negocios más especializados y menos generalistas. Dar paso a otros perfiles dejan al descubierto otras áreas comerciales que aún no están siendo cubiertas. Algunas de estas áreas solicitadas por las personas entrevistadas son:

- Carne de caza.
- Restaurantes vegetarianos.
- Barbacoas.
- Oferta más adaptada a los bolsillos.
- Espacios para caravanas.
- Taxis para senderistas.
- Alquiler de bicicletas, alojamientos BTT y actividades adaptadas para ciclistas.
- Etc.

5.3 NEGOCIOS LOCALES

PERFIL: Pequeños y medianos negocios de todas las categorías.



CUESTIONES PLANTEADAS

- ¿Qué echa en falta en su desarrollo como empresa de la Sierra?
- ¿Qué tipo de productos/servicio no consume y consumiría si existiese en su comarca?
- ¿Qué tipo de servicios/productos consume traído fuera de su comarca?
- ¿Cree que está cubierto el mercado dentro de su categoría y sector con respecto a la demanda existente?
- ¿Qué recursos naturales no se explotan y entiende que podrían ser importantes para impulsar el desarrollo socio-económico de la Sierra?
- ¿Qué acciones concretas cree usted que debería realizar para que su negocio sea más competitivo?
- ¿En qué cree usted que debería ahorrar?
- ¿En qué cree usted que debería invertir?
- ¿Qué servicios/productos mayoritariamente ha contratado su empresa en el último año?
- ¿Qué cree usted que demandan sus clientes que no consiguen encontrar en la Sierra?

NECESIDADES DETECTADAS

1. Mayor colaboración entre empresas.

Las tendencias indican que el futuro de los negocios será la colaboración. Empresas y negocios que hibridan sus conocimientos para crear productos o servicios que ninguno de los dos podría crear por separado o para aumentar el valor para el cliente. Esto parece ir en contraposición de la idea de la competencia empresarial pero en un mundo en constante cambio el progreso depende de la densidad del talento y el conocimiento que no puede concentrarse en una sola organización. El sector empresarial del territorio es consciente de la necesidad de poder unir fuerzas para idear nuevos campos de acción, definir estrategias comunes y construir nuevos caminos hacia la sostenibilidad socioeconómica. Ésta es una de las peticiones más demandadas desde el sector empresarial. Muchas son las iniciativas que se han generado para incitar a la colaboración pero será puramente posible cuando surja de forma natural incitados por el diseño de nuevos modelos más productivos donde no se pueda competir por precio sino por innovación y calidad del producto, servicio y búsqueda de proveedores más competitivos.

2. Desconocimiento de la revolución social y tecnológica.

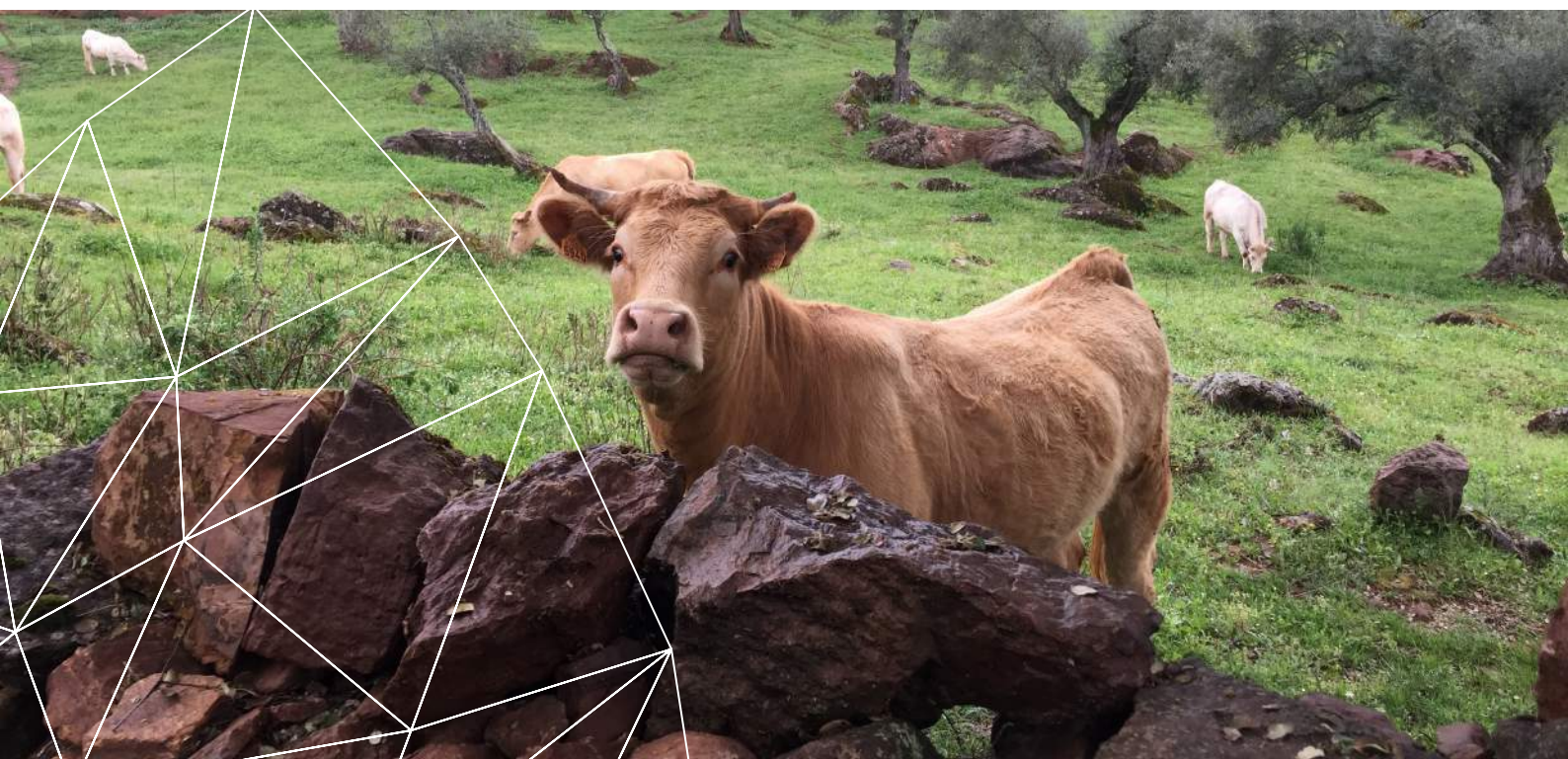
El mercado local está saturado según las encuestas realizadas al sector local de los diferentes municipios que componen la Sierra de Aracena y Picos de Aroche. La mirada local se desvirtúa porque los mercados han cambiado con la llegada de las nuevas tecnologías y las nuevas exigencias de los nuevos clientes adaptados a la venta de productos y servicios por Internet. Los datos obtenidos de las encuestas brindan una imagen donde el desconocimiento sobre las inercias empresariales, nuevas formas de ventas y modelos más competitivos se expanden dejando a los

negocios tradicionales que dependan exclusivamente de una clientela limitada y de unas condiciones poco óptimas para garantizar el éxito a corto y largo plazo. Estos datos muestran que aún teniendo conciencia de recursos locales aún no explotados de forma sostenible como el aceite, aceitunas, el paisaje, el corcho, proveedores competitivos dentro de la comarca, etc. no existen modelos innovadores que puedan abrir un mercado más amplio para garantizar la supervivencia de este sector utilizando para ello las nuevas exigencias del cliente de una conciencia más social y la aplicación de las herramientas digitales.

3. Falta de proactividad empresarial dirigida.

Muchas son las quejas recogidas durante esta experiencia dirigidas hacia el exterior, sin embargo existe una laguna en torno a las posibles alternativas que se pueden llevar a cabo para mejorar o crear un modelo de negocio de éxito. La falta de formación, la exigencia producida por la nece-

sidad económica, el cambio de valores y la larga trayectoria de algunos negocios, están limitando el desarrollo de actitudes proactivas que busquen nuevas oportunidades. Muchos son los esfuerzos que el sector empresarial está llevando a cabo pero la mayoría de ellos sin sentido, sin buscar nuevas tendencias, sin incorporar pequeñas o grandes innovaciones, analizar nuevos clientes, etc. y todo ello, traducirlo en acciones que generen resultados. Ser auto-críticos para mejorar, analizar las posibilidades de ahorro, la inversión para la formación constante, la escucha de los clientes, etc. son actitudes y habilidades que un empresario local debe poner en práctica para poder recopilar el conocimiento y la información necesaria para aplicar nuevas medidas de forma autónoma para hacer que su negocio sea más competitivo. Sin proactividad dirigida la energía se enfoca en la queja externa que tiene sus limitaciones.



5.4 SECTOR PRIMARIO

PERFIL: Agricultores y Ganaderos.

CUESTIONES PLANTEADAS

- ¿Qué echa en falta en su desarrollo como empresa de la Sierra?
- ¿Dónde situaría su grado de confianza en el sostenimiento del sector en los próximos años?
- ¿Qué tipo de mejoras considera que hacen falta en el sector en el que realiza su actividad?

- ¿Qué necesidades concretas precisa para la gestión diaria de su actividad y que contrata o se provee fuera de la sierra?
- ¿Qué oportunidades de negocio observa/detecta en su actividad profesional?
- ¿Qué recursos en el sector primario no se están explotando en la sierra y por tanto, no están generando riqueza para su comarca?
- ¿Cómo incentivaría una mayor participación de la población joven en el sector?
- ¿Qué opinión le merecen los recursos y ayudas que desde

la administración tratan de ayudar al sector?

- ¿Dónde situaría su grado de confianza en el desarrollo y evolución del sector en los próximos años?
- ¿Dónde situaría su grado de confianza en el sector para que pudieran generarse nuevos negocios en los próximos cinco años?

NECESIDADES DETECTADAS

1. Gestión Integral de todos los trámites administrativos.

El perfil de las personas que trabajan en el campo, en general, son personas mayores que tienen dificultad para desplazarse a los lugares céntricos donde tienen que gestionar sus papeles. Sus peticiones van en torno a poder solicitar las gestiones de forma integral a una entidad que les informe de las ayudas y les facilite los trámites de la documentación mensual y anual que tienen que registrar en varias entidades.

2. Mejoras relacionadas con las infraestructuras.

Para optimizar el trabajo en el campo se detecta, a través de las encuestas, que la petición más demandada en el sector primario hace referencia a la mejora de las infraestructuras, más especialmente en la recuperación y mejora de los caminos. La situación actual impide el acceso de las fincas y el traslado del ganado y las mercancías agrícola. También se detecta una necesidad en torno a facilitar desde las administraciones la limpieza de las fincas para mejorar su producción.

3. Mayor cooperativismo.

Cada vez más cooperativas están cerrando en el territorio, sin embargo los productores solicitan como una salida a la crisis del sector la importancia de la creación de una cooperativa que integre todos los sectores del territorio y que represente al sector agrícola y ganadero para que puedan gestionar y desarrollar las funciones de Comercialización nacional e internacional de sus productos a mejores precios y más competitivos, que permitan la creación de una estructura más estable y de confianza donde velen por los intereses colectivos.

4. Más ayuda y menos burocracia.

La presión a la cual están sometidas la industria primaria se traduce según los comentarios y opiniones de las personas encuestadas, a la escasez y mala gestión de las ayudas que durante los últimos años se han asignado sin tener en cuenta las personas más necesitadas y las producciones más exigentes. Para un desarrollo más sostenible de este sector, recomiendan la cesión de más ayudas pues se sienten solos ante la gestión de un patrimonio natural con tantas exigencias por parte de las administraciones públicas que según ellos, no atienden a sus necesidades reales. Este Parque Natural necesita una gestión más adaptada y se solicita más información y ayuda por parte de las oficinas del Parque Natural.

5. Modernización del sector.

Existe una desmotivación generalizada en el sector primario a causa de la falta de relevo generacional. A pesar de las actuales tasas de desempleo juvenil, muchos de ellos optan por otras opciones debido a que el sector primario no genera la suficiente riqueza y requiere un esfuerzo y sacrificio no proporcional a las ganancias obtenidas. Para ello, piensan que una de las medidas para fomentar el empleo en el campo, es la creación de estrategias educativas en torno a los oficios tradicionales en manos de profesionales del sector y propuestas formativas sobre nuevas innovaciones que aún no se hayan aplicado para generar nuevos nichos de mercado en torno a:

- Búsqueda de nuevas producciones como el arándano, la frambuesa, etc.
- Industria manufacturera: setas en conserva.
- Cooperativas de pienso.
- Producción ecológica.
- Innovación con el producto del corcho.

Actualizar y modernizar este sector se ve como un recurso clave para garantizar el futuro de la industria primaria y así generar una sinergia multiplicadora que revalorice al sector y cree empleo en torno a una de las bases económicas más importantes para la población.

6. Recursos por explotar de forma sostenible: Aceituna y Madera.

Existen muchos recursos naturales que de forma sostenible se están gestionando para su producción, sin embargo el sector primario piensa de forma casi mayoritaria, que tanto las aceitunas y la gestión de la madera en la nueva industria de la Biomasa, pueden generar hoy en día una industria sólida que puede beneficiar a muchas personas y generar nuevos empleos.

5.5 SECTOR CÁRNICO

PERFIL: Tiendas, mataderos y cooperativas.

CUESTIONES PLANTEADAS

- ¿Qué echa en falta en su desarrollo como empresa de la Sierra?
- ¿Qué tipo de productos/servicio no consume y consumiría si existiese en su comarca?
- ¿Qué tipo de servicios/productos consume traído fuera de su comarca?
- ¿Cree que está cubierto el mercado dentro de su categoría y sector con respecto a la demanda existente?
- ¿Qué recursos naturales no se explotan y entiende que podrían ser importantes para impulsar el desarrollo socio-económico de la Sierra?
- ¿Qué acciones concretas cree usted que debería realizar para que su negocio sea más competitivo?
- ¿En qué cree usted que debería ahorrar?
- ¿En qué cree usted que debería invertir?
- ¿Qué servicios/productos mayoritariamente ha contratado su empresa en el último año?
- ¿Qué cree usted que demandan sus clientes que no consiguen encontrar en la Sierra?

NECESIDADES DETECTADAS

1. Mayor colaboración Empresarial y Formación especializada.

Al igual que en otros sectores, el sector cárnico demanda a través de las encuestas una red de colaboración entre productores, mataderos y tiendas especializadas con el objetivo de poder mejorar y crear una filosofía unificada que diferencie a la industria cárnica del territorio con respecto a otros lugares, para así poder ser más competitivos y aumentar la demanda de los productos. La formación se presenta como una necesidad imperante que solicitan para poder generar un conocimiento más ampliado sobre nuevos procesos productivos, conocimiento del nuevo mercado y optimización de las herramientas de venta y publicidad. Sin embargo, cabe destacar que en las inversiones

que están dispuestos a realizar para mejorar sus negocios, no está reflejado como un recurso imperante la formación frente a la mejora de las instalaciones, las inversiones en publicidad y comercialización al exterior.

2. Aplicación de procesos y productos innovadores.

El sector cárnico es en esta zona uno de los oficios tradicionales que ha generado mayor riqueza económica al territorio, aún así existe un detrimento de la actividad debido al precio del mercado, otros competidores de otras zonas, el cambio de las necesidades del cliente, el desconocimiento de las nuevas demandas de los clientes. Este marco sitúa al sector cárnico en un nuevo mapa donde es necesaria la aplicación de procesos más eficientes y la creación de productos innovadores que sitúen esta tradición en un nuevo sector en auge.

Muchas son las ideas que surgen desde los empresarios del sector cárnico para dar solución y ofrecer la máxima garantía de una marca que lleva funcionando mucho tiempo y que su nombre es símbolo de máxima calidad. Una de las más solicitadas es la creación de una gran superficie del sector cárnico que pueda dar cabida a muchas marcas y dónde dirigir al consumidor que desconoce donde comprar. Otra de las ideas es la creación de una plataforma de comercialización virtual con garantía máxima al consumidor.

3.- Producción local de productos auxiliares de matanza.

La producción en gran volumen de los productos cárnicos genera el uso de numerosos productos auxiliares de la matanza y del preparado tanto de la carne como de los embutidos que se compran a grandes superficies fuera de la comarca. Después de analizar los productos solicitados por la industria cárnica, las personas trabajadoras en este campo visualizan un sector aún desconocido pero que para ellos es garantía de éxito debido a la necesidad de estos productos para la venta. Se refieren a la producción de cuerdas, cartón o envases, tripas, sal, etiquetas y especias utilizados durante su preparado y envío de los productos.





5.6 ADMINISTRACIÓN PÚBLICA

PERFIL: Entidades públicas en general como Ayuntamientos y Mancomunidades.

CUESTIONES PLANTEADAS

- ¿Qué recursos pone a disposición de iniciativas emprendedoras en su ámbito de actuación?
- ¿Qué servicio/producto contrata su entidad fuera de la Sierra?
- ¿Cuáles son las últimas iniciativas emprendedoras que han solicitado ayuda a su entidad?
- ¿Qué necesidades concretas precisa su entidad para la gestión diaria y tendría que contratar externamente para llevarla a cabo de forma eficiente y eficaz?
- ¿Qué tipo de acciones de sensibilización emprendedora precisa en su ámbito de actuación?
- ¿De qué recursos relevantes para la creación de empresas entiende que carece su municipio/ámbito de actuación?
- ¿Qué echa en falta en el desarrollo turístico de la Sierra?
- ¿Qué sectores conoce o le consta son los que se encuentran en mayor medida bajo economía sumergida en su localidad/ámbito de actuación?
- Exponga algunas consideraciones interesantes en base a sus necesidades como entidad.

NECESIDADES DETECTADAS

1. Orientación personalizada con profesionales más cualificados.

Los pocos recursos que se ofrecen en toda la comarca de orientación y consulta hacia el emprendimiento se centran en entidades como el CADE, el cual tienen funciones muy específicas. La orientación que se realiza en los Ayuntamientos requieren por parte de las personas entrevistadas

una mayor profesionalización y formación para acompañar a todas aquellas personas que quieren montar un negocio. Esto se remarca de forma transversal en todas las cuestiones, lo que deja en evidencia la necesidad de poder contar con profesionales que estén familiarizados con los nuevos yacimientos de empleo, técnicas de acompañamiento y herramientas ágiles que permitan diseñar de forma conjunta un plan de negocio viable, conocimiento de los recursos y ayudas que están a disposición de la persona emprendedora.

2. Falta de estrategia comarcal para la generación de empleo.

Sensibilizar sobre el emprendimiento generando un movimiento en torno a la generación de nuevas empresas en el territorio a través de Jornadas, Charlas, etc. no son suficientes para garantizar el éxito en proyectos emprendedores. Muchas son las píldoras que de forma constante se están desarrollando de forma generalizada o individualizada a personas con espíritu emprendedor en torno a la motivación. La carencia surge cuando el acompañamiento a estas personas se realiza sólo en la capa más superficial de sensibilización.

La Administración Pública aquí representada piensa que sería necesario unificar criterios y construir de forma conjunta y colaborativa entre las entidades públicas un recorrido más unificado y con sentido desde el inicio hasta la puesta en marcha del proyecto, poniendo a su disposición todos los recursos necesarios como formación especializada, asesoramiento, instalaciones, información de ayudas, estudio de la viabilidad de la idea, etc.

3. Promoción turística descentralizada.

Relacionado con el sector turístico, uno de los aspectos

más relevantes en el análisis de los datos ha sido la necesidad de descentralizar el turismo de los pueblos más conocidos y céntricos de la comarca hasta los municipios periféricos y de pequeño tamaño que no pueden ofrecer una promoción turística viable debido a la falta de recursos económicos. Crear una marca unificadora del territorio es la propuesta que se refleja como solución a la falta de unidad comarcal y así enriquecer las opciones del turista que puede ampliar su oferta y garantizar nuevas oportunidades de regreso al destino.

4. Más ayudas para emprender.

En los últimos años se ha producido una disminución de las ayudas para las personas emprendedoras. Esto ha generado una reducción de opciones a la hora de montar una empresa con requisitos económicos. Por ello, se hace cada vez más presente la importancia de solicitar y estudiar las diferentes opciones de montar negocios con riesgos reducidos contando con los recursos propios de la persona emprendedora. Aún así se requiere de

una mayor dirección de las ayudas y su conocimiento para poder impulsar el movimiento empresarial.

5. Conocimiento de nuevos yacimientos de empleo.

Las ideas de negocios que se han puesto en marcha en los últimos años en la Sierra de Aracena y Picos de Aroche han sido en el sector comercial, turístico y cárnico. Estos sectores, como en los datos anteriores se refleja, están saturados ocasionando con esto un aumento de fracasos empresariales. Es necesario poner en marcha una estrategia de lanzamiento de nuevos empleos que pueda abrir nuevos mercados desconocidos que garanticen una reducción de la competitividad, nuevos empleos y la creación de nuevas ofertas que traigan nuevos perfiles de turistas y la extensión de un mercado que actualmente está estrangulando por falta de opciones a las personas con espíritu emprendedor.



5.7 COLECTIVO DE PERSONAS DESEMPLEADAS

PERFIL: Personas Desempleadas, Entidades relacionadas con el desempleo y el emprendimiento.

NECESIDADES DETECTADAS

1. Falta de implicación de las entidades relacionadas con el desempleo.

La desmotivación y la falta de recursos en la persona desempleada requieren de una atención más cercana que genere dinamismo y proactividad. Esto tiene que ser acom-

pañado por las entidades especializadas en el desempleo. Poner a disposición los recursos existentes, humanizar el contacto y la escucha, hacer un análisis personalizado de las necesidades del desempleado, etc. son las carencias que las personas encuestadas han identificado como importantes para mejorar los sistemas de atención en el sector del desempleo.

2. Escasa atención de calidad en orientación laboral.

Muchas son las entidades públicas que orientan a las personas desempleadas pero no todas están preparadas para garantizar una orientación de calidad para encontrar

trabajo o para emprender. Para ello, es necesario poder conocer herramientas de optimización empresarial, ayudas, definición de la idea, nuevos yacimientos de empleo, potencialidades de la persona y sobre todo un acompañamiento personalizado y constante en el tiempo donde se pueda evaluar la evolución de la línea de trabajo. Esto es esencial para poder garantizar buenos resultados.

3. Mayor vulnerabilidad frente al desempleo las personas mayores de 45 años.

Muchas son las nuevas herramientas que se ponen a disposición a través de Internet para buscar trabajo, al igual que muchos aspectos han cambiado en las empresas que requieren nuevas habilidades, conocimientos y capacidades. Las personas mayores de 45 años se encuentran limitadas por las nuevas exigencias para encontrar trabajo. Es un colectivo vulnerable porque no está adaptado, porque tienen limitaciones generacionales que les distancia de las nuevas tecnologías. Se requiere poner el foco para la formación en estas personas para disminuir la brecha digital y hacer frente a las nuevas competencias laborales.

4. Centralización de la oferta de empleo.

El territorio ofrece puestos de trabajo en los diferentes municipios. Centralizar la oferta en una plataforma, permitiría acceder de forma inmediata y tener una visualización generalizada de las ofertas. Esto aumentaría las posibilidades de visualización y acceso a puestos de trabajo de la zona.

5. Activar el movimiento para contagiar y motivar.

Educar con el ejemplo. Existen muchas empresas con éxito en la comarca, que son el claro ejemplo de modelos resilientes en épocas de desequilibrio económico. Poder compartir sus experiencias y las claves de su éxito permite poder contagiar de positivismo a aquellas personas que se encuentran bloqueadas por la falta de ideas o puestos de trabajo. Generar una ambiente de motivación implica un contagio positivo de energía tan necesaria en estos momentos para poder seguir en la búsqueda.

6. Formación en emprendimiento.

La mayor parte de las personas que en los últimos años han iniciado un proyecto de emprendimiento ha surgido por necesidad. Esto genera un movimiento más desequilibrado en la trayectoria del modelo de negocio, debido a la necesidad de tener que ser rentable lo antes posible para poder cobrar un sueldo. Esto requiere de formación específica, que aporte conocimientos en multitud de áreas como pueden ser contabilidad, gestión empresarial, ventas, comunicación del producto, etc. Esta formación integral se hace necesaria para garantizar el éxito en la idea empresarial. Por otra parte, existe una baja participación en la formación por parte de las personas emprendedoras que sólo ven las ideas como el punto más importante para

poder iniciar el camino, sin tener en cuenta que emprender es mucho más que una buena idea. Hace falta sensibilización en torno al proceso de emprendimiento y la gestión empresarial.

7. Potenciar las relaciones entre Ayuntamientos y entidades de asesoramiento.

Las Ayuntamientos y las entidades que asesoran en torno al emprendimiento y en el ámbito laboral, necesitan potenciar sus relaciones para una mayor difusión de las herramientas que se ponen a disposición del desempleado al igual que derivar de forma efectiva a las entidades correspondientes en función de sus necesidades. Difundir acciones y poner a disposición todos los recursos existentes para poder disminuir la vulnerabilidad de este colectivo, requiere de una red de colaboración entre las diferentes entidades que receptionan las demandas laborales.

8. Mayor sensibilización del empresariado para contratar personas de la zona.

Generar una menor tasa de desempleo depende de muchos factores, entre ellos la implicación del sector empresarial en contratar personas del territorio en condiciones óptimas de trabajo. Es necesario poder generar un movimiento integral de inserción laboral por parte de las empresas y entidades locales, ya que de esta manera, se puede garantizar la consistencia del mercado local y el refuerzo de la economía, gracias a los contratos laborales a personas del territorio encargadas de dinamizar el entramado socioeconómico de la zona.



5.8 COLECTIVO DE PERSONAS CON DISCAPACIDAD

PERFIL: Entidades que trabajan con personas con discapacidad.

NECESIDADES DETECTADAS

1. Empoderamiento y reconocimiento de las personas con discapacidad en el entorno.

Los estereotipos sobre las habilidades de las personas con discapacidad, que surgen de la sociedad y a veces de la familia, pueden llevar a la discriminación. Los planes de desarrollo a menudo dejan de lado a las personas con discapacidad debido a suposiciones negativas y equivocadas acerca de su capacidad de participación en la sociedad. Para ello, es necesario elaborar estrategias que incluyan a las personas con discapacidad, permitiéndoles involucrarse en el diseño y en el desarrollo de programas, actividades y acciones donde su presencia sea igual de importante que otros colectivos.

2. Adaptación de la formación a las capacidades específicas de las personas con discapacidad.

La mayoría de los ciclos formativos no cuentan con los dispositivos de ayuda necesarios, y sus enfoques de formación por lo general no están orientados a los alumnos con distintas características y necesidades. Es importante el uso de métodos pedagógicos flexibles para dar respuesta a los distintos tipos de aprendizaje para que todas las personas tengan las mismas opciones ante las oportunidades existentes de empleo.

3. Información y orientación a la ciudadanía y al empresario sobre la importancia de su inclusión laboral en el mercado local.

Personas trabajadoras, empresarias, profesorado, etc. son claves para la incorporación en el mercado laboral de las personas con discapacidad. Muchas son las carencias informativas sobre las ayudas para las empresas y las familias. Orientarles y sensibilizarles sobre la importancia de tener una actitud imparcial hacia ellas, se hace cada vez más necesario para dinamizar este sector y la autonomía que ellos requieren para poder hacer sus vidas e integrarlas en el sistema socioeconómico como agentes claves para su mantenimiento.

4. Atención y educación a las familias.

La demanda de la ayuda económica que se le otorga a las familias con personas dependientes tiene la función de contribuir a reforzar los ingresos de las familias para abastecerlas de recursos necesarios que puedan beneficiar el desarrollo de las personas dependientes. Muchas veces, estas ayudas no son destinadas a aumentar el bienestar de las familias por lo que es necesario información sobre las necesidades básicas que una persona con discapacidad tiene en torno a la educación, asistencia sanitaria, higiene, etc. para que se puedan optar por medidas que puedan beneficiar de forma sistémica a toda la familia.

Por otra parte, mucha son las tensiones y preocupaciones de las personas que cuidan y acompañan en el día a día, por ello es de gran importancia diseñar programas para la atención del cuidador donde se implante un modelo de atención integral que incluya tanto formación como atención emocional. Cuidar de una persona dependiente puede suponer un duro esfuerzo en algunas ocasiones por lo que

afrontarlo depende en gran medida del conocimiento e integridad física y emocional de las personas que cuidan de ellas.

5.- Programas de ocio inclusivo.

El ocio inclusivo favorece la integración de las personas con discapacidad con la población. Aunque existen actividades abiertas para todas las personas que quieran participar, se necesita un programa pedagógico diseñado para que las personas con dificultades puedan participar con la ayuda de personas especializadas en la atención y adaptación de las actividades para que todos puedan participar, intérpretes para personas con discapacidad auditiva, etc. De esta manera no existe una división entre colectivos, incitado con ello a la ayuda, al entendimiento y a la solidaridad de los diferentes participantes.

6. Carencias de profesionales en el sector de la atención a las personas con discapacidad.

Para favorecer y mejorar la atención de las personas con discapacidad es necesario poder reforzar y aumentar los profesionales del sector creando nuevas opciones y servicios destinados a mejorar la atención, rehabilitación, centros de día, actividades de apoyo, acompañamiento escolar, supervisión de los casos, etc. para así reforzar las funciones de las entidades existentes y ampliar los servicios necesarios para el bienestar de este colectivo.

7. Apuesta por la accesibilidad universal.

Cuando se habla de accesibilidad se hace referencia a

aquellas prestaciones específicas que se han de proveer en los entornos públicos para que aquellas personas con dificultades puedan integrarse sin discriminación generando las mismas oportunidades para todos y todas. La Sierra de Aracena y Picos de Aroche, necesita de un modelo de Diseño Universal de servicios y productos para lograr la accesibilidad para el mayor número de personas y que así puedan disfrutar de forma flexible, intuitiva y sin esfuerzo de todos los recursos disponibles en el entorno.

8. Generación de empleo retribuido.

No existen políticas laborales que favorezcan la generación de empleo retribuido para personas con discapacidad. Es necesario generar oportunidades de trabajo pero también son importantes las opciones que existan para poder conservarlos. Sus habilidades y capacidades deben ser adaptadas a la actividad y una vez realizada esa adaptación, su esfuerzo puede ser redirigido de igual manera a aumentar la productividad general de la empresa.

9. Educación sobre la igualdad de género.

Tanto las mujeres como los hombres con discapacidad pueden participar en el desarrollo rural de igual manera. Muchos son los prejuicios entorno a las personas con discapacidad pero en la mujer estos prejuicios aumentan, dejandola relegada a un segundo plano. Esto requiere de medidas específicas para preparar a las familias y a ellas mismas para la vida cotidiana con el apoyo y el entendimiento de sus familiares, mejorando así su confianza para su incorporación al desarrollo de la comarca.

5.9 COLECTIVO DE PERSONAS JÓVENES

PERFIL: Asociaciones Juveniles, Dinamizadores/as, Concejales/as de Juventud, personas jóvenes, técnicos/as del Guadalinfo.

NECESIDADES DETECTADAS

1. Mayor motivación juvenil.

Las presiones sociales, el ambiente escolar, la falta de oportunidades, las escasas alternativas de ocio, etc. están generando la desmotivación del sector juvenil. Mucho es el esfuerzo que hay que realizar para que las personas jóvenes adquieran el compromiso de poner en marcha iniciativas que puedan dar soluciones a las necesidades hoy existentes en el territorio si no se cree y se potencia su valor como agentes de cambio. Para ello, se solicita de este sector la importancia de no valorar a todos los jóvenes por igual ya que existen en su mayoría un sector dinámico y participativo que se involucra en las iniciativas que se

ofrecen. También se requieren acciones más adaptadas a sus intereses y crear redes de contacto para consolidar su identidad grupal.

2. Falta de información y orientación laboral de calidad.

Las personas jóvenes que finalizan sus estudios o bien aquellos que vuelven después de terminar su formación fuera o dentro de la comarca, se encuentran perdidos sin recursos ni planes de acción que les evoquen inspiración para poder decidir qué camino elegir. Una de las causas de esto, es la falta de un servicio de calidad de orientación laboral en las escuelas y en los servicios públicos. Cuando la sociedad cambia requiere de otros cambios, en este caso de una metodología cercana y personal que analice sus potencialidades y que conozca nuevas iniciativas que les motive a formarse en otras líneas menos tradicionales más adaptadas a las necesidades y pasiones de la persona joven. Escucha activa, ayuda e interés son las premisas básicas que solicitan en estos servicios tan necesarios para el futuro de este colectivo.

3. Mayor implicación de la comunidad educativa.

La educación es uno de los pilares más importantes en los cuales una persona joven se apoya para poder definir su futuro y su implicación en la sociedad. Actualmente, sienten que la comunidad educativa no invierte su mayor potencial en motivar mediante prácticas innovadoras más adaptadas a las necesidades educativas actuales que requieren y solicitan. Necesitan nuevas formas de educación, un profesorado más implicado en sus preocupaciones, más empatía en los grupos y menos crítica hacia un grupo que aún no está definido y que requiere de buenos ejemplos para poder aprender a hacer las cosas de otra manera.

4. Formación alternativa en sectores en auge.

Los ciclos formativos existentes actualmente en la comarca son ciclos de materias muy explotadas por la saturación dentro del mercado o bien por materias muy desfasadas. La comarca necesita formación en sectores en auge como nuevas tecnologías, diseño gráfico, medios audiovisuales, etc. más adaptados a las necesidades del mercado y con metodologías diseñadas para captar la motivación de las personas participantes. De esta manera, se destinan estos cursos a ser precursores de nuevas iniciativas que pueden dar lugar a la creación de nuevos empleos en materias donde aún no existe la excesiva competencia y donde en otros lugares existen ejemplo de éxitos de estos sectores.

5. Impulso de la implicación positiva de las familias.

“Ser joven no es fácil”

El sector juvenil solicita más implicación de los sectores de la sociedad incluidas las propias familias. La desmotivación es un valor natural de personas que aún no son lo suficiente maduras para poder elegir su futuro. Esto conlleva ciertas respuestas sociales y emocionales que en algunos casos pueden resultar desequilibradas y poco acordes con la educación y la exigencia que actualmente existe en la sociedad. Es necesario no sentirse solos en este camino y para ello, se solicita más implicación positiva de las familias relacionado con la escucha, la directividad, el entendimiento y la búsqueda de recursos de ayuda para facilitar el entendimiento y la elección del camino que quieren elegir.

6. Ocio saludable alternativo.

Una de las tendencias más importante de los nuevos tiempos es el papel relevante del consumo de ocio frente al consumo de objetos. Hoy en día la juventud es protagonista de una nueva cultura de consumo donde existe un lenguaje identificativo común que les conduce a buscar compulsivamente excitaciones que los abstraiga de las complicaciones del mundo real. Esta cultura se ha afianzado en la comarca como ocio nocturno pero existen muchos jóvenes que requieren otras formas de divertirse



más implicadas con la sociedad y donde la noche no sea el ingrediente necesario para poder compartir tiempo con otras personas donde puedan compartir sus inquietudes y donde se puedan sentir identificados. Para ello, se requiere de una mayor diversidad de los itinerarios de ocio donde ellos sean parte importante del diseño y donde estén integrados los ingredientes que para ellos son necesarios para el disfrute de un ocio más saludable alejado del consumo del alcohol y otras sustancias.

7. Potenciar la permanencia en el entorno rural.

Quedarse en la comarca es uno de los sueños de muchas de las personas jóvenes que han sido entrevistadas. La falta de recursos y los discursos de las personas mayores sobre el declive del mundo rural, son los impulsores de la fuga de talento que hoy en día se está experimentando en el territorio. El entorno necesita de nuevos perfiles que

traigan nuevas ideas y nuevas formas de trabajar que actualicen los sectores tradicionales y creen sectores nuevos que hagan este territorio más competitivo. Hay que crear una cultura de identidad que sirva de motivo para que las personas más jóvenes opten por quedarse en un espacio que les ha visto crecer y por el que quieren seguir luchando.

8. Apoyo escolar.

El alumnado requiere en algunas materias de una atención educativa más especializada y en muchas ocasiones no existen recursos a su alcance con metodologías diseñadas para activar el entusiasmo y la curiosidad mediante técnicas de estudios innovadoras capaces de impulsar nuevas formas de aprendizaje.



5.10 COLECTIVO DE MUJERES

PERFIL: Asociaciones de mujeres, Concejalas y Mujeres y hombres de los diferentes municipios.

NECESIDADES DETECTADAS

1. Más conexión entre pueblos.

En un territorio donde los municipios están tan desconectados se hace cada vez más necesaria la creación de una planificación conjunta donde poder compartir recursos que amplíen así la oferta de servicios al igual que potenciar una red de contacto entre colectivos de mujeres para el diseño participativo de iniciativas comarcales.

2. Mayor autoestima.

Las mujeres de la comarca sufren de forma generalizada una falta de motivación y autoestima que las frena e in-

cluso las limita en su vida diaria. Para hacer frente a esto, se solicitan talleres de autoestima, escuelas de familia, encuentros de mujeres para poder aprender cómo afrontar los problemas, etc. Esto deja al descubierto la necesidad de profesionales terapéuticos que puedan ayudar a afrontar la vida de diferente manera sobre todo en pueblos más alejados de los núcleos poblacionales centrales como Aracena, Aroche y Cortegana.

3. Profesionales de confianza para el acompañamiento familiar.

Poder conciliar la vida profesional con la personal se hace muy difícil cuando las mujeres tienen a su cargo familiares en edad avanzada, personas dependientes o hijos/as de pequeña y mediana edad. No existen estructuras sociales como centros de días y/o ludotecas que puedan dar esos servicios en municipios donde es tan difícil generar la sufi-

ciente demanda para su mantenimiento. Como alternativa se solicitan profesionales de la ayuda, acompañamiento y del cuidado para servicios de corto alcance en el tiempo que permitan desplazarse hasta el hogar y que puedan generar la suficiente confianza para poder así dedicar el tiempo necesario para realizar tareas personales tan importantes para el equilibrio de la mujer.

4. Diseño turístico integrativo.

Existen muchos recursos culturales, patrimoniales y naturales que hacen de este espacio algo muy singular. Sin embargo, no existe un turismo diseñado que integre todos los recursos de las diferentes zonas que componen el territorio de forma ordenada según calendarios unificados, para que el turista pueda acceder al máximo de ellos (por ejemplo no poner todas las ferias gastronómicas a la vez) y así se pueda dar promoción a todos los municipios de igual manera. Hace falta una unión turística que dé sentido a todo el territorio por igual descartando el turismo individualizado y ofreciendo el mayor número de recursos que hace que el entorno a vista del turista sea más singular.

5. Mejora de las comunicaciones.

Poder usar los servicios de la Sierra de Aracena y Picos de Aroche depende en gran medida de la mejora de sus comunicaciones, no sólo en infraestructuras sino en servicios públicos o privados como taxi, autobuses, etc. que con precios reducidos permitan poner a disposición del ciudadano otra manera de moverse más sostenible y colectiva para así facilitar los desplazamientos hacia otros pueblos y participar más activamente en el entramado social, educativo y deportivo que existe en el territorio y que son tan importantes para la integridad de las personas.

6. Recuperación de los saberes tradicionales.

Un territorio con tantas tradiciones y costumbres requiere de un especial interés por crear redes de conocimientos

compartidos que transfieran a las generaciones venideras el saber y hacer de la tradición en sus labores, costumbres, gastronomía, etc. De esta manera se asegura que la historia no se pierda y se mantenga la esencia de un territorio con tanta historia.

7. Empoderamiento de la mujer en el mundo rural.

En el desarrollo endógeno del medio rural es de especial importancia el papel de la mujer porque contribuye igualmente al mantenimiento de la sociedad. A pesar de su protagonismo en el territorio debido a la brecha de género, no se produce un reconocimiento sobre la importancia de la inclusión de la mujer en el sector agrícola y ganadero, en las explotaciones, industria y en la producción en general del territorio. Muchas veces, esa falta de empoderamiento parte de la misma mujer que reproduce los modelos tradicionales de jerarquía doméstica donde el hombre es el que trae los recursos económicos a casa. Dicho esto, se hace cada vez más necesario para el empuje socioeconómico de la Sierra, la incorporación y el impulso de su participación en la vida pública al igual que el fomento de la educación en las nuevas tecnologías para mejorar su rendimiento y aumente su autoestima para poder hacer frente a los nuevos retos sociales a los que se enfrenta la comarca.

8. Impulso del emprendimiento en el colectivo de mujeres.

El impulso al emprendimiento se presenta como un recurso para disminuir la tasa de desempleo en la comarca. Para ello se requiere de una especial atención a la formación para mujeres en materias relacionadas con la creación y puesta en marcha de nuevos modelos de negocio que permitan generar verdaderas oportunidades a las mujeres que quieren apostar por el emprendimiento como una salida profesional.



6. PROPUESTA DE NUEVOS YACIMIENTOS DE EMPLEO

Una vez detectadas las necesidades más emergentes de la población en la Sierra de Aracena y Picos de Aroche y estudiado el mercado actual nacional sobre los nuevos sectores en auge, se han identificado 22 nuevos yacimientos de empleo que pueden tener viabilidad en entornos rurales y dar cabida en el territorio en los próximos años a nuevas empresas y también a estimular la orientación formativa y profesional de la ciudadanía que desea vivir y aportar al movimiento socioeconómico de la comarca. Antes de poder describir estos nuevos yacimientos de empleo es importante compartir que la ejecución en el territorio de empresas de éxito no sólo depende de una idea que pueda dar respuesta a necesidades sociales, también es imprescindible una estimulación de la demanda con sentido a través de una buena atención al cliente, un buen producto, una excelente estrategia empresarial, la profesionalización de la oferta, el estudio de la diferenciación en el mercado, un consejo técnico, etc. En definitiva, hoy en día hace falta actitud y proactividad para hacer que las cosas funcionen, no es cuestión de ser uno más en el mercado sino luchar por ser el mejor.

Además de los nuevos yacimientos de empleo, el análisis de las necesidades de la población también detecta la carencia de una estrategia política y administrativa que cohesione y potencie la unidad territorial ofreciendo nuevos recursos que impulsen nuevas iniciativas en los diferentes sectores que den respuesta a las necesidades reales de la población. Las necesidades detectadas dejan al descubierto un numeroso abanico de acciones y propuestas para aquellas personas y entidades públicas que quieran transformarlas en nuevas oportunidades de empleo para la comunidad rural.

A lo largo de este estudio se pueden identificar numerosas acciones que las administraciones públicas y privadas encargadas del desarrollo rural del territorio pueden llevar a cabo para dar respuesta con sentido a las necesidades de la comunidad. El Banco Mundial pone de manifiesto la importancia de la conexión entre la comunidad y las instituciones a través del concepto de capital social:

“El capital social se refiere a las instituciones, relaciones y normas que conforman la calidad y cantidad de las interacciones sociales de una sociedad. Estas relaciones permiten a los actores movilizar recursos y lograr metas comunes

que puedan beneficiar a la sociedad en su conjunto”

Este texto del Banco Mundial deja al descubierto algunas de las acciones inmediatas que desde las administraciones públicas y privadas del territorio se deben abarcar para dar cabida a una distribución de recursos que puedan potenciar las fortalezas de este espacio y dar respuesta a las numerosas necesidades que desde los diferentes colectivos se han detectado. En este estudio se señalan las diferentes líneas que desde los colectivos y personas entrevistadas se han destacado como importantes para mejorar la distribución de los recursos y la mejora de las oportunidades en materia de empleo desde las entidades públicas y privadas:

1. Mayor conexión con la población.
2. Unión de las diferentes entidades para generar estrategias comunes.
3. Distribución de los recursos de forma equitativa en todos los sectores.
4. Fomento de las potencialidades de la zona.
5. Coherencia política en la aplicación de políticas de desarrollo rural.
6. Transparencia y participación de la comunidad.
7. Objetivos, indicadores y calendarios visibles que permita evaluar y hacer seguimiento a las estrategias políticas y territoriales.
8. Potenciar la relación entre la ciudadanía y los diferentes sectores de gestión activa del territorio.
9. Mejor organización de los recursos turísticos para satisfacer la demanda del turista y para ampliar la visualización de los diferentes municipios que integran el territorio.
10. Optimización de los fondos y recursos económicos para la estimulación de otros sectores que ofrezcan alternativas más competitivas e innovadoras en el mercado.
11. Formación y desarrollo de habilidades sociales en la atención pública de las entidades públicas.
12. Generar estrategias para retener el talento y atraer residentes que puedan ver el entorno rural como un estímulo para generar nuevas oportunidades y empleo.
13. Cooperación para la creación de empleo.

A continuación se detallan los nuevos yacimientos de empleo detectados, los cuales están alineados con las necesidades de la población y las del nuevo mercado. Cada uno de ellos va acompañado de un proyecto que se está llevando a cabo en algún lugar de España para facilitar su entendimiento. Estos proyectos reales se han denominado Banco de Ideas:

6.1 APROVECHAMIENTO DE BIO-RECURSOS PARA LA PRODUCCIÓN DE ENERGÍA

Pequeñas plantas industriales donde se trabajen los residuos resultantes de la actividad forestal, agroalimentaria, cárnica,...para transformarlos en combustibles o abonos que puedan ser vendidos fuera y dentro de la comarca.

Un ejemplo de la aplicación de este nuevo yacimiento de empleo en la comarca es la venta de material forestal y agroganadero para la producción de Biomasa altamente demandada por multinacionales y grandes empresas para la producción de energía para estufas, instalaciones y para la creación de energía renovable fuera y dentro de España. Otro de los productos estrella en este sector es el pellet, un tipo de combustible granulado alargado a base de madera.

En la actualidad se destruyen anualmente toneladas de desechos arbóreos producidos tras las podas. Este material es altamente demandado, al igual que los huesos de aceituna, por la industria de energía renovable con una proyección a largo plazo porque va en la línea de la lucha contra el cambio climático ya que representa una alternativa a los combustibles fósiles y también por presentar un precio más competitivo y una mayor sostenibilidad.

En este apartado se incluye otra actividad derivadas de las podas y talas de encina como es la producción de carbón vegetal. Su éxito consiste en la creación de un envasado específico que pueda ofrecer garantía y calidad del producto a otras marcas o para la creación de una marca propia.

Banco de Ideas: Landepellet

www.landepellet.es

"Landepellet es una empresa que nace de la unión de jóvenes empresarios conquenses con la empresa de Landete Maderas Muñoz, siendo así la primera fábrica de pellets de calidad de nuestra provincia (Cuenca) con madera de nuestra serranía resultado de las limpiezas sostenibles del monte. Estamos en Landete (Cuenca), un pueblo rodeado de montañas en la serranía baja conquense, teniendo a la vista también las provincias de Teruel y Valencia, desde el cual fomentamos el empleo en zonas rurales y garantizando el suministro de pellets a nuestros clientes."

6.2 PLATAFORMA ONLINE DE VENTA DE PRODUCTOS SIN INTERMEDIARIOS

Actualmente existe una creciente demanda de productos saludables para la salud. Las labores tradicionales y un en-

torno natural son los ingredientes que dejan paso a una demanda muy específica sobre una producción que permite una regeneración natural de los suelos, minimizando los efectos negativos sobre el alimento y sobre el medio ambiente y llegando a las manos de los consumidores sin costes extra de intermediarios.

Banco de Ideas: "La Colmena que dice sí"

Venta de productos locales

www.thefoodassembly.com/es

"Una red de venta directa que permite poner en contacto los pequeños productores y consumidores. Una vez conectados se elige un punto de encuentro e intercambian periódicamente y sin intermediarios los productos artesanos."

6.3 PRODUCCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE NUEVOS PRODUCTOS AGROALIMENTARIOS

Actualmente en la Sierra de Aracena y Picos de Aroche existen grandes extensiones de terrenos cuyas características son excelentes para la producción de otras especies autóctonas que aún no han obtenido la atención necesaria debido al desconocimiento actual de sus potencialidades en el mercado. Pueden generar una gran abanico de negocios debido a las actividades que requieren como la producción, transformación, distribución y comercialización. Estos productos son:

- Frambuesas y Moras.
- Espárragos.
- Berros.
- Setas.
- Especies aromáticas.

El desarrollo de este sector plantea la necesidad de formar futuros profesionales que puedan facilitar la inclusión de este sector en el territorio:

- Operario de empresas agroindustriales.
- Técnico de control de calidad en producción industrial.
- Técnico en análisis biológico y químico de alimentos.
- Técnico de procesos productivos agroindustriales.
- Administrador de equipos de investigación agroindustrial.
- Técnico de evaluación y control en la producción agroindustrial.
- Responsable de PYME agroindustrial.

Banco de Ideas: "La Canastita"

Producción de zarzamoras y otras frutas del bosque de calidad

www.lacanastita.com

"Es una empresa familiar especializada en la producción de"

zorzamora desde 1995 en la provincia de Huelva. A través de su marca comercial "La Canastita", denominación heredada de una antigua fábrica familiar de conservas vegetales, reconocida con importantes premios internacionales a la calidad en las décadas de los años 20 y 30, conjuga tradición e innovación en un proceso productivo totalmente innovador que dan como resultado zorzamoras de gran calidad que abastecen el mercado durante todo el año."

6.4 MARCA TERRITORIAL DE AGRICULTURA Y GANADERÍA ECOLÓGICA

La agricultura y ganadería Ecológica hoy en día tienen multitud de personas seguidoras por la calidad y seguridad de sus productos. La Sierra de Aracena y Picos de Aroche, tiene materias primas y un entorno que favorece la producción de estos productos pero requiere de la cooperación tanto de administraciones, empresas y productores para generar una marca que unifique los productos ecológicos de los sectores de la agricultura y ganadería. Esto garantizaría la visualización y el reconocimiento del territorio, compitiendo de forma conjunta en el mercado con una marca genérica de calidad y garantía en su producción con valores únicos del territorio y denominación de origen.

Dentro de este sector se incorporan numerosas variedades que con una buena estrategia de marketing y un buen producto pueden también generar de forma individual sectores de venta en el mercado de los productos ecológicos y sus derivados como:

- Huevos Ecológicos.
- Aceite Ecológico.
- Carnes Ecológicas.
- Agricultura Ecológica.
- Yogures con leche y frutos ecológicos de vaca y cabra.
- Embutidos y jamones artesanales.

Banco de Ideas: "La Última Dehesa"

Venta de productos serranos artesanos online
www.laultimadehesa.es

"Paz, clima, paisaje y relación entre hombre y naturaleza hacen posible un ecosistema único en el mundo: La dehesa. Hace siglos que nuestros antepasados comenzaron con una tradición que hoy mantenemos, tradición que aprendimos de nuestros padres y abuelos. Desde siempre, en las casas de los pueblos de nuestra zona se realizaban de manera artesanal los mejores productos con la mejor materia prima: el cerdo ibérico. Hoy, lejos de la manera industrializada seguimos fabricando nuestros productos como antaño."

6.5 AGROTECNOLOGÍA

Existen oportunidades de empleo en el sector de la investigación que puedan desarrollar innovaciones en materia de agricultura y ganadería. Sus titulaciones se encuentran especialmente en biología, bioquímica, bioingeniería y veterinaria.

Independientemente de los profesionales en investigación necesarios para que un territorio sea competitivo en materia de agricultura y ganadería en un futuro, el modelo de desarrollo competitivo debe estar basado en la utilización de herramientas de gestión en el sector TIC, debido a las nuevas exigencias del mercado tecnológico. En este sector se brindan oportunidades como:

- Mercados electrónicos.
- Etiquetado y codificación de productos.
- Monitorización y captación de datos.
- Biotecnología para mejorar los cultivos y la salud del ganado.

Banco de Ideas: "Bynse"

Big Data al servicio de la Agricultura
www.bynse.com

"La familia de productos Bynse permite a los gestores y productores agrícolas controlar, desde cualquier dispositivo con conexión a Internet, el estado actual y las necesidades futuras de sus cultivos, desde el punto de vista suelo-planta-clima."

6.6 ELABORACIÓN EN CONSERVAS DE PRODUCTOS

La comarca cuenta con una variedad micológica muy extensa cada vez más conocida por expertos gastronómicos y por personas amantes de la naturaleza y sus productos. Además de las setas también ofrece otras especies y frutos menos conocidos como la castaña al igual que productos elaborados artesanalmente como el tomate embotellado muy típico en los hogares del entorno. La elaboración artesanal y las conservas procedentes de productos silvestres comestibles como las setas, ofrecen opciones de nuevos productos en un mercado aún por explotar.

Banco de Ideas: "Hifas da Terra"

Venta de productos derivados de las Setas
www.hifasdaterra.com

"Hifas da Terra es una empresa que en poco más de una década ha logrado aunar innovación, sostenibilidad, ecología y rentabilidad a partir de la investigación y el desarrollo aplicados a la micología. Su actividad, única en Europa,

desgrana cada una de los nuevos productos que se obtienen de las setas y contribuye a la puesta en valor de los productos naturales y el paisaje autóctono.”

6.7 PROVEEDORES INTEGRALES PARA LA INDUSTRIA AGRÍCOLA, GANADERA Y CÁRNICA

En una tierra donde la actividad económica con más soporte proviene de la industria agrícola, ganadera y cárnica, existen numerosas demandas en torno a productos de alimentación, etiquetado, preparado, embalaje, etc. que provienen de estas actividades que no pueden ser satisfechas directamente por la falta de empresas que cubran estas necesidades en el territorio. Los propios productores demandan empresas que puedan ofrecerles los siguientes productos:

- Etiquetados.
- Cuerdas.
- Cartonaje y plástico para el embalaje.
- Fundas para embutidos.
- Pienso.
- Productos fitosanitarios.
- Abonos.

6.8 ALOJAMIENTOS TEMATIZADOS PARA PERFILES DE CLIENTES ESPECÍFICOS

En el sector turismo se está experimentando una importante evolución como consecuencia de los nuevos perfiles de turistas y el desarrollo tecnológico. Los clientes solicitan lugares más adaptados a sus necesidades y gustos. Esto deja a un lado al turismo generalista y deja paso a un turismo personalizado donde la persona que visita el destino ve cubierta su demanda en el consumo de un alojamiento y servicios excelentes adaptados a su filosofía de vida. Hoy en día podemos encontrar perfiles tan variados como:

- Familias monoparentales: Un solo progenitor/a e hijos.
- Singles: Personas solteras.
- Pank: Mujeres con sueldos medio-altos sin hijos pero sí con sobrinos/as.
- Familias con niños.
- Turismo de lujo.
- Dueños con mascotas.
- Millenials: Jóvenes menores de 30 años.
- Etc.

Banco de Ideas: “Glamping”

Red de Camping de Lujo.

www.glamping.com

“Un mundo de alojamientos originales y lugares únicos, en plena naturaleza y con todas las comodidades.”

6.9 CICLOTURISMO

La climatología, la geografía y el patrimonio etnológico, natural y gastronómico de la Sierra de Aracena y Picos de Aroche, hacen de este lugar un espacio muy demandado por un perfil muy concreto de visitantes que solicitan cada vez más servicios adaptados a sus necesidades deportivas y familiares. Cada vez son más los centros de BTT que se traducen en espacios adaptados para los practicantes de la bicicleta, con rutas señalizadas y organizadas donde puedan alternar el disfrute del entorno y la tranquilidad de unos servicios bien diseñados tanto para las personas amantes de la bicicleta como para los familiares que acompañan pero no practican el deporte.

Banco de Ideas: “Bikefriendly”

Alojamientos y Servicios para ciclistas.

www.bikefriendly.bike

“Es un sello de calidad, pionero en España, que certifica alojamientos turísticos para ciclistas y empresas “amigas de la bici”. Además ofrece servicios de consultoría especializados en cicloturismo. Ser Bikefriendly va más allá de lo meramente material como puede ser el interés por la bicicleta. Nuestro corazón late dentro de un piñón, y con cada latido mostramos nuestro compromiso con el Medio Ambiente, nuestra preocupación por la salud, por el bienestar personal y social, ponemos el acento en el ahorro económico y energético, nos esforzamos por dar vida a ese niño interior y vivir la vida en momentos y no en minutos...”

Banco de Ideas: “Hostal Ameztia”

Alojamiento BTT.

www.ameztia.com

“Ameztia es un negocio familiar que cuenta con una trayectoria de más de 70 años. Cada generación ha aportado una nueva innovación al negocio. Y ahora nos tocaba a nosotros, Jorge y Maribí. Llevamos más de una década al frente del negocio y con un afán de superación e innovación hemos creado el primer centro BBT de Navarra”.

6.10 SERVICIOS DE TRADUCCIÓN E INTERPRETACIÓN

Cada vez son más las personas extranjeras que visitan el territorio. Actualmente existe una dependencia creciente al turista nacional que está desviando esfuerzos que adapten la oferta turística a un mercado cada vez más creciente internacional. Muchos son los aspectos que tendrían que actualizarse en torno a la estrategia turística como por ejemplo la simplificación de una oferta que sea entendible

para el turista internacional, políticas inclusivas turísticas donde todos los sectores estén implicados, comunicación internacional de una marca definida del territorio y por supuesto una oferta adaptada al lenguaje internacional como es el inglés. El servicio más solicitado dentro de este pequeño movimiento de turistas extranjeros que visitan la zona, es una oferta de guías locales que hablen el inglés para que puedan interpretar y mostrar el entorno desde el conocimiento más profundo de la zona. En este sector existen muchas posibilidades donde generar movimientos sostenibles para atraer al turismo internacional amantes de espacios naturales y una tradición arraigada.

Banco de Ideas: “Centro MundoLengua”

Programas Educativos para Extranjeros.

www.centromundolengua.com

“Programas de inmersión lingüística y cultural con familias españolas y tours culturales por España para colegios, institutos, universidades y profesores de español en el extranjero.”

6.11 OFERTA INTEGRADA DE EXPERIENCIAS SINGULARES

Se está evolucionando hacia un modelo turístico enfocado a las experiencias donde la mayor motivación es sentir emociones únicas. Esta tendencia a la vez requiere exigencias de un buen servicio donde las experiencias estén bien diseñadas, ofreciendo al turista un valor único que no puede experimentar en otro destino. Uno de los aspectos más señalados por los turistas entrevistados, ha sido el encuadre del destino dentro de la gastronomía y la naturaleza. Esto deja al descubierto un nicho de mercado muy demandado donde la oferta de experiencias ofrece al turista una forma distinta de conocer el destino de manos de agentes locales profesionales que les conducen a las experiencias más auténticas en torno al descanso, gastronomía, desconexión, salud y naturaleza.

Banco de Ideas: “Foodieandtours”

Experiencias Únicas Gastronómicas por toda España.

www.foodieandtours.com

“Es el primer ‘marketplace’ de experiencias gastronómicas con un inventariado de actividades organizadas por profesionales del turismo y la gastronomía privada de pueblos y ciudades”

Banco de Ideas: “Trip4Real”

Actividades y Rutas por gente local.

www.trip4real.com

“Conectar a viajeros con gente local para que vivan una experiencia auténtica y diferente al turismo convencional. Trip4real es una nueva manera de viajar en la que ofrecemos

al viajero la oportunidad de conocer la verdadera esencia de ese lugar que visita a través de actividades y rutas únicas creadas y guiadas por gente local. De esta manera fomentamos el intercambio cultural haciendo de cada viaje una experiencia mucho más enriquecedora.

A la vez, ayudamos a la creación de nuevos microemprendedores ya que cualquier persona con un hobby o una pasión tiene la oportunidad de compartirlo con viajeros en forma de actividad y, a cambio, recibir una remuneración económica.”

6.12 EMPRESAS TIC DE PROMOCIÓN TURÍSTICA

Las nuevas tecnologías están revolucionando el mundo. Aquello que hoy en día no esté en Internet no existe para los nuevos consumidores que requieren de las nuevas tecnologías para mejorar sus experiencias de usuario. El sector turismo tiene que hacer una fuerte apuesta en torno a las tecnologías como el servicio de venta y postventa, facilitar información de calidad sobre el destino, etc. Para ello es importante contar con empresas especialistas en comunicación y publicidad online que ofrezcan servicios relacionados con la reputación online, generar tráfico en la Web, fidelizar personas usuarias al destino, distribuir de forma correcta los contenidos, aplicar actualizadas estrategias SEO y diseño de aplicaciones destinadas a realizar servicios específicos que mejoren y faciliten la experiencia turística.

Banco de Ideas: “Touristeye”

App para planificar viajes.

www.touristeye.es

“Es una guía de viajes para descubrir los mejores lugares de mano de otros viajeros.”

6.13 TRANSPORTE PÚBLICO COMARCAL

Este espacio tiene ciertas peculiaridades, entre ellas que sus municipios están separados, lo que dificulta en gran medida el desplazamiento entre ellos tanto para la ciudadanía como para las personas que visitan el destino. Existe una red de autobuses que conecta Sevilla y Huelva con la sierra, e incluso algunos pueblos entre sí, pero sus horarios a veces no garantizan la disponibilidad necesaria de un transporte de cercanías. Esto se suma a la carencia de los senderistas que tienen dificultades para poder desplazarse desde el final de senderos hasta sus coches, lo que constituye una limitación que disminuye el potencial y la accesibilidad de los recursos naturales del territorio.

Se hace cada vez más importante crear una red de transporte que pueda integrar ciertos servicios para la ciudadanía.

nía para que éstos puedas realizar sus gestiones diarias y potenciar el contacto entre municipios al igual que un servicio que facilite los desplazamientos entre senderos y los diferentes lugares que integran el destino.

Banco de Ideas: “BlaBlaCar”

Plataforma donde conectan conductores y pasajeros para compartir coche.

www.blablacar.es

“Conectamos conductores que tienen asientos vacíos en su coche con pasajeros que buscan viajes. Tenemos más de 8 millones de usuarios en España y Europa y más de 1.000.000 de usuarios organizan sus viajes en coche compartido cada mes a través de nuestra web y de nuestras Apps móviles. Al compartir viajes de media-larga distancia, nuestra comunidad aumenta la eficiencia en el uso del coche privado dado que supone un ahorro económico y reduce su impacto medioambiental..”

6.14 SERVICIOS DE ORIENTACIÓN SOCIOLABORAL

El creciente aumento de las tasas de personas desempleadas de diferentes edades requieren medidas relacionadas con la calidad y mejora de los servicios de orientación sociolaboral que consisten en proporcionar el asesoramiento, información y entrenamiento en diferentes habilidades que faciliten su inserción profesional como la definición del perfil profesional, realización efectiva del CV, comunicación, al igual que servicios personales de autoconocimiento y autoestima tan importantes en la búsqueda activa de empleo.

Banco de Ideas: “Huelva Activa”

Empresa de orientación sociolaboral.

www.huelvactiva.es

“La Asociación Sociolaboral Huelva Activa es una entidad sin ánimo de lucro cuyo objetivo fundamental es el fomento de la empleabilidad, poniendo en marcha acciones que nos ayuden a implementar un marco integral para la promoción del empleo, la formación y la participación en valores. En pos del cumplimiento de dicho objetivo, nuestra entidad pone a disposición de toda la población susceptible de participar en nuestras acciones diferentes servicios.”

6.15 EMPRESAS DE INSERCIÓN SOCIOLABORAL

En el entorno hoy en día existen personas vulnerables que tienen mayores dificultades para encontrar trabajo. Las empresas pueden ayudar a minimizar el impacto que estas personas sufren en el mercado laboral, incluyendo a

perfiles como personas con discapacidad, mayores de 45 años y personas paradas de larga duración en sus ofertas de trabajo. Las empresas carecen de información en torno a la inserción social que incluye ayudas para empresas o proyectos que quieran impulsar iniciativas de inserción sociolaboral que generen puestos de trabajo en torno a las habilidades y potencialidades de un sector que carece de atención y ayuda para el sentido de permanencia en la sociedad.

Banco de Ideas: “La Fageda”

Elaboración de productos lácteos

www.fageda.com

“Iniciativa social que tiene como finalidad la integración laboral de las personas de la comarca de la Garrotxa (Girona) que sufren discapacidad intelectual o trastornos mentales severos en la producción y comercialización a nivel nacional de postres lácteos, helados y mermeladas.”

6.16 AYUDA A DOMICILIO

La inclusión de la mujer en el mercado laboral, el envejecimiento de la población, la ausencia de servicios centralizados, los desplazamientos entre municipios, etc. ocasionan la falta de tiempo y espacio para los miembros de una familia que atienden a personas dependientes como ancianos, niños y personas con discapacidad. Para lograr el equilibrio personal entre la vida laboral, social, familiar y el ocio además de la autonomía de las personas dependientes en su medio habitual, es necesaria la ayuda de profesionales del cuidado donde de forma puntual y con los requisitos personales y profesionales necesarios para este sector, puedan ejercer de acompañantes y cuidadores en sus hogares.

Banco de Ideas: “Yoopies”

Plataforma online para encontrar ayuda a domicilio.

www.yoopies.es

“Es la primera plataforma social gratuita que permite a los padres y familiares encontrar fácilmente a una canguro o un cuidador gracias a las recomendaciones de sus amigos y cerca de casa.”

6.17 INICIATIVAS DE COLABORACIÓN EMPRESARIAL

La colaboración empresarial se presenta como un nuevo yacimiento de empleo debido a la presencia de esta necesidad en casi todos los sectores encuestados. Construir una iniciativa donde las empresas con actitud de colaboración se unan para aportar conocimientos, innovar, adquirir nuevas perspectivas y promover la cooperación entre los

diferentes sectores con el objetivo de mejorar el posicionamiento de las empresas del mercado, uniendo esfuerzos y creando una marca representativa donde se identifiquen empresas comprometidas con la calidad de sus productos y servicios mejorando así la situación socioeconómica del entorno.

Banco de Ideas: “Doble On Huelva”

Grupo de cooperación empresarial de Huelva
www.dobleon.es

“Grupo de cooperación empresarial que aúna experiencias y afán emprendedor promovido por sus valores: empatía, confianza, calidad, compromiso y responsabilidad social, contribuyendo con entusiasmo al desarrollo económico, social y cultural de nuestra provincia.”

6.18 EMPRESAS DE DESARROLLO TECNOLÓGICO

Hoy en día los entornos rurales son los escenarios ideales para el desarrollo de empresas cuyo potencial se encuentra en el uso de las nuevas tecnologías como herramienta base para su actividad empresarial. El desarrollo tecnológico es crucial para proporcionar medios concretos que mejoren el rendimiento de los sectores mediante el diseño del contexto adecuado para ampliar mercado, afianzar los sectores y contribuir al desarrollo social de la comunidad. Drones para la agricultura, Big Data para la recopilación de la información, diseño de App para facilitar la experiencia de usuario, comercio electrónico para productos de la zona, creación de videojuegos, etc. dejan al alcance un mercado aún poco conocido en el entorno rural para atraer y fijar talentos en un sector tan importante en la era de la comunicación y las tecnologías. Para ello es imprescindible impulsar desde la administración pública el uso de una red de calidad para el uso más fluido de Internet.

Banco de Ideas: “The Magic Turn”

App para no hacer cola.

“Como esos dispensadores rojos de números de toda la vida, The Magic Turn permite que los negocios se registren en su sistema y, a través de él, otorguen turno a todos los clientes que dispongan de un teléfono Android o iOS para que puedan consultar en todo momentos el tiempo aproximado de espera que les queda para calcular cuándo han de presentarse en el local”

Banco de Ideas: “Past View”

Una máquina para viajar en el tiempo.
www.pastview.es

“Past View es toda una experiencia sensorial que te permi-

te vivir el pasado. Gracias a unas gafas Past View podrás viajar en el tiempo, admirar cómo era un espacio concreto en una época determinada. Ver cómo eran los edificios, los comercios, las calles, las plazas. Podrás interactuar con los personajes de este periodo, que te guiarán y mostrarán todos los detalles de lo que irás viendo.”

6.19 ESPECIALISTAS EN ACCESIBILIDAD UNIVERSAL DE ENTORNOS RURALES.

A veces puede resultar complicado en un entorno rural poder acceder a lugares por la orografía del terreno pero más dificultad experimentas cuando eres una persona con discapacidad. El turismo y el comercio inclusivo necesitan adaptar las nuevas tendencias en el diseño, desarrollo y comercialización de los productos y servicios que se ofrecen en un entorno rural, no sólo para los turistas sino también para una sociedad cada vez más envejecida que necesita poder acceder fácilmente a los servicios que ofrecen sus municipios. Hay un mercado muy amplio que aún no se está explorando en torno al desarrollo de propuestas y herramientas para la accesibilidad física y social.

Banco de Ideas: “Cooperativa Altavoz”

Miradas que aportan valor
www.altavozcooperativa.org

“Somos una cooperativa de integración social, que trabaja con el objetivo de lograr más autonomía para todas las personas. Nuestros servicios como la lectura fácil, Evaluación, Accesibilidad y Formación están enfocados en lograr el desarrollo individual y la independencia de las personas con discapacidad intelectual. Utilizamos nuestra propia experiencia para que los servicios que ofrecemos den resultado y tengan éxito.”

Banco de Ideas: “FunTrip4All”

Plataforma de Turismo Creativo Inclusivo.
www.funtrip4all.com

“Conectamos turistas con personas locales con o sin discapacidad. Satisfacemos las necesidades especiales de las personas a través de una tecnología accesible y una oferta de actividades adaptadas. Empoderamos a las personas y fomentamos la figura del micro emprendedor con o sin discapacidad.”

6.20 PROPUESTAS FORMATIVAS INNOVADORAS

La formación es uno de los pilares más importantes para el impulso del territorio. A veces las propuestas no se adaptan a las necesidades de los nuevos perfiles de personas

usuarias y a las exigencias del mercado. Esto exige otras formas de educación y actualizar las propuestas formativas para el empleo teniendo en cuenta los sectores más en auge. Esto no sólo es necesario en el fomento del empleo sino también en los centros escolares, para que los alumno/as sean, protagonistas de su propio proceso educativo y donde se conecten con la pasión y motivación que les impulse a desarrollar actitudes más proactivas.

Banco de Ideas: "Knowmads"

Escuelas Mundiales Alternativas

www.knowmads.nl

"Una escuela centrada en el aprendizaje, no en la enseñanza. Centrada en el viaje que ha de llevar a cabo una persona para convertirse en quien quiere ser."

Banco de Ideas: "Método Oreoh"

Entrenamiento educativo en Inteligencia emocional.

www.inspirakids.com

"Training en inteligencia emocional, creatividad y emprendimiento en la escuela: "formar niñ@s que saben lo que quieren y cómo lograrlo. Una experiencia educativa inolvidable que añade a su mochila de conocimientos competencias fundamentales para la vida"

6.21 INICIATIVAS ASOCIATIVAS PARA OCIO ALTERNATIVO PARA JÓVENES

El ocio nocturno se ha convertido en uno de los pocos recursos en el territorio para que la juventud pueda socializarse y contactar entre ellos. Este sector necesita un replanteamiento y una adaptación a las dinámicas juveniles para poder ofrecer alternativas de fines de semana donde el sector juvenil pueda disfrutar de espacios de encuentro donde se promueva el ocio responsable, educativo, participativo e inclusivo en espacios saludables, donde el objetivo sea potenciar iniciativas colaborativas que aporten nuevos valores y alternativas al tejido social.

Banco de Ideas: "Abiertos hasta el Amanecer"

Asociación Juvenil

www.abiertohastaelamanecer.com

"Desarrollamos un programa de ocio basado en la educación en el tiempo libre mediante actividades deportivas y culturales de carácter socioeducativo durante las tardes y noches de los fines de semana."

Banco de Ideas: "Global Shapers"

Movimiento juvenil Global

www.globalshapers.es

"Unidos por el compromiso y pasión de hacer un mundo mejor ayudando a la gente que lo compone. Estamos alineados con el Foro Económico Mundial que se dedica a mejorar la situación del mundo a través de la cooperación público – privada."

6.22 REDISEÑO DEL SECTOR SERVICIOS

Para los clientes, las diferentes ofertas que existen en los mercados perteneciente a los mismos sectores y categorías, tienden a parecerse demasiado entre ellas y en consecuencia, son fácilmente sustituibles entre sí. Una de las formas de hacer frente a los efectos negativos de la masiva oferta en los diferentes sectores es la diferenciación empresarial, dando a los clientes una razón válida para preferir a la empresa por encima de sus competidores. Para ello, es necesario el rediseño del sector servicios dotándoles de nuevos modelos más atractivos donde se modifique la experiencia de compra de sus clientes y se ofrezcan nuevos productos más innovadores.

Banco de Ideas: "Greencandy"

Tienda de golosinas saludables.

www.greencandy.es

"Es primera tienda en España especializada en golosinas orgánicas, aptas para vegetarianos y personas con intolerancias. Son golosinas no sólo para niños sino también para adultos a quienes les gusta disfrutar como niños de una forma sana y natural."

Banco de Ideas: "Mariquita Trasquilá"

Tienda online de ropa

www.facebook.com/mariquiTrasquila

www.mariquitatrasquila.com

7. ¿QUÉ PUEDO HACER DESPUÉS DE ESTO?

“Todo es posible si sabes cómo hacerlo”

Muchas son las propuestas e ideas que este estudio de NYE deja al descubierto para el diseño de nuevas oportunidades en el mercado laboral. Después de poder detectar aquellas ideas más afines a tus valores y posibilidades, llega el reto de transformarla en un modelo de negocio viable que requiera la mínima inversión para no generar riesgos irreversibles, es lo que se denomina Mínimo Producto Viable (MPV), que no es más que el producto o servicio con el mínimo de características e inversiones posibles para que sea lanzado rápidamente al mercado para evaluar y aprender sobre su uso con el objetivo de mejorarlo con la ayuda de los clientes.

Para emprender es de especial importancia responder a las preguntas:

“¿A dónde quiero ir? ¿Cuál es mi propósito?”

Escribir las metas a corto y largo plazo permite canalizar todos los recursos personales y las capacidades para conseguir los objetivos marcados. Una idea de negocio necesita no sólo conocer el camino sino también la disposición para recorrerlo. Los ingredientes necesarios para un planteamiento dirigido hacia la acción pueden ser los siguientes:

1. Saber (Conocimientos)

- ¿Cuál es la pasión en tu vida?
- ¿Está alineada tu pasión con este proyecto? ¿Cómo podrías alinearla?
- ¿Cuáles son tus talentos? ¿Cómo puedes ponerlo a disposición del proyecto?
- ¿Dónde se encuentran las debilidades de este proyecto?
- ¿Cómo podrías convertirlas en oportunidades?
- ¿Cuáles son las habilidades y conocimientos necesarios para poner en marcha este proyecto?
- ¿Cuáles tengo? ¿Cuáles no tengo?
- ¿Dónde puedo buscar aquéllos que me faltan para poder garantizar el éxito a mi negocio?

2. Hacer (Acción)

- ¿Cuál podría ser tu primer paso en el desarrollo de este proyecto?
- ¿Cuándo vas a dar el primer paso?
- ¿Qué obstáculos podrías encontrarte en el camino? ¿Cómo podrías evitarlo?
- ¿Con qué recursos cuentas para alcanzar esta nueva meta?
- ¿Qué recursos necesitas? ¿Dónde puedes encontrarlos?

¿Cuándo vas a ir a buscarlos?

3. Querer (Actitud)

- ¿Cuál es tu motivación principal para conseguirlo?
- ¿Cuándo vas a saber que has conseguido tu meta?
- ¿Cómo te sentirías cuando lo consiguieras?
- ¿Cómo afectaría a tu entorno el haberlo conseguido?
- ¿Qué sería lo mejor de lograrlo?
- Si no lo logras ¿Cómo podrías generar nuevas alternativas?
- Este nuevo proyecto ¿Cómo es de retador para ti?

¿Y si no quiero emprender?

Durante estos últimos años debido a la falta de oportunidades laborales se ha potenciado mucho el autoempleo pero no todas las personas están preparadas para asumir riesgos personales, profesionales incluso muchas veces económicos.

¿Qué hacer entonces para encontrar trabajo?

Para ello es importante señalar metas y tiempos que permitan planear una estrategia de búsqueda laboral incluyendo las siguientes pistas:

1. Orienta tu búsqueda de empleo. Detecta tus fortalezas y debilidades para generar tu perfil profesional y así poder detectar aquellos sectores dónde podrías buscar empleo.
2. Supervisa tu actitud. La actitud positiva es esencial para activar la búsqueda. Permite los altibajos y no permitas que éstos te impidan frenar tu estrategia laboral.
3. Siembra la Perseverancia. Cualquier meta requiere esfuerzo y el esfuerzo requiere perseverancia, empeño y constancia.
4. Amplia tu búsqueda. No todas las ofertas de trabajo se encuentran en portales de empleo o en oficinas. Utiliza las redes sociales como herramienta de búsqueda.
5. Networking. Asiste a espacios de networking donde ampliar tu lista de contactos que amplíen tu ratio de búsqueda.
6. Aumenta de horizonte laboral. Tal vez es el momento de hacer un cambio radical y poner tu talento a disposición de otros sectores. Identifica sectores en alza y puestos más demandados donde puedas encajar con facilidad con tus habilidades y conocimientos.
7. Complementa tu formación. El mercado cambia muy rápido. Detecta su demanda actual y rellena los huecos

con formación especializada que te permita ampliar el horizonte laboral.

8. Actualiza tu curriculum. No envíes curriculums idénticos porque ninguna empresa es igual a otra. Adapta tu curriculum a la oferta, analiza qué habilidades y conocimientos puedes poner a su disposición, piensa qué puedes aportar que otros no pueden, define tu perfil a las necesidades de las empresas.
9. El trabajo de buscar. Tu trabajo es ahora buscar trabajo, así que dedícale al menos ocho horas al día hasta conseguir tu meta.



8. AGRADECIMIENTOS

Desde el Grupo de Desarrollo Rural Sierra de Aracena y Picos de Aroche queremos dar las gracias a todas aquellas personas, colectivos y entidades que se han puesto a disposición de nuestro equipo para compartir las inquietudes y aportar soluciones que puedan dar forma a nuevas propuestas de empleo. Muchas han sido las personas que han participado de forma desinteresada tanto en las encuestas como en las reuniones, lo que nos ha permitido recopilar la mayor información posible para definir las necesidades más emergentes del territorio. Hemos recibido la mayor de las predisposiciones, lo que refleja el compromiso de la comunidad para impulsar y garantizar un futuro más sostenible y viable a nuestro entorno.

Gracias a todas y todos por el esfuerzo y cariño transmitido.

9. FUENTES

Referencias bibliográficas:

- “Informe del Mercado del Trabajo Estatal” Datos 2013. Ministerio de Empleo y Seguridad Social.
- “Inversión para el Empleo y Crecimiento” Promoción del desarrollo y la buena gobernanza en las regiones y ciudades de la Unión Europea. Comisión Europea 2014.
- “Breve guía sobre las propuestas de la Comisión Europea relativas al Desarrollo Rural en la UE después del 2013” Comisión Europea 2013.
- “Estudio de las competencias demandadas por los nuevos yacimientos de empleo y su relación con la formación continua” Unión Europea.
- “Agenda por el Empleo. Plan Económico de Andalucía 2014 – 2020” Consejería de Economía, Innovación, Ciencia y Empleo. 2014.
- Libro “La Educación encierra un tesoro. Informe Delors”.
- “Estudio de prospección del mercado laboral y los nuevos yacimientos de empleo en la Comarca de Guadix” GDR Guadix. 2013.
- “Guía para el fomento del Empleo Verde en los pequeños municipios españoles” Ministerio de Medio Ambiente, Medio Rural y Marino. 2011.
- “Plan de Desarrollo Sostenible del Parque Natural Sierra de Aracena y Picos de Aroche”

Referencias Web:

- www.emprendedores.es
- www.juntadeandalucia.es/institutodeestadisticaycartografia
- www.juntadeandalucia.es/servicioandaluzdeempleo
- www.sepe.es
- www.juntadeandalucia.es/medioambiente

“No dudes de que un pequeño grupo de ciudadanos pensantes y comprometidos pueden cambiar el mundo. De hecho, son los únicos que lo han cambiado”

Margaret Mead

Estudio realizado por **Alma Natura**

Financian:



Unión Europea
Fondo Europeo Agrícola
de Desarrollo Rural



Promueve:

