



# NICHOS DE NEGOCIO Y YACIMIENTOS DE EMPLEO PARA LOS JÓVENES DEL MEDIO RURAL



**Unión Europea**

Fondo Europeo Agrícola  
de Desarrollo Rural  
*Europa invierte en las zonas rurales*



GOBIERNO  
DE ESPAÑA

MINISTERIO  
DE AGRICULTURA, PESCA  
Y ALIMENTACIÓN



**RRN** RED  
RURAL  
NACIONAL



Aviso legal: los contenidos de esta publicación podrán ser reutilizados citando la fuente y la fecha en su caso, de la última actualización.



MINISTERIO DE AGRICULTURA,  
PESCA Y ALIMENTACIÓN

#### COORDINACIÓN:

Subdirección General de Dinamización del Medio Rural  
Dirección General de Desarrollo Rural, Innovación y Formación Agroalimentaria

#### ELABORACIÓN Y CONTENIDOS

Subdirección General de Dinamización del Medio Rural

#### Edita:

© Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación  
Unidad de Gestión de la Red Rural Nacional  
S.G. de Dinamización del Medio rural  
D.G. de Desarrollo Rural, Innovación y Formación Agroalimentaria

#### Redacción:

Universidad Rey Juan Carlos  
Doctora Ángeles Rubio Gil  
Doctor Francisco Javier Forcadell  
Doctor Sergio Andrés Cabello  
Doctor Guillermo Vázquez Vicente  
Doctora Sara González Gómez

#### Maquetación:

Komuso

NIPO (papel): 003-22-148-2  
NIPO (línea): 003-22-147-7  
Depósito Legal: M-27249-2022

Catálogo de Publicaciones de la Administración General del Estado:  
<https://cpage.mpr.gob.es/>

# Índice

	<b>Resumen</b>	<b>6</b>
	<b>Introducción</b>	<b>8</b>
<b>1</b>	<b>Nichos de mercado y yacimientos de empleo para la población más joven en el ámbito rural español: Marco teórico a través del análisis bibliométrico</b> Dra. Sara González Gómez	<b>12</b>
<b>2</b>	<b>Yacimientos de empleo y nichos de mercado para el emprendimiento: Estudio econométrico y de las tendencias del mercado de trabajo de la juventud rural en España</b> Prof. Dr. Guillermo Vázquez Vicente	<b>36</b>
<b>3</b>	<b>Factores estructurales y dinámicas generadoras de nichos de negocio y yacimientos de empleo juvenil en el medio rural en España</b> Prof. María Ángeles Rubio Gil	<b>76</b>
<b>4</b>	<b>Oportunidades de emprendimiento y empleo para la juventud en el ámbito rural. Diagnóstico a partir del Análisis Big Data de la prensa española durante el periodo 2016-2022</b> Prof. Francisco Javier Forcadell	<b>118</b>
<b>5</b>	<b>Análisis cualitativo de las actividades de presente y futuro para el empleo y el Emprendimiento de la juventud en el medio rural en España</b> Prof. Dr. Sergio Andrés Cabello	<b>144</b>
	<b>Conclusiones</b>	<b>168</b>
	<b>Anexos</b>	<b>172</b>
	<b>Autores/as</b>	<b>188</b>





## Resumen

Los *Nichos de Mercado* desde la óptica de la creación de nuevas empresas y los Nuevos Yacimientos de Empleo (NYE) como objeto de la Sociología del Trabajo, consisten en oportunidades fehacientes de ocupación laboral; y de gran interés a la hora de incentivar la contratación y el emprendimiento entre la población más joven. Definidas tanto por la evolución y tendencias de la empleabilidad, y dirigidas por las del consumo y los cambios socio-estructurales, son del máximo interés a la hora de emprender acciones políticas y formativas, así como trayectorias profesionales.

Sin embargo, para conocer ambos fenómenos, al problema del cambio constante en la dirección de las necesidades sociales y de las modas en la producción y el consumo de bienes y servicios, se une un segundo problema para determinar los *Nichos de Negocio* y los *Nuevos Yacimientos de Empleo*, y que reside en que no siempre puede asegurarse el futuro de actividades y ocupaciones de carácter emergente; tampoco poder desagregar actividad y empleo de menores de 40 años y en zonas rurales, que en la actualidad se encuentran muchas veces intercomunicadas y comparten empleo y consumo con las más urbanizadas. Con objeto de poder romper la opacidad de una información tan valiosa, sobre todo en lo concerniente al empleo de las personas más jóvenes -a veces oculto tras ayudas familiares, irregularidad, becas, eventualidad extrema, etc.-, se ha realizado una investigación por parte del equipo NONNOBIS-URJC *Social Research*, a través de 5 métodos complementarios de aproximación. Es decir, triangulando distintos métodos, fuentes, técnicas de objetivación tanto cualitativas, como cuantitativas, y perspectivas disciplinares de los investigadores/as.

En primer lugar, se ha realizado un estudio del marco conceptual a través del análisis documental y del estado de la cuestión de los NM y NYE con un análisis bibliométrico en las principales de bases de datos científicas en los últimos 5 años; y que, conjuntamente con el análisis Big Data posterior de la prensa, confirma la escasa preocupación que ha despertado en el mundo académico, pero un interés creciente en el mundo de la comunicación sobre oportunidades de empleo y nichos de negocio para la juventud rural. De forma paralela, se ha profundizado en los sectores y ocupaciones, su evolución y tendencias de los mercados de trabajo rurales en España, a través de la explotación econométrica de fuentes estadísticas oficiales, consiguiendo una imagen veraz de las 'actividades nicho' y las ocupaciones 'yacimientos'

en la actualidad. Seguidamente se ha procedido al análisis estructural y a un conjunto de estudios de casos consideradas por las altas tasas de ocupación juvenil, de relevo generacional y emprendimiento en 'actividades nicho', manteniendo asimismo la población más joven. Todo ello ha permitido conocer los subsectores pujantes, las ocupaciones más dinámicas y las sinergias empresariales y factores socio-institucionales que los favorecen, como la formación profesional específica y la inversión en sectores precisos, como la economía verde, de los cuidados, la domótica y la digitalización; y que se han plasmado la propuesta de 20 subsectores de actividad y ocupación. Por último, se han realizado 30 entrevistas en profundidad a personas expertas en desarrollo rural, sobre los factores de oportunidad y limitaciones para el emprendimiento, para que proliferen estas nuevas expectativas de empleabilidad, mayor calidad de vida para los territorios y la sociedad en su conjunto; todo ello, en tiempos de emergencia climática y medioambiental, al comprobar que muchos de estos empleos se encuentran precisamente en la conservación del medio y el desarrollo de 'poblaciones inteligentes', y por tanto, en ámbitos predilectos de las nuevas generaciones.





## Introducción

Los procesos de industrialización durante los siglos XIX y XX trajeron consigo la concentración urbanística de las ciudades, como también, mejores condiciones de mercado para la comercialización y el consumo en las zonas rurales; las cuales quedaron reducidas a proveedoras de materias primas con poco o ningún valor agregado (Harris, 1969; Tauger, 2010; Arias-Vargas *et al.*, 2022). Los empresarios/as del campo debieron asumir retos continuos para mantener la competitividad de sus negocios, adaptando su actividad a las prerrogativas administrativas y a las oportunidades de los mercados en actividades típicas del hábitat rural: agropecuarias, energéticas, mineras, en parte turísticas...

De este modo, las proyecciones sociales sobre el éxito laboral se han asociado cada vez más con las profesiones urbanas de ‘cuello blanco’, frente a las más penosas de la industria o el sector primario. Sin embargo, las representaciones de generaciones pasadas poco tienen que ver con la estructura socioeconómica de las sociedades actuales; con un sector primario cada vez menor, más considerado y automatizado, un sector industrial con unas condiciones de trabajo muy reguladas, y un sector terciario que pierde efectivos y prestigio al paso agigantado de la digitalización de sus ocupaciones, en las finanzas, el comercio, etc. **En este entorno se cierne el cuarto sector como refugio del paro estructural y yacimiento por excelencia del nuevo empleo**, pero también aquellas **ocupaciones derivadas de los nuevos cambios sociales** junto con aquellas otras más **complicadas de automatizar o que requieren del trabajo personal y altamente cualificado**: la economía del cuidado, la economía verde, la formación, la investigación, el turismo, o la agricultura de calidad.

El término ‘**yacimientos de empleo**’, parte de postulados a partir del Informe Delors de La Unión Europea (1993), que consideran que las transformaciones tecnológicas acontecidas en las sucesivas revoluciones industriales han afectado negativamente a la ocupación por efecto de dicha automatización, pero que estas también **han ido generando una serie de nuevas necesidades de mano de obra**. Los yacimientos de empleo son a su vez **resultado del descubrimiento “de nichos de mercado” fehacientes en actividades que generan empleabilidad**. Sin embargo, como afirma Lorenzo Cachón (1998), “yacimientos de empleo son potencialidades, que para transformarse en realidad de empresas y de empleo necesitan una serie de condiciones especiales”. Es decir que, si las nuevas condiciones afectan profundamente a los nuevos yacimientos de empleo, también requieren personas emprendedoras capaces de entender las nuevas

demandas sociales y que posean las características que requiere la iniciativa empresarial innovadora (Álvarez González, 2005).

En este sentido, existen, como se verá a lo largo de este conjunto de investigaciones, nuevos factores para albergar esperanzas sobre el futuro de la ocupación en el mundo rural, pero para ello es imprescindible mayor interés por incentivar la participación política y económica de la población más joven. Internet ha llegado a casi todas las poblaciones, y con ello las redes sociales, y el comercio electrónico, y disipando diferencias entre mundo rural y urbano. Mientras las cohortes de nativos digitales, *millennials*, y más aún en lo concerniente a la Generación Z (nacidos entre 1994 y 2004), cuentan con una serie de valores (ecológicos, sobre inclusividad, autenticidad cultural, etc.), en conjunto más proclives a la residencia en el hábitat rural (Rubio Gil y Sanagustín Fons, 2019). Además, sus competencias digitales, audiovisuales y para la comunicación mediada a escala internacional, les permiten sortear aspectos como la distancia o el aislamiento y contar con mayores facilidades para el auto-aprendizaje hacia esa nueva ruralidad más tecnológica y diversificada.

Siguiendo la encuesta de 13 de agosto de 2021 realizada por el Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación, a través de la Red Rural Nacional (RRN), los menores de 41 años han valorado con un 8,87 sobre 10, la satisfacción de vivir en el medio rural. Respecto a las necesidades que demandan estos jóvenes para querer quedarse a vivir en núcleos rurales, el 32% de las respuestas estaban orientadas a tener un empleo y mayores oportunidades laborales. Un 22,74% de los encuestados daban mayor importancia al autoempleo y al emprendimiento, para lo que reclamaban formación específica. Una demanda que se hace aún más acuciante, en lo que concierne a las actividades del sector primario.

Por otra parte, la ocupación juvenil en España es una de las principales rémoras de la estructura socioeconómica. Un hecho que compromete desde hace décadas la formación de nuevas familias, y hasta el desarrollo social y económico, sobre todo cuando se trata del desempleo de las personas más jóvenes en el medio rural, en tanto afecta a su permanencia en los territorios que más lo necesitan, las trayectorias de generaciones y el propio futuro del Estado del Bienestar. Es por todo ello que, la empleabilidad es un reto para administraciones y especialistas, y un problema endémico en las poblaciones pequeñas y de ruralidad recesiva, pero que afecta a todos, tanto en cuanto la



despoblación impacta negativamente en la conservación de la superficie forestal y el medioambiente; como se ha puesto de manifiesto y de forma acuciante con los incendios en la península ibérica durante el verano 2022.

Sin embargo, variables como la educación, que normalmente interactúa de forma positiva con el emprendimiento y el empleo, en el mundo rural suelen incidir en sentido contrario, debido a unas expectativas profesionales menos favorables en este hábitat, produciéndose la lesiva paradoja de que, cuanto mayor es el nivel de educación alcanzado, mayor es también el abandono del medio rural por parte de la población más joven. Por otra parte, la tasa de abandono de los estudios es proporcional al nivel de urbanización (13% urbana, 16% intermedia, 18% rural) según datos del Fondo Español de Garantía Agraria (FEGA) de 2017, por razones como la ausencia de enseñanza secundaria en algunas poblaciones, de especialidades relacionadas con el empleo local, pero, sobre todo, por suponer que la permanencia de las zonas rurales no precisa de mayor cualificación, mientras la emigración juvenil para estudiar supone mayor coste, pero una esperanza de mejores trayectorias personales y profesionales.

Estos presupuestos deberían ser puestos en cuestión públicamente, en la medida en que la mayor cualificación profesional en el mundo rural está deparando mejores condiciones de trabajo y una calidad de vida superior, y que se detectan movimientos demográficos hacia poblaciones de menor tamaño, por ejemplo, en Cantabria. Asimismo, la crisis tras la pandemia del 2020 todavía no superada en 2022 ha revalorizado aspectos como la proximidad de la cadena alimentaria, segundas residencias y la mayor distancia social; y de forma relativa el teletrabajo, que ha quedado normalizado, pero del que se han puesto en evidencia sus pros y contras.

La importancia de la promoción del empleo juvenil en el medio rural ha sido considerada como estrategia fundamental para frenar su emigración masiva a las ciudades, y cuya puesta en marcha nace del plan DRI (Desarrollo Rural Integrado) promovido por la Unión Europea, postulando el interés por el empleo de calidad, más allá del sector primario y con mayor participación de la sociedad civil y distribución de los beneficios y prestaciones sociales. Algo que todavía no ha calado suficientemente en la población más joven. En cuanto al emprendimiento juvenil, este ha sido ampliamente estudiado, tanto desde el ámbito académico, como desde organismos internacionales (Pérez Díaz, 2015; TFW, 2011).

Puede decirse por tanto, que es la empleabilidad juvenil por cuenta propia o ajena la "asignatura pendiente" para completar la transición promovida por la Política Agraria Comunitaria (PAC) en las últimas décadas, a través de los fondos estructurales (FEGA, FEDER, FSE, etc.), destinados a la diversificación ocupacional (con miras más allá de la agricultura), a la transición energética y a un desarrollo endógeno, que conserve y revalorice los recursos materiales y culturales de los pueblos europeos. Y es, por tanto, el estudio de nuevas oportunidades de negocio y empleo en nuevas y viejas actividades la vía para terminar con el desequilibrio etario que incide en otros igualmente importantes: de carácter poblacional (envejecimiento de las poblaciones rurales con crecimiento vegetativo negativo y hacinamiento de las urbanas), de género (baja tasa de feminización), ambiental (para el cuidado del campo) y genésicos (de regeneración comunitaria y supervivencia de la cultura y el entorno).

En este entorno crítico, se propone la detención de las actividades más prósperas para la juventud en zonas

rurales, contando para ello con lo que puede describirse como estrategia "de nicho". Es decir, empleando como modo de introducción en los mercados internacionales, una alta especialización de la oferta y atención a las necesidades y tendencias de segmentos de mercado específicos. Contando para ello con 5 métodos complementarios de aproximación que triangula distintos métodos, fuentes, técnicas de objetivación tanto cualitativas como cuantitativas, y perspectivas disciplinares de los/as investigadores/as.

Para comenzar, con el primer capítulo de la doctora Sara González Gómez se ha delimitado el contexto de donde parten los conceptos **NM** y **NYE de la población más joven en el medio rural español, con la revisión de la literatura científica a partir del análisis bibliométrico**. Comprobando las propuestas en la literatura internacional en la actualidad, a partir de las publicaciones científicas durante el último lustro, en las bases de datos internacionales más relevantes Scopus, Web of Science y Google Scholar.

El análisis teórico se ha complementado seguidamente con el marco empírico sobre la situación de estos dos fenómenos en España en la actualidad, con el capítulo del Profesor Guillermo Vázquez Vicente; **un estudio econométrico y de las tendencias del mercado de trabajo para el caso de la juventud rural en España**, y en el que se definen los principales yacimientos de empleo y nichos de mercado que se han encontrado para este colectivo, a través de la información contenida en diferentes informes oficiales y profesionales, con lo que ha podido determinarse las ocupaciones y sectores profesionales considerados más dinámicos, así como las posibilidades que otorgan el teletrabajo y el emprendimiento autónomo.

El conjunto de métodos permite salvar los sesgos de un solo método y una o varias técnicas de investigación, se ha abordado asimismo con el tercer capítulo en el que se aplican técnicas cualitativas, cuantitativas y mixtas en diversos estudios de casos, con los que conseguir desentrañar los **factores estructurales y las dinámicas generadoras de nichos de negocio y yacimientos de empleo juvenil en el medio rural en España**. Con ello se han determinado 20 áreas de actividad pujante y en cada una un conjunto de ocupaciones emergentes más demandadas en los distintos tipos de municipio rural.

En cuarto lugar, a través del capítulo **Oportunidades de emprendimiento y empleo para los jóvenes en el ámbito rural**, del profesor Francisco Forcadell, se ha realizado un diagnóstico a partir de la prensa española durante el periodo 2016-2022, empleando para ello técnicas de Análisis Big Data. Son las bases de datos fundamentales para vencer la opacidad informativa en la Sociedad de la Información, en la que precisamente la digitalización y el desarrollo de las TIC permiten el tratamiento de una

cantidad ingente de datos. Es por ello, que, frente a una cuestión tan trascendente como la empleabilidad juvenil en el medio rural, pero escasamente tratada en la literatura académica y en las Redes Sociales previamente sondeadas, se ha realizado el Análisis Big Data para contestar a las preguntas: sobre la incidencia de nichos de negocios y yacimientos de empleo en este ámbito, y, en segundo lugar, cuáles son y en qué sectores se tratan en los medios escritos.

Y, por último, Sergio Andrés Cabello ha realizado un **análisis cualitativo de las actividades de presente y futuro para el empleo y el emprendimiento de la juventud rural en España, por medio de entrevistas en profundidad** a expertos cualificados sobre educación, empleo y creación de empresas de las personas más jóvenes en el medio rural; a partir del cual se ha obtenido un diagnóstico de las oportunidades de empleabilidad, así como un decálogo de recomendaciones.

María Ángeles Rubio Gil,  
24 de agosto de 2022

## Referencias

- Álvarez González, J.A. Borges, A., González, O (2005). Yacimientos de empleo e iniciativa empresarial: El caso de canaria. *Revista del Ministerio de Trabajo y Asuntos Sociales*. N. 56. Madrid.
- Arias-Vargas, F.J., Ribes-Giner, G., y Garcés-Giraldo, L. F. (2022). Emprendimiento rural: una aproximación histórica. *Revista de Ciencias de la Administración y Economía*. Retos, 12(23).
- AA.VV. (2015). El Problema del empleo juvenil. Espacio Público Madrid: Fundación Rafael del Pino.
- Delors, J. (1993). *Growth, competitiveness and employment: the challenges and ways forward into the 21st century*. White Paper, Supplement, 6, 93.
- Ferrándiz Molina, J. (2021). Caracterización del emprendimiento agrario en España y análisis de su ecosistema Identificación de retos y oportunidades UVA.
- Harris, M. (1969). Shifts in entrepreneurial functions in agriculture. *American Journal of Agricultural Economics*, 51(3), 517.
- Tauger, M. B. (2010). *Agriculture in World History*. Routledge.
- Cachón Rodríguez, L. (1998). "Juventud y nuevos yacimientos de empleo: retos y posibilidades", *Estudios de Juventud*, N. 41. Injuve. Madrid.
- Pérez Díaz, V. (2015). *El Problema del empleo juvenil*. Espacio Público. Fundación Rafael Pino.

## Capítulo 1



# Nichos de mercado y yacimientos de empleo para la población más joven en el ámbito rural español:

Marco teórico a través del análisis bibliométrico

### Investigadora:

Dra. Sara González Gómez

### Grupo de Investigación:

NONNOBIS-URJC Social Research

## Resumen

Este capítulo analiza el marco teórico de los términos ‘yacimientos de empleo’ y ‘nichos de mercado’ a partir de la revisión de la literatura científica. En primer lugar, se contextualiza el tema, objeto, oportunidad y antecedentes, para pasar de estos a la comprobación de las propuestas en la literatura internacional en la actualidad, a partir de las publicaciones científicas durante el último lustro, en las bases de datos internacionales más relevantes Scopus, Web of Science y Google Scholar. Una visión general del estado actual de producción de conocimiento que permita a futuros investigadores/as proseguir en el estudio de este campo tan fértil para el desarrollo rural, como es el de la empleabilidad juvenil. Por último, se llega a la conclusión de que en el ámbito académico es muy escasa la producción sobre los temas ‘yacimientos de empleo’ y ‘nichos de mercado’, máxime en lo concerniente al mundo de la juventud rural, pero pueden extraerse conclusiones sobre las propuestas en torno a la oportunidad de implantación de cooperativas, innovación en la industria agroalimentaria, la economía verde y la formación en nuevas tecnologías.

## 1. Introducción

La gran transformación que ha experimentado la sociedad en las últimas décadas ha provocado cambios importantes en sus costumbres y en su economía. En estas circunstancias, han surgido formas de relaciones sociales que se han integrado en los planes y políticas de empleo como espacios de generación de puestos de trabajo y con ello oportunidades económicas, nuevos negocios y nuevas ocupaciones.

Las reflexiones y las actuaciones sobre los Nuevos Yacimientos de Empleo parten desde el inicio de los años noventa. Sin embargo, esto no significa que, al menos en España, se puedan considerar alcanzados los objetivos planteados en el Libro Blanco, *Growth, competitiveness and employment: the challenges and ways forward into the 21st century* (Delors, 1993), que desde la Comisión Europea fue promotor de dicha propuesta en tiempos de crisis.

Bajo este prisma de los nuevos yacimientos de empleo como solución al desempleo, encarar el empleo juvenil en el entorno rural resulta una gran oportunidad en el territorio español, que reúne todos los condicionantes para contemplar la existencia de tales ‘filones’ de ocupación:

- El desarrollo de **nuevas necesidades** de la sociedad satisfechas de modo insuficiente y cuya aparición se encuentra vinculada a las transformaciones económicas sociales y demográficas experimentadas en algunas regiones españolas. En España los desequilibrios demográficos se deben al éxodo rural del pasado siglo y, en consecuencia, una estructura demográfica desequilibrada predominando el envejecimiento de muchas zonas rurales, con falta de juventud, infancia y personas de entre cincuenta y setenta años. Un sobre-envejecimiento que arrastra un crecimiento de población en situación de extrema dependencia (Camarero et al., 2009) y, por tanto, **profesionales del subsector del cuidado**.
- La necesidad de proporcionar financiación e implementar medidas de apoyo que contribuyan a clarificar la situación de unos mercados, bien no estructurados bien inexistentes. Por ejemplo, según estadísticas recientes, una de las **principales fuentes de empleo para la población rural es la industria de la construcción**.
- El papel fundamental que juega la dimensión local en el momento de materializar la creación de empleos y el aprovechamiento de las “ventajas competitivas” de las distintas áreas. Así, por ejemplo, uno de los **principales sectores de empleo para las mujeres es el comercio y la hostelería**, generalmente en el contexto familiar.

El concepto de nuevos yacimientos de empleo ha evolucionado significativamente y se ha convertido en parte de las políticas y programas para combatir el desempleo en todos los países de la Unión. En este sentido, España se adhiere a las directrices aplicadas por los Estados miembros para paliar el desempleo, se enfrenta a los mismos retos, tiene en cuenta los temas de competitividad y crecimiento de la economía europea y las medidas para prestar servicio e implantar la política. En esta línea los **nichos pueden ser vistos como todas las actividades del trabajo, cuyo surgimiento va acompañado de cambios tecnológicos y sociales, dando lugar a nuevas necesidades y demandas que deben ser satisfechas**.

Tal y como están diseñados actualmente los mercados se verán beneficiadas las

áreas de actividad económica que respondan a las nuevas necesidades y desafíos que muchas veces enfrenta la sociedad debido a los cambios socioeconómicos. En resumen, se aprovechan los recursos económicos y de empleo que sustentan estos cambios consiguiendo las oportunidades de crecimiento. Por lo tanto, el potencial de creación de empleo es enorme. Y no es de extrañar que el Libro Blanco Europeo subraye que para obtener este reconocimiento se deben cumplir dos condiciones, como son la satisfacción de las nuevas necesidades no reconocidas de la sociedad y el desarrollo de políticas para la creación de empleo.

Sus predecesoras parecen haber sido las iniciativas de empleo local respaldadas por varios programas de organismos internacionales como la Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económicos (OCDE) o la propia Unión Europea. El principal motivo de su aparición en Europa está relacionado con el cambio en los patrones de gasto que se han producido en las



familias europeas en las últimas décadas, la inserción de las mujeres en el mercado del trabajo, el envejecimiento poblacional, el aumento de la renta per cápita, la urbanización y el auge tecnológico han transformado la sociedad. Según señalaba Sampedro (1996) por aquellas fechas: “una de las grandes diferencias entre el medio rural y el urbano es la familia tanto como unidad campesina como explotación agraria, y, que, en consecuencia, provoca desigualdades en el ámbito laboral dentro de la familia”.

**Los Nuevos yacimientos de empleo son “todas las actividades que se realizan para satisfacer las nuevas necesidades sociales y tiene un potencial de creación de empleo”** (Delors, 1993). Siguiendo estas premisas, la Comunidad Europea ha catalogado los yacimientos de empleo en cuatro apartados:

- *Servicios de proximidad:* Ayuda a domicilio, cuidado de niños/as, nuevas tecnologías de la información y la comunicación, atención a la juventud con dificultades, servicios de mediación y asesoramiento en la resolución de conflictos.
- *Servicios de calidad de vida:* la mejora de la vivienda, seguridad y prevención de riesgos laborales, así como mayor frecuencia y accesibilidad en el transporte colectivo y oferta de taxis colectivos en las zonas rurales.
- *Servicios culturales y de ocio:* Turismo, sector audiovisual, patrimonio cultural, desarrollo local y deporte.
- *Servicios medioambientales:* gestión y tratamiento de residuos, gestión del agua, gestión de la energía, energías alternativas, conservación y mantenimiento de áreas naturales, y control y gestión de la contaminación.

Por otra parte, factores como los rápidos cambios normativos, el desarrollo, los avances electrónicos y tecnológicos, están contribuyendo a la constante reestructuración de los Nuevos yacimientos de empleo. Por lo tanto, es posible presagiar que es más relevante hoy que nunca conocer las nuevas ocupaciones y actividades que tendrán buenas expectativas de futuro a medio plazo. Para ello en este artículo se abordará el análisis del estado de la cuestión, a través del análisis documental de los artículos académicos sobre Yacimientos de Empleo y Nichos de Actividad.

## 2. Metodología

La metodología utilizada para el estudio ha sido el análisis bibliométrico debido a que este método se considera de gran importancia por su capacidad para



minimizar el nivel del componente subjetivo ya sea de análisis, investigación o la actividad científica de un campo de la investigación determinado. El objetivo de esta técnica es estudiar el volumen, crecimiento y distribución de la literatura científica y, por otro lado, investigar la estructura y dinámica de los grupos que producen y consumen dicha literatura. Estos estudios son valiosos porque permiten orientar en torno a diferentes enfoques y avances de un área del conocimiento, así como diversos factores como la colaboración entre autores/as, el trabajo académico por país o región, el análisis de las citas, y el factor de impacto de las publicaciones y revistas (Sancho, 1990).

Para el análisis bibliométrico se analizan artículos científicos publicados en revistas indexadas en los rankings científicos internacionales, y excluye libros, capítulos y reseñas (Bordons et al., 2003; Palmer et al., 2005; Suriñach, et al., 2002; Selva et al., 2011). Por lo tanto, se omite toda la investigación relacionada con el desarrollo de negocios/industria/agencia no clasificada como literatura académica. Los objetivos son:

- La delimitación conceptual de los términos: “yacimientos de empleo” y “nichos de negocio”
- Clasificación de la literatura científica sobre el ámbito rural nacional en este tema.

- Identificación teorías sobre yacimientos de empleo y nichos de mercado en el ámbito rural español.

Las bases de datos elegidas son: Scopus, Google Scholar e ISI Web of Knowledge (WoS), todas con sus limitaciones respecto al objeto de estudio. En particular, la cobertura en algunas áreas y revistas es incompleta, y hay fuentes en idiomas distintos al inglés.

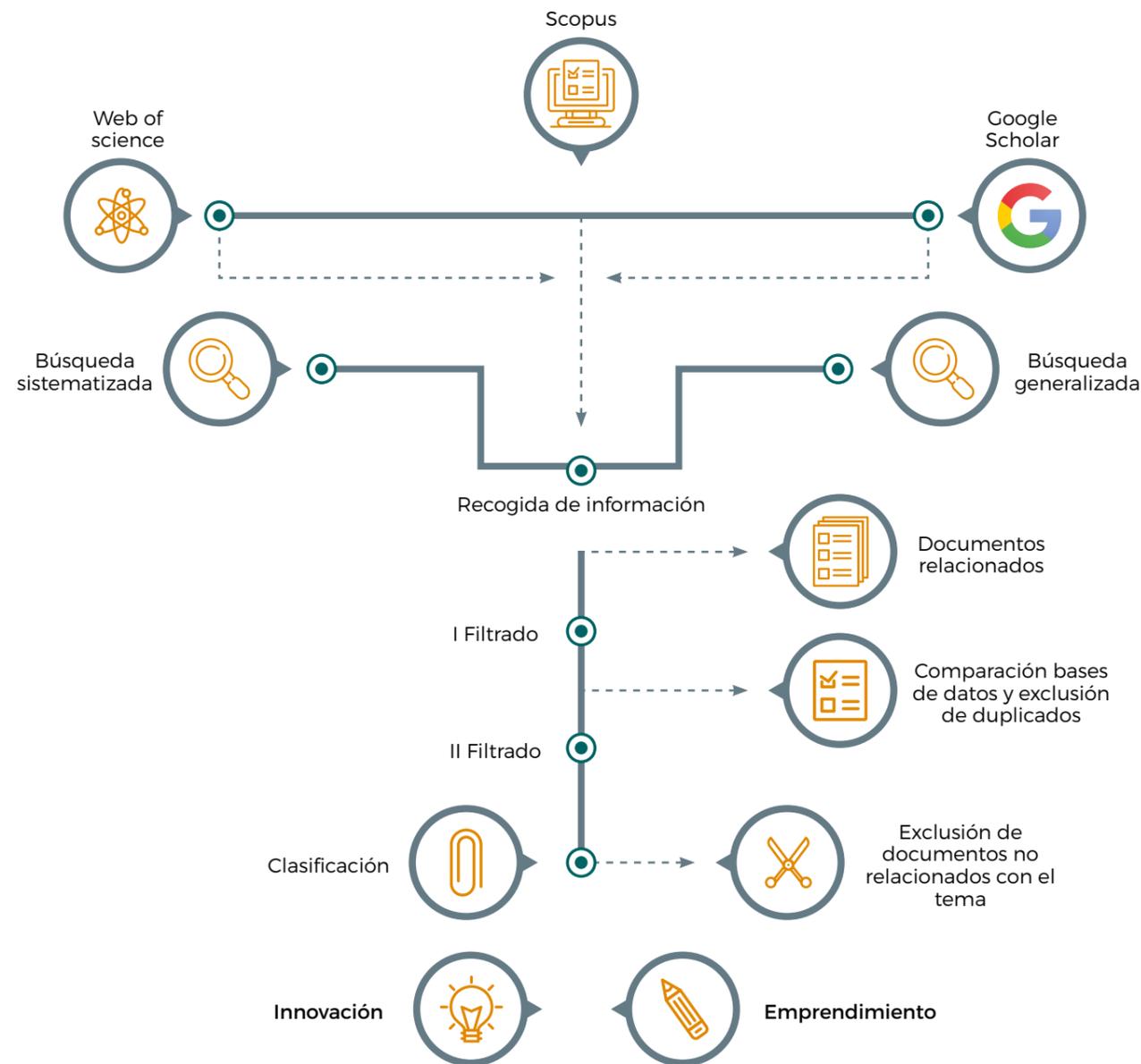
Desde el advenimiento de Science Citation Index (SCI) a principios de la década de 1960, el nacimiento de la Science Web (en adelante WoS), se ha convertido en la herramienta de referencia para conocer los datos bibliográficos para la comunidad científica. En la actualidad, recopila más de 10 000 publicaciones de investigación y 38 millones de registros, y está integrado con la plataforma Web of Knowledge, propiedad de Thomson Reuters. En noviembre, Elsevier lanzó la base de datos multidisciplinaria Scopus en 2004, en sus inicios, Scopus proporcionó a los usuarios la capacidad de consultar el número de veces que se citaba una obra del registro y se convirtió en un importante competidor de WoS en el control del mercado internacional de bases de datos. La aparición de Scopus facilitó el surgimiento de una gran cantidad de trabajos con el objetivo de determinar cuál de los dos productos satisfacía mejor las necesidades de los/las investigadores/as.

Por otro lado, y en lo que respecta al idioma de consulta, las búsquedas en WoS deben realizarse en inglés, dejando huellas en las distintas pantallas que componen la web. Asimismo, Scopus permite el uso de múltiples idiomas en las consultas.

La base de datos Scopus es más completa que WoS. Se trata de una base bibliográfica, cuyos contenidos

incluyen resúmenes y citas de artículos de revistas científicas. Incluye alrededor de más de dieciocho mil títulos, de más de cinco mil editoriales internacionales, incluidos dieciséis mil quinientos títulos revisados por pares en los campos de la ciencia, la tecnología, la medicina y las ciencias sociales, incluidas las artes y las humanidades. Una limitación adicional del análisis bibliométrico es la precisión de las palabras clave

Figura 1.  
Proceso del análisis bibliométrico realizado



Fuente: Elaboración propia



seleccionadas. Cabe señalar que la producción científica no se realiza anualmente en todas las bases de datos, sin embargo, se ha partido del último lustro, por lo que el uso de estas bases de datos es suficiente para obtener un número de documentos aceptable.

Web of Science (WoS) es una plataforma en línea que contiene bases de datos de información bibliográfica y recursos de análisis de información que permiten evaluar y analizar el desempeño de las investigaciones a través de las citas que reciben. Su objetivo es proporcionar herramientas analíticas para evaluar su calidad científica. Su medida de calidad es el *Journal Citation Report (JCR)*, que mide el impacto de las revistas en función de las citas de los artículos publicados y agregados en WOS.

Google Scholar o Google académico (en castellano) es el buscador de Google especializado en documentos académicos. Fue creado en 2004 y en él aparecen artículos publicados en revistas indexadas, tesis, libros, patentes y documentos relativos a congresos con validez científica y académica. Se alimenta de información procedente de diversas fuentes: editoriales universitarias, asociaciones profesionales, repositorios de preprints, universidades y otras organizaciones académicas.

En la primera etapa los documentos que contenían las palabras anteriores se localizaron primero en el campo de búsqueda avanzada, arrojando resultados en un total

de dos bases de datos. Y, en segundo lugar, tras una lectura de los resúmenes de cada documento, se utilizó el gestor bibliográfico RefWorks. Para cada artículo se registraron atributos importantes, tales como autor, título, año de publicación, palabras clave, título de la fuente, tema y número de citas.

### 3. Nuevos yacimientos de empleo rural para la población más joven

El citado informe titulado “Crecimiento, competitividad y empleo. Retos y pistas para entrar en el siglo XXI”, conocido como “Libro Blanco o Informe Delors” (1993), fue redactado en un contexto señalado por la inestabilidad del mercado de trabajo y la necesidad de explorar nuevas opciones laborales que favoreciesen el desarrollo económico y la mejora del bienestar social. Deudores de este trabajo los posteriores sobre “Nuevos Yacimientos de Empleo” (en adelante, NYE), su objetivo principal fue el de proponer modelos de crecimiento económico capaces de crear empleo y mejorar la calidad de vida de las poblaciones de los países miembros. Y se refiere a los NYE como **un instrumento de organización económica que surge de nuevas necesidades ocasionadas por distintos cambios demográficos, sociales y culturales sucedidos** en las últimas décadas.

Siguiendo la definición de Jiménez, Barreiro y Sánchez (1998,18) los NYE son “aquellas actividades destinadas a satisfacer nuevas necesidades sociales que actualmente se configuren como mercados incompletos, sean intensivas en empleo y tengan un ámbito de producción/prestación definida en el territorio”.

Inicialmente, NYE se describió como una actividad primordial para mitigar los problemas de desempleo. Esta tasa de desempleo en la Unión Europea representaba un punto de inflexión en las políticas públicas. En la actualidad, puede afirmarse que cumplen una función similar, pero es cada vez más importante su detección, debido a la urgencia de crear nuevos puestos de trabajo en respuesta a las graves consecuencias económicas, psicológicas y sociales del desempleo derivado de la competencia a escala global.

En el citado informe Delors los NYE se agrupan en cuatro secciones principales, a las que se le añadirán dos servicios más en 1998 (Figura 2); comprende diecinueve áreas de actividades profesionales que son imprescindibles para el desarrollo económico y la generación de empleo. Asimismo, se configuran actividades múltiples con el objeto de desarrollar la economía y el bienestar social, como consecuencia del impacto del desarrollo de la sociedad de la información y el conocimiento, así como de la ampliación de la esperanza de vida y el uso de la Nuevas Tecnologías de la Información y la Comunicación (TIC). Por último, derivadas de la flexibilidad y el dinamismo del mercado de trabajo actual, surgen otras muchas profesiones fuera de estos ámbitos emergentes con buenas expectativas de empleo, algunas de las cuales aún están sin catalogar.

Figura 2.  
Yacimientos de empleo. Clasificación



Fuente: Elaboración propia a partir de la clasificación de Martine Aurby (1998).

El primero de los servicios mencionados del Informe Delors, se denomina los **servicios de la vida diaria**, el cual se centra en cuatro grandes áreas de actividad económica donde potencialmente se pueden generar nuevos empleos, a saber:

1. *El servicio de ayuda a domicilio.* La *Ayuda a Domicilio* se entiende como un apoyo integral a la vida diaria (tareas domésticas, cuidados geriátricos, acompañamiento médico, entre otros) y es un servicio que no sólo contribuye al reciente criterio de “envejecer en casa” que aboga por que, en la medida de lo posible, las personas mayores vivan en su propia vivienda prestándole las ayudas que requieren sólo cuando resulte necesario.

Si la red de servicios de atención a la dependencia se encuentra escasamente desarrollada en el conjunto del territorio, en el medio rural las condiciones son desfavorables, con un sistema infradotado y de menor desarrollo, lo que añade obstáculos a la atención en condiciones de equidad a lo largo de todo el territorio nacional. Hay que considerar que un amplio porcentaje de la atención a las personas mayores continúa recayendo sobre los familiares más directos, concretamente cónyuge, hijas y hermanas. Cabe pensar que, en un futuro próximo, la falta de cuidadores/as del entorno familiar producirá un incremento de la demanda del servicio. Mientras tanto, el crecimiento de este tipo de servicio de atención domiciliaria ayudará a atraer mano de obra asociada a nuevos puestos de trabajo, entre otras profesiones: **técnico/a en atención a personas con dependencia, auxiliar de atención domiciliaria, enfermeros/as, terapeutas ocupacionales y auxiliares de geriatría.**

2. *El sector es el cuidado de la infancia.* Si bien los datos demográficos en las zonas rurales muestran un descenso constante en este segmento de la población, se aprecia un pequeño cambio debido al nacimiento de hijos/as de madres inmigrantes que se han asentado en la localidad. Es por esto por lo que se requieren servicios relacionados con esta etapa, y un yacimiento de empleo para cubrir las necesidades actuales y futuras. La diferencia en la atención de este colectivo entre las áreas rurales y urbanas es muy grande, debido a la escasez de jardines de infancia, guarderías en los municipios pequeños; o a la saturación en los municipios intermedios o periféricos con gran porcentaje de parejas jóvenes.

Las prestaciones a la infancia deben ir más allá de la escolarización que, aun siendo la atención básica, no basta para alcanzar otros objetivos necesarios para que el cuidado de los hijos/as no interfiera en la vida profesional de sus progenitores/as. Con la creación de guarderías, centros abiertos, ludotecas

y campamentos se tiene un gran potencial de generación de empleo y, en consecuencia, se necesitan **educadores/as, monitores/as de tiempo libre y auxiliares de jardín de infancia, entre otras profesiones.**

3. *El sector va dirigido a las nuevas tecnologías de la información y la comunicación.* Es evidente que en el medio rural existen carencias en términos de digitalización, no sólo por la insuficiencia de infraestructuras o falta de cobertura sino por las menores capacidades digitales de la población, asociada a diferentes brechas por razones socioeconómicas y, especialmente, al envejecimiento de la población. Asimismo, se unen las desiguales capacidades de los individuos para acceder y usar las tecnologías digitales por razones socioeconómicas estrechamente interrelacionadas: edad, renta y formación.

La mayor presencia de redes es una ventaja competitiva y una enorme oportunidad para la innovación en el ámbito de la inclusión, de la autonomía de las personas de discapacidad, del envejecimiento y del asentamiento de la población joven. Por tanto, el emprendimiento y la innovación sociales pueden marcar una gran diferencia a la hora de abordar los retos para resolver los desafíos sociales, movilizándolo a los agentes de la sociedad civil para promover un desarrollo económico, social y ambientalmente sostenible de abajo a arriba.

Las telecomunicaciones constituyen infraestructuras básicas para el desarrollo de un territorio, que pueden aplicarse a numerosas facetas ligadas al desarrollo local, considerándose como agentes que facilitan el desarrollo sostenible y, por tanto, incluidas entre los yacimientos de empleo. El primer objetivo es familiarizar a toda la población con el manejo de Internet y los dispositivos móviles mediante la divulgación y la enseñanza. Asimismo, hay que añadir medidas dirigidas directamente a facilitar la entrada en la sociedad de la información de las pequeñas y medianas empresa y a las personas emprendedoras, ofreciendo, de este modo, oportunidades en la generación de puestos de trabajo.

El uso de Internet brinda a las personas un fácil acceso a la información y los servicios, al tiempo que contribuye a la digitalización de las actividades productivas y permite la comercialización de los productos desde y hacia los núcleos rurales, en consecuencia, favoreciendo el crecimiento económico de las zonas rurales. Disminuye la dependencia de las infraestructuras físicas de transporte, en la medida en que posibilita el comercio electrónico, el desarrollo de la administración

electrónica, la provisión de servicios de salud en línea, la teleformación o el teletrabajo, contribuyendo, por tanto, a fijar la población. Sin embargo, a pesar de los avances en este ámbito, la brecha digital entre las zonas urbanas y rurales continúa. Por lo tanto, persisten las dificultades y carencias de cobertura y calidad de los servicios de comunicaciones, especialmente en las conexiones de banda ancha y fibra óptica (acceso, velocidad y calidad) y, en menor medida, en la cobertura de la telefonía móvil y en el acceso a los contenidos multimedia de la televisión y la radio. Esto implica la generación de nuevos puestos de trabajo asociados a actividades económicas como la formación y la comercialización de productos, entre otros.

4. *El sector de la ayuda a la juventud en dificultades de inserción.* Las tareas principales de este servicio son la lucha contra el fracaso escolar, la prevención de criminalidad y de consumo de drogas, así como la inserción laboral.

**El segundo servicio mencionado en el informe anterior está relacionado con los servicios para mejorar el entorno de vida: 1.** Se enfoca en el *área de la mejora de vivienda* que comprende actividades de renovación de inmueble, tales como la fontanería, la calefacción, electricidad, tejados e impermeabilización, así como actividades de mantenimiento de viviendas y vigilancia de fincas.

En las zonas rurales escasamente pobladas faltan infraestructuras y servicios, lo que afecta a la cohesión social y territorial. Como resultado, se observaron diversos **cueillos de botella o desabastecimiento en ciertos sectores relacionados con la insuficiente provisión de ciertos servicios esenciales. Los problemas de seguridad vial todavía están en las carreteras rurales, y esto dificulta el transporte tanto de viajeros como de mercancías.** El sector del transporte colectivo, y, en consecuencia, la movilidad, es una condición necesaria para la calidad de vida en muchos de los espacios rurales españoles, a medida que de ésta depende el acceso a los servicios públicos esenciales. Sin embargo, la escasez, ausencia o falta de adecuación de un sistema público de transporte que responda a las necesidades de las personas que viven en el medio rural, junto a un modelo de movilidad basado fundamentalmente en el uso del vehículo privado, limita o excluye a muchas personas, pero, sobre todo, a jóvenes y mayores.

La digitalización de los medios de transporte públicos y privados está produciendo una reorientación del transporte público a la demanda real y a nuevos enfoques, que tienden hacia una movilidad más inclusiva y sostenible y hacia una mayor colaboración público-privada. Esto es una oportunidad para incorporar

nuevos enfoques para el transporte colectivo que permitan sustituir el modelo clásico por uno a demanda o por sistemas flexibles en términos de ruta, vehículo, operador del vehículo, tipo de pago y categoría del pasajero, y sistemas de uso compartido, entre otros. El abanico de posibilidades con las nuevas tecnologías es amplio, tanto para definir nuevos modelos híbridos de transporte (compartido-individual, público-privado, flexible o autónomo) como para aumentar las sinergias posibles de colaboración, que comprende las actividades directas del transporte colectivo local y las actividades complementarias, tales como: abastecimientos, empresas multiservicios, asociaciones locales de autobuses y taxi-acompañamiento. Y, por último, la revalorización de los espacios públicos con actividades de acondicionamiento y mantenimiento. En definitiva, son actividades ocupacionales que muy difícilmente pueden autoproverse los particulares, y deben ser proveídas por empresas, lo que va asociado al emprendimiento.

El medio rural sigue mostrando importantes déficits con relación al acceso a los servicios públicos y de proximidad que afectan a la cohesión social y territorial. De hecho, si tienen facultades es para acceder al menos a un servicio público o de proximidad (supermercados, servicios bancarios, servicios postales, servicios médicos, farmacia, transporte público y/o centros de enseñanza obligatoria). Como consecuencia de la concentración de la población en las ciudades y en los centros comarcales de servicios, se ha ido reduciendo el número de pequeños establecimientos minoristas, los cuales son un nuevo yacimiento de empleo para emprendedores/as.

**El tercer servicio es el destinado a actividades culturales y de ocio.** Las zonas rurales desempeñan un papel clave en la conservación y mejora de la biodiversidad, puesto que aglutinan la mayor parte de la tierra, el agua y otros recursos naturales que dependen de la continuación de prácticas apropiadas y sostenibles.

El desarrollo de este nuevo yacimiento de empleo se corresponde con las transformaciones operadas a nivel mundial en el terreno demográfico, social, cultural y urbanístico y con una demanda creciente relativa al turismo y específicamente vinculada a lo cultural-local. En este sentido, se reconoce la importancia de tomar conciencia del valor económico de los recursos propios. Entre las profesiones emergentes están: **diseñador/a de espacios culturales (elaborar itinerarios y guías de observación de la región), agente de conservación cultural, turismólogo, técnico/a de conservación y restauración de bienes culturales**, etc. Las actividades económicas que van asociadas a este servicio son el turismo (turismo rural, turismo de naturaleza, turismo enológico, turismo oleico, turismo apícola, turismo



cultural), el desarrollo cultural local (talleres artesanales, escuela de música etc.) y el deporte (comercio, producción de materiales y bienes de consumo deportivos, entre otros).

España cuenta con una ingente cantidad de recursos patrimoniales, cuya mayor parte se distribuye en el entorno rural, ofreciendo grandes posibilidades en términos de desarrollo y sostenibilidad territoriales. La importancia de esta dimensión de la cultura deviene de su cualidad de elemento clave en la afirmación de las distintas identidades territoriales y en la cohesión de grupo, pero no de su potencialidad como factor de desarrollo económico. De ahí la relevancia de gestionar adecuadamente el conjunto de elementos patrimoniales. **El patrimonio cultural popular** se va a revalorizar, así como la difusión de la cultura y las tradiciones, lo que va a desarrollar las tareas de restauración y la creación de nuevos centros artísticos y nueva oferta cultural-folclórica con sus consecuencias ocupacionales. Esto brinda la **oportunidad a monitores/as, a artesanos/as y a guías**, entre otros.

**El cuarto servicio es el destinado al medio ambiente.** El medio natural contiene una amplia gama de recursos que pueden generar empleos asociados a su **explotación, mantenimiento y cuidado**. Presenta, pues, un conjunto de recursos utilizables en función de las capacidades técnicas, económicas, culturales y sociales de las sociedades que habitan un territorio. Estos recursos posibilitan una explotación económica que lleva implícita la generación de empleos, unas veces tradicionales y otras innovadoras por su capacidad de

adaptación a las nuevas demandas sociales y estructuras territoriales.

Las infraestructuras y las figuras territoriales se completan en la intervención sobre el medio natural con las actividades a desarrollar a partir de la clasificación del territorio y de la construcción de las infraestructuras. Las actividades implican la existencia de empleos directos y formaciones que capaciten para el desarrollo de la actividad en el medio rural.

A este servicio están asociadas actividades tales como la **gestión del agua, la protección y el mantenimiento de las zonas naturales, la normativa, el control de la contaminación y sus instalaciones y el control de la energía**: lo que implica la investigación, la información, educación y comunicación, así como el **suministro servicios básicos de abastecimiento, distribución y de saneamiento de aguas potables**.

El servicio medioambiental incluye el área de la gestión del agua y la gestión de energías alternativas. Algunas orientaciones de la Unión Europea anticipan las líneas a seguir por los Estados miembros y ponen en el horizonte del empleo nichos de actividad como potenciales espacios para la creación de nuevos puestos de trabajo. Así, las directrices que se establecen, en un planteamiento estratégico y global de la gestión y uso del agua, pueden dar paso a actividades económicas relacionadas con los principios rectores, los ámbitos objetivos y los temas prioritarios. Un ejemplo de actividades económicas asociadas a la gestión de los recursos hídricos es el siguiente:

Tabla 1.  
Yacimientos de empleo y Nichos de Negocio en Economía Verde

ACTIVIDADES	OCUPACIONES
<b>GESTIÓN DEL AGUA</b>	Analista de aguas, auditor/a hidrográfica, controlador/a, inspector/a sanitario/a del agua, operario/a de mantenimiento de redes hídricas, operario/a de aguas residuales, planificador/a de infraestructuras y recursos hídricos, proyectista de canalizaciones de agua, legislador/a de agua, productor de tecnología específica, instalador/a de contadores, evaluador/a del uso eficiente del agua, vigilante de lagos, ríos, piscinas naturales, inspector de presa, viverista de especies acuícolas
<b>ENERGÍAS ALTERNATIVAS</b>	Ingeniero/a de energía, montador/a de aerogeneradores, constructor/a de parque, medidor/a de viento, experto/a en cambio climático, operario/a de mantenimiento de paneles solares, montador/a de paneles solares, montador/a de eco-piscinas, montador/a de sistemas de calefacción solar, instalador/a redes de agua caliente, suministrador/a piezas y equipos, diseñador/a de parques solares, fabricación de aerogeneradores, operario/a de mantenimiento de planta térmica, soluciones geotérmicas
<b>GESTIÓN DE RESIDUOS</b>	Operario/a de clasificación de residuos, embalador/a de residuos, extractor/a de residuos agrícolas, cultivador/a de especies vegetales, transportista de residuos orgánicos, incinerador/a de residuos, tecnólogo/a de planta de biomasa
<b>PROTECCIÓN DE ESPACIOS NATURALES</b>	Técnico/a de calidad medioambiental, paisajista, eco-arquitecto/a, agentes forestales, brigadistas, etc.
<b>EDUCACIÓN Y CUALIFICACIÓN PARA EL MEDIO</b>	Investigador/a, educador/a, informador/a asesor/a educativo/a, diseñador/a de medios para la educación y la formación, tutor/a de teleformación, formador/a ocupacional; mediador/a de empleo medioambiental, elaborador/a de contenidos

Fuente: Elaboración propia (Rubio Gil y González Gómez).

- Información, educación y comunicación
- Servicios básicos de abastecimiento, distribución y saneamientos de aguas potables
- Gestión de la demanda y tarificación
- Servicios de protección de medio ambiente
- Producción de tecnología específica

Por último, el medio rural, por definición, se encuentra ineludiblemente ligado a la economía de la protección del medio, máxime en tiempos de **transición energética, sequía y lucha contra la desertización**; de donde se suceden cinco nichos de actividad emergente, que están dando lugar a nuevos yacimientos de empleo concretos; y de los que tras el análisis documental se extraen las profesiones emergentes recogidas en la Tabla 1.

#### 4. Teorías sobre empleo y desarrollo rural. Evolución

Las primeras aportaciones académicas sobre el desarrollo económico entendían este como un proceso de transformación estructural que implicaba la industrialización de la economía a expensas del sector agrícola. Estas contribuciones, inicialmente basadas en el modelo de Harrod (1939) y Domar (1946), tuvieron el efecto de crear ahorro e inversión con el objetivo de capitalizar la economía y promover el crecimiento económico (Rosentein-Rodan, 1943; Chenery, 1960; Nurkse, 1955).

Hasta décadas recientes, el paradigma de la modernización definía políticas de desarrollo económico centradas en el medio rural. Este enfoque enfatiza el crecimiento económico como el fin último

del desarrollo, ignorando cualquier consideración de variables sociales o culturales, y por supuesto variables ambientales (Meyer et al., 2013). En otras palabras, es un modelo basado en un enfoque exógeno del desarrollo rural en el que las políticas de desarrollo siguen una dinámica de planificación “de arriba hacia abajo”, dando lugar a una intensificación sustancial de la producción y a un impulso creciente a la especialización, pero con una concentración de unidades productivas, que va acompañada de una evidente sobreproducción, degradación ambiental y creación de desigualdad territorial (Woods, 2011). Por ello, **hace tres décadas se inició un cambio de paradigma hacia el desarrollo rural basado en parámetros locales**, por lo tanto, sostenible e integrado en el contexto social y cultural. Este nuevo modelo se caracteriza por el uso de los recursos disponibles en el territorio, el control local sobre el proceso de desarrollo y el mantenimiento del proceso de ingresos. En este sentido, cada territorio dispondrá de un conjunto de recursos que constituirán su potencial de desarrollo (Puente, 2007) y deberán ser tenidos en cuenta específicamente a la hora de definir las estrategias de desarrollo rural.

Este nuevo enfoque tiene tres aspectos (Gralton y Vanclay, 2009): económico o físico, social o inmaterial y ambiental. Los cuales abarcan tres áreas temáticas: el medio rural como espacio de consumo, la redefinición del sistema agrario y la revitalización social. El primero, la ruralidad como espacio de consumo, parte de la necesidad de **definir el espacio rural como un espacio generador de beneficios sociales y ambientales, además de su valor como agente productivo** (Atance y Tió, 2000; Reig Martínez, 2002), lo que ayudará a construir el valor del medio rural a partir de su adaptación a las necesidades de la sociedad actual (Marsden y Sonnino, 2008) y crear valor a partir del **concepto de “marca territorial”**. Por su parte, **la redefinición del sistema agroalimentario** se basa en el concepto de sostenibilidad, considerando la actividad agrícola fundamental para cualquier programa de desarrollo económico y vinculándolo al desarrollo económico y social junto con el sector cultural y la conservación del medio ambiente (Knicker y Renting, 2000). De tal forma que las redes agroalimentarias que operan fuera de los circuitos comerciales industriales tendrán una importancia considerable y se encargarán de vincular a productores/as y consumidores/as dentro de sus territorios, creando así ventajas de ubicación y proximidad, así como una importante cultura asociada a un territorio. En este enfoque, el modelo de desarrollo rural se centrará en la creación de **etiquetas de calidad y origen con el objeto de diferenciar los productos** (Renting et al., 2003). Y en el **concepto de innovación social** (Neumeier, 2012).

En resumen, a pesar de que no existe un consenso sobre la definición de una **estrategia de desarrollo rural** aplicable a cualquier realidad, existe un amplio acuerdo

para definir que se deben considerar muchos aspectos de revisión (Ventura et al., 2008), tangibles e intangibles, y debe basarse en criterios de sostenibilidad.

En los setenta surge la teoría de los «*polos de crecimiento*» gracias a economistas como Otto Hirschman, quien defendía que la inversión debía concentrarse en unos pocos sectores estratégicos y estos ejercerían una función de arrastre de toda la economía (Hirschman y Myrdalm, 1958). Sin embargo, estos modelos presentaban muchas limitaciones, y así, esta visión unidimensional del desarrollo económico, que identificaba “desarrollo” con “industrialización”, fue rápidamente ampliada con los aportes de una serie de economistas (Seers, 1969), que incidieron en la necesidad de trasladar el análisis hacia el ámbito de la redistribución de recursos y de la reducción del desempleo, la pobreza y la desigualdad.

La *Teoría de los modelos de desarrollo económico* tiene su génesis en el modelo de “etapas del crecimiento” definido por Rostow (1960). Esta teoría considera el desarrollo como una transición de una sociedad agraria a una sociedad industrial moderna. En este sentido, otorgó a la agricultura un papel dinamizador y transformador en las primeras etapas de este proceso. Así, el sector agrícola asumirá inicialmente toda la responsabilidad del crecimiento al proporcionar alimentos y mano de obra a las ciudades y sectores industriales, que a su vez reciben los bienes industriales producidos en las zonas urbanas. Como resultado, dejaron al sector agrícola como un actor secundario con la función de apoyar el desarrollo industrial de la economía. Y, en consecuencia, es fundamental dotar a los actores de la agricultura de factores de producción más eficientes, así como capacitarlos para hacerlos eficientes (Schult, 1965). Asimismo, es necesario implementar políticas de desarrollo basadas en el conocimiento de la industria misma, no en una política general de desarrollo económico.

Por otra parte, Harris y Todaro (1970) consideran que el desempleo urbano comienza con los problemas de pobreza en las zonas rurales y los movimientos migratorios que provoca, y proponen como soluciones políticas de desarrollo rural con el fin de aumentar los ingresos en las zonas agrícolas. Poco después, Meadows et al. (1972) **destaca los límites de los recursos naturales y sienta las bases para el desarrollo ecológico** (Sach, 1980), **con el fin de gestionar y conservar los recursos naturales e impulsar el cambio tecnológico e institucional de tal forma que asegure el cumplimiento continuo de las necesidades humanas para las generaciones presentes y futuras**.

Por último, la teoría del entorno de innovación de Philippe Aydalot (1986) determina que las empresas deben estar registradas

en un territorio, y que son el vínculo de la producción, la localización y el uso de los recursos productivos para elevar la productividad y la innovación. Mientras, la teoría más reciente del sistema de producción local de Moulaert y Sekia (2003) **enfatiza la importancia de las empresas y organizaciones locales, con el fin de aunar esfuerzos para crear nuevos productos y servicios en un mercado que requiere innovación constante.**

### 5. La población más joven en el entorno rural español

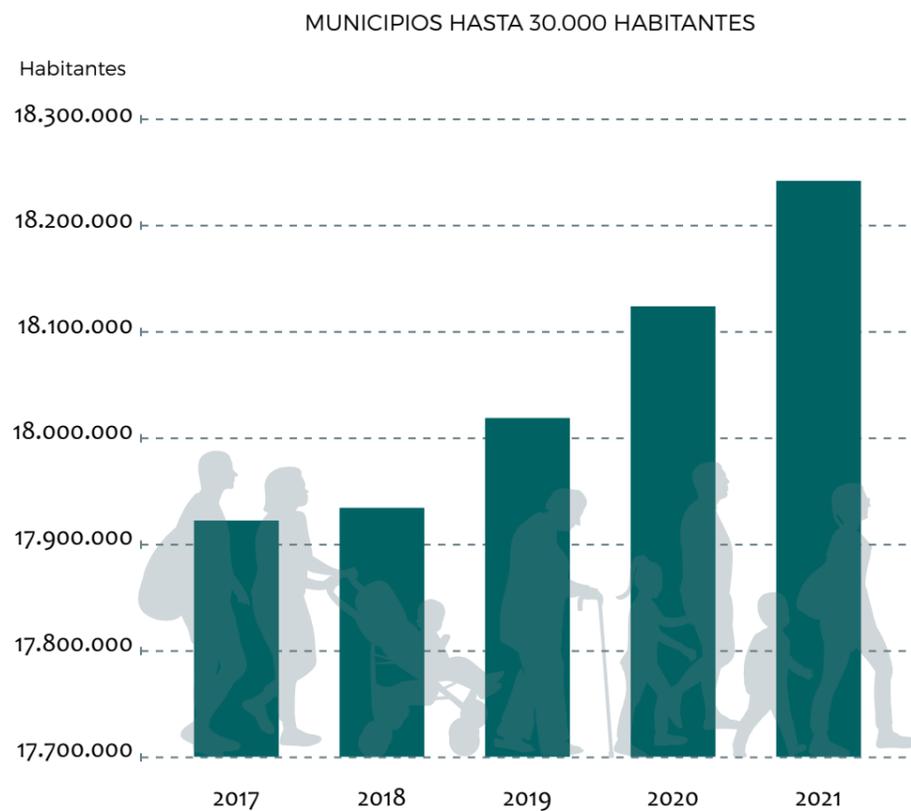
Según el análisis del Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación en su informe del 2020, el 16% de la población está empadronada en municipios de tipología rural, que se extienden sobre el 84% de la superficie de España. La población total española suma un total de 47.385.107 habitantes en 2021, según el padrón municipal realizado por el Instituto Nacional de Estadística (INE).

España cuenta con un total de 8.131 municipios que se extendían, según el Instituto Geográfico Nacional (IGN), sobre una superficie total de 504.745 km<sup>2</sup>. La densidad media poblacional en España es de 94,0 habitantes por km<sup>2</sup> en 2021.

Una parte importante de los municipios españoles son de tipología rural, en concreto, 6.671 municipios, los cuales ocupan una superficie total de 424.220 km<sup>2</sup>. La población censada en estos municipios es de 7.538.929 habitantes, con una densidad media de 17,8 hab./km<sup>2</sup> (Véase figura 3).

El 78% de los municipios españoles posee menos de 5.000 habitantes y en ellos reside el 9,4% de la población. Las comunidades autónomas con un mayor porcentaje de población censada en municipios rurales, de hasta 30.000 habitantes en 2021, son Andalucía, Cataluña, Castilla y León, Castilla-La Mancha, Extremadura y Galicia (Figura 4).

Figura 3. Evolución de la población rural en España



Fuente: Elaboración propia a partir de los datos del INE (véase Anexo 1.1.).

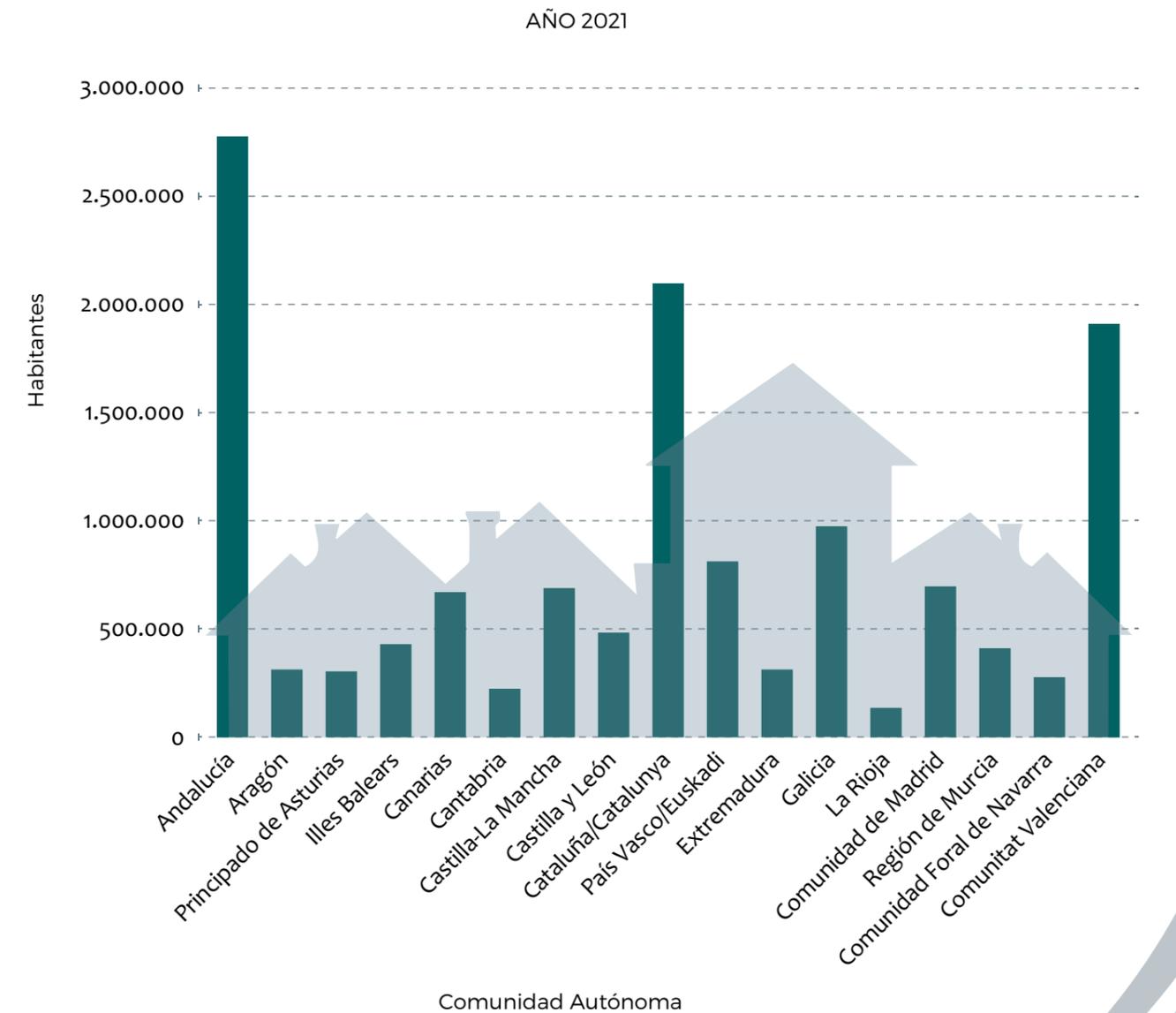
La distribución de la población española varía en función del tamaño del municipio. Los municipios rurales de pequeño tamaño, de menos de 5.000 habitantes, son los más numerosos en España, pues suponen el 83,79% del total y ocupan el 69,3% del territorio; sin embargo, en ellos está censada tan solo el 12% de la población española.

Por su parte, los municipios rurales grandes, de 5.000 a 30.000 habitantes, representan el 12,9% de municipios,

porcentaje inferior al registrado en los pequeños y acogen a un total de 12.563.000 habitantes (Anexo 1.1.).

Los grandes municipios se concentran principalmente en los núcleos urbanos de los valles del Guadalquivir y del Ebro, cerca de las ciudades de la mitad sur peninsular, en las comunidades autónomas de Galicia y Principado de Asturias, y en las Islas Canarias e Illes Balears. En el resto del territorio, especialmente en la mitad norte, está dominada por municipios pequeños.

Figura 4. Población rural por comunidad autónoma en 2021 en municipios de hasta 30.000 habitantes

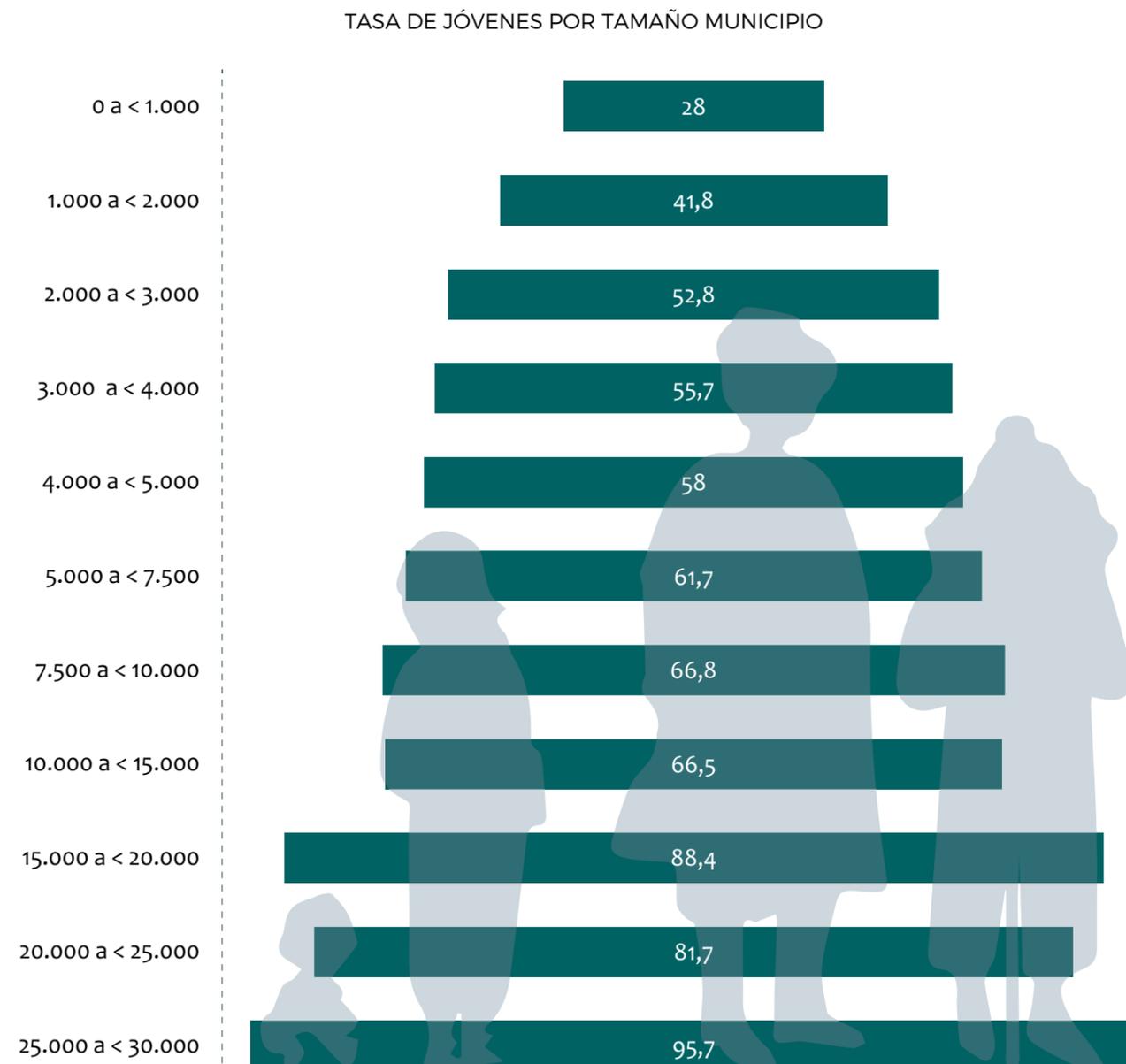


Fuente: Elaboración propia a partir de los datos del INE. Véase Anexo 1.2.

La tasa de jóvenes cuantifica la presencia relativa de personas menores de 16 años frente a mayores de 64 años, es decir, mide el grado de juventud del censo poblacional. Su valor es de 51,6% personas menores por cada 100 personas de 65 años o más en 2020, mientras que en los municipios urbanos sube hasta

79,6%. Por tanto, la tasa en el medio rural de población juvenil es menor en un 35,2% frente a las áreas urbanas, incrementándose la diferencia cuanto más pequeño es el municipio, es decir, la población rural se considera una población envejecida (Figura 5).

Figura 5.  
Tasa de jóvenes por tamaño de municipio



Fuente: "Análisis y Prospectiva – serie AgrInfo nº 31. Demografía de la población rural en 2020.

El medio rural se extiende por todo el territorio español, si bien el peso de la población de las áreas rurales es mayor en las regiones del norte y oeste, y la importancia de los núcleos grandes, salvo excepciones (Principado de Asturias o Galicia), es mayor en el sur y este.

Por otro lado, en España, la edad mínima para acceder al mercado laboral son los 16 años. Por lo tanto, al hablar de la población joven general del mercado laboral, se excluye el grupo de 14-15 años. Por esta razón y las dificultades generales que enfrentan las personas de este grupo al iniciar su vida laboral, se ha ampliado el rango de edad hasta los 30 años en las últimas décadas, lo que se adecua más a los objetivos de este tipo de investigaciones.

En España, alrededor de una cuarta parte de la población se encuentra en este grupo de edad. Hoy, la mayoría de la juventud vive en áreas urbanas, a pesar de que más del 85% del territorio del país es considerado rural. Así, se calcula que alrededor del 3,5% de la población total de España corresponde a jóvenes rurales (Rubio Gil y Pascual Bellido, 2017). Ahora está claro que, entre el público en general, es más probable que las personas jóvenes se muden a otras áreas, en su mayoría urbanas, para continuar con sus estudios y mejorar las oportunidades de desarrollo profesional. Por lo tanto, la capacidad de mantener a una población rural más joven depende en gran medida de la mano de obra disponible. En el contexto descrito, se pierden recursos en forma de inversión en educación y formación, y se pierde el potencial de innovación.

Entre los desafíos que obstaculizan el desarrollo de la población más joven en el mundo rural hay que señalar los siguientes:

- Elevado nivel de desempleo
- Escasa oferta formativa
- Dificultad y límites de los trámites burocráticos, así como las carencias en la información y asesoramiento en ayudas, ofertas de empleo, subvenciones, entre otras.
- Deficiencia en la infraestructura de transportes, servicios básicos y de ocio.
- Ausencia de comercios tradicionales.
- Falta de tradición de asociacionismo o emprendimiento.

Frente a estas limitaciones en el ámbito rural existen oportunidades, tales como:

- Aumento de calidad de vida con una mayor cercanía a la naturaleza.

- Satisfacción personal y el saber que es beneficioso tanto para el entorno como para las generaciones futuras.
- Sensación de identidad social y cultural.
- Mejor relación entre la oferta y la demanda laboral.

En definitiva, la falta de recursos es un problema añadido en el ámbito rural para la juventud, especialmente si estos recursos impiden la adaptación, innovación y emprendimiento de la población activa juvenil; teniendo en cuenta que, generalmente, se han formado y pueden añadir valor y generar empleo a sus municipios en nuevos sectores más allá de los tradicionales que diversifican la economía local y más allá de las actividades primarias tradicionales.

## 6. Resultados del análisis bibliométrico y conceptual: "Yacimientos de empleo" y "Nichos de mercado" para la juventud rural

La investigación bibliométrica es un método relevante para estudiar el sistema de generación de conocimiento, introducido por Piñero a principios de la década de 1970 (López Piñero, 1972), porque evalúa la producción de investigación en un campo determinado, útil y objetivo en el proceso de evaluación de los resultados de las actividades científicas (Ikpaahindi, 1985; Koehler et al., 2015; Barrios et al., 2008; Castillo y Carretón, 2010; Diem y Wolter, 2012). Según otros autores como, Durieux y Gevenois (2010) y Rueda et al. (2007): Los análisis bibliométricos se utilizan para estudiar y medir la cantidad y calidad de libros, artículos y otras formas de publicaciones mediante métodos matemáticos y estadísticos, cuyos resultados sirven para la toma de decisiones.

Daim et al. (2006), Ding et al. (2001) y Van Raan (2005) opinan que con este análisis complace encontrar modelos ambiguos útiles para el avance de las investigaciones y el desarrollo científico, así como entender el pasado y pronosticar el futuro. En este sentido, Bordons (1999) declaró que un estudio bibliométrico de las bases de datos bibliográficas es la principal fuente de información, por lo que **se debe elegir una fuente que incluya el campo de la investigación**, ya que el valor de los resultados dependerá en gran medida de la base de datos seleccionada, debido a que estas difieren en cobertura temática, criterios de selección de revistas y/o documentos, sesgos geográficos y lingüísticos, entre otras características a tener en cuenta en este tipo de investigación. Y este es el proceso que se explica a continuación.

Norris y Oppenheim (2007) propusieron varios indicadores para la selección adecuada de bases de datos bibliográficas que son las que se han seguido en este análisis: el criterio de cobertura planteado por Norris y Oppenheim (2007) y Savoy y Walter (2007); el criterio de desempeño, como el número de citas de las publicaciones sugerido por Hall (2011) y Okubo (1997); el criterio de accesibilidad diseñada por Castrillón-Estrada *et al.* (2008) y Schroter y Tite (2006); y el criterio de flexibilidad de los operadores de búsqueda presentada por Savoy (2005).

Según Cadavid, Awad y Cardona (2012), estos índices favorecen actualmente las bases de datos como Web of Science (ISI), Scopus y Google Scholar, frente a otras bases de datos disponibles. Sin embargo, Granda-Orive *et al.* (2013) argumentan que Scopus, una base de datos fundada por Elsevier S.L., en 2004, es el competidor más fuerte, debido a que se reconocen ventajas como la facilidad de navegación y el acceso a los documentos citados, es abierto a Internet, y cuenta con páginas web, patentes y enlaces al sitio web de los/as editores de la revista. Asimismo, cubre al 100% lo indexado en las bases de datos Medline, Embase y Compedex.

Además, Scopus se basa en sus datos de impacto para calcular el factor h, que se creó para intentar medir la carrera y la línea del autor. Su nombre deriva del Índice de SCImago Journal Ratings (SJR), que indica la aparición de revistas en la base de datos Scopus desde 1996. Por lo tanto, se eligió la base de datos Scopus como fuente de información. La información bibliográfica, según Boeris (2011), proporciona acceso a bases de datos multidisciplinares, proporciona herramientas de gestión de la información y cumple otros criterios como el número de citas y la accesibilidad, lo que la convierte en la base de datos más utilizada en este tipo de documentos de revisión. Luego, se determina la ecuación de búsqueda, en la que se tienen en cuenta los términos clave de esta búsqueda, correspondientes a las industrias culturales, industrias creativas y marketing. Además, estos términos se buscaron en los campos de título y palabra clave, sin incluir las limitaciones de tiempo para obtener registros de la parte superior del tema y así obtener la más amplia gama de análisis.

No existe un análisis bibliográfico sobre empleo juvenil rural, pero la metodología incluye métodos de investigación (Palmer *et al.*, 2005), autores principales y evaluaciones (Chou y Tseng, 2010; Hall, 2011) y términos y conceptos clave (Hall *et al.*, 2014). Por ello, las palabras clave que se han utilizado en las bases de datos son: *entrepreneurship or voluc employment and youth rural*, con respecto al concepto de yacimientos de empleo.

Una vez utilizadas las palabras claves en WOS nos da un **resultado de 7217 artículos**. Luego se hace otro cribado desde 1993 excluyendo el área de medicina, psicología,

farmacia, enfermería, educación, investigación, ecología, ciencias de la computación, neurología, química, bioquímica biblioteconomía con un **resultado de ocho artículos**. En el segundo filtrado, tras su revisión, se obtiene un resultado de tres documentos (Anexo 1.3.), perteneciendo uno de ellos al 2019 y los restantes al 2021.

De esta selección cabe destacar el trabajo de Pérez y Valiente (2021), y su **defensa de las sociedades cooperativas en Andalucía, que contribuyen a mantener la población en el territorio rural frente a las empresas mercantiles y, en consecuencia, evitan las emigraciones de mujeres y jóvenes en los territorios rurales**. Este artículo ha sido citado nueve veces, correspondiendo tres citas al 2020, tres citas al 2021 y tres citas al 2022 con una media por año de 2,25 y con un índice h<sup>1</sup> de 3, lo que nos indica que ha sido citado al menos tres veces en una revista de impacto en el último año.

Por otro lado, Martínez Filgueira (2021) se centra en que **el desarrollo rural sostenible debe ir de la mano de una industria agroalimentaria innovadora**. En cuanto a los resultados obtenidos afirma que **las capacidades empresariales y los recursos financieros se relacionan positivamente con la innovación**. Y su objetivo es el aumento de las ventas, el acceso a nuevos mercados o el aumento de la calidad de los productos olvidando objetivos tales como la reducción de costes, reducción del tiempo de respuesta, el mantenimiento del empleo o el cumplimiento de la normativa.

Siguiendo con el análisis bibliométrico, en la base de datos Scopus con las mismas palabras claves se obtienen 802 documentos desde 1993 excluyendo las áreas citadas anteriormente se obtiene un resultado de 133 documentos. Una vez analizados los documentos, se descartan 132 documentos cuya temática no corresponde al tema que nos ocupa, de este modo el resultado es un documento (Anexo 1.4.), el cual examina tres estrategias de empleo: procesos de socialización y aprendizaje informal en unidades domésticas, prácticas de apoyo a través de redes sociales y prácticas de consumo.

En Google Scholar, buscando con las mismas palabras claves, se han obtenido en un primer filtrado 223 documentos, descartando documentos repetidos, tesis, trabajos de fin de grados y trabajos fin de máster, se han obtenido 18 documentos, de los cuales se han descartado 13 por no tener relación directa con el tema.

<sup>1</sup> El índice h es un sistema propuesto por Jorge Hirsch, de la Universidad de California, en 2005 para la medición de la calidad profesional de físicos y de otros científicos, en función de la cantidad de citas que han recibido sus artículos científicos. Se calcula ordenando de mayor o menor los artículos científicos según el número de citas recibidas, siendo el índice h el número en el que coinciden el número de orden con el número de citas.

Finalmente, una vez realizada la lectura se han seleccionado siete documentos:

Tabla 2.

### Selección de documentos para en estudio NYE en la juventud rural española

AUTORES/AS	TÍTULO	AÑO	PUBLICACIÓN
Calvo Palomares, R., Sigalat-Signes, E., Roig-Merino, B., y Buitrago Vera, J. M.	Las voces del interior rural valenciano: recursos naturales y resistencias al desarrollo, Boletín de la Asociación de Geógrafos Españoles	2020	<i>Buletin volución Geografos españoles</i>
Chordá, M., y Cerdeño, M. L.	La gestión del patrimonio en el ámbito rural: el caso celtibérico	2021	<i>Complutum UCM</i>
Conchillo, JMT, de Pablo Valenciano, J., y Toril, JU (2018).	Innovación social como motor del desarrollo local y el emprendimiento social, Equidad y desarrollo	2018	<i>Equidad y Desarrollo</i>
Abreu Abela, J. A., y Pérez, A. R. A.	Despoblación juvenil en el medio rural de Andalucía: Factores de retorno	2018	<i>Revista de Estudios de Juventud</i>
Rubio Gil, A. y Pascual, N.	Nichos de negocio y empleabilidad juvenil como factores de desarrollo rural sostenible en la 'España deshabitada'		
Hernández-Bejarano, M	Empleo garantizado y sus posibles yacimientos: la atención a la dependencia como propuesta,"	2020	<i>Revista Iberoamericana de Relaciones Laborales</i>
Morales, A. M., de Pablo Valenciano, J., García, J. M., y Martínez, J. L. C.	Covid-19. ¿Oportunidad para el mundo rural en España? Una reflexión.	2020	<i>Economistas</i>

Fuente: Elaboración propia.

Calvo Palomares (2020) se centra en el proyecto *Avalem Territori* en la Comunitat Valenciana, que tiene ante sí la oportunidad de diseñar un nuevo modelo de políticas públicas para el fomento del empleo y el desarrollo local **basado en la territorialización de las actuaciones**. En lo que profundiza el artículo de Chordá (2021), que opina que el territorio y el paisaje rural ofrecen un campo de especialización donde aprender desde la experiencia directa, como reconocer las huellas del paisaje, hacer un inventario patrimonial, estudios de impacto ambiental, alegaciones a proyectos en el campo del derecho, y otros muchos aspectos en los que a nivel teórico a penas se profundiza en las aulas. Es decir, que **destaca la función no suficientemente considerada del ámbito rural y su juventud para la educación y la transferencia de conocimiento social y empresarial, así como, fuente de innovación a esas zonas**. Pone como ejemplo de yacimiento de empleo la excavación arqueológica.

Conchillo (2018) precisamente, destaca **la innovación social en el desarrollo local y el emprendimiento en este campo, desde una perspectiva teórico-práctica, pone como ejemplos de nichos de mercado los servicios a domicilio, cuidado de la infancia, así como**

**la implementación de centros de ayuda a jóvenes, los cuales traen como consecuencia la creación de puestos de trabajo cualificados; el emprendimiento y la innovación social**, y, la inversión en asociaciones sin ánimo de lucro supone producción, renta y empleo. Por último, es interesante destacar los cinco tipos de innovación social para el nuevo emprendimiento: financiera (p.e. microcréditos, banca ética, etc.), organizativa (economía colaborativa), comercial (comercio justo), medioambiental (reciclaje, agricultura ecológica), metodológica (presupuestos participativos).

Esto en cuanto a nichos de actividad y yacimientos de empleo. En lo que respecta a las recomendaciones para su implementación, Jaime Andreu Abela propone:

1. Incentivar las partidas presupuestarias destinadas a aquellas acciones de **revitalización de zonas despobladas**, así como de modernización de infraestructuras tecnológicas y de movilidad que brinde la oportunidad a la sociedad juvenil de permanecer conectados a las tecnologías emergentes.

2. Perseguir la **creación de planes de retorno efectivo y adaptado a las necesidades individuales de cada región**, que motiven a la población juvenil a regresar y permanecer indefinidamente, apoyados por un seguimiento de resultados para optimizar dichos planes.

Para ello, Hernández-Bejarano (2020) apuesta por una **formación cualificada mediante contratos formativos**. Morales (2020) defiende el **fomento del teletrabajo**, el cual genera empleo en zonas rurales mediante la recuperación de infraestructuras básicas. Asimismo, indica como nuevos **yacimientos de empleo los ligados a la digitalización y a la estrategia social** media siempre

Tabla 3.

### Selección de documentos para en estudio de los Nichos de Mercado Internacionales

AUTORES/AS	TÍTULO	AÑO	PUBLICACIÓN
Boienko, O., y Susidenko, O.	Market niche as a method of brand promotion	2019	<i>Baltic Journal of Economic Studies</i>
Byun, H., Kim, J., y Lee, B.	Competitiveness analysis of GDSs in south Korea by using niche theory: Focusing on user gratification	2020	<i>Sustainability</i> , 12
Coles, A., Piterou, A., y Sentic, A.	Is small really beautiful? A review of the concept of niches in innovation.	2018	<i>Technology Analysis y Strategic Management</i> ,

Fuente: Elaboración propia.

Olena Boienko y Oleksi Susidenko (2019) abordan el fenómeno del nicho de mercado como un método de promoción de las marcas. Opinan que el **nicho de negocio** puede caracterizarse por lo siguiente:

- **Necesidades y requerimientos altamente individuales para cuya satisfacción es necesario contar con una gama de bienes y servicios complementarios;**
- **Potencial de mercado estable;**
- **Competidores débiles.**

Mientras, los autores Byun *et al.* (2020) presentan la **teoría completa sobre el nicho de mercado** a través de tres conceptos centrales: 1. El de amplitud de nicho, 2. Superposición y 3. Superioridad de nicho, que, combinados con la gratificación en los usos para aplicar la técnica de análisis de gratificación, pueden emplearse para el estudio comparado de nichos de mercado.

Coles y otros autores (2018), por su parte, revisan el concepto de nichos de innovación a través de tres

y cuando los municipios cubran las necesidades básicas incluyendo las infraestructuras de telecomunicación.

Una vez realizada la explotación de fuentes sobre yacimientos de empleo, se **ha proseguido con el término de nichos de mercado**, buscando en las tres bases de datos citadas anteriormente: WOS, Scopus y Google Académico. Se han empleado como palabras clave: *niche concept* o *definition*. Los resultados son los siguientes:

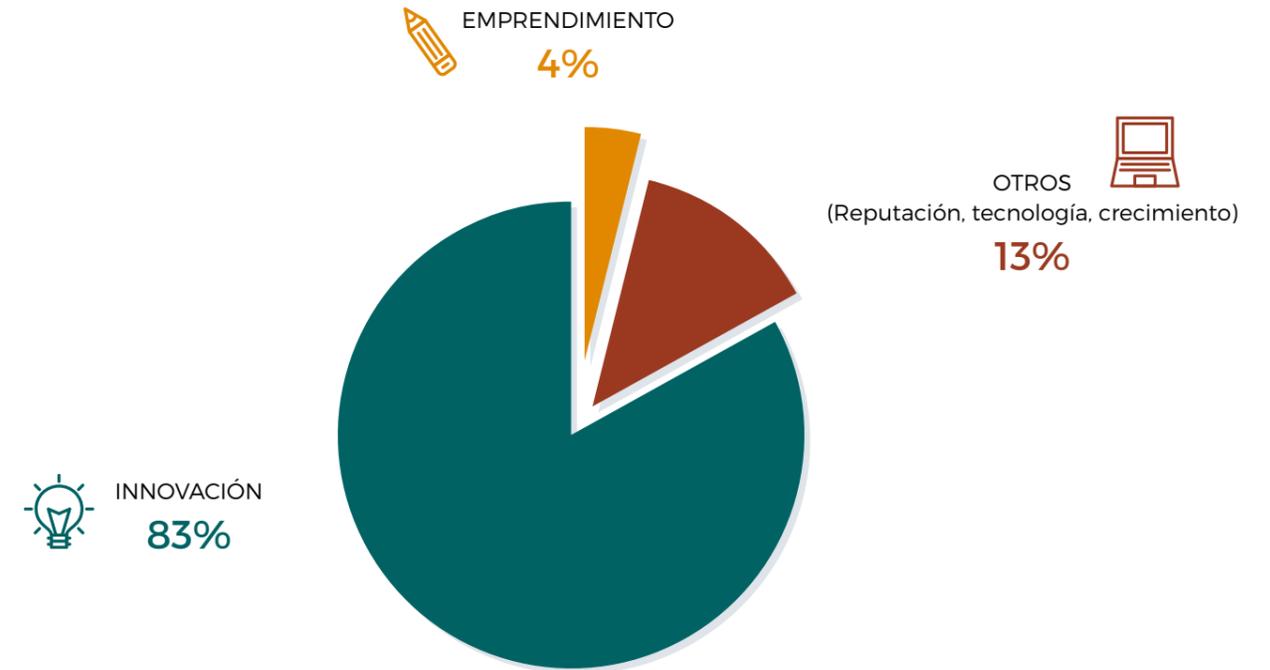
Un primer filtrado en WoS ha dado un resultado de 126 artículos. Una vez leídos los resúmenes se obtiene un resultado de ocho artículos; sin embargo, al hacer una lectura más exhaustiva se logra un resultado de tres artículos.

categorías: gestión estratégica de nichos, mercados especializados y nichos formados a medida que decae una tecnología. Cabe señalar que la gestión estratégica de nichos se ha propuesto como un medio para proteger las innovaciones potencialmente útiles de la competencia total del mercado, mientras que los nichos especializados suministran tecnologías a pocos clientes en entornos más estables. A lo que hay que añadir que las tecnologías establecidas en declive también pueden retirarse a nichos en los que aún siguen siendo competitivos. Finalmente, se sugiere que una mayor investigación sobre nichos innovadores mejorará nuestra comprensión de la dinámica tecnológica.

Siguiendo con la búsqueda en Scopus, se obtiene un resultado de 184 artículos (Anexo 1.5.). Sin embargo, se hace un segundo filtrado poniendo como palabras clave: “marketing”, “nichos de mercado” y “nicho de innovación”, y se obtiene el resultado de 24 artículos; revisados estos artículos se comprueba que en todos se establece **una relación estrecha entre nichos de mercado e innovación**, como puede verse en la siguiente figura.

Figura 6.

### Temática de los artículos



Fuente: Elaboración propia a partir del Anexo 1.5.

En Google Académico con las palabras claves “nichos de mercado” y “concepto”, y limitando al periodo (2018-2021), se han encontrado 313 documentos; que, una vez leídos, se han obtenido tres documentos.

Tabla 4.

### Selección documentos sobre Nichos de Mercado en España de Google Académico

AUTORES/AS	TÍTULO	AÑO	PUBLICACIÓN
Rodríguez, M; Pineda, Derly Y; Castro, Carolina	Tendencias del marketing moderno, una revisión teórica	2018	GESTIÓN Y ESTRATEGIA
Zamarreño Aramendia, Gorka; Cruz Ruíz, Elena; Hernando Nieto, Claudia	La digitalización de la experiencia enoturística: una revisión de la literatura y aplicaciones prácticas.	2021	DOXA COMUNICACIÓN
del Carmen González Vega, Alba María	Repensando la responsabilidad social y ética empresarial. Una revisión del pensamiento de Gilles Lipovetsky.	2020	DOXA COMUNICACIÓN

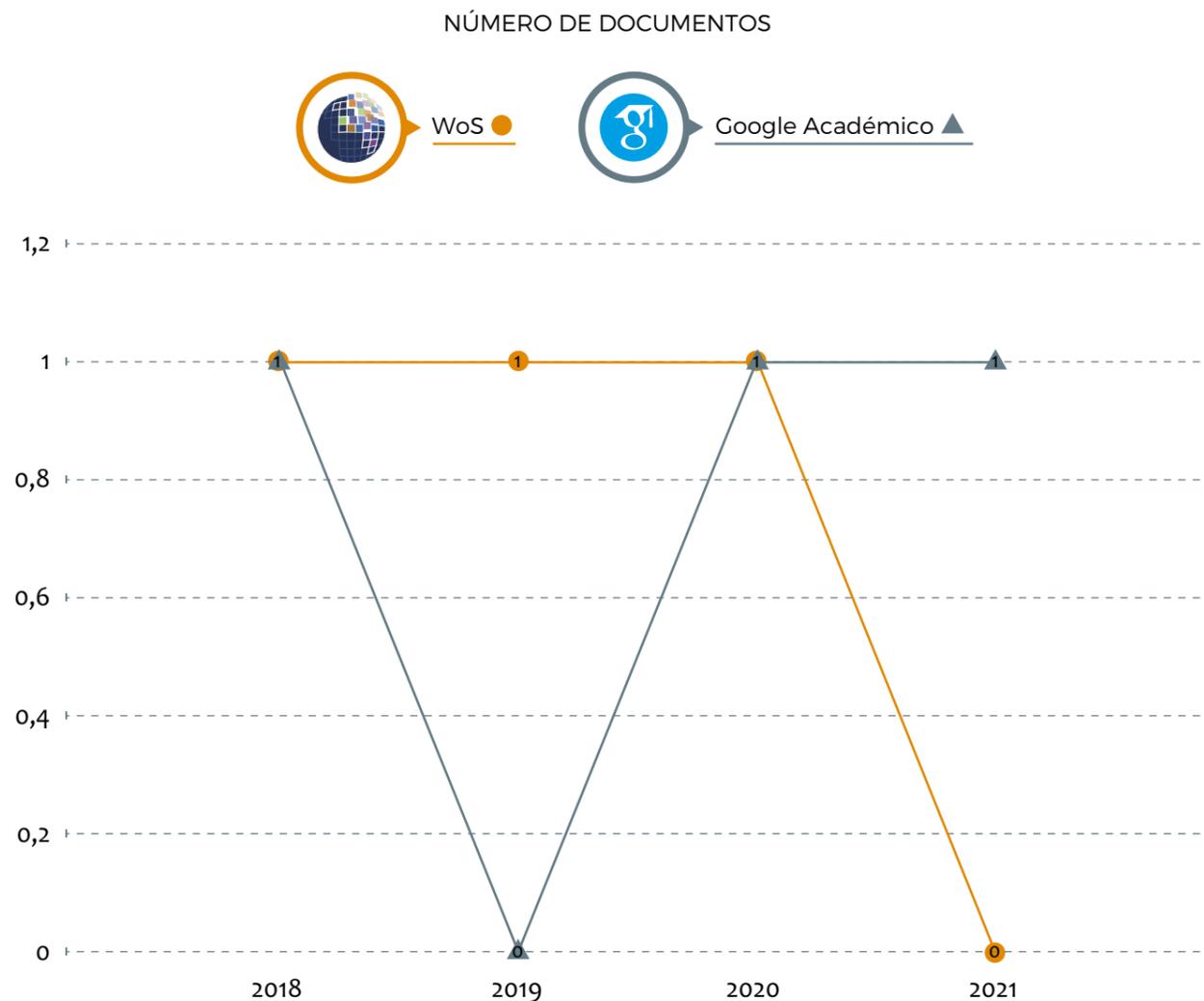
Fuente: Elaboración propia.

Los nichos de mercado se identifican con la creación de necesidades de los consumidores/as (González Vega, 2020), de tal manera que la empresa dirija sus acciones al identificar nuevas formas de reinventar su cometido social y económico. Y tanto los equipos de Zamarreño (2021) como Rodríguez (2018) consideran que el cliente es el eje, de forma que, si existe un mercado saturado, hay que segmentarlo y en cada segmento se debe innovar con el objeto de buscar beneficios tanto para la empresa como para la sociedad.

La comparación entre las tres bases de datos del número de documentos en las que aparece el término “nichos de mercado” queda reflejada en la Figura 6, en la que no se tiene en cuenta la base de datos Scopus ya que, realmente, no aparece el concepto como tal, sino que establece una relación con otros conceptos.

Figura 7.

### Clasificación por tema de los artículos



Fuente: Elaboración propia a través del recuento de publicaciones.

## 7. Conclusiones

El modelo de crecimiento económico que ya fue desarrollado en el informe Delors proponía una serie de soluciones para abordar los temas de competitividad y crecimiento de la economía europea, partiendo de una nueva filosofía de creación de empleo. Este vuelve a encontrarse de actualidad ante la crisis 2020 del nuevo siglo, sin que en principio parezca haberse ampliado la investigación sobre el tema, que, si bien cuenta con pocas publicaciones y dispersas, han sido de utilidad para avanzar en las oportunidades de empleo y nuevos negocios en la actualidad.

Estas iniciativas locales se dedican a construir un entorno a partir de las singularidades y las riquezas de cada territorio, combinando las dimensiones económicas y sociales, la inquietud por el desarrollo y por la actividad, las situaciones públicas y privadas, las tecnologías de comunicación, así como las necesidades tradicionales. Su riqueza reside precisamente en este carácter mixto que se adapta en cada país a fórmulas diferentes, pero en todas partes se percibe desde un nuevo enfoque.

Este documento aboga por una economía al servicio del empleo, no apoyada sólo en el crecimiento económico, sino también en la formación, la flexibilidad, la descentralización, la iniciativa y la búsqueda de NYE. Por lo tanto, los NYE se han propuesto como una herramienta importante para satisfacer las nuevas necesidades de la sociedad rural. En conclusión, el desafío es crear puestos de trabajo de carácter cualitativo más que cuantitativo para atender las nuevas necesidades sociales desde una perspectiva territorial y espacial.

Según estas características, las perspectivas de intervención ante los nuevos empleos deberán ser tres: el enfoque integrado como metodología para la intervención local, las acciones de creación de empresas

como iniciativas locales, y la detección y determinación de acciones de formación en relación con nuevos empleos. Las nuevas ocupaciones deben enmarcarse dentro del trabajo social y comunitario generador de un nuevo concepto del trabajo, pues se encuentran con el problema de no resultar económicamente rentables a pesar de ser socialmente necesarias, por lo que el desarrollo de los NYE no puede depender exclusivamente de la oferta privada, sino más bien los criterios de rentabilidad que deben obedecer a la lógica de las prestaciones de los servicios públicos con el fin de consolidar el estado del bienestar que pretende la sociedad europea.

En la sociedad actual, caracterizada por la población envejecida, la globalización, la deslocalización, las nuevas tecnologías, el cambio climático y el teletrabajo, es importante fortalecer las zonas rurales con infraestructuras de tal modo que permita la formación de los/as jóvenes en áreas tales como el medioambiente, el cuidado de mayores, el patrimonio natural, y la ecología, consiguiendo evitar, por un lado, el éxodo de la juventud al área urbana, y, por otro, hacer atractivo el retorno al área rural. Asimismo, los principales yacimientos de empleo se encuentran en el sector servicios (comercio y transporte), la digitalización, la dependencia y las energías renovables.

La revisión de la literatura mediante un análisis bibliométrico ha permitido el análisis de la investigación y la producción científica ayudando a entender en qué sentido se proyecta la creación de nuevos empleos, así como la posibilidad de actividades que asientan a las personas más jóvenes en el entorno rural. Sin embargo, del análisis realizado se deduce que la investigación científica está en fase temprana, si bien es cierto que existe literatura gris en forma de informes a nivel autonómico, local y europeo que permiten seguir investigando en el tema.

## Referencias

Atance Muñiz, I., y Tió Saralegui, C. (2000). Agricultural multifunctionality: economic issues and agricultural policy implications. *Revista Española de Estudios Agrosociales y Pesqueros* (España).

Aydalot, P. (1986). Chapter five The Location of New Firm Creation: The French Case. *New firms and regional development in Europe*, 105.

Barrios, M., Borrego, A., Vilagínés (2008). A. bibliometric study of psychological research on tourism. *Scientometric* 77,453–467 (2008).

Boeris, C. (2011). Las fuentes de datos en los estudios bibliométricos. En: *Il Jornada de Intercambio y Reflexión acerca de la Investigación en Bibliotecología*. La Plata, Argentina: Universidad Nacional de la Plata, p13.

Bordons, M. (1999). Evaluación de la actividad científica a través de indicadores bibliométricos. *Revista Española de Cardiología*, Vol. 52, N°. 10, p. 790-800.

Bordons, M., Morillo, F. Fernández, MT. Gómez, I. (2003). One step further in the production of bibliometric indicators at the micro level:

Differences by gender and professional category of scientists. *Scientometrics*, 57(2), 159-173.

Cadavid, L.; Awad, G. y Cardona, C.J. (2012). Análisis bibliométrico del campo modelado de difusión de innovaciones. En: Estudios Gerenciales: *Journal of Management and Economics for Iberoamerica*, Vol. 28, N° extraordinario 0 (edición especial). P. 213-236.

Camarero, L., Cruz, F., González, M., del Pino, J.A., Oliva, J. y Sampedro, R. (2009): *La población rural en España. De los desequilibrios a la sostenibilidad social*. Barcelona. Fundación La Caixa

Castillo, A., y Carretón, M. C. (2010). Investigación en Comunicación. Estudio bibliométrico de las Revistas de Comunicación en España. *Communication y society*, 23(2), 289-327.

Castrillón-Estrada, J. A., García Domínguez, J. C., Anaya Taboada, M., Rodríguez Berdugo, D., De la Rosa Barranco, D., y Caballero-Urbe, C. V. (2008). Bases de datos, motores de búsqueda e índices temáticos: herramientas fundamentales para el ejercicio médico. *Revista Salud Uninorte*, 24(1), 96-119.

Chenery, H. B. (1960). *Patterns of industrial growth. The American economic review*, 50(4), 624-654.

Chou, L. Y., y Tseng, H. C. (2010). Exploring the intellectual structure of contemporary tourism studies. 17(2), 159-178.

Daim, T.I; Rueda, G.; Martín, H. y Gerdri, P. (2006). Forecasting emerging technologies: Use of bibliometrics and patent analysis. En: *Technological Forecasting and Social Change*, Vol. 73, N° 8, p. 981-1012. DOI: 10.1016/j.techfore.2006.04.004

Delors, J. (1993). Growth, competitiveness and employment: the challenges and ways forward into the 21st century'. *White Paper, Supplement*, 6, 93.

Diem, A. y Wolter, SC (2013). El uso de la bibliometría para medir el desempeño de la investigación en ciencias de la educación. *Investigación en educación superior*, 54 (1), 86-114.

Ding, Ying; Chowdhury, Gobinda y Foo, Schubert (2001). Bibliometric cartography of information retrieval research by using co-word analysis. En: *Information Processing y Management*, Vol. 37, N° 6, p. 817-842. DOI: 10.1016/S0306-4573(00)00051-0

Domar, E.D. (1946). "Capital Expansion, Rate of Growth, and Employment". In: *The Economic Journal* 14.2, pp. 137-147.

Durieux, V. y Gevenois, P. A. (2010). *Bibliometric indicators: quality measurements of scientific publication*. *Radiology*, Vol. 255, N° 2, p. 342-351.

Martinez-Filgueira, XM; Peon, D and López-Iglesias, E (2021). Determinants of innovation by agri-food firms in rural Spain: an MCA PLS-Sem analysis. *International Food and Agribusiness Management Review*. Gralton, A. y Vanclay, F. (2009). Artesanía y cultura en el desarrollo agroalimentario regional innovador: lecciones de la industria alimentaria artesanal de Tasmania. *Revista Internacional de Política de Prospectiva e Innovación*, 5 (1-3), 193-204.

Granda-Orive, J.I. Alonso-Arroyo, A., García-Río, F., Solano-Reina, S.; Jiménez-Ruiz, C. A. y Aleixandre-Benavent, R.I (2013). Ciertas ventajas de Scopus sobre Web of Science en un análisis bibliométrico sobre tabaquismo. En: *Revista Española de Documentación Científica*, Vol. 36, N° 2, p. 011.

Hall, M. (2011). Publish and perish? Bibliometric analysis, journal ranking and the assessment of research quality in tourism. En: *Tourism Management*, Vol. 32, N° 1, p. 16-27.

Hall, R., Atkins, L. y Fraser, J. (2014). Defining a self-evaluation digital literacy framework for secondary educators: the digilit leicester project. *Research in Learning Technology*, 22 Harris, J. R., y Todaro, M. P. (1970). Migration, Unemployment and Development: A Two-Sector Analysis. *The American Economic Review*, 60(1), 126-142.

Harrod, R.F. (1939). An essay in dynamic theory', *Economic Journal*, vol. 49(193), pp. 14-33.

Hirschman, O y Myrdalm A. (1958). La Estrategia de Desarrollo Económico. *New Haven*: Prensa de la Universidad de Yale. Google Académico

Ikpaahindi, L. (1985). An overview of bibliometrics: its measurements, laws and their applications. *Libri*, 35, 163.

Jiménez, Barreiro y Sánchez (1998). "Los nuevos yacimientos de empleo". Barcelona: Fundación CIREM.

Knickel, K., y Renting, H. (2000). Methodological and conceptual issues in the study of multifunctionality and rural development. *Sociología voluci*, 40(4), 512-528.

Koehler, M. J., Mishra, P., y Cain, W. (2015). ¿Qué son los saberes tecnológicos y pedagógicos del contenido (TPACK)? *Virtualidad, educación y ciencia*, 6(10), 9-23.

López Piñero, J. M. (1972). El análisis estadístico y sociométrico de la literatura científica. Valencia: Centro de documentación e informática médica, Vol.197, 2007-2012.

Marsden, T., y Sonnino, R. (2008). Rural development and the regional state: Denying multifunctional agriculture in the UK. *Journal of Rural Studies*, 24(4), 422-431.

Meadows, D. H., Meadows, D. L.; Randers, J. y Behrens, W. W. III (1972). *The limits of growth. A report for the Club of Rome's Project on the predicament of mankind*. New Cork, Universe Books; (1993),

Meyer, V. Becker, N., Markantonis, V., Schwarze, R., van den Bergh, JC, Bouwer, LM... y Viavattene, C. (2013). Assessing the costs of natural hazards-state of the art and knowledge gaps. *Natural Hazards and Earth System Sciences*, 13(5), 1351-1373.

Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación (2020). "Análisis y Prospectiva - AgrInfo nº31.

Ministerio de Hacienda y Administraciones (2021). Fondo Europeo del Desarrollo Regional (FEDER). Una manera de hacer Europa. Programa Operativo de Crecimiento sostenible 2014-2020.

Moulaert, F., Sekia, F. (2003): Territorial Innovation Models: A Critical Survey. *Regional Studies*, 37, 289-302.

Norris, M. y Oppenheim, C. (2007). Comparing alternatives to the Web of Science for coverage of the social sciences' literature. *Journal of Informetrics*, Vol. 1, N° 2, p. 161-169.

Neumeier, S. (2012). Why do social innovations in rural development matter and should they be considered more seriously in rural development research? - Proposal for a stronger focus on social innovations in rural development research. *Sociología voluci*, 52(1), 48-69.2 (1), 48-69.

Nurkse, R. (1955). Problemas de formación de capital en los países insuficientemente desarrollados (No. 04; HG4517, N8.).

Okubo, Y. (1997). Bibliometric indicators and analysis of research systems: methods and examples.

Palmer, A. L., Sese, A., y Montano, J. J. (2005). Tourism and statistics: Bibliometric study 1998-2002. *Annals of Tourism Research*, 32(1), 167-178.

Pérez-González, M. D. C., y Valiente-Palma, L. (2021). Cooperative Societies and Sustainability: A Spatial Analysis of Andalusia as a Tool for Implementing Territorial Development Policies, Strategies and Initiatives. *Sustainability*, 13(2), 609.

Rubio Gil, A. y Pascual Bellido, N.R (2018). "Nichos de negocio y empleabilidad juvenil como factores de desarrollo rural sostenible en la 'España deshabitada'". *Juventud Rural y Desarrollo*. Revista de Estudios de Juventud. (112).

Puente, M. C. R. (2007). The development of a new methodology based on GIS and fuzzy logic to locate sustainable industrial areas. In Proceedings of 10th AGILE International Conference on Geographic Information Science. Aalborg University, Denmark.

Reig Martínez, E. (2002). La multifuncionalidad del mundo rural. *Información Comercial Española, ICE: Revista de economía*, N. 803.

Rosentein-Rodan, P. (1943). Problemas de la Industrialización de Europa sudoriental. *La economía del subdesarrollo*, 207-215

Rueda, G.; Gerdri, P. y Kocaoglu, D. (2007). Bibliometrics and social network analysis of the nanotechnology field. En: PICMET'07-2007 Portland International Conference on Management of Engineering y Technology. IEEE. P. 2905-2911

Rostow, W.W. (1960). Estados Unidos en la arena mundial. *Revisión del Colegio de Guerra Naval*, 13 (6), 7.

Schult, (1965) *Transforming traditional agriculture*. Yale University.

Sancho, R. (1990). Indicadores bibliométricos utilizados en la evaluación de la ciencia y la Tecnología. *Revisión Bibliográfica. Revista española de documentación científica*, 13(3-4), 842-865.

Savoy, J. (2005). Bibliographic database voluc using free-text and controlled vocabulary: an evaluation. *Information processing y management*, 41(4), 873-890

Schroter, S., y Tite, L. (2006). Open access publishing and author-pays business models: a survey of authors' knowledge and perceptions. *Journal of the Royal Society of Medicine*, 99(3), 141-148.

Seers, D. (1969). A Step towards a Political Economy of Development (Illustrated by the case of Trinidad/Tobago). *Social and Economic Studies*, 217-253.

Selva, C., Sahagún, M. A., y Pallarès, S. (2011). Estudios sobre trayectoria profesional y acceso de la mujer a cargos directivos: un análisis bibliométrico. *Revista de Psicología del Trabajo y de las Organizaciones*, 27(3), 227-242.

Suriñach Caralt, J., Duque, J. C., Ramos Lobo, R., y Royuela Mora, V. (2002). La investigación regional en España: un análisis bibliométrico. *Investigaciones Regionales*, 2002, vol. 1, núm. Otoño 2002, p. 107-137.

Van Raan, A. (2005). Fatal attraction: Conceptual and methodological problems in the ranking of universities by bibliometric methods. En: *Scientometrics*, Vol. 62, N° 1, p. 133-143.

Ventura, F. Brunori, G., Milone, P., y Berti, G. (2008). The rural web: a synthesis. *Unfolding webs: the dynamics of regional rural development*, 149-174.

Woods, M. (2011). Integrating risk management with performance management. *Aston Business School, Research output: Book/Report*.

## Capítulo 2



# Yacimientos de empleo y nichos de mercado para el emprendimiento:

Estudio econométrico y de las tendencias del mercado de trabajo de la juventud rural en España

### Investigador

Prof. Dr. Guillermo Vázquez Vicente

### Grupo de Investigación:

NONNOBIS-URJC Social Research

### Departamento:

Economía Aplicada I. Universidad Rey Juan Carlos

## Resumen

En este trabajo se definen los principales yacimientos de empleo y nichos de mercado para el emprendimiento que se han encontrado para el caso de la juventud española residente en entornos rurales. Para ello, a través de la información contenida en diferentes informes oficiales y profesionales, se ha analizado el mercado laboral desde el lado de la oferta y de la demanda, destacando las ocupaciones y sectores profesionales considerados como dinámicos. En el mismo sentido, se han explorado las posibilidades que otorgan el teletrabajo y el emprendimiento autónomo, dejando constancia de la necesidad del fomento de esta actividad empresarial, así como de la reducción de la brecha digital entre entornos rurales y urbanos como herramienta de dinamización de la economía local. La conclusión es clara. Existen interesantes y variadas posibilidades de desarrollo profesional para la juventud residente en entornos rurales, que no sólo se centran en el trabajo en sectores tradicionales y que van más allá de todo el conjunto de actividades de escaso valor añadido a las que se suele hacer alusión en el debate tradicional.

## 1. Introducción

El actual problema de falta de oportunidades laborales en entornos rurales y de concentración de la población en grandes urbes no es ninguna novedad dentro de la economía española. Tampoco sorprende que los medios de comunicación adviertan acerca de que la juventud está, con diferencia, siendo el sector que más está sufriendo la inercia económica actual. Según el Instituto Nacional de Estadística (INE), en el caso de España, algo más de una cuarta parte de la población se englobaría dentro de ese rango de edad. Ahora, a pesar de que el 84% del territorio nacional se considera ámbito rural (Secretaría General de Análisis, Coordinación y Estadística, 2021), la amplia mayoría de la juventud reside en áreas urbanas. De este modo, se calcula que aproximadamente un 3,5% de la población total española se correspondería con jóvenes que residen en áreas rurales (Rubio Gil y Pascual Bellido, 2018).

Ahora, es evidente que, dentro de la población total, son las personas jóvenes las que mayor tendencia tienen a

desplazarse a otras zonas, generalmente hacia áreas urbanas, con objeto de continuar sus estudios o de mejorar sus posibilidades de desarrollo profesional. De este modo, la capacidad del medio rural para retener a su población más joven va a depender principalmente de la oferta laboral que pueda ofrecer.

No se debe olvidar que la pérdida de recursos es un problema para cualquier área local. Más si cabe cuando estos recursos son los de mayor potencial profesional y mayor capacidad de adaptación e innovación, la población activa más joven. Este sector es además el que generalmente está mejor formado y puede impulsar a la economía local hacia sectores productivos de mayor valor añadido, alejándose de los sectores tradicionales centrados en actividades primarias. En consecuencia, y con objeto de paliar estos problemas, la definición y puesta en práctica de programas de desarrollo local en áreas rurales aplicadas a la juventud debe ser un eje prioritario dentro de las agendas políticas de los agentes políticos implicados.

Con este problema en mente, será importante definir las posibilidades laborales que presenta la población más joven en este tipo de entornos. Así, el objetivo principal de este trabajo será delimitar cuáles son, actualmente, las ocupaciones más demandadas y los sectores laborales en los cuales la población joven del medio rural tiene mejor salida profesional para la contratación por cuenta ajena y para iniciar actividades por cuenta propia.

En ese sentido, se hará especial mención a las posibilidades del teletrabajo y de la deslocalización laboral. En la actualidad, este tipo de trabajo tiene cada vez más vigencia en el mercado, y sin duda puede ser una herramienta importante para atraer población a los entornos rurales. Del mismo modo, será una vía de primer nivel para intentar que la población autóctona no tenga que emigrar, o que regrese tras un tiempo formándose en grandes ciudades.

En el mismo orden de ideas, es interesante destacar que un porcentaje elevado del emprendimiento en estas provincias toma la forma de actividades económicas en régimen de autónomo y, en consonancia, que dentro de las ayudas al desarrollo empresarial en este tipo de entornos, existen ayudas al emprendimiento joven centrado en este tipo de actividades empresariales. Por estos motivos, será importante centrarse en valorar las posibilidades que puede tener una persona joven en entornos rurales para iniciar una actividad por cuenta propia bajo este régimen fiscal.

Para alcanzar el objetivo, se ha estructurado el trabajo en cuatro puntos. En el primero, se realizará una descripción formal del estudio y se describirán los principales conceptos que definen y guían todo

el análisis. En el segundo, se describirán los principales resultados obtenidos en términos de nichos de empleo y yacimientos de emprendimiento. En el tercero, se expondrán las propuestas generales a este respecto,

destacando posibles singularidades regionales o del perfil de la ocupación. En cuarto lugar, se finalizará el trabajo con las pertinentes conclusiones del estudio.

Tabla 1.

### Provincias seleccionadas. Densidad de población y porcentaje de municipios de menos de 30.000 habitantes respecto al total nacional. 2021

COMUNIDAD	PROVINCIA	DENSIDAD	% MUNICIPIOS <30.000 HABS.
Andalucía	Almería	80	1,3%
	Córdoba	59	1,0%
	Granada	73	2,2%
	Huelva	52	1,0%
	Jaén	50	1,2%
Aragón	Huesca	15	2,6%
	Teruel	10	3,0%
	Zaragoza	56	3,7%
Castilla-La Mancha	Albacete	27	1,1%
	Ciudad Real	27	1,2%
	Cuenca	13	3,0%
	Guadalajara	21	3,6%
	Toledo	46	2,6%
Castilla y León	Ávila	21	3,1%
	Burgos	26	4,7%
	León	32	2,6%
	Palencia	21	2,4%
	Salamanca	29	4,6%
	Segovia	24	2,6%
	Soria	9	2,3%
	Valladolid	66	2,8%
	Zamora	18	3,1%
Cataluña/Catalunya	Lleida	36	2,9%
Comunitat Valenciana	Castellón / Castelló	91	1,7%
Extremadura	Badajoz	32	2,0%
	Cáceres	21	2,8%
Galicia	Lugo	36	0,8%
	Ourense	46	1,2%
La Rioja	La Rioja	64	2,2%
Comunidad Foral de Navarra	Navarra	62	3,4%
<b>Promedio España</b>		<b>93</b>	<b>1,9%</b>

Nota: valores a 1 de enero de 2021. Fuente: Elaboración propia a partir de cifras extraídas de INE.

## 2. Metodología de análisis

### 2.1. Delimitación geográfica

Los datos con los que se va a trabajar quedan delimitados a nivel comunidad y provincia. Este es el máximo nivel de desagregación para el que se facilitan datos de determinados estadísticos e indicadores, como son el número de empresas creadas por tipo de empresa, la tasa desempleo por rango de edad, las ayudas para autónomos o los sectores laborales de mayor dinamismo en términos de contratación de jóvenes y estabilidad laboral.

No obstante, por motivos estadísticos, en algunos casos se iniciará la evaluación cuantitativa mediante conclusiones a nivel nacional. No se puede dejar pasar que varios de los indicadores utilizados no desagregan por edad ni por elementos geográficos. De modo que se tendrán que extraer conclusiones generales e intentar trasladarlas a una lectura de ámbito regional.

En ese sentido, teniendo en mente que la delimitación de área o medio rural se define a nivel de municipios, y que no se dispone de valores estadísticos para ningún indicador a ese nivel de desagregación, para este estudio se va a trabajar con los datos de aquellas provincias que presentan una densidad de población inferior a los 100 habitantes por km<sup>2</sup>. El panel de provincias y comunidades con las que se va a trabajar es el descrito en la Tabla 1.

### 2.2. Definición de juventud

El término “juventud” no se encuentra formalmente acotado. La Real Academia de la Lengua Española la define como el “período de la vida humana que precede inmediatamente a la madurez”. En el mismo sentido, organismos como las Naciones Unidas la definen como la población entre los 14 y los 25 años. Pero esta definición, basada en condicionantes culturales, genera problema a la hora de analizar el mercado de trabajo.

Por ejemplo, en el caso español, no es hasta los 16 años cuando una persona (con permiso de sus tutores legales) pueden integrarse al mercado laboral. De modo que, si se habla de población joven en términos generales dentro del mercado laboral, se estaría excluyendo al colectivo que iría de los 14 a los 15 años. Por este motivo, y debido a las dificultades compartidas por todo este colectivo para insertarse en el ámbito laboral, en las últimas décadas el concepto se ha ampliado hasta quedar definido por el rango de edad que abarca desde los 16 hasta los 30 años.

Este rango de edad es más coherente con los objetivos de un trabajo de este tipo, pues se inicia con la edad

en la cual la persona puede comenzar a trabajar, y se amplía hasta los 30 años, debido a que hasta esa edad los intereses y problemas de inserción laboral suelen ser similares, a pesar de existir evidentes diferencias respecto a las personas más jóvenes que apenas acabarían de iniciar su carrera profesional.

Sin embargo, no ha sido posible, en este trabajo, homogeneizar este concepto, pues cada uno de los indicadores utilizados presenta un rango de edad diferente que ha sido imposible unificar. Así, la descripción de indicadores al respecto es la que se describe a continuación:

- Para la definición de nichos de empleo a partir de la información oficial que facilita el Ministerio de Trabajo y Economía Social, los datos de juventud utilizados incluyen a la población menor de 30 años. Esta lectura está referida a la Primera parte del estudio.
- No obstante, para la definición de nichos de empleo a partir de la información facilitada por los portales de empleo infojobs y LinkedIn no se ha podido discriminar por rango de edad. Por consiguiente, se extraerán conclusiones a nivel general, que se inferirán, con los matices pertinentes, al nivel regional por rango de edad. Esta lectura está referida a la Segunda parte del estudio.
- Este mismo problema está presente en la Tercera parte del trabajo, a la hora de definir los nichos de empleo que se considerarán aptos para el teletrabajo. La única salvedad será el dato de trabajadores/as en plataformas digitales en España, con el que iniciamos el análisis.
- Para concluir, en la Cuarta parte del estudio, se aprecia una diversidad de indicadores que ha sido imposible homogeneizar. Para el caso de la tasa de desempleo por rango de edad a nivel de Comunidad, el INE facilita este indicador para jóvenes menores de 25 años, sin que haya margen alguno de ampliación de la horquilla de edad. Este mismo instituto, en el momento de facilitar el dato de ocupados por sectores y rango de edad, presenta cifras para la población de los 16 a los 39 años. La Agencia Tributaria facilita datos de emprendedores/as adscritos al régimen de Personas físicas para los rangos 16 a 30, 31 a 35, 36 a 49 y más de 50 años. Por lo que es imposible extraer conclusiones homogéneas.

Por consiguiente, y ante la imposibilidad de homogeneizar datos e indicadores, se ha partido de la idea de una definición amplia de concepto “juventud”, donde no exista una acotación estadística formal, pero sí una identidad laboral. Esta es la idea que guía todo el trabajo que aquí se presenta.

### 2.3. Delimitación temporal

No se han encontrado problemas a la hora de extraer datos generales a nivel de comunidad para los indicadores mencionados en párrafos previos. Pero sí para el nivel provincia. De modo que la amplia mayoría de los resultados facilitados se expondrá a nivel comunidad para el último año disponible.

Para definir las ocupaciones y los sectores de mayor dinamismo y posibilidades de empleo entre la población joven en entornos rurales se utilizarán los últimos informes disponibles. Generalmente, se facilitarán datos de 2021. No obstante, y por ausencia, en algunos casos se extraerán conclusiones a partir de informes que facilitan datos de 2019 y 2020.

En el caso del análisis econométrico, se ha realizado el contraste en función de la disponibilidad de datos a nivel de comunidad autónoma que se describirá más adelante. Pero se han encontrado problemas de disponibilidad de datos en lo relativo a las cifras que facilita el Ministerio de Trabajo y Economía Social, dentro de la publicación “Avance Anuario de Estadísticas. Beneficiarios de las ayudas concedidas para la promoción del empleo autónomo, según sexo y edad, por comunidad autónoma y provincia”. Por consiguiente, y como se describirá más adelante, algunas conclusiones se extraerán con este condicionante temporal.

### 2.4. Delimitación de conceptos

Para concluir, es importante delimitar una serie de conceptos que son comunes en todos los informes del Servicio Público de Empleo Estatal (SEPE), perteneciente al Ministerio de Trabajo y Economía Social, y que se utilizan en este estudio, principalmente en la tercera parte. Así, siguiendo el informe de SEPE, “Informe del Mercado de Trabajo de los Jóvenes. Estatal. Datos 2020”, se entenderá por:

**Actividad económica:** cada una de las agrupaciones en las que pueden dividirse las empresas según los distintos productos y/o servicios que principalmente producen. Las actividades económicas se han agrupado según la Clasificación Nacional de Actividades Económicas 2009, aprobada por R.D. 475/2007, de 13 de abril (BOE nº 102, 28-04). En los apartados de demandantes de empleo de este informe, se indica aquella en la que trabaja el demandante o en la que realizó su último trabajo, según el caso. En los apartados de contratación, indica la actividad económica del puesto ocupado.

**Ocupación:** agrupación de actividades profesionales pertenecientes a diferentes puestos de trabajo con características comunes, cuyas tareas se realizan con normas, técnicas y medios semejantes y responden a un mismo nivel de cualificación. Las ocupaciones se

han estructurado según la Clasificación Nacional de Ocupaciones (con), aprobada por R.D. 1591/2010, de 26 de noviembre (BOE nº 306, 17-12).

**Ocupaciones con mejor situación en el mercado de trabajo (OMSMT):** se consideran ocupaciones con mejor situación en el mercado de trabajo aquellas que superaban el 0,01% del total de la contratación anual del año previo al informe; presentaban, además, una variación interanual positiva los dos últimos años; una duración de los contratos por encima de la media del gran grupo ocupacional al que pertenecen y la ratio entre contratos registrados y DENOS es superior o igual a 1. También se incorporaron aquellas ocupaciones que no cumplían alguno de los criterios anteriores, pero habían sido señaladas por los expertos consultados en los estudios sectoriales realizados por el Observatorio de las Ocupaciones. Estas ocupaciones serán las que en este estudio se considerarán como **dinámicas**.

**Tasa de estabilidad:** es el cociente entre el número de contratos indefinidos y el número total de contratos. Se expresa en porcentaje.

## 3. Nichos de empleo. Qué nos dicen las cifras oficiales

Partiendo de las cifras oficiales de contratación, en esta parte del estudio se acotarán las posibilidades de desarrollo profesional por cuenta ajena de la juventud que reside en provincias con alta tasa de ruralidad. Para enfrentar el reto se utilizará, como fuente de datos, el último informe “Ocupaciones con tendencia positiva en el empleo”, que facilita anualmente el Servicio Público de Empleo Estatal (SEPE), del Ministerio de Trabajo y Economía Social.

Dentro de estos informes, con objeto de evitar que aparezcan ocupaciones con un número de contratos reducido, pero con un notable porcentaje de variación interanual, solo se presentan aquellas cuyo peso en la contratación es superior al 0,5% del total estatal o provincial. Por su parte, en las tablas de colectivos, como el que aquí nos ocupa (menores de 30 años), en el informe se limita a 15 el máximo de ocupaciones presentadas en cada tabla.

Al tomar como principal criterio el incremento porcentual interanual de la contratación, sin tener en cuenta la duración de los contratos ni otro tipo de criterios, en ocasiones, por razones coyunturales del mercado de trabajo, se pueden presentar en las tablas ocupaciones en las que ese incremento parezca exagerado, u otras en las que se incluyan ocupaciones infrecuentes, pero con una alta variación interanual. Se trata de ocupaciones contratadas por un periodo muy corto (1 día, por ejemplo; o similar), con un volumen



alto de contratos, que por lo general están vinculadas a algún acontecimiento o necesidad puntual. Todos estos aspectos serán tenidos en cuenta a la hora de definir una matriz de ocupaciones en las cuales una persona joven pueda desarrollarse profesionalmente a medio o largo plazo.

El objetivo final de esta parte será definir todo el conjunto de ocupaciones dinámicas que permita delimitar una matriz de profesiones donde un joven se pueda desarrollar, por cuenta ajena, dentro del mercado laboral de su provincia.

### 3.1. Análisis general y por comunidades. Primeras singularidades

En una comparativa entre los datos oficiales para las 52 provincias de la geografía española y los resultados generales obtenidos en este estudio para el panel de 30 provincias, se pueden extraer tres conclusiones generales (Tabla 2).

En primer lugar, en una valoración a cuatro dígitos, y para el panel con las quince principales ocupaciones que muestra el SEPE en sus informes, se puede apreciar que, en términos generales, las ocupaciones donde la juventud de menos de 30 años puede encontrar trabajo de manera más sencilla son convergentes con los resultados de este estudio. Así, con diferencia, la ocupación laboral con mayor número de contratos para este estrato social es la de camarero/a. A continuación, y con diferentes niveles de estabilidad, nos encontraríamos con la de vendedor/a en tienda o almacén, monitor/a de actividades recreativas, cocinero y ayudante de cocina, cuidadores/as de niños/as y socorrista. Todas ellas

ocupaciones con un nivel de exigencia, en términos de formación, bajo. La nota positiva la pone la posibilidad de desarrollarse laboralmente dentro del sector de la administración. Ocupación que presenta las mejores cifras de estabilidad.

Pero esto último nos advierte acerca del primer matiz diferencial. Todas estas ocupaciones, en general, presentan peores niveles de estabilidad en el panel de provincias de este estudio. Si se tiene en cuenta que en este trabajo se han analizado solamente las provincias con menores niveles de densidad de población, este apunte nos puede llevar a pensar que, en las provincias con grandes urbes y elevada población, existe más estabilidad laboral que en el conjunto de provincias donde el entorno rural está más presente. La única salvedad sería, de nuevo, el trabajo administrativo, que en ambos casos presenta los mayores niveles de estabilidad, y sin duda, se desmarca como una buena opción de desarrollo profesional a medio y largo plazo.

Continuando con las diferencias entre listados, la más llamativa es la ausencia, en el análisis para el total de provincias nacional, de los trabajos de peonada y, en general, de las posibilidades de desarrollo laboral dentro del sector agrícola e industrial. A partir de este estudio, se puede afirmar que esta ocupación puede ser una interesante posibilidad laboral, siempre dentro del sector industrial en el que se haya especializado la provincia en la que se resida: papel, cartón, cerámica, manufactura, metal, cárnicas, conservas, alimentos, bebidas, transporte, etc. O bien como peón agropecuario, forestal o agrícola en provincias donde este sector tiene notable importancia económica, como son los casos destacados de varias provincias castellanas, extremeñas y andaluzas.

Tabla 2.  
Ocupaciones (CNO-2011) que han tenido crecimiento interanual de la contratación (\*). Año 2021

COD	ACTIVIDADES ECONÓMICAS	CONTRATOS JÓVENES < 30	TASA ESTABILIDAD
<b>Total España provincias</b>			
2935	Actores/actrices	48.578	0,12
3723	Instructores/as de actividades deportivas	37.698	12,29
3724	Monitores/as de actividades recreativas y de entretenimiento	243.955	6,12
3831	Técnicos/as de grabación audiovisual	37.063	2,77
<b>4309</b>	<b>Empleados/as administrativos/as sin tareas de atención al público no clasificados bajo otros epígrafes</b>	81.816	25,38
<b>4500</b>	<b>Empleados/as administrativos con tareas de atención al público no clasificados bajo otros epígrafes</b>	127.444	24,12
5110	Cocineros/as asalariados/as	72.115	14,74
5120	Camareros/as asalariados/as	869.080	7,53
<b>5220</b>	<b>Vendedores/as en tiendas y almacenes</b>	492.219	10,07
<b>5721</b>	<b>Cuidadores/as de niños/as en guarderías y centros educativos</b>	72.608	4,88
5824	Azafatos/as de tierra	39.916	0,87
5992	Bañistas-socorristas	47.096	7,82
9310	Ayudantes de cocina	104.374	11,03
9432	Mozos/as de equipaje y afines	64.191	1,31
9490	Otras ocupaciones elementales	55.230	6,69
<b>Panel provincias seleccionadas</b>			
<b>3724</b>	<b>Monitor/as de actividades recreativas y de entretenimiento</b>	55.787	4,37
<b>4500</b>	<b>Empleados/as administrativos con tareas de atención al público no clasificados bajo otros epígrafes</b>	11.556	23,02
5110	Cocineros/as asalariados/as	17.900	9,67
5120	Camareros/as asalariados/as	285.966	5,25
<b>5220</b>	<b>Vendedores/as en tiendas y almacenes</b>	78.212	7,65
5710	Trabajadores/as de los cuidados personales a domicilio	9.312	3,72
<b>5721</b>	<b>Cuidadores de niños en guarderías y centros educativos</b>	11.078	4,49
5992	Bañistas-socorristas	8.091	1,45
8143	Operadores/as de máquinas para fabricar productos de papel y cartón	9.952	0,79
8333	Operadores/as de carretillas elevadoras	7.831	3,99
<b>9210</b>	<b>Personal de limpieza de oficinas, hoteles y otros establecimientos similares</b>	28.735	3,53
9310	Ayudantes de cocina	24.155	7,75
<b>9512</b>	<b>Peones agrícolas en huertas, invernaderos, viveros y jardines</b>	22.133	6,98
<b>9700</b>	<b>Peones de las industrias manufactureras</b>	111.314	3,48
<b>9811</b>	<b>Peones del transporte de mercancías y descargadores</b>	44.268	6,26

(\*) Se muestran las ocupaciones (Grupos Primarios) que presentan variación interanual positiva de la contratación en 2021, y que además superan el 0,05% del total de contratos. Estas ocupaciones están agrupadas en los Subgrupos Principales a los que pertenecen. Se indican en negrita las ocupaciones consideradas dinámicas según el Informe de prospección y detección de necesidades formativas para 2021.

Fuente: Elaboración propia a partir de cifras extraídas de SEPE, 2021.



Este tipo de ocupación no exige de niveles elevados de formación, por lo que puede ser una alternativa interesante para un porcentaje de la juventud residente en entornos rurales. Este razonamiento se centra en que más allá de la tasa de contratación dentro de las peonadas, se advierte la existencia de demanda, siempre a partir del número de contratos más reducido, para oficiales y operadores/as industriales especializados. Lo que nos invita a pensar en una posibilidad de desarrollo profesional dentro de este sector. Así, se abre la posibilidad de que, tras unos años como peón, se pueda ampliar la carrera profesional ascendiendo a operador y técnico especialista y, finalmente, trabajando como oficial.

Otra diferencia entre listados se concreta en la ausencia, dentro del listado general, de los trabajos de limpieza. Como se verá más adelante, esta ocupación, en sus diferentes variantes, parece ser una de las salidas más dinámicas para este estrato social. En el mismo sentido, se aprecia como en el listado general aparece la posibilidad de trabajar como actor/actriz o como técnico/a de grabación audiovisual. Sobra decir que toda la industria audiovisual está concentrada en las grandes urbes, y no sorprende que no aparezca en las conclusiones de este trabajo. Finalmente, si bien

en este listado se aprecia la ausencia de ocupaciones como azafato/a de tierra y mozo/a de equipaje, en el listado primero de 27 ocupaciones que se generó en este estudio (Anexo. Cuadro 2.1.), aparecía la primera, siendo la segunda una ocupación importante para provincias como Guadalajara, Toledo y Zaragoza.

Concretando aún más el análisis, si se agrupan varias de las ocupaciones en códigos de dos o tres dígitos (Tabla 3), se advierte la presencia de una ocupación que no figuraba en ninguno de los listados previos: conductores/as asalariados/as. Esta profesión tiene presencia en muchas de las provincias del panel y presenta una estabilidad incluso mayor que la de administrativo. No obstante, existen diferencias entre las tres partidas que lo integran (Tabla 4). Así, a pesar de que los tres códigos muestran una tasa de estabilidad sustancialmente por encima del promedio, parece que el trabajo de conductor/a de motocicletas sería el más estable. No obstante, es el que menos posibilidades de contratos presenta. En oposición al de conductor/a de taxi, automóvil o furgoneta, que acapara la mayor parte de las contrataciones bajo este código.

Tabla 3.  
Ocupaciones (CNO-2011) que han tenido crecimiento interanual de la contratación (\*). Año 2021. Para un panel de 30 provincias. Ocupaciones agregadas

COD	ACTIVIDADES ECONÓMICAS	CONTRATOS JÓVENES < 30	TASA ESTABILIDAD
372	Monitores/as deportivos/as y de actividades recreativas	61.475	7,27
43, 45	Empleados/as administrativos con o sin tareas de atención al público no clasificados bajo otros epígrafes	17.781	21,76
5120	Camareros/as asalariados	285.966	5,25
51, 93	Cocinero/as y Ayudantes de cocina	42.055	8,71
5220	Vendedores/as en tiendas y almacenes	78.212	7,65
56, 57	Cuidadores/as servicio de salud, a domicilio y guarderías	23.738	5,11
5824	Azafatos/as de tierra	5.460	0,07
5992	Bañistas-socorristas	8.091	1,45
7899	Oficiales, operarios/as y artesanos/as de otros oficios no clasificados bajo otros epígrafes	3.951	7,49
81+83	Operadores/as de maquinaria industrial de metales, papel y cartón y carretillas elevadoras	21.678	3,14
84	Conductores/as asalariados/as	8.084	23,26
92	Personal de limpieza	33.884	2,36
9490	Otras ocupaciones elementales	7.587	3,59
95, 97, 98	Peón agrícola, industrial o del transporte de mercancías y descarga	177.715	5,57

(\*) Se muestran las ocupaciones (Grupos Primarios) que presentan variación interanual positiva de la contratación en 2021, y que además superan el 0,05% del total de contratos. Estas ocupaciones están agrupadas en los Subgrupos Principales a los que pertenecen. Se indican en negrita las ocupaciones consideradas dinámicas según el Informe de prospección y detección de necesidades formativas para 2021.

Fuente: Elaboración propia a partir de cifras extraídas de SEPE, 2021.

Continuando, en la misma Tabla 4 se advierte como estas diferencias se pueden aplicar también al código 372, donde la mayor parte de los contratos se asocian al monitoreo de actividades recreativas, aunque ello no signifique estabilidad en el empleo. Si los profesionales de este sector buscan estabilidad, a pesar de que el sector, en términos generales, no la presente, se tendrán que centrar en ocupar un puesto como instructor deportivo, alejándose así de los contratos temporales de la actividad previa.

En la misma línea, se encuentran diferencias también en el sector industrial y agrícola. En este sector no podemos hablar de estabilidad a ningún nivel. Sin embargo, parece que la mayor tasa de contrataciones se centra en los trabajos de peón dentro de la industria manufacturera. Por encima de los sectores agrícola y de transporte. Ahora, como se ha comentado, las peonadas dentro del sector agrícola tienen importancia

dentro de algunas provincias andaluzas y castellanas y, al igual que en el sector industrial, se abre la posibilidad de que, tras unos años desempeñando esta profesión, se pase a desarrollar tareas de operario/a cualificado/a o de operario/a de maquinaria agrícola. Esta senda de desarrollo profesional tendría una presencia muy marcada en provincias como Jaén, Lleida o Badajoz.

Esta misma conclusión se puede extrapolar al sector de los cuidados a las personas. Al igual que el previo, se trata de un sector donde no existe una elevada tasa de estabilidad. Más allá, parece que la tasa más elevada se encuentra dentro del sector de los cuidados en servicios de salud. Pero quizá por este motivo, el nivel de contratos es reducido. Así, la mayor contratación en este sector viene de la mano de los servicios de cuidados de niños/as en guarderías y de personas a domicilio. Siendo, esta ocupación, además, una de las de mayor dinamismo en los últimos cinco años.

Tabla 4.  
Ocupaciones (CNO-2011) que han tenido crecimiento interanual de la contratación (\*). Año 2021. Para un panel de 30 provincias. Panel seleccionado de ocupaciones desagregadas

COD	ACTIVIDADES ECONÓMICAS	CONTRATOS JÓVENES < 30	TASA ESTABILIDAD
3723	Instructores de actividades deportivas	5.688	10,17
3724	Monitores/as de actividades recreativas y de entretenimiento	55.787	4,37
5629	Trabajadores/as de los cuidados a las personas en servicios de salud no clasificados bajo otros epígrafes	3.348	7,11
5710	Trabajadores/as de los cuidados personales a domicilio	9.312	3,72
5721	Cuidadores/as de niños/as en guarderías y centros educativos	11.078	4,49
8412	Conductores/as asalariados/as de automóviles, taxis y furgonetas	5.054	12,02
8432	Conductores/as asalariados/as de camiones	2.168	19,98
8440	Conductores/as de motocicletas y ciclomotores	862	37,80
9512	Peones agrícolas en huertas, invernaderos, viveros y jardines	22.133	6,98
9700	Peones de las industrias manufactureras	111.314	3,48
9811	Peones del transporte de mercancías y descargadores	44.268	6,26

(\*) Se muestran las ocupaciones (Grupos Primarios) que presentan variación interanual positiva de la contratación en 2021, y que además superan el 0,05% del total de contratos. Estas ocupaciones están agrupadas en los Subgrupos Principales a los que pertenecen.

Fuente: Elaboración propia a partir de cifras extraídas de SEPE, 2021.

### 3.2. Ocupaciones dinámicas

La conclusión descrita previamente lleva al análisis de las ocupaciones con mayor dinamismo en los últimos cinco años. En la Tabla 2 podemos apreciar como las profesiones más dinámicas a nivel nacional se concretan en el trabajo administrativo, la venta en tiendas y almacenes y el mencionado trabajo de cuidados en guarderías y centros educativos. De los tres, el de mayor nivel de estabilidad es el primero, duplicando la estabilidad del segundo. Por consiguiente, a la hora de definir algún nicho de empleo interesante para la juventud menor de 30 años a nivel nacional, sin duda nos tendríamos que decantar por estas tres ocupaciones, dando especial importancia a las dos primeras.

No obstante, esta conclusión se debe ampliar si nos centramos en las provincias de mayor porcentaje de ruralidad. Estas tres ocupaciones estarían incluidas en nuestros resultados. Pero como se ha mencionado previamente, en una desagregación a cuatro dígitos, se encuentra también la de monitor de actividades recreativas y de entretenimiento, los servicios de limpieza en oficinas, hoteles y establecimientos similares y las peonadas en el sector industrial o agrícola. Ahora, todas ellas con una tasa de estabilidad notablemente reducida y, como se ha mencionado, inferior al del total de provincias nacional para el mismo tipo de ocupación.

Por este motivo, se trataría de profesiones de interés para las personas que desean encontrar un trabajo a corto plazo. Pero siempre teniendo en mente que, al tratarse de ocupaciones con poca estabilidad y exigencia en términos de formación, serían potencialmente caducos y de escasa remuneración.

Por este motivo es interesante volver a los resultados agregados a dos y tres dígitos (Tabla 3), así como a la Tabla 4. Como se ha mencionado, la poca estabilidad de la monitorización de actividades recreativas se ve parcialmente compensada por una estabilidad algo mayor en el trabajo de instructor/a deportivo/a. Por consiguiente, podemos encontrar aquí otro nicho interesante de empleo para la juventud residente en núcleos urbanos donde exista demanda de actividades de este tipo.

Ahora bien, en lo que respecta a los trabajos de peonada, ya se ha destacado que, a pesar de las mencionadas limitaciones, puede ser interesante tenerla en cuenta en lo relativo a las posibilidades de desarrollo profesional que presenta. De modo que se trataría de un nicho laboral que representaría el primer eslabón de una cadena profesional que puede llevar a una persona joven a un trabajo estable y bien remunerado pasado unos años.

En el mismo orden de ideas, es interesante volver a las conclusiones relativas a la estabilidad del trabajo como conductor/a profesional. Las tres ocupaciones destacadas presentan interesantes matices (Tabla 4). La ocupación de mayores posibilidades es la de conductor/a de automóvil y taxi. Además, aunque es la de menor estabilidad, se sitúa por encima de la media. La nueva oferta de plataformas privadas de transporte profesional de personas puede ser una buena opción para núcleos urbanos y, más importante, para trasladarse entre núcleos urbanos. Por consiguiente, no debemos desestimar esta posibilidad entre la juventud. En segundo lugar, nos encontramos con el transporte, entendemos, más centrado en el traslado de mercancías comerciales. Se trataría del relativo a la conducción profesional de furgonetas y camiones. El segundo, además, presenta una estabilidad muy por encima del promedio para este estrato social. En entornos rurales, donde la distancia entre el lugar donde se encuentra el producto y la persona que lo demanda es, en general, más elevado que en una gran urbe, donde florecen los centros comerciales y los supermercados por doquier, el trabajo de transportista de corta y media distancia puede ser interesante para la juventud de la zona. Por consiguiente, puede ser un interesante nicho de empleo.

Para concluir, nos encontraríamos con la profesión de conductor/a de motocicletas y ciclomotores. Deducimos que se concretaría en el reparto a domicilio de comida y pequeños productos transportables. En este caso, se trataría de la profesión de mayor estabilidad profesional. Sin embargo, se detectan dos problemas: que se trata de una profesión muy centrada en los núcleos urbanos en los que exista este servicio, pero es probable que no abunde en localidades con niveles de población reducidos y elevado nivel de ruralidad. En segundo lugar, no consideramos que se pueda realizar a largo plazo una carrera profesional centrada en esta actividad. Efectivamente, puede ser una actividad recurrente y atractiva en los primeros años de la carrera profesional de un joven. Pero a partir de una edad, es probable que el trabajo sea abandonado por uno donde las posibilidades de desarrollo laboral sean más elevadas en el medio y largo plazo. Por consiguiente, dentro de esta ocupación destacaremos las dos primeras profesiones como posibles nichos de empleo, descartando esta última, salvo que se trate de una posibilidad a corto plazo.

### 3.3. Definición de nichos de empleo

A la hora de buscar singularidades regionales, las principales ocupaciones que hemos descrito a lo largo de este punto son generales para todas las comunidades autónomas y provincias sometidas a evaluación. De hecho, las ocupaciones dinámicas expuestas se repiten sistemáticamente en cada una de las provincias, permitiendo definir un marco general para las 30

provincias del estudio. No obstante, es interesante definir ciertas particularidades para así ampliar el abanico de posibilidades profesionales para la juventud de entornos rurales.

Para extraer una fotografía más certera, se ha preferido agrupar a las provincias por ocupaciones, en vez de exponer las particularidades provincia a provincia. Ahora, debido a la diversidad de opciones, se ha definido una Tabla donde, de manera esquemática, se pueden apreciar algunas de estas particularidades (Tabla 5).

Dentro de las ocupaciones que implican a un mayor número de provincias, se destaca, inicialmente, la posibilidad de trabajos de albañilería, montador/a y peón de construcción. Esta actividad tiene importancia en cinco comunidades, con especial incidencia en Almería, Cáceres, Cuenca, Huelva, Jaén y Ourense. Ahora, este tipo de trabajos, como el de clasificador/a de desechos y operarios/as de punto limpio (9442), no presentan una elevada tasa de estabilidad. Por consiguiente, no se pueden considerar como trabajos para desarrollarse profesionalmente a largo plazo a causa de la inestabilidad relacionada. Casos extremos serían los del grupo 293 y 3721 que, con tasas de estabilidad cercanas a cero, conformarían las profesiones de menor estabilidad del estudio.

El ejemplo contrario sería el de mecánico/a de vehículos y electricista (74,75) que, presente en las provincias de Huesca, Lleida y Teruel, se destaca con una tasa cercana a 20 en la segunda ocupación y con tasas de entre 23 y 30 para la primera. Sin duda se debe remarcar esta profesión como posible nicho de empleo para aquellos jóvenes que estén buscando estabilidad a medio y largo plazo.

En un entorno más centrado en la salud y la atención a personas, se advierte la posibilidad de trabajar como auxiliar de enfermería (561) en Albacete y Ávila, como trabajador/a y educador/a social (2824) en La Rioja, Ourense y Valladolid, o como enfermero/a (2121) en Salamanca. Estas profesiones, que pueden ser interesantes, no presentan una tasa de estabilidad elevada. No obstante, pueden ser de interés para jóvenes que busquen desarrollarse en estos entornos laborales y, en el caso de Albacete para la primera, de Ourense para la segunda, y de Salamanca para la tercera, son ocupaciones de elevado dinamismo dentro de sus respectivas matrices provinciales. Por consiguiente, puede ser un error rechazarlas como potencial nicho de empleo.

Donde sí se aprecia una buena oportunidad de desarrollo profesional es en el campo de la docencia dentro de la provincia de Lleida. A pesar de la escasa oferta de contratos, la tasa de estabilidad es elevada y, sobra decir, que se trata de una buena opción para jóvenes interesados en trabajos docentes.

Tabla 5.

**Propuesta de nichos de empleo. Ocupaciones (con-2011) que han tenido crecimiento interanual de la contratación (\*). Año 2021. Para un panel de 30 provincias. Ocupaciones seleccionadas**

COD	ACTIVIDADES ECONÓMICAS	PROVINCIA	TASA ESTABILIDAD
2121	Enfermeros/as no especializados/as	Salamanca	4,89
2329	Profesores/as y profesionales de la enseñanza no clasificados bajo otros epígrafes	Lleida	18,75
2824	Profesionales del trabajo y la educación social	La Rioja, Ourense, Valladolid	6,45
293	Compositores/as, músicos/as, cantantes y artistas creativos	Badajoz, Huesca, Salamanca	0,09
31, 33	Técnicos/as y analistas de laboratorio y de sanidad	Ávila, Córdoba y Granada	1,78
3721	Atletas y deportistas	La Rioja, León	0,45
3820	Programadores/as informáticos/as	Ourense, Salamanca, Zaragoza	53,12
3831	Técnicos/as de grabación audiovisual	Salamanca, Soria	0,83
41, 42, 43	Empleados/as de oficina de servicios estadísticos, financieros y bancarios, grabadores de datos	Ávila, Huesca, Ourense, Toledo	0,47
4309	Empleados/as administrativos/as sin tareas de atención al público no clasificados bajo otros epígrafes	Todas	25,38
4423, 4424	Telefonistas y teleoperadores/as	Albacete, Badajoz, Jaén, Ourense, Valladolid	2,49
4422, 5825	Recepcionistas de hoteles, Guías de turismo	Teruel	6,40
4599	Empleados/as administrativos/as con tareas de atención al público no clasificados bajo otros epígrafes	Todas	24,12
5220	Vendedores/as en tiendas y almacenes	Todas	10,07
54	Operadores/as de telemarketing y promotores/as de venta	Valladolid	3,50
5611, 5612	Auxiliares de enfermería hospitalaria y de atención primaria	Albacete, Ávila	3,55
5721	Cuidadores/as de niños/as en guarderías y centros educativos	Todas	4,88
7121, 9602, 7314	Albañiles, Peones de la construcción y Montadores/as de estructuras metálicas	Almería, Cáceres, Cuenca, Huelva, Huesca, Jaén, Ourense	4,75
7401	Mecánicos y ajustadores/as de vehículos de motor	Huesca, Lleida, Teruel	26,85
7510	Electricistas de la construcción	Huesca	18,67
78, 81, 83	Oficiales y operadores/as de maquinaria industrial, papel, forestal y agrícola	Todas	4,02
8412	Conductores/as asalariados/as de automóviles, taxis y furgonetas	Todas	12,02
8432	Conductores/as asalariados/as de camiones	Todas	19,58
95, 97, 98	Peón agrícola, forestal, industrial o del transporte de mercancías y descarga	Todas	5,57
9442	Clasificadores/as de desechos, operarios de punto limpio y recogedores de chatarra	Castellón, Guadalajara, La Rioja, Valladolid	0,39
9442	Clasificadores/as de desechos, operarios de punto limpio y recogedores de chatarra	Castellón, Guadalajara, La Rioja, Valladolid	0,39

(\*) Se muestran las ocupaciones (Grupos Primarios) que presentan variación interanual positiva de la contratación en 2021, y que además superan el 0,05% del total de contratos. Estas ocupaciones están agrupadas en los Subgrupos Principales a los que pertenecen. Nota: la tasa de estabilidad promedio de los códigos 41, 42, 43 no incluye la tasa del código 4123, Empleados de logística y transporte de pasajeros y mercancías, para la provincia de Toledo, que es de 65,55. La tasa de estabilidad promedio del código 4424, Teleoperadores, para la provincia de Albacete, que es de 16,95.

Fuente: Elaboración propia a partir de cifras extraídas de SEPE, 2021.

Dentro de alguna de las provincias castellanoleonesas y andaluzas, parece que existe la opción de desarrollarse como técnico/a de grabación audiovisual (3831) o como técnico/a y analista de laboratorio y del entorno de la salud (31,33). Estas ocupaciones sin duda pueden ser interesantes. El problema, de nuevo, se concreta en la tasa de estabilidad, notablemente reducida. No obstante, en las provincias de Granada y Córdoba, el trabajo de Técnico/a y analista de laboratorio en química industrial y de Técnico/a en laboratorio de diagnóstico clínico, son dos de las ocupaciones de mayor dinamismo, respectivamente, dentro de la matriz de ocupaciones de cada una de estas provincias. Esta conclusión abre la posibilidad de incluirlas como nicho de empleo para la juventud de estas dos provincias.

Como se verá más adelante en este estudio, hay pocas dudas a la hora de incluir la profesión de programador/a informático/a dentro los posibles nichos de empleo para jóvenes residentes en provincias con elevada tasa de ruralidad. Esta profesión parece tener una tasa de estabilidad sustancialmente elevada y, a pesar de no presentar una oferta importante en términos de contratación, goza de importancia en las provincias de Ourense, Salamanca y Zaragoza. Además de otras posibilidades que describiremos más adelante.

Para concluir, es importante centrarse en las ocupaciones de los grupos 41 a 44. Estas ocupaciones se encuentran en la matriz de ocupaciones principales en términos de contratación en numerosas provincias de la geografía nacional. No obstante, se aprecia una clara diferencia entre las ocupaciones de los grupos 41 a 43, y las ocupaciones del grupo 44. En las primeras se advierte una oferta moderada y una tasa de estabilidad notablemente reducida. Al contrario, en las segundas, sin que la estabilidad mejore, la oferta es muy elevada, y presenta dinamismo en la contratación para las provincias de Albacete, Badajoz y Jaén. Por lo que puede suponer una buena posibilidad para que los/as jóvenes de estas provincias inicien su actividad profesional. Más allá, debemos destacar dos casos de máximo interés. En primer lugar, el caso del trabajo como empleado/a de logística y transporte de pasajeros/as y mercancías (4123) en Toledo y el de teleoperador/a (4424) en Albacete. En ambos casos, la tasa de estabilidad está muy por encima del promedio. Pero sin duda llama la atención la relativa a Toledo. Lo que sin duda empuja a destacar ambas ocupaciones como nicho de empleo para jóvenes residentes en estas provincias.

Un caso similar sería, dentro de la provincia de Teruel, el trabajo de guía turístico y de recepcionista de hotel. A pesar de que la oferta de empleo no es elevada, la estabilidad de esta segunda profesión sí lo es. Por consiguiente, y a pesar de la escasa oferta, podría considerarse como nicho potencial de empleo para jóvenes residentes en esta provincia.

De igual modo, los trabajos como operador/a de telemarketing (5420) y promotor/a de venta (5492) en Valladolid. Al tratarse de la provincia donde se encuentra la capital de Castilla y León y al ser una de las grandes ciudades de la geografía nacional, el sector servicios se ha desarrollado en mayor medida que en otras regiones, lo que sin duda abre la posibilidad para trabajar en sectores relacionados y supone un revulsivo para todo el conjunto de actividades relacionadas con la venta, la publicidad y marketing.

#### 4. Nichos de empleo. Una lectura desde la demanda

En esta parte del trabajo se detectarán las oportunidades que ofrece el mercado laboral a los/as jóvenes de entornos rurales desde un punto de vista diferente al del punto previo. Así, en vez de evaluar los nichos de empleo potenciales desde el punto de vista de la oferta, es decir, a partir de las contrataciones realizadas con alta en la Seguridad Social, se centrará el estudio en el lado de la demanda.

Se analizará el mercado de trabajo a partir de las vacantes que han hecho públicas las empresas dentro de los dos portales más importantes del mercado laboral nacional: Infojobs y LinkedIn. Para ello, se partirá de los últimos informes disponibles que estos dos importantes actores publican anualmente: el informe “Estado del mercado laboral en España”, que el portal Infojobs realiza con ESADE, y el “Informe Empleos Emergentes”, de LinkedIn.



Tabla 6.

Distribución geográfica de las vacantes de empleo nacionales. Año 2021. Totales y por nivel de estudio. Comunidades seleccionadas. Sin discriminación por rango de edad

	NIVEL DE ESTUDIOS			
	% sobre el total	Estudios básicos	Formación Profesional	Estudios universitarios
Andalucía	11%	33%	19%	13%
Aragón	3%	27%	26%	14%
Castilla y León	5%	38%	18%	9%
Castilla-La Mancha	4%	48%	12%	7%
Extremadura	1%	42%	13%	9%
Galicia	5%	35%	19%	10%
La Rioja	0%	30%	25%	16%
Comunidad Foral de Navarra	1%	25%	29%	20%
<b>Total (*)</b>	<b>30%</b>	<b>35%</b>	<b>20%</b>	<b>12%</b>
Comunidad de Madrid	28%	26%	24%	17%
Cataluña/Catalunya	21%	31%	27%	15%

En el caso del nivel de estudios, los porcentajes no deben sumar el 100%, pues faltaría añadir la demanda de empleo para: bachillerato, postgrado y personas sin estudios. El problema es que no se facilita ese dato desagregado geográficamente. (\*) En el caso de los valores por nivel de estudios se trata del promedio de las comunidades del panel.

Fuente: Elaboración propia a partir de valores extraídos de Infojobs, 2022, p.75.

No obstante, en el momento de extraer conclusiones generales que se puedan extrapolar al conjunto de provincias analizadas en este punto, se deben tener en cuenta dos importantes problemas. En primer lugar, que estos informes no discriminan por edad. Por consiguiente, es imposible determinar cuál es el rango de edad de mayor acceso a las vacantes que muestran. No obstante, y como veremos a continuación, apreciaremos que existen importantes coincidencias respecto a las conclusiones extraídas en el punto previo. Por lo tanto, podemos pensar que el perfil de vacante que se expone en estos informes puede tener similitudes con el de los informes del SEPE utilizados en el punto anterior.

En segundo lugar, se advierte una importante concentración de las vacantes en las grandes ciudades del país. Como se aprecia en la Tabla 6 y en el Cuadro 2.2 del Anexo, las vacantes ofertadas en Madrid y Cataluña representan prácticamente el 50% del total nacional. Más allá, si bien las vacantes ofertadas en el panel de comunidades en las que se incluyen las 30 provincias evaluadas en este estudio representan el 30% del total,

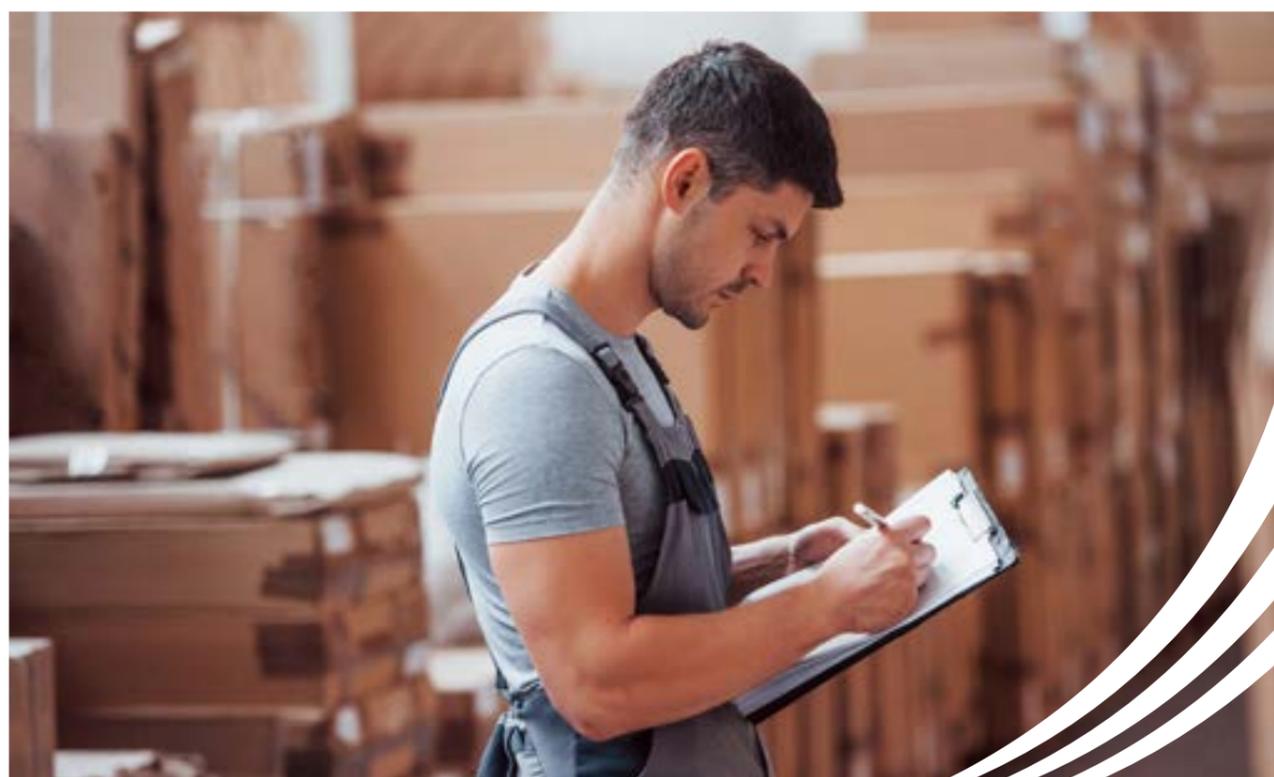
debemos tener en cuenta que en el caso de Andalucía están incluidas las vacantes ofertadas en Sevilla, una de las principales ciudades, junto a Madrid, Barcelona, Valencia y Bilbao, donde se concentra la práctica totalidad de las vacantes nacionales. A partir de esta valoración, si además tenemos en cuenta que en este análisis hemos excluido también las provincias de Cádiz y Málaga, dos importantes motores del turismo y la hostelería andaluzas, esta cifra del 10% que presenta la comunidad andaluza debe ser tomada con mucha cautela. Así, si pudiésemos diferenciar por provincias, es previsible que los porcentajes mostrados por esta importante comunidad estén en la línea del resto de comunidades.

Se podría extraer una conclusión similar a la hora de valorar el 5% que presenta Galicia. Esta comunidad tiene dos importantes motores económicos: Pontevedra y Coruña. Ambos desde el punto de vista turístico y hostelero. Pero también, en el caso de Pontevedra, en el ámbito industrial. Por el contrario, las provincias de Ourense y Lugo, incluidas en este

análisis, presentan serios problemas de despoblación y dinamismo económico. En consecuencia, es altamente previsible que la oferta de vacantes dentro de esta comunidad esté concentrada en las dos primeras provincias.

Para concluir, a pesar de que esta misma conclusión sería extrapolable al caso de Valladolid, en Castilla y León, esta provincia ha sido incluida en el análisis y, por consiguiente, se tendrá en cuenta ese porcentaje como un valor de interés para el estudio.

En definitiva, se debe tener en cuenta que las conclusiones que se vayan a extraer de estos informes estarán muy sesgadas por la concentración geográfica de las vacantes en las cinco ciudades mencionadas: Madrid, Barcelona, Valencia, Sevilla y Bilbao. Esto podría llevar al error de considerar que la realidad de estas ciudades es la realidad del resto de provincias, o en su caso, la realidad del resto de capitales de provincia. Sin embargo, y como se ha mencionado, llama la atención que se encuentren muchas similitudes entre las ocupaciones de mayor número de vacantes a nivel nacional y las ocupaciones que se han destacado a nivel de provincia a partir del informe del Ministerio de Trabajo. En otras palabras, a pesar de la concentración de las vacantes y, por supuesto, de las esperadas singularidades, muchas de las ocupaciones que se van a destacar encontrarán reflejo en las mencionadas Tablas 2 y 3 del punto previo.



#### 4.1. Análisis del mercado de trabajo. Ocupaciones de mayor dinamismo

Entrando en la valoración de ocupaciones con mayor dinamismo en la oferta de vacantes (Tabla 7), se advierte que la mayor parte se adscriben a actividades centradas en labores comerciales y de venta, logística, atención al público y turismo y restauración. Esta conclusión era esperable, pues se corresponde con ocupaciones como la de recepcionista y guía turístico, camarero/a, dependiente, vendedor/a en tienda y almacenes, cocinero/a y ayudante de cocina, promotor/a de venta y empleado/a y oficial de logística y transporte, que ya se destacaron en el punto previo para provincias escogidas, o bien para el panel completo.

Sin embargo, no era tan intuitivo percibir el hecho de que uno de los sectores de mayor dinamismo en la oferta de vacantes sea el de la informática y las telecomunicaciones, e incluso el de la ingeniería. Como se verá a lo largo de este punto, este primer sector es uno de los protagonistas del dinamismo en la oferta de vacantes del mercado profesional actual. Ahora, en el rango opuesto, estarían las vacantes del sector farmacéutico, legal, el diseño y, por supuesto, el de la oferta pública de empleo dentro de la Administración. Todos con unas cifras reducidas, no obstante, como se puede ver en el Cuadro 2.3 del Anexo, con interesantes rangos salariales.

Tabla 7.

Sectores con mayor oferta de vacantes. Año 2021. Análisis general para el total nacional. Sin discriminación por rango de edad

SECTOR	VACANTES	% VARIACIÓN 2020-2021
Comercial y ventas	490.729	179.063
Compras, logística y almacén	281.681	118.245
Atención al cliente/a	228.391	65.590
Profesiones, artes y oficios	210.233	80.748
Informática y telecomunicaciones	198.891	34.352
Turismo y restauración	110.634	57.894
Ingenierías y técnicas	85.278	25.886
Administración de empresas	83.765	25.816
Sanidad y salud	75.418	-1.487
Venta al detalle	62.756	26.122
Calidad, producción e I+D	61.197	22.853
Educación y formación	58.058	-1.820
Inmobiliario y construcción	43.125	15.739
Marketing y comunicación	35.605	17.768
Recursos humanos	27.697	12.137
Finanzas y banca	25.233	6.564
Administración pública	6.789	3.040
Legal	6.495	2.060
Diseño y artes gráficas	6.412	2.280
Sector farmacéutico	4.737	339

Fuente: Extraído de Infojobs, 2022, p.43.

No podemos pasar por alto que, entre los años 2020 y 2021, solamente en dos sectores se haya reducido el número de vacantes. Se trata de los sectores de la educación y la formación y el de la salud. En el caso del primero, se puede entender que, en un contexto de pandemia, y a causa de los problemas generados por el confinamiento, se haya reducido la actividad docente a todos los niveles. Sin embargo, llama la atención que, en este mismo contexto, el sector de la salud haya visto mermada su oferta de vacantes. Como se expondrá, solamente habrá dos excepciones a esta realidad, que además tienen mucha relación con el contexto de pandemia. Por un lado, la oferta de puestos de enfermería. Por otro, la oferta de vacantes como profesor/a particular.

Entrando en el detalle de las ocupaciones con mayor número de vacantes ofertadas en estos portales, se advierte que las profesiones con más ofertas se centran en los sectores descritos (Tabla 8). Más allá, se encuentran las primeras sinergias con el punto anterior, pues se percibe la presencia de puestos de teleoperador/a, conductor/a de vehículo de reparto, peón en industria manufacturera y diferentes puestos comerciales y de logística que ya se destacaron en el punto previo.

Pero no acaban aquí las similitudes, pues se destacan en esta Tabla profesiones como la de administrativo/a, sea principal o auxiliar, operador/a de carretilla elevadora, camarero/a, cocinero/a

o trabajador/a social, que ya se remarcaban en el punto previo para el total de las provincias analizadas, o bien para un panel concreto. Así, *a priori*, pareciera que las conclusiones pueden ser extrapolables. No obstante, en estos informes se facilitan dos indicadores de máxima importancia a la hora de definir los primeros nichos de empleo.

Si se valora el número de competidores por vacante, en conjunción con el salario promedio, se advierte que las profesiones más atractivas en el mercado serían las relacionadas con el sector de la informática y las telecomunicaciones, los trabajos como agente inmobiliario y comercial y, finalmente, el trabajo como enfermero/a. Dentro del listado de profesiones con menos competencia, se encuentran también la de teleoperador/a y conductor/a de vehículo de reparto. Sin embargo, estas profesiones muestran los salarios más reducidos de todo el listado. No obstante, al tratarse de empleos con un buen número de vacantes y competencia reducida, se pueden incluir dentro de los nichos de empleo a destacar en este epígrafe.

Por consiguiente, a la hora de destacar un conjunto de profesiones de interés para una persona joven que desea iniciar una profesión con futuro, se podrían mencionar las siguientes. Si lo que se busca es trabajo rápido, sin duda el trabajo como teleoperador/a o conductor/a de vehículo de transporte. En el caso de que se busque una profesión con poca exigencia en formación, buena oferta de vacantes y buen salario, la profesión de representante comercial.

Un caso similar, pero con un mejor salario, sería el de agente inmobiliario. Pero si deseamos optar a trabajos bien remunerados y con poca competencia, es importante concienciarse de que hay que dedicar un tiempo a la formación y al desarrollo de aptitudes profesionales. En el caso de que una persona joven tome esta determinación, parece que el sector de la enfermería sería una buena opción. Pero por encima de esta, se encuentran las relacionadas con el sector de la informática y las telecomunicaciones, destacando las profesiones de analista y desarrollador de software y consultor TIC.



Tabla 8.

### Ocupaciones con mayor oferta de vacantes. Año 2021. Análisis general para el total nacional. Sin discriminación por rango de edad

PUESTO	VACANTES	COMPETENCIA	SALARIO PROMEDIO ANUAL (€)
<b>Teleoperador/a</b>	325.921	13	16.270
<b>Representante comercial</b>	209.846	29	31.867
<b>Conductor/a de vehículo de reparto</b>	107.082	23	17.414
Mozo/a de almacén	95.570	80	17.893
Dependiente/a	72.394	281	18.527
Peón de la industria manufacturera	64.310	65	20.637
<b>Desarrollador/a de software</b>	57.892	11	33.558
Administrativo/a	45.524	127	19.793
Operador/a de carretilla elevadora	42.254	50	19.449
Agente de servicio de atención al cliente/a	37.873	48	21.477
<b>Agente inmobiliario/a</b>	36.817	17	45.665
Asistente/a promoción ventas	33.696	24	18.207
<b>Enfermero/a</b>	31.258	11	28.101
Camarero/a	27.037	84	18.553
Empleado/a de mantenimiento	24.767	62	22.889
Trabajador/a social	23.109	43	18.438
Cocinero/a	20.471	38	20.762
<b>Analista de software</b>	19.846	7	35.248
Auxiliar administrativo/a	17.896	244	18.122
<b>Consultor/a TIC</b>	17.449	20	36.733

Se indican en negrita las ocupaciones consideradas como en mejor situación en el mercado de trabajo a partir de una valoración de los tres indicadores.

Fuente: Extraído de Infojobs, 2022, p.35.

Sin embargo, esta conclusión obliga a enfrentar uno de los problemas que se han destacado al inicio del epígrafe: la elevada concentración de muchas de estas actividades en las grandes ciudades del país (Anexo. Cuadro 2.2.). En el ámbito profesional, las profesiones con mayor crecimiento anual se centran en la inteligencia artificial, la ingeniería especializada, el desarrollo de negocio y el marketing digital. Con menor dinamismo, pero dentro de la matriz de profesiones más demandadas, nos encontraríamos también con todas las actividades incluidas dentro de la denominada

ciencia de datos, el comercio electrónico y las novedosas profesiones relacionadas con los mentores personales y los contenidos digitales.

Todas las ocupaciones descritas en el Cuadro son las de mayor dinamismo y demanda del mercado. Pero presentan dos problemas. En primer lugar, el elevado nivel de especialización. Se trata de profesiones con tres barreras de entrada importantes. La exigencia de una experiencia en términos de formación

y desarrollo profesional mínimos que imposibilita el acceso a una persona joven sin formación y sin contactos dentro del contexto laboral. La necesidad de una conexión solvente al entorno digital que permita el desarrollo profesional sin barrera tecnológica alguna. Finalmente, enfrentar la realidad de que estas profesiones se ofertan, principalmente, en Madrid y Barcelona, y en menor medida en Valencia, Sevilla y Bilbao. Esta última cuestión conformaría el segundo problema a enfrentar: la emigración forzada. Si una persona desea desarrollarse profesionalmente en estos sectores, tendrá que trasladarse a los lugares en los que se ofertan. A cambio, le espera un sector muy dinámico, joven y con elevados rangos salariales. Tras esto, y si también tenemos en cuenta los problemas derivados del traslado a las grandes ciudades, se considera importante dejar abierta la posibilidad de que una persona joven residente en entornos rurales decida emigrar a una gran ciudad.

Dicho esto, no se puede pasar por alto que, en las conclusiones descritas en el punto previo, ya se destacaba la existencia de cierto dinamismo en el sector de la programación informática en las provincias de Ourense, Salamanca y Zaragoza. Por consiguiente, esta concentración de oferta de vacantes no estaría cerrada a las ciudades descritas y, aunque fuese parcialmente, tendría cierto grado de apertura hacia capitales de determinadas provincias.

#### 4.2. Definición de nichos de empleo

En una valoración general de todos los sectores profesionales (Anexo. Cuadro 2.3), este último sector presenta, en general, las profesiones con menor competencia y mejores salarios. De este modo, a las mencionadas ocupaciones deberíamos incluir, a partir de categorías generales, las de administrador/a, agente y técnico/a de TIC. Se extraen conclusiones similares para los trabajos como agente comercial e inmobiliario y de atención al cliente/a. Con unos elevados salarios y poca competencia, se encuentran, a su vez, las profesiones incluidas en el sector de las finanzas y la banca. Sin embargo, es importante ser consciente de que la oferta de vacantes de todas estas profesiones es probable que esté concentrada en las principales capitales de provincia. Lo que implicaría que la persona joven que desee desarrollarse en estos sectores es probable que tenga que trasladarse diariamente a la ciudad, o bien mudarse. Ahora, también es cierto que, si se definen los municipios con menos de 30.000 habitantes como área rural, en estas pequeñas ciudades también habrá un dinamismo económico que permita la presencia permanente de estas profesiones. De modo que no podemos descartarlas entre aquellos jóvenes que vivan en entornos urbanos dentro de municipios rurales.

En el mismo orden de ideas, en este cuadro se advierten varias excepciones que merecen ser destacadas. En primer lugar, se abre la posibilidad, como nicho de empleo, a los trabajos dentro del sector del marketing y la comunicación. Estas ocupaciones, como la de encuestador/a para estudios de mercado y especialista en marketing online, revisten de mucho interés si se pueden deslocalizar y realizar a través de plataformas digitales. Es su caso, una persona joven podría desempeñarla en su domicilio, dentro de un entorno netamente rural, o bien en un entorno urbano incluido en un municipio rural, sin necesidad de desplazarse a una oficina en una gran ciudad o capital de provincia. Ahora, existen marcadas diferencias entre una y otra. La más sacrificada, pero de menor exigencia en términos de formación, sería la de encuestador/a. No obstante, el bajo salario y el desgaste generado la hacen poco apetecible y, por consiguiente, a pesar de la elevada oferta de vacantes, no presenta elevados niveles de competencia. Por su parte, trabajar como especialista de marketing online requiere de un nivel de formación mayor, pero un salario que duplica a la anterior. Por consiguiente, a pesar de la elevada competencia, puede ser un trabajo interesante para personas que deseen hacer un esfuerzo mayor en términos de formación, siempre que puedan desempeñar su actividad en un entorno digital, y sin tener que desplazarse a una gran ciudad. Es interesante matizar que esta última ocupación ya destacaba, a partir del informe del SEPE, para la provincia de Valladolid en la forma de operador de telemarketing.

Por otro lado, llaman la atención los valores que presenta la profesión de electricista. Sin que destaque en ninguno de los tres indicadores, presenta buenas cifras en todos. Así, ante una oferta de vacantes interesante, la competencia no es elevada y el salario está en el promedio. Por consiguiente, se puede incluir dentro de los nichos de empleo para las personas jóvenes, como ya se matizó en el epígrafe previo para la provincia de Huesca.

Para concluir, es importante mencionar la presencia, dentro del sector de la educación, del trabajo como profesor particular. Esta ocupación, que ya se destacó en el epígrafe previo para la provincia de Lleida bajo el código “Profesores/as y profesionales de la enseñanza no clasificados bajo otros epígrafes”, presenta una buena oferta de vacantes, muy poca competencia y, principalmente, el salario más elevado de todo el panel de profesiones, con la excepción del trabajo como agente inmobiliario. Se trataría de una profesión que demandaría un nivel de formación importante, pero que, en oposición, es probable que tenga presencia en muchas áreas urbanas donde, en mayor o menor medida, la presencia de estudiantes de primaria y secundaria sea importante.

Tras todo este desarrollo, se puede confeccionar un ranking de profesiones que podrían definirse como nichos de empleo para jóvenes residentes en provincias con elevados niveles de ruralidad (Tabla 9). Para elaborarlo, simplemente habrá que ordenar las ocupaciones por cada uno de los indicadores, otorgando una valoración superior a aquéllos puestos que presentan el mayor número de vacantes, menor competencia y mayor salario. Así, en la parte alta se

situarán trabajos como analista y desarrollador/a de software. Pero también agente inmobiliario, profesor/a particular o enfermero/a. A continuación, el resto de las profesiones centradas en el sector de la informática y las telecomunicaciones, en diferente orden, que compartirían importancia con la de comercial, teleoperador/a, conductor/a de vehículos de reparto, electricista o agente de atención comercial y especialista en marketing online.

Tabla 9.

#### Ranking de ocupaciones/nichos de empleo. Año 2021. Análisis general para el total nacional. Sin discriminación por rango de edad

PROFESIÓN	VACANTES	COMPETENCIA	SALARIO PROMEDIO ANUAL (€)	RANKING (*)
Agente inmobiliario/a	36.817	17	45.665	1
Desarrollador/a de software	57.892	11	33.558	1
Profesor/a particular	11.556	4	43.021	2
Analista de software	19.846	7	35.248	2
Enfermero/a	31.258	11	28.101	3
Administrador/a de sistemas TIC	12.804	14	35.450	4
Consultor/a TIC	17.449	20	36.733	5
Representante comercial	209.846	29	31.867	5
Teleoperador/a	325.921	13	16.270	5
Conductor/a de vehículo de reparto	107.082	23	17.414	5
Electricista	11.993	18	22.877	7
Técnico/a de redes TIC	9.548	21	28.238	8
Agente servicio de atención al cliente/a	25.182	47	21.477	9
Agente servicio de asistencia TIC	11.036	33	21.173	10
Especialista en marketing online	2.151	105	23.321	11

(\*) Una misma valoración implica que las profesiones han obtenido la misma puntuación.

Fuente: Elaboración propia a partir de valores extraídos de Infojobs, 2022.

Por consiguiente, se advierte la presencia de ocupaciones que se mueven en rangos geográficos y profesionales distintos. De igual modo, profesiones que exigen de un nivel de formación reducido, junto a profesiones que exigirán de cierto nivel de formación e incluso de un nivel de especialización elevado. Por otro lado, profesiones que se pueden demandar en cualquier municipio, incluso con núcleos urbanos de población reducida, al mismo nivel que ocupaciones que parece que solamente tienen presencia en las grandes capitales del país.

Esta heterogeneidad, sin embargo, saca a la luz dos problemas ya advertidos. En el caso de ocupaciones que no exijan de un elevado nivel de formación, no existiría problema a la hora de que una persona joven de un entorno rural la eligiese como profesión. Sin embargo, en profesiones que exijan de mayor formación, e incluso de un elevado nivel de especialización, es probable que la persona deba desplazarse, e incluso vivir un tiempo en una gran ciudad donde se oferten los estudios necesarios.

Esta última conclusión llevaría al segundo problema, la mencionada concentración de determinadas profesiones en las grandes ciudades del país. Así, sin abundar en lo mencionado, en el caso de que una persona joven desee desarrollarse como profesional del sector de la informática o las telecomunicaciones, será importante que advierta la necesidad de que se tendrá que formar en alguna gran ciudad, y más allá, que tendrá que dar sus primeros pasos en el sector, en un entorno netamente urbano y capitalino.

Aquí se abren muchas posibilidades que desarrollaremos en el punto de conclusiones de este trabajo. Pero las podemos concretar en tres. En primer lugar, que el joven decida quedarse a vivir en la ciudad de manera permanente. En relación directa con esta primera opción, el joven puede también decidir vivir en un entorno rural de acceso directo a la ciudad a través de vehículo. Por lo tanto, podría activarse la vida en los municipios rurales que rodean a las grandes urbes. Por otro lado, y como tercera opción, el profesional podría intentar activar las posibilidades del teletrabajo y la deslocalización profesional. Este tipo de trabajos se brinda, muy por encima del resto, a este tipo de opciones. Esto abriría la posibilidad de que el joven, tras un período de trabajo en la ciudad, volviese al municipio rural, y pudiese desarrollar su trabajo viviendo en este entorno, siempre que no existan barreras tecnológicas. Finalmente, se abre la posibilidad de que el joven, tras un tiempo desarrollándose como profesional del sector, explore la posibilidad de iniciar la actividad por cuenta propia. Es decir, en régimen de autónomo o de microempresa.

Se trata de una alternativa que toman muchos profesionales de estos sectores, y sin duda se trataría de una buena opción que podría deslocalizar la actividad hacia los municipios rurales, redistribuyendo así a la población en el territorio y reduciendo los elevados niveles de concentración de la población en las grandes ciudades. Todas estas cuestiones conformarán el núcleo de los dos siguientes puntos y de las conclusiones de este trabajo.

## 5. Nichos de empleo. Las posibilidades del teletrabajo

En el bloque previo se destacaba la importancia de las deslocalizaciones dentro del entorno profesional. La inercia del mercado laboral apunta en esa dirección, y las cifras parecen respaldar la realidad de que el entorno laboral está sufriendo una clara transformación física, donde los espacios físicos clásicos están siendo sustituidos por el entorno digital. Esta realidad tiene, además, una presencia muy marcada dentro del mercado laboral más joven.

Este hecho ha empujado a valorar si, dentro de la definición de posibles nichos de empleo para la población joven residente en entornos rurales, la posibilidad del teletrabajo es una evidencia, o se reduce al ámbito teórico y deductivo. Para ello, inicialmente se evaluará la presencia de este tipo de empleos dentro de la oferta de vacantes en el mercado de trabajo. A continuación, se describirán las principales barreras de entrada detectadas para iniciar este tipo de actividad. Finalmente, se detectarán los sectores más dinámicos con objeto de definir nuevos nichos de empleo que faciliten la deslocalización laboral y el teletrabajo.

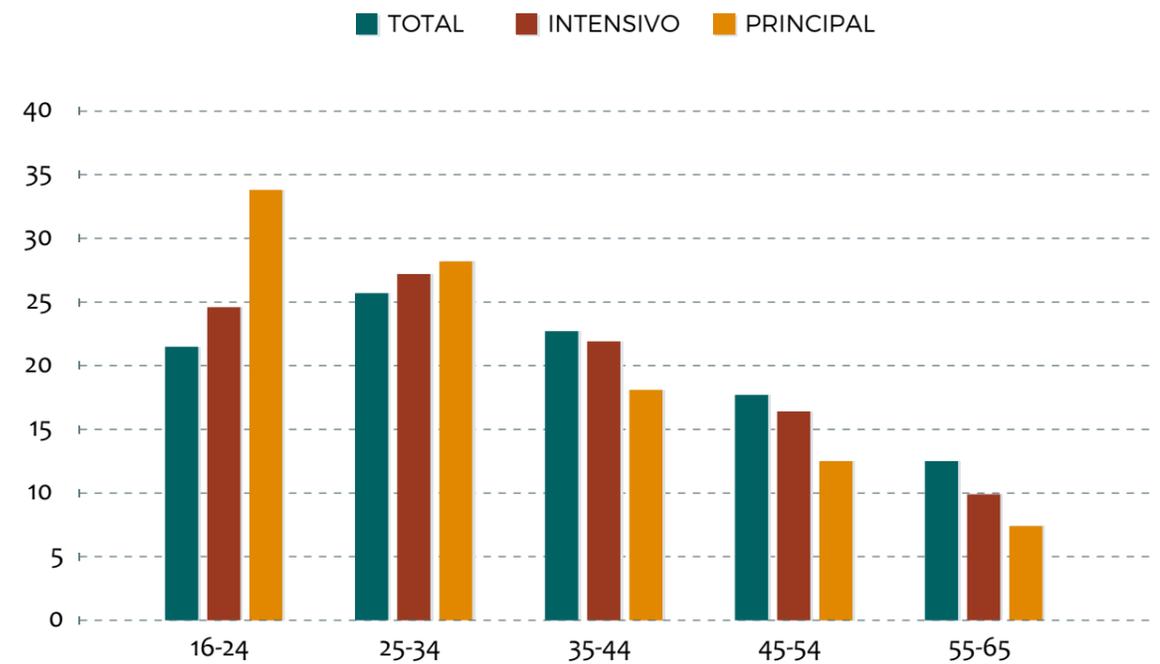
### 5.1. La presencia del teletrabajo en el mercado laboral

Como puede apreciarse en la Figura 1, del total de trabajos que se prestan utilizando plataformas digitales, aproximadamente un 70% está ocupado por personas de menos de 45 años. Dentro de este rango de edad, los/as trabajadores/as menores de 35 años ocuparían aproximadamente el 50%. Esta conclusión se acentúa en aquellos trabajos en los cuales la utilización de plataformas digitales es “intensiva”, y se agudiza en aquellos trabajos en los cuales el uso de este tipo de plataformas es la actividad principal. En otras palabras, en los trabajos en los cuales la utilización de plataformas digitales define más de la mitad de los ingresos, más del 60% de la plantilla está conformada por personas menores de 35 años. Si ampliamos la muestra a los menores de 45 años, este porcentaje se eleva hasta el 80%.

Por consiguiente, podemos hablar de una inercia clara dentro del mercado laboral que determina que una parte de la actividad profesional se realice mediante la fórmula del teletrabajo (Figura 2). Esta inercia ha ido calando progresivamente en la sociedad y, derivado de la actual pandemia, parece que se está asentando. Así, en los momentos previos a la pandemia, solamente un 2% de las vacantes ofrecidas en el portal Infojobs ofrecía la modalidad de teletrabajo o desempeño en remoto. El dato del último informe elevaba esa cifra hasta el 22%.

Figura 1.

### Trabajadores/as en plataformas digitales en España. Por rango de edad. 2018



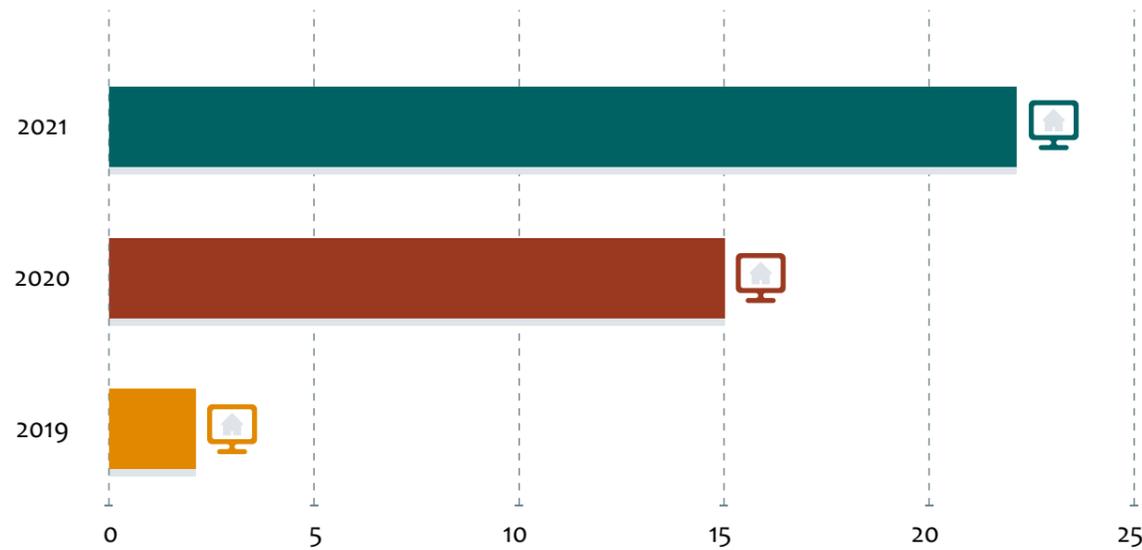
Nota: “Total” se refiere al conjunto de trabajos, cualquiera que sea su entidad, prestados a través de plataformas digitales; “intensivo” se considera el trabajo en plataformas que se realiza al menos una vez por semana; “principal” se considera el trabajo en plataformas cuando de este proviene más de la mitad de los ingresos.

Fuente: Universidad de Hertfordshire, FEPS, UNI Europa y Fundación Felipe González: 2019, p.9.



Es importante ser consciente de que este porcentaje representa una minoría. Sin embargo, es evidente que dentro del mercado laboral existen numerosos trabajos que no pueden realizarse mediante fórmulas en remoto (salud a todos los niveles, turismo, alojamiento, seguridad presencial, procesado, ensamblaje, atención al cliente/a que exige presencialidad, transporte, restauración y hostelería, etc.) y, en el mismo sentido, servicios cuya oferta presencial debe mantenerse, pues aseguran una mejor gestión (atención bancaria a personas mayores, atención administrativa en ámbitos de la administración central y regional, atención al cliente/a en entornos de salud, determinadas actividades docentes, labores comerciales, etc.). Si tenemos en cuenta estas apreciaciones, y obviamos la presencia de estas vacantes en la oferta laboral, ese porcentaje del 22% cobra mucha mayor presencia y fuerza. En conclusión, se puede apreciar una clara inercia hacia estas nuevas modalidades de trabajo que se verá evaluada en los próximos años cuando el contexto de pandemia permita una normalización del mercado laboral.

Figura 2.  
Peso de las vacantes que ofrecen alguna modalidad de teletrabajo respecto al total de las publicadas en Infojobs. Años seleccionados



Fuente: Extraído de Infojobs, 2022, p.133.

## 5.2. Teletrabajo y deslocalización laboral

Siguiendo con la información que ofrece este portal (Infojobs, 2022, p.132), y centrando el análisis en la parte de la oferta, parece que, de poder elegir, 7 de cada 10 personas que actualmente tiene trabajo, escogerían un modelo laboral que le permitiese teletrabajar. Más concretamente, el 29% apostaría por un modelo híbrido flexible, es decir, poder gestionar cuándo trabajar desde casa y cuándo trabajar desde la oficina, un 21% preferiría trabajar más desde casa que desde la oficina, un 8% optaría por más días de oficina que desde casa, y un 11% elegiría un modelo completamente remoto.

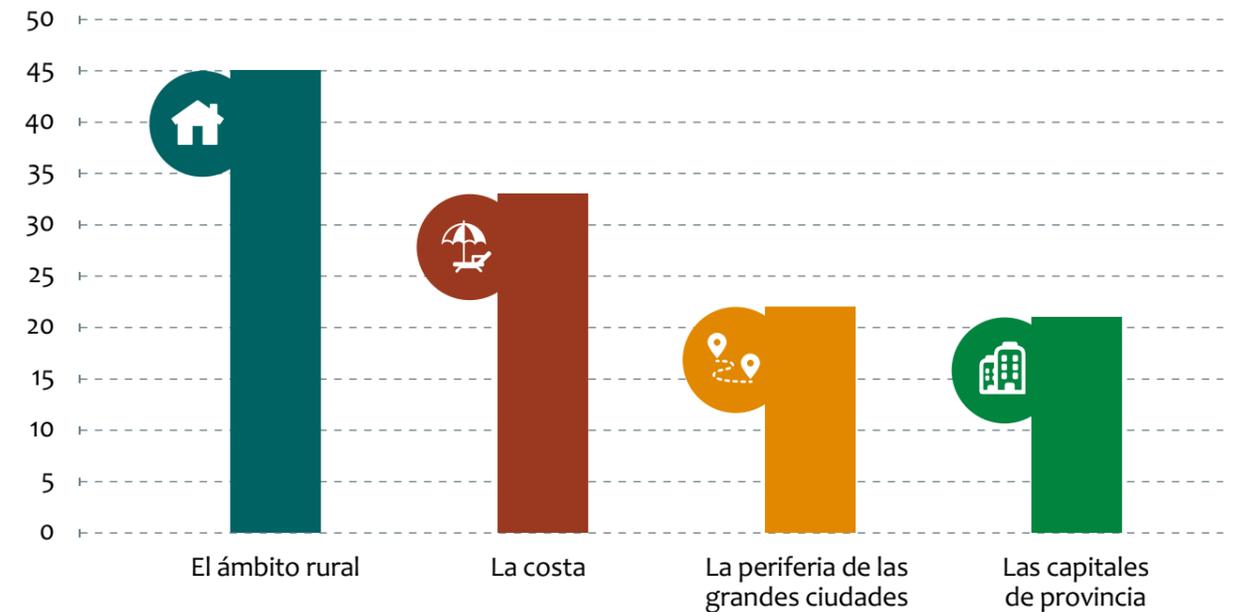
Pero esta lectura presenta un problema. En general, la posibilidad de poder elegir el modelo de trabajo suele estar presente solamente para personas con responsabilidad, pues presentan mayor poder de negociación frente a las exigencias de la empresa. Por consiguiente, este mismo portal nos alerta de que si bien el 53% de las personas con cargos de responsabilidad aseguran tener esta posibilidad de elección abierta, el porcentaje se reduce hasta el 29% para los cargos intermedios, y se desploma hasta el 18% para los puestos laborales de menor responsabilidad (Ibíd.).

Estos porcentajes no deben desalentar, pues si partimos de esos valores, y tenemos en cuenta que el 22% de las vacantes ofertadas ofrecían modalidad de teletrabajo o

actividad en remoto, el rango de posibilidades se amplía. Por un lado, vemos como, dentro de las empresas, se ofrece la posibilidad de teletrabajar a diferentes niveles, dentro de ocupaciones en las cuales, de inicio, esta posibilidad estaba cerrada. Más concretamente, antes de la pandemia, parece que solamente un 6% de los trabajadores/as teletrabajaban, frente al 26% que lo hace actualmente (Fotocasa, 2020). Por otro lado, apreciamos como las vacantes ofertadas, de manera progresiva, cada vez en mayor medida, ofrecen, por contrato, esta vía. En conclusión, y con toda la cautela posible, se puede considerar que esta inercia del mercado laboral, potenciada por la pandemia, no es una moda ni un imperativo coyuntural. Es una realidad que abre muchas posibilidades para las personas que desean realizarse profesionalmente residiendo en entornos rurales.

Esta conclusión abre la posibilidad de impulsar las posibilidades de la deslocalización laboral. Partimos del hecho de que parece que un 25% de las personas que desarrollan su actividad en remoto tiene pensado dejar su lugar de residencia habitual a lo largo del presente año 2022 (Infojobs, 2022, p.135). Más allá, de éstos, una tercera parte tiene pensado hacerlo de manera habitual. Finalmente, y como se puede apreciar en la Figura 3, debemos ser conscientes de que casi la mitad de las personas que han deslocalizado su actividad profesional y han optado por las posibilidades del teletrabajo, se han trasladado a un entorno rural.

Figura 3.  
Principales destinos de la deslocalización por el teletrabajo. 2021



Fuente: Fotocasa. Extraído de Infojobs, 2022, p.135.

Si unimos todos estos cabos, se aprecian las muchas posibilidades que se abren para municipios rurales que desean albergar población teletrabajadora. En primer lugar, como lugar de residencia habitual de ese porcentaje de personas que desea alejarse del estrés de las grandes ciudades y desarrollarse profesionalmente en un entorno más amigable. En segundo lugar, como lugar de residencia temporal para ese porcentaje de profesionales que, a pesar de no residir permanentemente en el municipio, lo hará durante un tiempo importante. Estos denominados “nómadas digitales” son cada vez más numerosos y, al necesitar servicios básicos, como son los de alojamiento, manutención, salud, e incluso educación en el caso de que se trasladen con sus familias, pueden dinamizar la economía del municipio a muchos niveles. De hecho, se calcula que el 65% de los/as trabajadores/as digitales que han vivido este año en un lugar distinto que el año pasado, tienen intención de cambiar de residencia (Ibíd.). En tercer lugar, este contexto laboral abre la posibilidad del retorno para todo el conjunto de personas que, habiéndose tenido que desplazar a las ciudades para formarse y desarrollarse profesionalmente, puedan volver a sus municipios de origen.

De hecho, y volviendo a la Figura 1, un porcentaje muy elevado de los/as jóvenes se desarrollan profesionalmente en entornos digitales, lo que evidencia que muchas de estas actividades se puedan deslocalizar,

y el joven pueda quedarse en su lugar de residencia, o bien que, como se ha comentado que, tras un período de formación y desarrollo profesional, pueda volver a su municipio de origen. Esta conclusión se confirma si definimos el perfil de la persona que teletrabaja como el de una que tiene alrededor de 40 años, reside en una capital de provincia (43%), vive en pareja (58%), con o sin hijos/as y presenta un sueldo de entre 1.500 y 2.000 euros (18%); existiendo además un equilibrio de género (Fotocasa, 2020, p.2).

## 5.3. Barreras de entrada

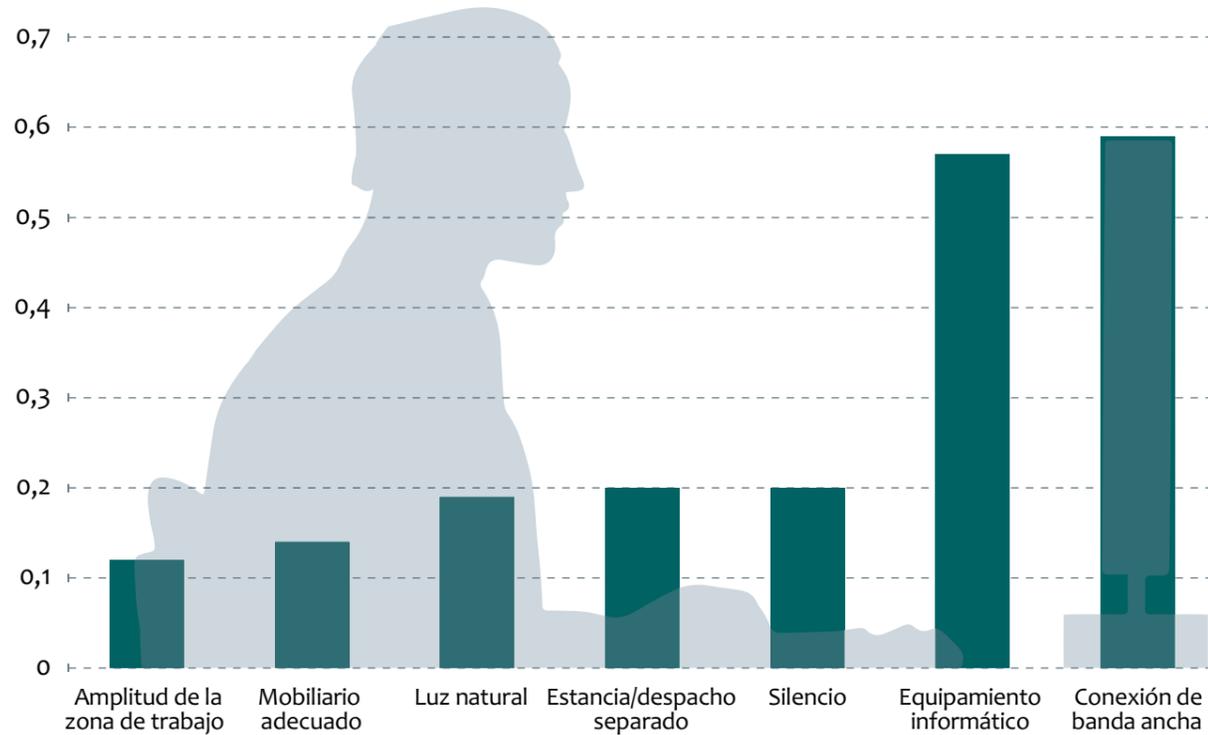
Tras lo expuesto, parece que se puede advertir una inercia en el mercado que favorece la posibilidad de residir en un municipio rural y desarrollar una actividad profesional en remoto. Pero al mismo tiempo existe una barrera de entrada que, en general, dificulta la puesta en práctica de estas dinámicas y lleva a muchas personas a trasladarse desde su municipio rural hacia las pequeñas urbes de la región o, directamente, a residir en la capital de la provincia. Nos referimos a la barrera tecnológica.

Queda patente que el elemento al que se da más importancia a la hora de teletrabajar es la existencia de una conexión de banda ancha (Figura 4). Siendo este elemento más importante que la propia disponibilidad de un equipo informático. Es evidente

que, en el caso de no disponer de un equipo, o bien de algún dispositivo de hardware, se puede adquirir en el mercado mediante compra presencial u online. Pero no está en nuestras manos la posibilidad de disponer de buena cobertura, banda ancha y alta velocidad. Se trata de elementos tecnológicos que están en manos

de las administraciones regionales y centrales a través de las posibilidades que ofrece el mercado de las telecomunicaciones y las infraestructuras existentes. Un municipio con mala cobertura, o bien con baja velocidad de conexión, será un municipio con problemas de atracción de mano de obra teletrabajadora.

Figura 4.  
Elementos a los que se da importancia para teletrabajar. 2020



Fuente: Extraído de Fotocasa, 2020, p.4.

Para poner cifras a este problema (Tabla 10), se aprecia cómo, si bien el mundo rural no presenta una divergencia reseñable respecto al promedio del país en lo que respecta a velocidades de conexión moderadas, ésta sí es importante en lo relativo a la alta velocidad. La explicación está en la baja presencia, dentro del entorno rural, de las tecnologías centradas en la fibra óptica (HFC, FTTH), donde la brecha entre el mundo rural y el promedio del país se agudiza. Como ya se ha destacado en este trabajo, este problema supone un verdadero hándicap para el desarrollo de todos los nichos de empleo centrados en el sector de la informática y las telecomunicaciones. Pero también para las ocupaciones, importantes dentro de este estudio, acotadas en el sector del comercio y la venta online, y del telemarketing y la comunicación digital.

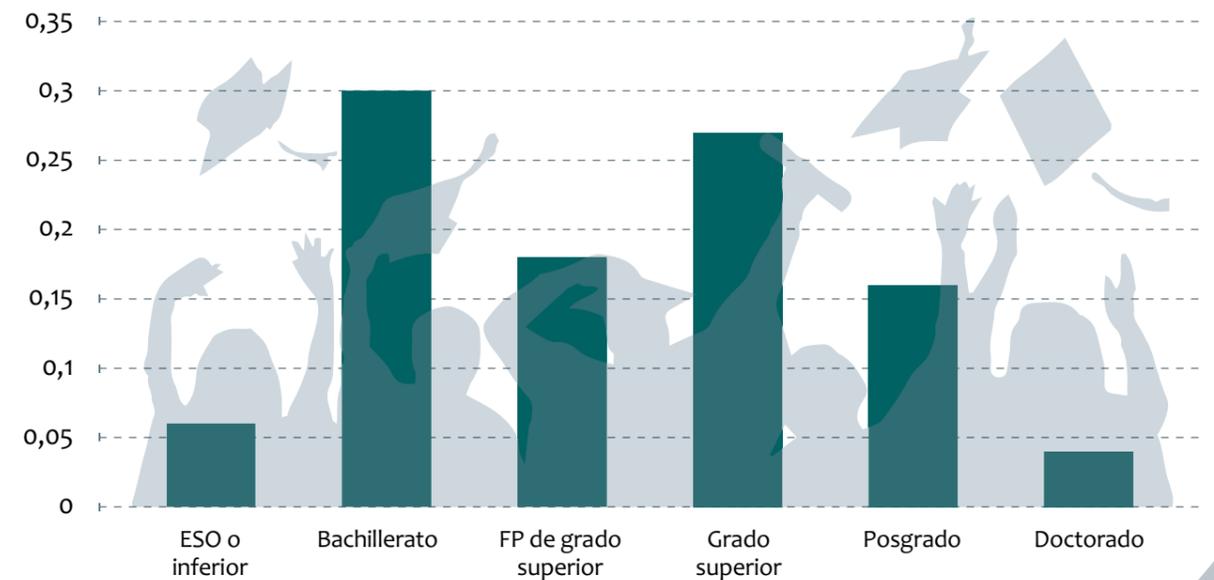
Tabla 10.  
Cobertura tecnológica rural. Tipo de tecnología y velocidad, 2020

	RURAL	TOTAL	BRECHA
<b>Tecnología</b>			
ADSL $\geq 2$ Mbps	84,0%	89,10%	-5,1%
ADSL $\geq 10$ Mbps	72,0%	71,10%	0,9%
VDSL	15,0%	11,60%	3,4%
Inalámbricas $\geq 30$ Mbps	59,0%	29,80%	29,2%
HFC	11,0%	45,90%	-34,9%
FTTH	60,0%	84,90%	-24,9%
UMTS con HSPA (3,5G)	99,9%	100%	-0,1%
4G (LTE)	99,3%	99,90%	-0,6%
<b>Velocidad</b>			
$\geq 30$ Mbps	89,8%	95,20%	-5,4%
$\geq 100$ Mbps	63,0%	87,60%	-24,6%

Nota: En la tecnología HFC (Hybrid Fibre Coaxial) los datos se transportan por fibra óptica y luego se pasan al cable, que es el que llega realmente al hogar del usuario. En la tecnología FTTH (Fiber To The Home) el cable de fibra llega directamente hasta el hogar del usuario.

Fuente: Ministerio de Asuntos Económicos y Transformación Digital, Cobertura de banda ancha en España en el año 2020, mayo de 2021. P.75.

Figura 5.  
Nivel de estudios de las personas que teletrabajan. 2020

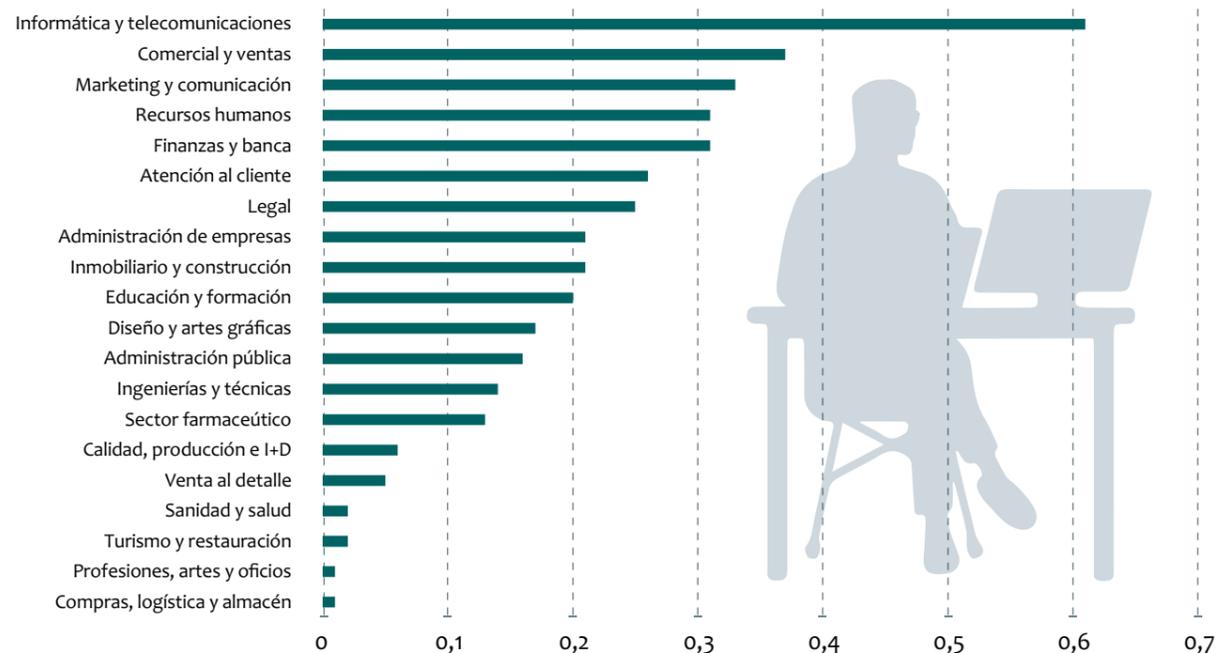


Fuente: Extraído de Fotocasa, 2020, p.3.

Pero esta no es la única barrera de entrada al teletrabajo. Ya se advertía en el punto previo que las posibilidades del teletrabajo exigen, en algunos casos, de niveles de formación superior e incluso de posgrado o especialización. En términos generales, se puede ver en la Figura 5 que las ocupaciones que permiten mayores porcentajes de teletrabajo exigen diversidad de niveles de formación. No obstante, se pueden extraer tres conclusiones generales. En primer lugar, para acceder a empleos que permiten el teletrabajo, una persona joven interesada debe, como mínimo, concluir el bachillerato. Pero una alta formación no asegura el teletrabajo, pues apreciamos una reducción de los porcentajes para ocupaciones que exigen de un nivel de formación de posgrado o doctorado. Es decir, parece existir una penalización para los niveles superior e inferior. Finalmente, es evidente que las ocupaciones más técnicas, muchas de las cuales se encuentran dentro del ámbito de la formación profesional, presentan un perfil laboral que impide la oferta de estos modelos de desarrollo profesional. A pesar de ello, dentro del ámbito de la formación profesional también se ofrecen vacantes que permiten el teletrabajo, como por ejemplo pueden ser todas las tareas de administración, gestión comercial y venta.

Figura 6.

**Vacantes que ofrecen algún tipo de modalidad de teletrabajo. Porcentaje sobre el total por sector. 2021**



Fuente: Extraído de InfoJobs, 2022, p.134.

#### 5.4. Definición de nichos de empleo para el teletrabajo y la deslocalización laboral

Descrito el contexto que va a caracterizar el teletrabajo, es importante acercarlo a la realidad evaluada en este trabajo. Es decir, ver las posibilidades existentes para los nichos que hemos descrito en los puntos previos. Así, en primer lugar, se definirán los trabajos en los cuales la presencia del teletrabajo es mayor (Figura 6). Como ya hemos descrito en este estudio, el sector de la informática y las telecomunicaciones será el mejor posicionado y el que más posibilidades presenta, con un porcentaje de teletrabajo por encima del 60%.

A una evidente distancia, pero con porcentajes por encima del 30%, tendremos los sectores de comercio y ventas, marketing y comunicación, finanzas y banca y recursos humanos. Pero si de cara a este estudio consideramos interesantes los sectores con porcentajes por encima del 20%, a los anteriores tendremos que añadir los de atención al cliente/a, legal, inmobiliario y construcción, administración de empresas y educación y formación.

Del listado previo, los sectores y ocupaciones relacionadas que exigirán de mayor nivel de formación y especialización serán los de informática y telecomunicaciones, finanzas y banca, recursos humanos, legal y educación y formación. Pero sobra decir que el resto de los sectores, con menores exigencias de formación, ofrecen también amplias posibilidades laborales que tendrán oferta en muchos municipios que se encuentran dentro de las provincias que estamos valorando en este estudio. Por consiguiente, lo siguiente será retomar los nichos descritos en los puntos previos para intentar definir un mapa de ocupaciones que permitan el teletrabajo para jóvenes de entornos rurales.

Como se ve en la Tabla 11, la oferta de nichos de empleo que podrían permitir el teletrabajo es transversal. Dentro de las ocupaciones que exigen de un nivel de formación superior se encuentran todas las centradas en el sector de la informática y las telecomunicaciones,

así como determinadas actividades especializadas adscritas al marketing digital. En el ámbito de la formación y la docencia, cualquier actividad que pueda realizarse en remoto permitiría el teletrabajo. Ahora, de éstas, se destaca la ocupación de profesor particular, pues es la que se remarcó como nicho de empleo en los puntos previos. Dentro del sector comercial, todas las actividades relacionadas con el comercio online permitirían este modelo laboral. Dentro de los nichos de empleo destacados se incluyen los relacionados con la promoción de ventas y la gestión comercial, al menos en la parte que se pueda realizar mediante el entorno digital y la atención telefónica. Se podría hacer una lectura similar en lo relativo a la gestión y venta del sector inmobiliario, actualmente muy centrada en los portales digitales. En el mismo orden de ideas encontramos las actividades de administración empresarial y atención al cliente/a, siempre que se puedan adscribir, total o parcialmente, a este modelo de trabajo.

Tabla 11.

**Propuesta nichos de empleo que permiten el teletrabajo**

SECTOR/PROFESIÓN
<b>Informática y telecomunicaciones</b>
Desarrollador/a de software
Analista de software
Administrador/a de sistemas TIC
Consultor/a TIC
Técnico/a de redes TIC
Agente servicio de asistencia TIC
<b>Marketing y comunicación</b>
Especialista en marketing online
<b>Comercial y ventas</b>
Promotores/as de venta
Representante comercial
<b>Atención al cliente/a</b>
Teleoperador/a
Empleados/as administrativos/as sin tareas de atención al público no clasificados bajo otros epígrafes
<b>Administración de empresas</b>
Agente servicio de atención al cliente/a sin tareas de atención al público
<b>Inmobiliario y construcción</b>
Agente inmobiliario/a
<b>Educación y formación</b>
Profesor/a particular

Fuente: Elaboración propia.



En conclusión, se define una diversidad de ocupaciones interesante que puede abrir posibilidades de desarrollo profesional para todo el conjunto de jóvenes de municipios rurales que deseen ir más allá de las actividades tradicionales. Como se ha visto, algunas van a exigir de un esfuerzo mayor en términos de formación, e incluso, en algunos casos, del desplazamiento temporal a una capital de provincia o a una gran ciudad donde poder formarse y especializarse profesionalmente. Ahora, esta no será la única barrera de entrada a la que se tendrán que enfrentar aquellas personas que, teniendo la oportunidad laboral de desempeñarse laboralmente a través del teletrabajo, deseen hacerlo. La oferta de tecnología con cobertura de banda ancha a alta velocidad es un elemento de máxima importancia que debe ser afrontado por cualquier administración regional que desee ofrecer buenas y mayores oportunidades de desarrollo profesional para el sector más joven del municipio.

## 6. Yacimientos para el emprendimiento. Las posibilidades del emprendimiento autónomo dentro de los entornos rurales

Para finalizar con la exposición de posibles salidas profesionales para jóvenes residentes en entornos rurales, se deben valorar las posibilidades que presenta el régimen de autónomos como herramienta de desarrollo profesional.

El vínculo positivo que existe entre crecimiento económico y emprendimiento empresarial suele ser un lugar común dentro de los debates relacionados. En este trabajo se ha huido de este lugar común, y se ha contrastado inicialmente ese vínculo, ampliando sus

posibilidades hacia la reducción de la tasa de desempleo juvenil. En otras palabras, se ha explorado si existe un vínculo positivo entre emprendimiento y crecimiento económico, y entre emprendimiento y reducción de la tasa de desempleo entre este sector poblacional.

Tras este análisis, se evaluará el contexto actual del empresariado afiliado al régimen de autónomos, a nivel nacional y por comunidades, con objeto de determinar las particularidades de esta figura empresarial, y ver el grado de protagonismo que tiene dentro de la actividad económica por sectores.

El objetivo final será detectar si, partiendo de esta figura, se pueden definir yacimientos para el emprendimiento a partir de un análisis sectorial y por comunidades. Se definirán así los sectores considerados como más dinámicos y aptos para que una persona joven inicie su actividad bajo este régimen fiscal.

### 6.1. Explorando el vínculo entre emprendimiento, crecimiento económico y reducción de la tasa de desempleo juvenil

Para iniciar el análisis, se han tomado datos del INE y se ha acotado el número de afiliados al régimen de autónomos a las personas físicas<sup>2</sup>. En ese sentido, existe el problema de que el INE solamente facilita datos de

<sup>2</sup> Se excluyen así a los denominados familiares colaboradores/as, socios/as de empresa, miembros de órganos de administración de sociedades, familiares de socios/as, entidades religiosas y colegios profesionales. Estos colectivos representan algo menos del 40% del total de afiliados al régimen de autónomos a marzo de 2022, según datos del Ministerio de Trabajo y Economía social (2022). Pero sin duda, las denominadas personas físicas, con asalariados/as a su cargo o sin ellos/as, representan la parte de mayor actividad empresarial y, por lo tanto, económica, del panel de autónomos/as.

desempleo, desglosados por edad, a nivel de comunidad autónoma. De modo que no se ha podido realizar este contraste a nivel provincia y, por consiguiente, se ha realizado para el total de las siete comunidades a las que se adscriben las 30 provincias incluidas en este estudio. Por otro lado, este instituto facilita este último dato para menores de 25 años. Siendo esta categoría diferente a la mostrada en otras estadísticas. Finalmente, debido a que el INE solamente facilitaba datos de PIBpc a nivel comunidad para el período que finalizaba en 2019, se ha delimitado el período temporal en ese año. Para delimitar el año de inicio, se ha tomado la referencia de la tasa de desempleo juvenil, donde los datos se facilitan a partir de 2006. Por consiguiente, el período temporal tomado como referencia es de 14 años, y abarca el período que va de 2006 a 2019.

Para concluir, y con ánimo de reducir al máximo los problemas de autocorrelación y heterocedasticidad que suelen presentar los contrastes mediante datos de panel, se ha realizado un contraste general y otro utilizando indicadores “robustos”. Este tipo de contrastes siempre reduce la significación del panel, pero ayuda a obtener una mejor imagen del vínculo entre variables.

Como puede apreciarse en los Cuadros 2.4 y 2.5 del Anexo, es evidente que existe un vínculo positivo entre emprendimiento empresarial, medido por el número de personas físicas adscritas al régimen de autónomos, y crecimiento económico, medido a través del PIB per cápita a precios corrientes. Del mismo modo, existe un vínculo negativo entre este indicador y la tasa de desempleo entre jóvenes de menos de 25 años. En otras palabras, el emprendimiento empresarial, bajo este prisma, impulsa el crecimiento económico y reduce la tasa de desempleo juvenil<sup>3</sup>.

Más allá, se aprecia de manera evidente como este vínculo es muy significativo en ambos casos y, a pesar de perder algo de peso en lo que respecta al crecimiento económico si aplicamos indicadores robustos, se mantiene en un buen nivel de significación. Por su parte, si centramos las conclusiones en el  $R^2$ , este vínculo tendría menor poder explicativo en lo que respecta al crecimiento económico, pero estaría por encima del 0,6 en el caso de la reducción de la tasa de desempleo juvenil. En conclusión, y alejándonos de lecturas rápidas y lugares comunes, concluimos la importancia del fomento de esta figura empresarial dentro del crecimiento económico. Pero principalmente como herramienta de máxima importancia para la reducción

<sup>3</sup> Tras realizar los pertinentes test, se determina que en ambos contrastes se debe utilizar la metodología de efectos fijos. Esta conclusión no debe ser pasada por alto, pues determina que, dentro de todas, o varias, de las comunidades evaluadas, hay elementos singulares que las diferencian y que, en un análisis más profundo, deberían ser definidas y tenidas en cuenta.

de la tasa de desempleo en menores de 25 años. De otro modo, el fomento de la actividad económica en régimen de autónomos dinamiza de manera evidente la creación de empleo joven en las comunidades evaluadas.

Siguiendo esta senda analítica, y con intención de continuar explorando el vínculo entre emprendimiento empresarial y crecimiento económico, y entre emprendimiento empresarial y creación de empleo joven, se ha realizado el mismo contraste, utilizando, en este caso, el número de beneficiarios de las ayudas concedidas para la promoción del empleo autónomo, que facilita el Ministerio de Trabajo y Economía Social en su portal de estadísticas, dentro de los Anuarios de datos sociolaborales<sup>4</sup>.

Sin embargo, la ausencia de datos para varias comunidades y para algunos años, ha forzado a tener que prescindir de Castilla-La Mancha, y a tener que acotar el análisis al período que va desde 2012 hasta 2019. Este hecho es determinante a la hora de realizar una lectura primera del contraste, pues con un total de 48 observaciones, incluso en el caso de que el contraste arroja datos que respaldasen la hipótesis de partida de existencia de un vínculo positivo, deberían ser tomados con máxima cautela.

No obstante, y a la luz de los resultados, podemos concluir que el contraste no es concluyente a ningún nivel (Anexo, Cuadros 2.6 y 2.7)<sup>5</sup>. La variable no es significativa y, además, el grado de explicación del modelo no alcanza una cifra que deba ser tenida en cuenta. En otras palabras, la variable número de beneficiarios de las ayudas concedidas para la promoción del empleo autónomo carece de vínculo econométrico con el crecimiento económico y con la tasa de desempleo en menores de 25 años. Por consiguiente, no podemos extraer conclusiones, positivas o negativas, que vayan más allá de lo expuesto.

### 6.2. Un sector social en expulsión dentro del mercado laboral

Retomando la importancia de ese vínculo positivo entre emprendimiento y creación de empleo joven, es interesante dejar constancia de los problemas que la actual crisis está generando entre la población más joven que desea acceder al mercado laboral. En una lectura de ocupación sectorial, desagregando

<sup>4</sup> <https://www.mites.gob.es/es/estadisticas/contenidos/anuario.htm>

<sup>5</sup> En este caso, los test indican la necesidad de tomar como referencia los datos que arroja en contraste mediante efectos aleatorios.

por edad (Tabla 12), se ve como la población entre 16 y 39 años ha sido desplazada de todos los sectores, con la excepción del código CNAE 99, *Actividades de organizaciones y organismos extraterritoriales*, donde apenas hay variación. Esta expulsión es muy marcada en los sectores de la construcción y de las industrias extractiva y manufacturera. Pero también en el sector de la administración, la actividad doméstica, el comercio, y uno de los sectores de mayor dinamismo

entre las personas jóvenes, la informática y las telecomunicaciones.

En contraparte, es interesante remarcar que el efecto expulsión no ha sido tan marcado en varios sectores que hemos destacado en este estudio como posibles nichos de empleo para jóvenes en entornos rurales, como son el sector agrícola y de transporte, y las actividades sanitarias, de trabajo social, formación y educación.

Tabla 12.

### Ocupados de 16 a 39 años. Por rama de actividad. Porcentajes sobre el total. Años seleccionados para el total nacional

	2008	2021	DIFERENCIA
Construcción	84,2%	40,0%	-44,2%
Industrias extractivas	68,9%	36,2%	-32,7%
Suministro de agua, actividades de saneamiento, gestión de residuos y descontaminación	65,6%	34,0%	-31,5%
Actividades financieras y de seguros	73,9%	42,7%	-31,2%
Información y comunicaciones	97,3%	66,6%	-30,7%
Otros servicios	87,6%	56,9%	-30,7%
Industria manufacturera	75,8%	45,9%	-30,0%
Comercio al por mayor y al por menor; reparación de vehículos de motor y motocicletas	84,9%	55,4%	-29,5%
Actividades de los hogares como empleadores de personal doméstico; actividades de los hogares como productores de bienes y servicios para uso propio	65,8%	36,8%	-29,0%
Actividades administrativas y servicios auxiliares	69,3%	40,9%	-28,4%
Actividades profesionales, científicas y técnicas	85,9%	58,1%	-27,8%
Actividades inmobiliarias	58,6%	32,7%	-25,9%
Actividades artísticas, recreativas y de entretenimiento	93,3%	68,3%	-24,9%
Administración Pública y defensa; Seguridad Social obligatoria	50,9%	27,2%	-23,7%
Transporte y almacenamiento	65,6%	44,2%	-21,5%
Suministro de energía eléctrica, gas, vapor y aire acondicionado	73,1%	53,6%	-19,6%
Hostelería	86,2%	71,0%	-15,2%
Educación	59,3%	45,2%	-14,1%
Actividades sanitarias y de servicios sociales	64,0%	51,8%	-12,2%
Agricultura, ganadería, silvicultura y pesca	57,2%	47,9%	-9,3%
Actividades de organizaciones y organismos extraterritoriales	28,6%	28,9%	0,4%
<b>Total</b>	<b>75,2%</b>	<b>49,3%</b>	<b>-25,9%</b>

Nota: promedio de los cuatro trimestres del año.

Fuente: Elaboración propia a partir de valores extraídos de INE.

Esta última conclusión no deja de ser interesante si partimos de la evidencia de que, en situaciones de crisis, la población más joven suele ser la que sufre, en mayor medida, los ajustes de plantilla ante contextos de reducción de la actividad. Se trata del sector laboral con menor experiencia y antigüedad. Lo que la transforma en la parte más prescindible a la hora de poner en práctica políticas de ajuste en costes. Por otro lado, a pesar de que los datos están referidos para el total nacional, esta lectura no escapa al hecho de que las áreas rurales suelen sufrir laboralmente más estos contextos de ralentización de la economía, pues las posibilidades de ajuste y deslocalización de la actividad buscando racionalizar los costes de producción, son más rígidos. Por consiguiente, apreciar que sectores como la formación, la salud, el trabajo social y la agricultura y la ganadería, han sufrido menos esta expulsión de jóvenes

no deja de ser una buena noticia. Sin embargo, no se puede pasar por alto que los datos de la contratación por cuenta ajena entre jóvenes son negativos y que, por lo tanto, obliga a explorar otras posibilidades.

### 6.3. La actividad por cuenta propia. Radiografía general

Sería un error tomar la conclusión previa como una puerta abierta sin matices a la actividad por cuenta propia. Como se puede apreciar en la Tabla 13, la mayor parte de los autónomos/as ejercen su actividad sin asalariados/as. Lo que puede implicar una limitación de los ingresos que le impida expandir su actividad a través de la contratación de nuevo personal. Pero incluso en este último caso, la mayoría de los autónomos tienen a una sola persona en nómina.

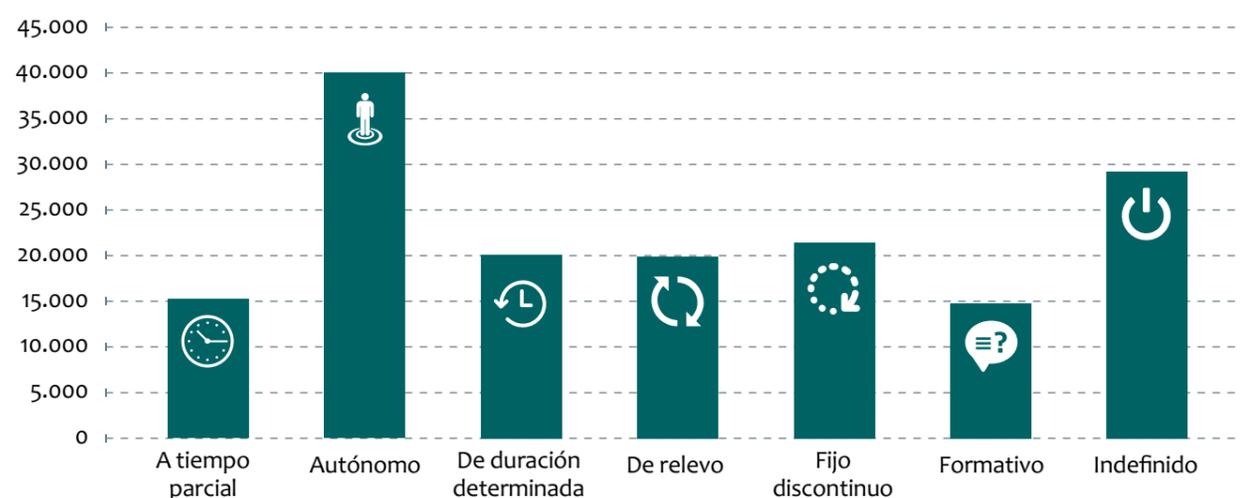
Tabla 13.

### Personas físicas. Datos seleccionados

<b>Número de asalariados</b>	
Sin asalariados/as	79,3%
Con asalariados/as	20,7%
1 trabajador/a	52,4%
2 trabajadores/as	21,2%
<b>Pluriactividad</b>	
Sin pluriactividad	93,3%
Con pluriactividad	6,7%
<b>Tramos de rendimiento inferior SMI</b>	
Menor o igual a 700	72,7%
>700 y menor o igual a 900	17,0%
>900 y menor o igual a 1.250,90	10,3%
<b>Base de cotización</b>	
Base mínima (BM)	85,3%
Entre BM y 1,5 veces la BM	6,9%
1,5 veces de la BM y 2 veces la BM	3,4%
2 veces de la BM y 3 veces la BM	3,7%
Más de 3 veces de la BM	0,7%
<b>Edad</b>	
De 16 a 30 años	8,3%
De 31 a 35 años	8,6%
De 36 a 49 años	39,2%
De 50 años o más	43,9%

Fuente: Elaboración propia a partir de cifras extraídas de Federación Nacional de Asociaciones de Trabajadores Autónomos a partir de los datos de la Agencia Tributaria, 2019; y Ministerio de Trabajo y Economía Social 2022, "Trabajadoras y trabajadores autónomos, personas físicas, en alta en la Seguridad Social", Madrid, pp.6,8.

Figura 7.  
Promedio de salario bruto anual ofertado por tipo de contrato. 2021



Fuente: Extraído de Infojobs, 2022, p.110.

En lo relativo a la posibilidad del pluriempleo, la amplia mayoría de los autónomos alegan fiscalmente no estar haciéndolo. Sin embargo, el portal autónomos y emprendedores<sup>6</sup>, tomando como base datos de la Agencia Tributaria, alega que el 63% de los/as trabajadores/as afiliados/as a este régimen no alcanzaron el Salario Mínimo Interprofesional (SMI) en 2019, y de los anteriores, más del 72% (ver Tabla 13), no alcanzó los 700 euros mensuales de ingreso. Este dato, además, debe acompañarse con la realidad de que más del 85% de los autónomos cotiza por la base mínima. Con los problemas que, de cara al futuro, tiene este aspecto en términos de cobro de pensiones contributivas al finalizar el período laboral. Estas conclusiones estarían a mucha distancia de las expuestas por el portal de empleo Infojobs, que define un rango salarial para esta figura empresarial sustancialmente por encima del promedio del mercado de trabajo nacional (Figura 7).

Por consiguiente, la siguiente conclusión relevante es la importante concentración regional de la actividad empresarial bajo el régimen de autónomo. Si se considera que este hecho se deriva de la evidente concentración de la actividad económica en estas mismas áreas, se puede deducir que las posibilidades de iniciar un proyecto de éxito empresarial bajo este régimen se reducen en municipios con alta tasa de ruralidad y, por consiguiente, se debe ser muy selectivo y racional a la hora de elegir la actividad en la que se desee invertir y desarrollarse profesionalmente.

#### 6.4. La contratación por cuenta propia. Valoración de los sectores más dinámicos

Con esta conclusión en mente, será importante detectar, inicialmente, los sectores en los cuales la concentración de esta figura es mayor (Tabla 14). Si se parte de la consideración de que una mayor presencia de autónomos/as en un sector es sintomática de mayores posibilidades de desarrollo profesional, los sectores que inicialmente podrían resultar más atractivos serían el agrícola, ganadero y pesquero, la construcción, el comercio, la hostelería, las actividades profesionales, científicas y técnicas y todo el conjunto de servicios no adscritos a sectores previos. En otras palabras, parece que el sector servicios aglutina la mayor parte del empresariado autónomo. Pero se abre la puerta también al emprendimiento dentro del sector primario, donde las industrias de la alimentación tienen una presencia notable. No obstante, según la Federación Nacional de Asociaciones de Trabajadores Autónomos (ATA), a partir de las cifras trasladadas por la Agencia Tributaria al Gobierno, por sectores, hostelería y construcción acumularon, en 2019, el mayor porcentaje de afiliados/as empobrecidos/as<sup>7</sup>.

Por consiguiente, se descartarán estos dos sectores como potenciales nichos de empleo para iniciar una actividad bajo el régimen de autónomo.

Tabla 14.  
Personas físicas. Por sector. Datos nacionales

Agricultura, ganadería, silvicultura y pesca	10,8%
Industrias extractivas	0,0%
Industria manufacturera	4,0%
Suministro de energía eléctrica, gas, vapor y aire acondicionado	0,0%
Suministro de agua, actividades de saneamiento, gestión de residuos y descontaminación	0,0%
Construcción	11,5%
Comercio al por mayor y al por menor; reparación de vehículos de motor y motocicletas	20,7%
Transporte y almacenamiento	7,5%
Hostelería	8,2%
Información y comunicaciones	2,2%
Actividades financieras y de seguros	2,0%
Actividades inmobiliarias	1,2%
Actividades profesionales, científicas y técnicas	9,3%
Actividades administrativas y servicios auxiliares	4,1%
Administración Pública y defensa; Seguridad Social obligatoria	0,0%
Educación	3,4%
Actividades sanitarias y de servicios sociales	4,1%
Actividades artísticas, recreativas y de entretenimiento	2,7%
Otros servicios	8,0%
Actividades de los hogares como empleadores de personal doméstico	0,0%
Actividades de organizaciones y organismos extraterritoriales	0,0%
Actividades financieras y de seguros	2,0%

Fuente: Elaboración propia a partir de cifras extraídas de INE.

Para continuar con el análisis de acotación de sectores de interés para el emprendimiento, si centramos el análisis ahora en aquellos sectores en los que los autónomos con menores ingresos por la actividad han presentado declaración de actividades positivas en la Agencia Tributaria (Tabla 15), se advierte como el sector primario, junto con del transporte y el almacenamiento, parecen ser los más destacados. Les seguirían las actividades de empleo doméstico y las sanitarias, la construcción y la educación, el comercio, determinadas actividades profesionales, actividades administrativas y, finalmente, las artísticas y de entretenimiento.

Estos datos son interesantes, pues englobarían a varias de las actividades que se han destacado en este trabajo, como serían las de conductor/a de furgonetas para el transporte comercial, los servicios de limpieza, las actividades como profesor/a particular, la enfermería, todas las actividades relacionadas con los sectores informático y de telecomunicaciones, las actividades de administración relacionadas con el comercio y el marketing digital, o la profesión de entrenador/a personal o trabajador/a social.

Pero para no quedarse en este análisis, que no discrimina regionalmente, se evaluará, a partir del panel de comunidades que se ha definido en este estudio, los sectores en los cuales los autónomos tienen mayor presencia. No obstante, debido a la dificultad para valorar todos los sectores descritos a partir de un desglose por códigos CNAE, se ha realizado una selección, a partir de los facilitados por este instituto, partiendo siempre del conjunto de actividades que se han ido seleccionando en los puntos previos como posibles nichos de empleo para jóvenes residentes en entornos rurales.

Así, se partirá, como se ha hecho previamente, de la idea de que una mayor presencia de empresas en régimen de autónomos en un sector es sintomática de mayores posibilidades de desarrollo empresarial y profesional para una persona joven que desea emprender.

<sup>6</sup> <https://www.autonomosyemprendedor.es/articulo/actualidad/son-rendimientos-que-obtienen-negocio-autonomos-espanoles/20220310154303026280.html>

<sup>7</sup> Información facilitada por el portal "autónomos y emprendedores": <https://www.autonomosyemprendedor.es/articulo/actualidad/son-rendimientos-que-obtienen-negocio-autonomos-espanoles/20220310154303026280.html>

Tabla 15.  
Número de autónomos con rendimientos por debajo de 600 euros. 2019.  
Valoración a partir del nivel de rendimiento presentado

SECTOR	NO DECLARAN IRPF	NEGATIVO	CERO	POSITIVO
Agricultura, ganadería, silvicultura y pesca	7,8%	14,7%	20,1%	57,4%
Transporte y almacenamiento	11,7%	16,7%	17,3%	54,3%
Actividades de los hogares como empleadores de personal doméstico; actividades de los hogares como productores de bienes y servicios para uso propio	10,3%	19,7%	19,7%	50,4%
Actividades sanitarias y de servicios sociales	6,8%	20,8%	20,4%	52,0%
Construcción	15,3%	17,3%	20,3%	47,1%
Otros servicios	13,1%	25,8%	13,2%	47,9%
Educación	6,6%	18,3%	25,3%	49,8%
Actividades profesionales, científicas y técnicas	8,4%	21,6%	22,4%	47,6%
Suministro de energía eléctrica, gas, vapor y aire acondicionado	16,6%	16,8%	23,9%	42,7%
Comercio al por mayor y al por menor; reparación de vehículos de motor y motocicletas	16,2%	16,0%	25,1%	42,7%
Actividades administrativas y servicios auxiliares	14,3%	19,2%	22,8%	43,6%
Actividades artísticas, recreativas y de entretenimiento	11,2%	24,8%	19,4%	44,7%
Hostelería	19,6%	18,6%	22,7%	39,1%
Administración Pública y defensa; Seguridad Social obligatoria	9,1%	24,2%	23,4%	43,3%
Información y comunicaciones	14,1%	18,8%	26,3%	40,8%
Actividades de organizaciones y organismos extraterritoriales	17,3%	29,9%	15,0%	37,9%
Suministro de agua, actividades de saneamiento, gestión de residuos y descontaminación	18,8%	14,6%	30,1%	36,5%
Actividades financieras y de seguros	13,3%	12,6%	35,6%	38,5%
Industrias extractivas	13,7%	14,3%	33,9%	38,2%
Actividades inmobiliarias	16,0%	21,7%	26,3%	36,0%
Industria manufacturera	13,2%	14,9%	35,9%	36,0%

Fuente: Elaboración propia a partir de cifras extraídas del portal autónomos y emprendedores en base a valores extraídos de: Seguridad Social. Ministerio de Inclusión, Seguridad Social y Migraciones. No se ha podido encontrar la fuente de datos original.



En un vistazo rápido al Cuadro 2.9 del Anexo, se aprecia cómo, en general, el empresariado autónomo, con una o dos personas empleadas, conforma, en todos los casos, la mayor parte del empresariado nacional y por comunidades. Presentando porcentajes por encima del 60%, con la excepción de La Rioja, donde este sector superaría el 58% del total de las empresas dadas de alta. Esta presencia empresarial tan marcada en todos los sectores descritos impulsa a proponer la estimulación de esta figura dentro de la actividad política y económica a nivel regional.

Entre los sectores donde más destaca este tipo de empresariado encontramos los relacionados con la informática, el transporte de mercancías y pasajeros por carretera, los servicios de mudanza, los servicios de educación y formación no adscritos a sectores oficiales y, finalmente, las actividades de limpieza, recreativas y de entretenimiento. Esta lectura sería extensible, con los matices pertinentes, a todas las comunidades del análisis. Además, se aprecian muchas similitudes con las conclusiones que ya se extrajeron en este mismo punto en lo relativo a ocupaciones dinámicas que podrían adscribirse a actividades centradas en este régimen de actividad económica.

Pero en una valoración por comunidades, se percibe que varias industrias de la alimentación tienen una presencia más marcada que debe ser destacada. Así, el procesado y conservación de pescados, crustáceos y moluscos, tendría mucha importancia en Aragón, Castilla-La Mancha, Extremadura y La Rioja. El procesado y conservación de frutas y hortalizas, en Castilla y León y Galicia. La fabricación de aceites

y grasas vegetales y animales sería importante en Aragón y Galicia. La fabricación de productos lácteos, lo sería en Extremadura. La fabricación de productos de molinería, almidones y productos amiláceos, en Castilla y León y Galicia. La fabricación de productos de panadería y pastas alimenticias, en Castilla-La Mancha y Extremadura. Para concluir, la fabricación de productos para la alimentación animal sería una actividad importante en la comunidad de Extremadura.

En todas estas actividades la presencia de autónomos es muy elevada y, si se parte de la hipótesis previa, según la cual una mayor presencia de autónomos implica mayores posibilidades de desarrollo empresarial, se entiende que todos estos sectores pueden ser de interés para una persona emprendedora que desee iniciar su actividad. Más allá, no debemos centrar las conclusiones solamente en el propio sector de fabricación, sino también en todo el conjunto de actividades paralelas. Es decir, para una persona joven que resida en Extremadura, por ejemplo, el objetivo no debe ser explorar las posibilidades que puede tener iniciar su actividad dentro del sector de la fabricación de productos lácteos. Sino que teniendo en mente que este es un sector dinámico, puede explorar los sectores convergentes, como serían el de transporte, almacenamiento, distribución y venta de maquinaria, insumos intermedios y bienes de producción, reciclaje, representación, publicidad y marketing, etc. E incluso, centrarse en las posibilidades de este dinamismo empresarial como activo turístico a partir de las nuevas modalidades de turismo gastronómico o culinario, cultural y rural, entre otros.

Tabla 16.  
Propuesta de yacimientos para emprendedores/as

SECTOR	ESPECIAL PRESENCIA	POCA PRESENCIA
Procesado y conservación de carne y elaboración de productos cárnicos		
Procesado y conservación de pescados, crustáceos y moluscos	Aragón, Castilla-La Mancha, Extremadura y La Rioja	
Procesado y conservación de frutas y hortalizas	Castilla y León y Galicia	La Rioja
Fabricación de aceites y grasas vegetales y animales	Aragón y Galicia	Andalucía
Fabricación de productos lácteos	Extremadura	Castilla-La Mancha, Galicia y La Rioja
Fabricación de productos de molinería, almidones y productos amiláceos	Castilla y León y Galicia	Aragón
Fabricación de productos de panadería y pastas alimenticias	Castilla-La Mancha y Extremadura	
Fabricación de otros productos alimenticios		La Rioja
Fabricación de productos para la alimentación animal	Extremadura	Galicia
Transporte terrestre de mercancías, pasajeros y mudanzas, y actividades anexas		
Edición, programación, consultoría y otras actividades relacionadas con la informática		La Rioja
Actividades de limpieza	Castilla-La Mancha	
Actividades anexas a la educación formal		Castilla y León y Galicia
Actividades recreativas y de entretenimiento		

Fuente: Elaboración propia.

### 6.5. Definición de yacimientos para el emprendimiento

En conclusión, la propuesta de yacimientos para el emprendimiento para jóvenes residentes en entornos rurales se puede sintetizar en la Tabla 16. Así, con las salvedades que se pueden apreciar para algunos sectores donde las personas físicas afiliadas al régimen de autónomos tendrían una representación más reducida, todas estas actividades parece que serían apropiadas para iniciar una actividad de este tipo. Más allá, se insiste en que este listado debe ser tomado de manera flexible. Así, se propone la exploración de estos sectores concretos, pero también de toda la actividad relacionada, que sin duda puede ser tomada como un buen nicho emprendedor para jóvenes interesados.

Pero abundando en lo expuesto, se ha comentado que una parte de los autónomos realizaría su actividad con asalariados/as. De modo que todo este conjunto de sectores puede también ser tomado como nicho para el trabajo por cuenta ajena. Así, dentro de todo el sector

de la alimentación, la actividad comercial, de venta, fabricación y procesado, se suele realizar a partir de un equipo de trabajo. Pero para llevar a cabo muchos servicios descritos, como podrían ser los servicios de mudanza y transporte de mercancías, se suele tener un equipo de trabajo flotante al que se contrata y que, en algunos casos, puede pasar a formar parte de la plantilla de trabajo. En el mismo orden de ideas, para iniciar cualquier actividad se necesitará inicialmente un estudio de mercado y un estudio de marketing que deberá incluirse en el panel de actividad de cualquier empresa, por muy reducida, en términos de plantilla, que sea. Todos estos servicios de representación comercial y corporativa, publicidad, marketing, asesoramiento fiscal y económico, etc., que son necesarios en cualquier actividad, deberán ser incluidos en esta propuesta de yacimientos para el emprendimiento como actividades anexas a las actividades descritas dentro del sector de la alimentación, e incluso dentro del sector del transporte comercial y de mudanzas, así como en el del sector de la programación informática.

## 7. Propuesta general de yacimientos de empleo y nichos de mercado para el emprendimiento

En el Cuadro 2.10 del Anexo se expone la relación general de nichos de empleo y de yacimientos para el emprendimiento que se ha detectado en este estudio. Para facilitar la lectura, se han agrupado las ocupaciones dividiendo por sectores de actividad. A partir de ahí, se ha determinado si alguna de las ocupaciones parece tener más presencia en una provincia o comunidad. El hecho de que no figure información en esta última casilla implica que se considera que esa ocupación tiene presencia moderada en todo el panel de provincias o comunidades del estudio. Siguiendo los puntos del trabajo, se expone si, a partir de lo expuesto, esa ocupación se considera apta para el teletrabajo. De igual modo, si pudiera ser apta para el emprendimiento bajo la figura de autónomo. Para concluir, se advierte de la necesidad de que la persona interesada deba formarse a nivel superior para ejercer la actividad. En ese sentido, es probable que deba desplazarse a una capital de provincia o comunidad para realizar los estudios de especialización. Ambas lecturas van de la mano, como se ha descrito en este estudio.

Como puede apreciarse, se presentan oportunidades de desarrollo profesional a todos los niveles. **Dentro de las ocupaciones que no van a exigir una formación especial ni desplazamiento físico**, se describen ocupaciones que no serán aptas para el teletrabajo, como son, entre otras, varias de las incluidas dentro del sector del transporte, como conductor/a de vehículos de transporte de mercancías, personas y mudanzas, peón de transporte de mercancías y descarga o empleados/as de logística. Fuera de este sector, se deben destacar las actividades de limpieza, la profesión de electricista, auxiliar de enfermería, cuidador/a de niños/as en guarderías, las peonadas agrarias, forestales e industriales y todas las actividades principales relacionadas con el sector de la alimentación.

Estas ocupaciones compartirán presencia con actividades interesantes como agente inmobiliario, teleoperador/a, agente de telemarketing, agente administrativo, comercio online, promotor de ventas o representante comercial que, total o parcialmente, **se podrán realizar en remoto a través de herramientas de teletrabajo**. Como puede apreciarse, muchas de las actividades descritas pueden realizarse, además, bajo el régimen fiscal de **trabajador autónomo**.

Aparte de las citadas, y **fuera del abanico del teletrabajo**, se encuentra la posibilidad de desarrollarse dentro del sector turístico como recepcionista en hoteles o como guía turístico. En el mismo sentido, como oficial y

operador/a de maquinaria industrial, forestal y agrícola, como mecánico/a y, dentro del sector comercial, como vendedor/a en tienda física. Varias de las anteriores, se podrán llevar a la práctica en **régimen de autónomo**.

Para concluir, dentro de los trabajos que exigirán de **mayor esfuerzo en términos de formación y especialización profesional**, y que probablemente **exijan de desplazamiento**, se deben citar todos los relacionados con el sector de la informática y las telecomunicaciones. Estos trabajos podrán realizarse **bajo la figura de autónomo** y, en casi todos los casos, **mediante teletrabajo**.

Dentro de este segundo grupo de ocupaciones se encuentran también las tareas docentes y de formación no oficial, la educación y el trabajo social, el trabajo como especialista en marketing online, o el trabajo técnico dentro de laboratorios científicos e industriales, que al igual que las previas, exigirán de formación superior. Varias de las anteriores se podrán realizar en **régimen de autónomos**. Sin embargo, **no todas permitirán el teletrabajo**.

Para concluir, se destaca la ocupación de enfermería. Esta profesión implica un nivel de formación superior, pero al tratarse de una actividad que exige contacto directo con el paciente, no se podrá realizar bajo la forma del teletrabajo. En el mismo sentido, si se considera que una persona especialista en enfermería realiza su actividad en un hospital o en un centro de salud, preferentemente, formará parte de la plantilla laboral de la institución u organismo, y por lo tanto no debería ser contratada bajo la forma de autónomo.

## 8. Conclusión

Tras todo el análisis, se puede concluir que existen interesantes posibilidades de desarrollo profesional para la juventud residente en entornos rurales. Además, estas son variadas, no sólo se centran en el desarrollo de trabajos en sectores tradicionales y van más allá de todo el conjunto de actividades de escaso valor añadido a las que se suele hacer alusión en el debate tradicional. Sin embargo, son varias las cuestiones que deben ser tenidas en cuenta a la hora de extraer conclusiones concretas.

En primer lugar, la persona implicada debe ser consciente de las posibilidades profesionales que le otorga el estudio y la formación profesional. En este caso, será determinante el fomento del estudio dentro del centro educativo. Pero mucho más, en el contexto familiar y en el contexto social. Desde la administración regional y local se deberá hacer todo lo posible para que los centros educativos dispongan de los



recursos necesarios y para que las personas encargadas de la educación y la formación se encuentren en la mejor disposición para ejercer su profesión. Desde las familias se deberá educar para la formación y el desarrollo a futuro. Una buena educación amplía las posibilidades de desarrollo profesional y la familia debe ser consciente de esta posibilidad.

En relación con lo anterior, desde la administración se debe facilitar el tránsito de un nivel educativo a otro. En muchas áreas rurales, los centros educativos públicos no ofrecen todos los niveles de educación oficial o de formación profesional. Las políticas educativas deben reducir esta brecha entre las áreas rurales y urbanas mediante un sistema de financiación pública que facilite el transporte y cualquier sobrecoste relacionado. Será importante que las familias residentes en entornos rurales no vean la educación y formación de sus hijos/as como un sobrecoste familiar que no puedan enfrentar.

Más allá, esta conclusión se amplía para todo el conjunto de personas que, tras concluir con el bachillerato, desean continuar estudiando, o bien iniciar un módulo

de formación profesional superior. Sobra decir que la residencia en una capital de provincia o en una gran ciudad nacional puede generar problemas financieros para muchas familias residentes en entornos rurales. Este hecho puede desestimar esta posibilidad de desarrollo profesional, a pesar de que la persona tenga capacidad para sacar adelante el reto. Para frenar esta inercia, es probable que desde las administraciones se deba poner en práctica un plan de fomento de ampliación de estudios para jóvenes en entornos rurales que vaya más allá del actual sistema de becas basado en el nivel de ingreso del núcleo familiar.

Ahora bien, la idea desarrollada en este trabajo se centra en definir ocupaciones potenciales para jóvenes residentes en áreas rurales. Pero también se han remarcado los problemas y necesidades a enfrentar para atraer mano de obra y para que retornen aquellas personas que tuvieron que salir de la región para alcanzar estudios superiores y desarrollarse profesionalmente. La digitalización completa del entorno rural es una necesidad ineludible que resulta determinante para todas aquellas profesiones que permiten el teletrabajo.

Pero también para muchas otras ocupaciones que, sin que necesariamente se realicen mediante esta vía, necesiten de una buena cobertura digital para llegar al cliente/a o para contratar determinados servicios profesionales.

Para concluir, tras contrastar econométricamente el vínculo positivo entre emprendimiento autónomo y crecimiento económico y reducción del desempleo juvenil, desde la administración regional y local se debe continuar trabajando en la senda actual, manteniendo los programas existentes y, en caso de posibilidad, ampliándolos. Será necesario fomentar los programas de apoyo y asesoramiento a emprendedores/as, que deberán incluir también programas específicos en todos los ámbitos y niveles educativos, como las escuelas rurales, los institutos y los centros de formación superior y profesional. Para ello, y con objeto de iniciar una actuación integrada, será importante implicar a todos los agentes que operan a este nivel, como son las fundaciones, las diputaciones, los agentes de empleo o las federaciones de municipios y provincias.

## Referencias

Consejo Económico y Social (2021). “Un medio rural vivo y sostenible”. Madrid. Consejo Económico y Social.

Consejo Económico y Social (2020). “Informe jóvenes y mercado de trabajo en España”. Madrid. Consejo Económico y Social.

Fotocasa (2020). “Vivienda y teletrabajo durante la pandemia. Nota de prensa”. Madrid, 9 de julio.

Infojobs-ESADE (2022). “Informe · InfoJobs-Esade, 2021. Estado del mercado laboral en España”. Madrid.

LinkedIn (2021). “LinkedIn revela los empleos y las habilidades más demandadas en España. Nota de prensa”. Madrid, 3 de febrero.

LinkedIn (2020). “Informe Empleos Emergentes 2020”.

Rubio Gil, A. y Pascual Bellido, N.R (2018). “Nichos de negocio y empleabilidad juvenil como factores de desarrollo rural sostenible en la ‘España deshabitada’”. Juventud Rural y Desarrollo. Revista de Estudios de Juventud. (112).

Secretaría de Estado de Empleo y Economía Social (2022). “Trabajadoras y trabajadores autónomos, personas físicas, en alta en la Seguridad Social”. Madrid. Ministerio de Trabajo y Economía Social.

Secretaría de Estado de Telecomunicaciones e Infraestructuras Digitales (2021). “Cobertura de banda ancha en España en el año 2020”. Ministerio de Asuntos Económicos y Transformación Digital.

Secretaría General de Análisis, Coordinación y Estadística (2021). “Análisis y Prospectiva-serie AgrInfo nº 31. Demografía de la población rural en 2020”. Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación.

Servicio Público de Empleo Estatal (SEPE) (2021). “Ocupaciones con tendencia positiva en el empleo”. Ministerio de Trabajo y Economía Social.

Servicio Público de Empleo Estatal (SEPE). (2021). “Informe del Mercado de Trabajo de los Jóvenes. Estatal. Datos 2020”. Madrid. Ministerio de Trabajo y Economía Social, 2021.

Universidad de Hertfordshire, FEPS, UNI Europa y Fundación Felipe González (2019). “Huella digital: la plataformización del trabajo en Europa. Ficha informativa de España”.

## Capítulo 3



# Factores estructurales y dinámicas generadoras de nichos de negocio y yacimientos de empleo juvenil en el medio rural en España

### Investigadora:

Prof. María Ángeles Rubio Gil

Profesora Titular de Comercialización e Investigación de Mercados. Universidad Rey Juan Carlos. Departamento de Economía de la Empresa.

I.P. NONNOBIS Social Research

### Resumen

**El empleo de la juventud en el medio rural en España es un factor estratégico del desarrollo socioeconómico, garantía de su permanencia en el territorio y con ello, de supervivencia de las poblaciones menores y la conservación de las actividades y funciones más esenciales de este hábitat. Con el fin de conocer las oportunidades presentes y futuras de empleabilidad juvenil en el ámbito rural, se aborda en primer lugar, el marco conceptual sobre los nuevos nichos de negocio y yacimientos de empleo; y en segundo, el marco empírico a través de diversos estudios de casos con los que poder conocer cuáles son dichas actividades y ocupaciones, la lógica que subyace en su conformación y los diferentes modelos de empleabilidad pujante. Por último, se constata un conjunto de factores estructurales y estrategias empresariales que favorecen el empleo juvenil, entre otros los negocios 'ancla' y con dicho perfil juvenil, las ocupaciones de la nueva Economía del Cuidado y Economía Verde, las actividades con mayor atractivo para el relevo generacional o las Smart Village y ocupaciones relacionadas con las TIC, y hacia las que, además, son más proclives los nativos digitales.**

### 1. Introducción

El problema de la empleabilidad (por cuenta propia y ajena) remite al conjunto de cambios socio-estructurales que, como la automatización o las tendencias de consumo, determinan la eliminación de determinadas ocupaciones o actividades económicas. Una fuente de desempleo que suele cursar, a su vez, con oportunidades y generación de negocios y empleo en áreas y ocupaciones nuevas.

Estos cambios estructurales consisten en procesos a escala global (por mayor aportación al PIB de un nuevo sector) y en el seno de las organizaciones (mayor número de ocupaciones de este). Cambios derivados: primero de industrialización, más tarde de la tercerización productiva o economía de servicios; y en la actualidad, del trasvase de mano de obra al cuarto sector del Conocimiento y la Información. La automatización y la modificación de los usos de los/as consumidores/as generan a su vez un desempleo estructural -según diversas teorías de la Economía Clásica-, que en parte puede ser solventado por los nuevos puestos de trabajo

que genera el sector en ciernes y las nuevas preferencias en los mercados. Unas actividades y ocupaciones relacionadas con nuevas necesidades, la digitalización a escala global y las modas, y los retos inmediatos que imponen los tiempos, por ejemplo, en relación con la salud, el envejecimiento poblacional o el cambio climático.

El *Libro Blanco del Crecimiento, competitividad y Empleo*, también conocido como informe Delors, desde la Comisión Europea, detectó en 1993 un total de 17 ámbitos sectoriales que serían yacimientos de empleo de cara a la entrada en el siglo XXI. Se citaban entonces: *Servicios a domicilio, cuidado de la infancia, las nuevas tecnologías de la información y de la comunicación, la ayuda a los jóvenes con dificultades y la inserción, la mejora de la vivienda, la seguridad, los transportes colectivos locales, la revalorización de los espacios públicos urbanos, los comercios de proximidad, el turismo, el sector audiovisual, la valoración del patrimonio cultural, el desarrollo cultural local, la gestión de residuos, la protección y mantenimiento de las zonas naturales, el control de la contaminación, la gestión de la energía y el deporte*. Es decir, en su mayor parte, actividades que se derivan del creciente sector servicios y la feminización de la mano de obra, pero apenas se citaban los correspondientes al incipiente cuarto sector, ni a los relacionados con el contexto globalizador, como la mayor relevancia de actividades como la logística o el marketing internacional, o las energías renovables y no contaminantes, que son fundamentales en las propuestas ante el contexto socioeconómico actual.

Los yacimientos de empleo son, a su vez, resultado del descubrimiento de nichos de mercado fehacientes con posibilidad de crecimiento, pero no suficientemente cubiertos por lo novedoso o por el gran incremento de la demanda, y cuyo conocimiento facilita la intervención de las administraciones para el ajuste de los programas de formación ocupacional o el fomento del emprendimiento, entre otros aspectos muy beneficiosos para el desarrollo. La pregunta que se plantea es entonces: cómo conocer los nuevos nichos de negocio y yacimientos de empleo. Y, sobre todo, cómo hacerlo en el ámbito rural y para la juventud.

Ya se han puesto de manifiesto en la introducción, las limitaciones metodológicas y de las estadísticas oficiales para el análisis bajo criterios como el hábitat o la edad; mientras, el carácter, en buena medida prospectivo, de los conceptos de nicho y yacimiento, y su naturaleza eventual en tanto pueden ser rápidamente inoperantes o cubiertos por modificaciones en las políticas (por ejemplo agrarias, alimentarias, energéticas, etc.), en los usos de los/as consumidores/as (cuando priorizan unos conceptos de consumo sobre

otros en la distribución de la renta familiar), o en sus necesidades por cambios de distinto orden.

Por todas estas razones, se partirá del análisis estructural y coyuntural que determina las oportunidades de actividad y empleo en la actualidad y el futuro inmediato, así como el de los mercados sectoriales y laborales, para conocer la evolución de ambos. Y todo ello a través del estudio de casos para, finalmente, conocer sobre el terreno los factores y modelos que determinan las estrategias de éxito en la adopción de ‘nichos de mercado’ y su impacto en la evolución de la ocupación juvenil y la población rural.

## 2. Metodológica: Ámbito rural, empleo juvenil y el estudio de caso

La población rural como unidad de análisis, se basa en el convencimiento de que cada localidad o pueblo es una unidad administrativa que tiene la capacidad y la especificidad de generar un determinado modelo de desarrollo, más o menos adaptado a la realidad actual. Pero, con unas características y una lógica distinta a las ciudades (entendidas estas como poblaciones con más de 30.000 habitantes según definición del MAPA).



Tabla 1.

### Delimitación conceptual y operativa para el estudio del mundo rural

ORGANISMO	CLASIFICACIÓN	TAMAÑO
Instituto Nacional de Estadística	Municipios pequeños	Menos de 2.000 habitantes
	Municipios rurales Intermedios	De 2.000 y 9.999
	Municipios Urbanos	Más de 10.000 habitantes
EUROSTAT	Zona Rural	Menos de 5.000 habitantes
	Zona Intermedia	Menos de 50.000 habitantes
	Zona densamente poblada	Más de 50.000 habitantes
MAPA	Poblaciones rurales pequeñas	Menos de 2.000
	Poblaciones rurales intermedias	Entre 2.000 y 30.000 habitantes
	Poblaciones Urbanas	Más de 30.000

Fuente: Elaboración propia.

Se constituyen los municipios rurales en la actualidad, en lo que Vázquez Barquero (1993, pp.205-206) denominó: “formación de complejos productivos territoriales”, para referirse a un nuevo sistema económico local posindustrial, característico por tratarse de una serie de “factores críticos para su desarrollo estratégico” (Vázquez-Barquero, 1993; 227-229, Cocosis, 1991, Izquierdo Ballina, 2021)”. Y que se plasman en la implantación específica de actividades económicas y ocupaciones en el ámbito rural; en este caso para la juventud, entendida como el segmento poblacional de 16 a 40 años, que es el considerado como tal por la Unión Europea a efectos de política rural: con unas amenazas y expectativas precisas para el mantenimiento y la creación de nuevos nichos de mercado y yacimientos de empleo juvenil.

El ‘estudio de casos’ como estrategia de investigación permite analizar en profundidad un objeto de estudio (la empleabilidad en una población), observando y midiendo variables diversas, e intentando hallar explicación a los procesos que tienen lugar en ella a través de un conjunto de técnicas cualitativas y

cuantitativas (entrevistas, informes, observación participante, etc.). Frente a las limitaciones de esta técnica plural, se aplicará la triangulación metodológica para conseguir establecer generalizaciones empíricas, confirmando las conclusiones de cada caso a través de la explotación de fuentes bibliográficas y estadísticas; y de forma posterior, con el método comparativo, como en el origen del estudio de casos lo aplicaron investigadores clásicos como Blau (1974), Etzioni (1961) o Meyer (1973).

De forma previa a la elección de ‘casos’, se ha realizado la delimitación conceptual de términos fundamentales tal que: ‘nueva ruralidad’, ‘tipos de ruralidad’, ‘empleo juvenil rural’, ‘nichos de negocio’ y ‘yacimientos de empleo’. Y en una segunda fase, con el estudio y contrastación de estudios de casos de distinto entorno geoeconómico, diferente tipo de ruralidad (agraria competitiva, gentrificada, pujante, progresiva, regresiva) y especialización en cada uno de los cuatro sectores económicos; eligiendo, por último, municipios que han conseguido las mejores cifras en la lucha contra el desempleo, al tiempo que, de retención de la población, y mayores tasas de jefes/as de explotaciones

agrarias. Con ello, se pretende contar con una muestra correctamente estratificada, y si bien por su número no estadísticamente representativa, si estratégica en el sentido de poder desentrañar la estructura del emprendimiento juvenil en nuevos nichos de mercado en el ámbito rural, sus motivaciones e inhibiciones, así como los yacimientos de empleo en la actualidad.

Siguiendo los criterios por los que se define en la Ley 45/2007 (poblaciones inferiores a 30.000 habitantes y una densidad inferior a 100 habitantes por km<sup>2</sup>), el medio rural español está compuesto por 6.671 municipios, el 15,9% de la población española en 2020 (MAPA 2021), en el que en 2015 residían 7.849.598 personas, con una densidad media de población de 18,7 habitantes por km<sup>2</sup>, una tasa de jóvenes de un 35,2% menor que en las zonas urbanas, y en donde la población se encuentra más masculinizada, sobre todo en los municipios de menor tamaño. Dichos municipios pequeños a su vez son los que ocupan la mayor parte del territorio rural y agrupan la mayor parte de la población, sumando Andalucía, Castilla-La Mancha y Castilla y León, por ese orden, la mitad de la población rural. Encontrándose entre los menos ruralizados: la Comunidad de Madrid, El País Vasco y Cataluña; y siendo Las Islas el medio rural más densamente poblado y Aragón la Comunidad menos densamente poblada.

El 100% de la población que vive en el medio rural de Cantabria y del País Vasco habita en municipios rurales de pequeño tamaño. En La Rioja, Comunidad Foral de Navarra y Castilla y León este porcentaje se sitúa en el 85%. Por lo que es fácil comprobar la importancia que entrañan las medidas que mejor puedan ser acogidas en este tipo de ruralidad y la riqueza que supone para el conjunto de la sociedad su empleabilidad y, con ella, la retención de la población juvenil. Por su parte, en la Región de Murcia tan solo un 4% de su población rural se encuentra empadronada en este tipo de municipios. Las comunidades autónomas que han perdido más población rural con respecto a 2008 son Cantabria

(-11,0%), Galicia (-9,2%) y La Rioja (-8,3%). Entre las que más han ganado: Islas Baleares (10,0%), Islas Canarias (5,2%) y la Comunidad de Madrid (2,3%).

Una **Nueva Ruralidad** consistente en la reconceptualización de los espacios rurales, que posterga la idea de poblaciones dispersas, sector agropecuario tradicional (Echeverri y Ribero, 2002, 17) o de un espacio supeditado a su aportación al PIB, sin participación de sus habitantes; hacía una nueva idea de lo rural como estructuras históricas y económicas muy diversas, multisectoriales, capaces de gestionar un desarrollo endógeno a partir de la apropiación de sus recursos y la autonomía sobre sus procesos productivos, culturales, sociales y políticos. En este nuevo marco teórico, la creación de empresas se ha entendido como la mejor receta para el desarrollo socioeconómico local (Rodríguez Pose y Palavicini, 2013), sobre todo cuando se trata de nichos de mercado pujantes y emprendimiento juvenil (Rubio Gil y Pascual Bellido, 2018). El problema a la hora de delimitar el estudio de dicha empleabilidad rural, los yacimientos de ocupación y nichos de negocio, reside en primer término en la determinación sobre qué hábitat puede ser considerado como rural y qué clasificación adoptar sobre zonas rurales y cuáles no. Máxime cuando dicha nueva ruralidad pasa a ser entendida como un tipo de hábitat y estructuras socioeconómicas muy diversas.

Teniendo en cuenta los estudios de fundaciones españolas especializadas en investigación social, los criterios empleados para la clasificación de las distintas **modalidades de poblaciones rurales** han sido: la cohesión territorial (IESA, FOESA), la conexión poblacional (Caixa), la accesibilidad (BBVA) o criterios económicos (Encuentro). Teniendo todos ellos en cuenta a la hora de establecer los criterios de atribución de tipo de zona/población y la elección de casos de estudio, se ha empleado el siguiente esquema, como en estudios anteriores (Rubio Gil y Pascual Bellido, INJUVE, 2017, 2018):

Tabla 2.  
Clasificación de zonas rurales en España

ZONAS 'TIPO'	POBLACIÓN	LOCALIZACIÓN Y ECONOMÍA
Agrarias Competitivas	Alta densidad poblacional y crecimiento demográfico	Deslocalizadas
Gentrificadas	Alta densidad poblacional estable y flotante	Turísticas de costa
Pujantes periurbanas	Crecimiento poblacional	Deslocalización residencial Empleabilidad en ciudades cercanas
Progresivas	Población estable	Economía competitiva Atractivo paisajístico y ambiental
Regresivas	Población muy envejecida y en decrecimiento	Agricultura no competitiva, riqueza ambiental y paisajística

Fuente: Elaboración propia.

### 3. Nichos de negocio y emprendimiento juvenil en el ámbito rural

El **concepto de nicho** ha sido importado desde la biología a ciencias sociales (Ocvirk, 2018) como la antropología, la sociología del trabajo, o el marketing y la dirección estratégica de la empresa, donde el modelo biológico-experimental ha servido en estas dos últimas disciplinas mencionadas para teorizar y modelizar de forma similar sobre el funcionamiento de los mercados, a través de la idea de la concentración en uno o varios segmentos. Hooley, et al. (2001) afirman que la estrategia de nicho de mercado es una opción interesante para las pequeñas y medianas empresas que enfrentan una competencia a escala mundial. Son, por tanto, muy adecuadas cuando existen segmentos de consumidores/as desatendidos, y cuando la empresa cuenta con una ventaja competitiva para ocuparse de estos y resulta suficientemente rentable. Ya autores clásicos en economía de la empresa habían tratado los requisitos para la supervivencia de las empresas a través de la consecución de productos o servicios insustituibles, y controlar de este modo las famosas 5 amenazas o fuerzas competitivas de Porter (1980): nuevos competidores, productos sustitutivos, poder de negociación de proveedores y compradores y la fidelidad previamente establecida de los consumidores.

Dicha fortaleza de los productos ante la sustitución se ha conseguido en el ámbito rural, a contar con menores costes de los factores de producción (ayuda familiar, salarios en ocasiones complementados con explotaciones agrarias particulares, etc.), la distribución más precisa, llegando a mercados sin competencia, pero, sobre todo, la imagen de marca que en productos como

los enológicos o gastronómicos, garantizan cierto grado de monopolio. Así, Eaton y Eaton (1999) consideran que una actividad comercial es un monopolio cuando ninguna otra empresa puede producir el mismo bien o un sustituto cercano. El monopolio puede ocurrir a través de la concesión de las administraciones, debido a certificaciones, patentes u otros derechos de propiedad del dominio sobre los recursos. O incluso la tecnología que define escalas de producción capaces de hacer posible la viabilidad del negocio, y que garantizan la permanencia de un productor en el mercado.

En resumen, los factores que contribuyen al desarrollo de nuevos nichos de mercado han sido, la consolidación de la industria, la creciente heterogeneidad de la demanda, el desarrollo tecnológico y la individualización de las preferencias de los consumidores/as (Ocvirk, 2018). Con lo que, un nicho de negocio se constituye en un segmento especializado de mercado, que protege a sus promotores/as contra el comercio a gran escala y cubre la demanda insatisfecha, o genera una demanda relevante nueva.

La estrategia de nicho es muy interesante para las empresas que operan en agroindustrias entre otras razones (Azevedo, 2000) porque: a) posibilita la expansión del uso de productos necesarios para el consumidor, b) permite segmentar la producción para el cumplimiento del estándar de mercados concretos y c) es acicate para la diversificación de la producción rural, que la adoptó de forma más temprana. A todo ello acompañaba la posibilidad de diferenciación de los productos de la tierra, por la exclusividad y calidad de muchos productos 'estrella' y servicios, que hoy llevan el nombre de destinos turísticos rurales muy reconocidos, o Denominación de Origen de muy

diversos productos (vinos, quesos, jamones, miel, etc.). Es decir, una estrategia de primer orden para poder lidiar en mercados digitalizados y globales con una competencia a gran escala, a fuerza de mayor calidad y tácticas igualmente internacionales y en red, frente a las nuevas tendencias de consumo, en donde la innovación con productos naturales y procesos ecológicos o la autenticidad son valores en alza. Por ejemplo, con prendas naturales en ciertas prendas de confección o calzado (como el cáñamo, el lino o el esparto), o la decoración (de mimbre, esparto o yute).

Otra forma de abordar la estrategia de nichos de mercado está consistiendo, precisamente, en la gestión de esas industrias menos amables, expulsadas ineludiblemente de las ciudades, como el depósito y reciclaje de residuos, la de energías alternativas o la cría industrial, buscando un acomodo lo menos lesivo posible para los intereses del campo y sus habitantes; y en los casos más afortunados con producciones que en sí mismas poseen un carácter regenerativo en la lógica de la permacultura (con la lógica que emplea la naturaleza)- y la Economía Circular, como se verá más adelante, por ejemplo con la práctica de la apicultura o el apiturismo, la sericultura (y lombricultura) de interés para el compostaje, elaboración de comida animal o el tratamiento de residuos sólidos.

Por otra parte, se detectan, sobre todo en las poblaciones de tamaño intermedio, lo que se ha dado en llamar negocios **"Líderes en Nichos de Mercado Internacionales"** (o INMLs, por sus siglas en inglés: *International Niche Market Leaders*). Localizados en municipios menores de 50.000 habitantes (según fuentes citadas de los estudios respectivos de Alemania y el País Vasco) son dignos de mención por su propensión a cuidar del desarrollo local de los municipios en donde se originan; así como, a la preservación del patrimonio y la gobernanza siguiendo a Kamp (2020). Según este último autor, con el término Líderes en Nichos de Mercado, se hace referencia a empresas del tipo "campeones ocultos", concepto popularizado por el alemán Simon (1996 y 2009, 2017), el cual observó, como también hicieron Venohr y Meyer (2007, citado en Kamp, 2020), que una parte sustancial del volumen y valor del comercio exterior de Alemania no provenía de grandes empresas muy conocidas (como BASF, Siemens, Daimler-Benz o Bosch), sino de un gran número de negocios de tamaño mediano, que actúan en nichos de mercado muy definidos, pero poco llamativos. Simon observó, además, que, en esos nichos o segmentos, tales empresas pueden presumir de ser líderes, por contar con una alta cuota de mercado y con un gran porcentaje de producción destinada a las ventas en el exterior (2009).

Algunas de estas y otras formas de atender mercados internacionales en las últimas décadas ha modificado la

imagen tradicional del emprendedor rural, del que no puede hablarse en sentido genérico, ni del campesinado como grupo social, por contar con tipologías muy diversas con las que se asumen cambios de periodo y de contexto (Arias-Vargas y Ribe-Giners, 2019; Arias-Vargas, et. al 2022-Giner) y sectorialmente diversificado. Aventajados en perseverancia y auto-instrucción, a juzgar por la madurez y calidad de muchas producciones, tal que el citado vitivinícola, el turístico o el ganadero; cabe reseñar para el caso español, el incremento de la tasa de feminización sectorial en los últimos años. Pero también la edad avanzada de la mayoría de los/as jefes de explotación y las serias dificultades para el relevo generacional, con excepciones por ejemplo en subsectores como los tres mencionados.

Según los últimos datos y las conclusiones del *Informe del Emprendimiento Global en España* (GEM España 2020-2021), la juventud sigue experimentando serias dificultades a la hora de convertir sus intenciones emprendedoras en emprendimientos reales (21,7% de las iniciativas potenciales); y si en 2017 se involucró el 12% de la juventud, en el 2020 apenas llegó al 5%. Sin embargo, en estas fechas recientes, sí destaca el crecimiento de la población emprendedora mayor de 55 años, que en 2010 era solo de un 2%, y en el 2020 fue de más del 4 por cada 100 habitantes. Utilizando el Índice de Contexto de Emprendimiento Nacional (NECI) para el análisis comparativo, este arroja una cifra del 4,7 para el ecosistema emprendedor español, frente a Los Países Bajos en primera posición con un 6,3. Siendo 6 las comunidades que se situaron por encima de la media del país: Cataluña (5,2), La Rioja (5,1), País Vasco (5,0), Murcia (5,0), Comunidad Valenciana (4,9) y Navarra (4,9). Y sobre las que interesa conocer las dinámicas que lo hacen posible, en tanto, para poder considerar una actividad 'nicho', debe observarse el contexto según el cual esta actividad incide en la oferta de ocupación y de la demanda (de trabajo autónomo o por cuenta ajena), en muchas ocasiones deficitaria en el mundo rural por despoblación, deslocalización o falta de cualificación.

Como se detecta a través del trabajo de campo, el **arraigo de la juventud** a sus pueblos se encuentra fuertemente relacionado con su formación y a las posibilidades de adquirir competencias relacionadas con la actividad del entorno, siendo la Formación Profesional y la Formación Ocupacional, la vía más usual para su permanencia. Toda vez que, en actividades agropecuarias, solo contaban con formación práctica el 91% de las personas jóvenes jefes de explotación. Con un proceso de incorporación al sector cada vez más tardío, son solo el 0,23% de las explotaciones en manos de personas menores de 25 años, el 0,47% del total en la UE (Informe MAPA, 2020). Por otra parte, también el 91% de los beneficiarios (678.919) de la PAC, contaban con más de 40 años (según informe del FEAGA de 2017).

Mientras, solo el 7,57% de las explotaciones agrarias lo estaban en manos de menores 39 años, de estos solo el 22% mujeres y eran solo un 1,8% los que contaban con grado universitario, según el estudio sobre las necesidades de formación del año 2017. Posteriormente estas dos últimas tendencias se han ido afianzando (feminización y mayor nivel educativo), pero no en la dirección de incrementar la empleabilidad juvenil en explotaciones agrarias, aunque sí en otras actividades del mundo rural por diversos factores estructurales y coyunturales (según últimos datos disponibles, Palacios, 2020).

Todo ello manifiesta la gran necesidad de ampliar la formación para el empleo y el emprendimiento en el sector primario en su conjunto, y en especial en niveles educativos superiores precisos y ocupaciones con mayor componente tecnológico, ya que la educación académica para la juventud rural es en la actualidad el medio para cumplir el anhelo de vivir en grandes ciudades y la permanencia en el campo resultado del abandono de los estudios. Este hecho de la tendencia al desarraigo, que coincide con otros estudios (p.e. *Mediterráneo Económico* 34), se ha manifestado durante el trabajo de campo menos intenso en las poblaciones de más de 1.000 habitantes, y en aquellas que fomentan el asociacionismo y las actividades juveniles, cursando más a menudo enseñanzas de grado medio y universitarias destinadas a trabajar en sus municipios, emprender allí negocios o mejorar los familiares, sobre todo en actividades comerciales y de servicios.

Por todo ello, **la oferta de ocio, la participación cultural y política**, el empleo en el municipio o cercanos, la formación profesional e información para la gestión de ayudas, serán factores que incentivarán el emprendimiento en nuevos nichos o bien en los tradicionales de cada zona. En cuanto a la edad de emprendimiento agrario, ésta es algo superior a la de

otros sectores, así como inferior el nivel educativo. En el estudio referenciado “la mayor parte finalizaron sus estudios con la Educación Primaria (21.1%), Educación Secundaria Obligatoria (24.1%) o ciclos de Formación Profesional Superior (22.3%)”. Suelen ser jóvenes las/os nuevos/as emprendedores/as (no estabilizados), y según distintos autores (Hernández-Mogollón et al, 2016; Peña et al, 2019, Ferrándiz, 2021), no más que las personas emprendedoras de otros sectores. Ambos factores, formación y edad, claves para identificar futuros/as emprendedores/as en nichos de actividad relacionados con el mundo rural.

Según el Consejo Económico y Social, el **20% de la juventud rural trabaja en la agricultura en España** y el 48% de las personas mayores de 54 años no tienen sucesores en este sector, porcentaje que varía según la tradición agraria, las formas tradicionales de propiedad de la tierra y las posibilidades de las explotaciones para afrontar la crisis del sector y acceder a unos cultivos y formas de comercialización más competitivos.

De forma paralela, se han ido abriendo nuevas actividades en consonancia con las políticas y ayudas para su implantación, necesidades sociales emergentes (descentralización de los mercados, demandas turísticas y de ocio, teletrabajo, etc.) y las propias del propio mundo rural (revalorización de los recursos locales, mejora del transporte y las comunicaciones, economía de los cuidados de la tercera edad, etc.). Estos cuatro ejes: la competitividad del sector primario, la respuesta a las políticas públicas, las necesidades de la sociedad rural y urbana responden en su conjunto a los cambios de la estructura social, así como a cambios coyunturales más recientes, en relación con la transición energética, la crisis sanitaria y de seguridad internacional. Sin embargo, de todo ello surgen, además, nuevas oportunidades de negocio y empleo, nichos en actividades tradicionales renovadas o de nuevo cuño.

Tabla 3.  
**Valores medios de edad, por sector**

ACTIVIDAD EMPRENDEDORA	MEDIA	N.	DESVIACIÓN TÍPICA
Número de Emprendedores/as	41,66	67937	12,80
Emprendedores/as en otros sectores	39,55	3393	10,24
Emprendedores/as en sector agrario	41,94	170	10,74
Total	41,56	71500	12,70

N= 71500, F= 71500, p= 0,000

Fuente: Ferrándiz, 2021.

#### 4. Empleo juvenil en la España rural y nuevos yacimientos

Siguiendo al profesor Cachón, de los primeros en tratar el tema (1998), los “yacimientos de empleo son potencialidades que para transformarse en realidad de empresas y de empleo necesitan una serie de condiciones especiales”. El concepto ‘yacimientos de empleo’ parte de la idea de que el paro estructural que anunciase la teoría nekeynesiana podría superarse con formación, liberalización y negociación colectiva a gran o pequeña escala, intentando de este modo proveer de soluciones microeconómicas las rigideces de las teorías keynesianas. Es decir, la generación de nuevos empleos, frente a las transformaciones tecnológicas acontecidas en las sociedades occidentales, depende de poder contar con mecanismos para conseguir empresas y ocupaciones más productivas.

En cuanto a la generación de empleo juvenil, siguiendo las cifras de Eurostat, el paro juvenil durante el año 2021 alcanzó el 40,4%, duplicando la tasa europea, así como la relación entre la tasa de paro joven con la del conjunto de la población que ha permanecido estable. Y mientras, la tasa media de esta población en la zona euro se encontraba en el 16%. Desde la crisis de 2008 hasta nuestros días, el paro juvenil en España ha contado con una variación interanual en torno de 2 a 1; con la salvedad del año 2020, en el que la pandemia del COVID-19 elevó la diferencia negativa del paro juvenil, en el segmento de 15 a 24 años, a un 2,5%.

Sin embargo, durante ese mismo año 2020, el empleo rural ha evolucionado de forma menos negativa que el del conjunto de la economía (-2,8%, frente al -3% de las zonas urbanas según datos de la EPA); el único cuyo valor añadido bruto creció el 5,3%, por el carácter esencial de actividades económicas del sector primario. Que, junto a otros aspectos reseñados como, la mayor distancia entre viviendas, el incremento del teletrabajo, la proximidad del suministro alimentario o las modas relacionadas con la sostenibilidad (en el textil, el ocio, o la alimentación, etc.) consiguen que comience a ser visto éste como un hábitat con mayores oportunidades de nuevos negocios.

Una revalorización de la actividad rural y la ligera recuperación del emprendimiento juvenil durante el año 2021 podrían explicarse como una medida compensatoria frente a los efectos de la crisis sobre el empleo en general. De modo que, a 31 de diciembre de 2021, el número de jóvenes afiliados/as al Régimen Especial de Trabajadores Autónomos (RETA) presentaba un aumento interanual del 2,91%, siendo 7.297 jóvenes más los afiliados/as. La cifra de afiliados/as en el RETA menores de 30 años se situaba en 257.892, de los que la mayor parte eran varones, unos 161.596, y que suponían

el 62,6%, frente a las 96.295 mujeres (el 37,4%), según datos de la Dirección General del Trabajo Autónomo, Economía Social y Responsabilidad Social, cifras que habían sido decrecientes hasta entonces, y analizados estos desde el 2007. Lo que puede ser explicado por la influencia de las desventajas en la creación de empresas en periodo recesivo o ‘push thesis’ del emprendimiento.

En ocasiones un momento de mayor bonanza económica puede animar a las personas más jóvenes emprendedoras a considerar la oportunidad más interesante (enfoque de la “estructura de oportunidades ‘push thesis’” de Waldinger, McEvoy y H. Aldrich de 1990), el enfoque de las ‘desventajas’ (disadvantage o ‘push thesis’): considera que una de las principales causas para el emprendimiento se haya relacionada con las limitaciones que encuentra un colectivo ante el empleo por cuenta ajena (Light, 1979; Light y Gold, 2000), que hace que sean empujados (pushed), en vez de atraídos (pulled), al emprendimiento como oportunidad. Por lo que cabría esperar que, de mantenerse la crisis económica, la dificultad de cursar estudios fuera del ámbito rural y conseguir empleo, podría influir positivamente en el emprendimiento y el relevo generacional en actividades agropecuarias, o bien actividades nicho que, como las startups, con uso intensivo que hacen de las TIC, requieren menor capital inicial. Ya que, siguiendo con Licht y Siegel (2006:7) “(...) si están insatisfechos con su vida el emprendimiento puede darles la alternativa para la realización de estas metas” no pecuniarias, como la independencia o la autonomía.

Siguiendo la encuesta de 13 de agosto de 2021, realizada por la Red Rural Nacional (RRN) del Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación, las/los jóvenes menores de 41 años que han participado en la misma han valorado con un 8,87 sobre 10, la satisfacción de vivir en el medio rural. Respecto a sus demandas para desear permanecer en núcleos rurales, el 32% de las respuestas están orientadas a tener empleo y mayores oportunidades laborales. Mientras un 22,74% de las personas encuestadas daban la mayor importancia al autoempleo y el emprendimiento, por lo que reclaman formación en este sentido.

Sin embargo, las limitaciones durante la escolarización en secundaria obligatoria impelen a la juventud al traslado a centros educativos de fuera de su localidad e incluso de su comarca, y aunque se trata, en muchas ocasiones, de un desplazamiento diario, es un factor que tiende a ampliar sus expectativas vitales. Sobre todo, cuando en los niveles postobligatorios se suele producir una carencia mayor de programas formativos diversificados y adecuados a las necesidades de los sectores productivos de cada zona, lo que les obliga con frecuencia a residir en otras localidades, convirtiéndose

en personas jóvenes “dependientes emancipadas” en mayor grado que en las ciudades de mayor población. Son, por tanto, las actividades de formación profesional y ocupación para el empleo en zonas rurales, un primer nicho de mercado que requiere ser cubierto, ya sea *in situ* o a distancia.

## 5. Cambios estructurales en el medio rural y los nichos de negocio derivados para las personas más jóvenes

### 5.1. Sociedad de la información, oportunidades en innovación y digitalización rural: *Smart Village*, domótica y e-commerce

En la Sociedad de Consumo, la **eficacia de los sistemas de transporte y las posibilidades que depara la digitalización** para el procesamiento avanzado de grandes cantidades de datos, han hecho accesibles los mercados internacionales a escala global incluso desde poblaciones deslocalizadas. Si bien, persisten las dificultades y la brecha digital en algunas zonas rurales más aisladas, o que padecen “desestructuración del territorio, con una población muy dispersa y una malla urbana inexistente o muy exigua, dada la escasez de municipios de más de 5.000 habitantes” (CES, 2018, 28).

En este sentido, cabe citar que el presupuesto del FEADER (Fondo Europeo Agrícola de Desarrollo Rural) para el período 2021-2027 asciende a 95.500 millones de euros, con una dotación de 8.100 millones de euros al Plan NextGenerationEU, el instrumento de recuperación para ayudar a afrontar los retos planteados por la pandemia de COVID-19, la empleabilidad juvenil y, más en concreto, contra la desigualdad territorial con programas como Agrolnnpulso, de financiación para la transformación digital del sector agroalimentario y del medio rural.



La Nueva Ruralidad requiere de los **procesos y actividades con los que la digitalización contribuye a unas empresas más eficientes**, que rompen el aislamiento a los mercados de las poblaciones remotas y dispersas y depara ocupaciones más amables y acordes con las expectativas de los nativos digitales. Se trata de actividades de e-marketing o la domótica, que, entre otros ámbitos de innovación, facilitan la atención a distancia de granjas o del riego de fincas de cultivo. Es la aplicación del análisis Big Data para llegar al público objetivo o los mercados en los que manufacturas o productos de la tierra pueden ser más competitivos, la posibilidad de teletrabajar con equipos descentralizados de diversas poblaciones *on line* a través de la nube o del uso de los dispositivos móviles y la comunicación por aplicaciones de chat como *Whatsapp*, *SMS* o *iMessage*; o darse a conocer en ellos a través de las redes sociales.

Las tecnologías que incumben a los procesos de transformación digital pueden estructurarse a través del acrónimo SMACIT, en alusión a las características de: *Social*, *Móvil*, *Analytics*, *Cloud* e *IoT* (*Internet of Things*), utilizado para agrupar a las herramientas de interacción social móvil, la analítica de datos (*Big Data*), los servicios en la nube y el internet de las cosas que, según Riera y Lijma (2017), son las actividades constitutivas de la ‘digitalización’, entendidas como nuevas dinámicas para la gestión y la innovación a todos los sectores económicos.

Según el estudio de INESDI *Digital Business School* de 2019, las profesiones digitales más demandadas, así como aquellas que más han progresado en los últimos años, son aquellas relacionadas con el marketing digital, y, sobre todo, las de *Digital Marketing Management*, Especialista en Marketing de Contenidos (*Inbound Marketing*) y Big Data. Estos relevan las funciones SEO (*Search Engine Optimization*) y SEM (*Search Engine Marketing*) para el posicionamiento por palabras claves de pago en Google.

**IoT, como drones y domótica**, consisten en la asociación de hardware y software que configuran una arquitectura capaz para la automatización de procesos de la agricultura, la seguridad, la industria, el transporte, entre otras actividades, y que ha supuesto una verdadera revolución productiva y profesional para el campo. Explotaciones, hogares y empresas cuentan con la posibilidad de integración de control de todas las instalaciones en un único sistema de gestión, con lo que se consigue mayor productividad, eficacia, ahorro y seguridad. Permite la captura de información biométrica para el cuidado de las personas, los campos; de la telemetría para comprobar a distancia el funcionamiento de instalaciones, o el empleo de drones para el control de plagas, avistamiento de incendios, personas o animales perdidos entre otras emergencias.

Tabla 4.

### Nichos de negocio y yacimientos de empleo actividades de la digitalización rural

	ACTIVIDADES NICHOS	YACIMIENTOS DE EMPLEO
<b>Tareas Social Media y Móviles</b>	Digital Marketing Management SEM y SEO Management Digital Communication	Albañiles y otros oficios SEM y SEO Specialist <i>Community Manager</i>
<b>Funciones Analíticas</b>	Big Data Inbound Marketing SEM y SEO <i>Growth Hacking</i>	Big Data Analyst <i>Inbound Marketing Specialist</i> SEM y SEO Specialist <i>Growth Hacker</i>
<b>Internet de las Cosas</b>	Instalación Domótica Diseño Domótico I+D+i Domótica Conducción de Drones	Técnico/a Instalador Domótica Ingeniero/a Eléctrico/a Domótica ídem Piloto de drones
<b>Páginas web y e-commerce</b>	Diseño Web Desarrollo Web (software/codificación) Desarrollo de contenidos Posicionamiento Web	Diseñador/a Web Desarrollador/a web Copy creativo SEO, Digital Marketing Specialist

Fuente: Elaboración propia.

La digitalización del mundo rural se considera un pilar fundamental para su desarrollo y la promoción del modelo **Smart Village** o comunidades inteligentes. El modo de que los pueblos asuman mayor autonomía con un desarrollo de sus propios activos y el aprovechamiento de las oportunidades que brinda el uso de las TIC, en el sector agrario y en la diversificación sectorial hacia la sociedad de la información, los negocios de proximidad, mayor automatización de las gestiones con la administración y con mayor accesibilidad para la población más joven. Este término es la extensión al mundo rural de las *Smart Cities*, que según Cohen et al. (2014), sobre la base de los postulados de Giffinger et al. (2007), se definen por los indicadores de medición de los rasgos como la movilidad (seguridad y eficiencia de los sistemas de transporte); la eficiencia asimismo energética y medioambiental; la relación entre el gobierno y la ciudadanía (transparencia y participación), seguridad pública y sanitaria; la educación, la cultura, el capital humano; y la economía, basada en la colaboración público-privada y la innovación.

Con este fin, la empresa INECO-Ingeniería pública del Ministerio de Transportes, Movilidad y Agenda Urbana (MITMA), ha lanzado en el 2022 el programa RuralTIC para contribuir a la digitalización rural y el teletrabajo; un modelo colaborativo para municipios de menos de 10.000 habitantes, y con requisitos de partida como

contar con 4G, asunción de costes de estancia de los/as voluntarios/as y espacios para la realización de talleres; evaluándose durante el proceso de selección otros parámetros complementarios: servicios educativos y sanitarios, existencia de pymes de emprendimiento joven, oferta turística, patrimonio cultural y natural, etc.

La digitalización y la influencia de las sucesivas crisis desde 2020, sanitaria, climática y energética ha revalorizado el trabajo desde el mundo rural, donde el uso del automóvil puede obviarse en ocasiones y la vivienda no alcanza precios extraordinarios. Algo que se hace patente si se analizan los mayores incrementos de la población en los años posteriores y que corresponde a zonas rurales próximas (por ejemplo, Guadalajara con un 54% de incremento en el año 2020 según datos del INE). Por otra parte, comprar una vivienda en un municipio de menos de 5.000 habitantes en España es un 51,8% más barato que la media nacional, según un estudio publicado por Idealista (31/7/2020), y **que facilita a la juventud la emancipación o la creación de sus propias familias y negocios**. Por último, se va incrementando el teletrabajo en un gran número de empleos, que se han transformado en una realidad de población flotante en los municipios rurales, y que anuncia una influencia mayor en los patrones de

consumo. Siguiendo el microdato de la submuestra anual de la EPA de 2019, la proporción de **empleos que mejor podrían realizarse desde el domicilio** comprenden: Técnicos/as y profesionales científicos/as e intelectuales (58,9%); directores/as y gerentes/as (56,2%); técnicos/as y profesionales de apoyo (53,2%); empleados/as contables, administrativos/as y otros/as empleados/as de oficina (45,3%). Y frente a los que se encuentran los que menos y que en buena medida se trata de ocupaciones más propias del ámbito rural: Operadores/as de instalaciones, maquinarias y montadores/as (26%), trabajadores/as de los servicios de restauración, personales y de protección y vendedores/as (17,5%), trabajadores/as cualificados/as de los sectores agrícola, ganadero, forestal y pesquero, (8,3%), artesanos/as y trabajadores/as cualificados/as de las industrias manufactureras y la construcción (1,6%), que supone una tasa media global del 30%.

## 5.2. Cambio poblacional y nuevos servicios para la población flotante: Economía de los Cuidados, Turismo y Servicios a Empresas

La estructura etaria de la población se encuentra en un proceso de cambio profundo, incrementándose los segmentos medios y superiores de la Pirámide de Edades, augurando una transformación radical hacia 'un pilar' y no una pirámide de población en las próximas décadas (aún a pesar del saldo resultante tras la suma de emigración y población flotante). Ancianos/as más longevos/as provenientes de la generación *Babyboom* (14 millones de niños/as que nacieron de 1958 a 1977), pero pocos jóvenes en edad laboral. De lo que se deduce para el mantenimiento de las condiciones actuales del Estado de Bienestar, la urgencia de un 'Empleo Decente' para la juventud (en los términos del objetivo octavo de los 17 ODS de Naciones Unidas). Y es precisamente, en el ámbito de las necesidades de esta nueva sociedad más longeva, donde se precisa mayor regulación y efectivos para los subsectores de servicios como los de La Economía de los Cuidados, el Turismo social o de salud, etc.

Según el informe del CSIC de 2020, hacia 2050 las personas mayores casi habrán duplicado su número y la población en edad laboral (16-64) y los niños/as (0-15) habrán reducido su peso de forma considerable. El mayor número de personas de edad se concentra en los municipios urbanos, como Madrid y Barcelona, donde hoy habitan un millón de personas mayores (1.011.955), muchas más que en los 5.877 municipios rurales. Sin embargo, el envejecimiento (la proporción de personas mayores respecto del total) es mucho más acentuado en el mundo rural, donde viven 2.699.277 en los municipios de 2.000 o menos habitantes, y más del 28,5% son personas mayores (770.580).

Siguiendo la encuesta EUROSTAT de 2020, en Europa, aunque en menor medida, el medio urbano es característico por la mayor concentración de habitantes, de población activa, así como de número y diversidad de actividades económicas. Sin embargo, el porcentaje de la población en edad de trabajar (entre 20 y 64 años), era mayor en las regiones urbanas europeas (60%, 61% en España), pero no mucho mayor que en el conjunto de las rurales (un 58%, 57,5 % en España). **Un dato relevante sobre la importancia de la promoción del empleo y emprendimiento de la juventud rural.** Sin embargo, en el caso de las personas de 65 a 79 años, la tendencia era la contraria, con un menor porcentaje de población mayor en las urbanas (14%, 13% en España), que en las zonas rurales (16%, 16,7% en España) que en España ocupan el 90% del territorio (siguiendo el preámbulo de la Ley 45/2007, para el Desarrollo Sostenible del Medio Rural).

Por otra parte, la población de 15 a 19 años es de un 4% en las zonas rurales y un 5% en las urbanas de España, con una variación mínima, registrándose en Europa mayor fecundidad en el mundo rural (número de nacidos vivos por cada 1.000 mujeres de 15 a 49 en un año). Así, la tasa de fertilidad (número medio de hijos/as por mujer) en las regiones urbanas era de 1,48, en las intermedias, de 1,54 y en las rurales, de 1,61. En España estos datos difieren, por la menor incidencia de ambos indicadores y el consabido envejecimiento de la población rural, pero no en las áreas rurales intermedias, más similares a las urbanas. Dando cuenta de un importante desequilibrio territorial que debe ser superado, entre otros aspectos, a través de la mayor ocupación de la juventud rural en el territorio, en actividades nicho de cuidados a la tercera edad o a la infancia, como también en la formación de este gran colectivo profesional, en especial de la juventud, segmento en el que es alarmante la masculinización de las zonas rurales, debido al relevo en los hijos varones y al predominio de actividades económicas (y no solo agrícolas sino también forestales, mineras, logísticas, pesqueras, energéticas), que impelen a las mujeres a buscar la promoción por medio de la formación y el empleo en las ciudades.

Una formación profesional y universitaria que ha favorecido los emprendimientos modernos, tanto agrarios como de turismo rural, de las mujeres jóvenes. Siguiendo a Alario Trigueros y Cano Plaza (2020), las nuevas agricultoras, prefieren producciones del alto valor y fuerte expansión, como el **viñedo**, las **producciones hortícolas** orientadas a **mercados de proximidad** (a veces ecológicos) o actividades como la **apicultura** o la **cunicultura**.

El papel de las mujeres en las actividades agrarias en España ha sido de carácter subsidiario hasta tiempos recientes, quedando reducida, a efectos económicos, a meras 'ayudas familiares'. En ocasiones su papel en el



campo ha sido muy importante, si bien su protagonismo como titulares de explotación ha sido escaso hasta la Ley de Titularidad Compartida (Ley 35/2011, de 4 de octubre) sobre titularidad de las explotaciones agrarias, promulgada con el fin de promover y favorecer la igualdad real y efectiva, a través del reconocimiento jurídico y económico de su participación en la actividad agraria. Así con todo, en España y en territorios eminentemente agrarios como la comunidad andaluza, en las asambleas cooperativas solo hay un 13,9% de mujeres y sólo un 3,5% en consejos rectores de cooperativas, a pesar de que las mujeres suponen un 43,28% de los trabajadores del sector agrario (según fuentes de la presidenta de AMFAR (*Federación de Mujeres y Familias del ámbito Rural, Adoración Blanque en prensa de 17 de octubre de 2017*)).

Este fenómeno abunda en la dirección de que las mujeres jóvenes pueden optar por trabajos agrícolas más amables y compatibles en ocasiones con el cuidado familiar y actividades del sector **servicios, como el comercio o el turismo rural, el enoturismo y el agroturismo o el turismo cultural**. Este último con una gran aceptación entre la juventud interesada en permanecer en su tierra, colaborando en **labores de localización, restauración del patrimonio e información turística y desarrollando un Capital Social muy necesario para el desarrollo socioeconómico** (Rubio Gil y Mazón Martínez, 2009). El 68% de los bienes de Interés Cultural de España se encuentran en el mundo rural, y el 29% en municipios de menos de 1.000 habitantes. Siguiendo a Pena Castro (2012), el gasto medio por turista rural es similar al resto de modalidades de viaje, siendo este sector un factor muy relevante de retención de las mujeres jóvenes en el campo español.

Ya en 1998 Luis Andrés-Sarasa, apuntaba al carácter de yacimiento de empleo del trabajo turístico rural para las mujeres, y se hacía eco de grandes diferencias con el turismo de Sol y Playa, donde ellas cuentan con peores condiciones de trabajo. Por otra parte, la pandemia COVID-19 ha evidenciado otros aspectos muy positivos

del mundo rural y que siguen revalorizándose tras la crisis económica y de seguridad sanitaria y geopolítica que la ha secundado. Se trata de la menor saturación de los servicios sanitarios en aldeas de mayor tamaño y ciudades pequeñas, que en grandes ciudades; la salubridad del aire y facilidad para la provisión alimentaria, la mayor distancia social en las viviendas y los espacios de trabajo. Y en lo que incumbe al empleo, mejores redes de información para la colocación y el emprendimiento, así como familiares y de solidaridad entre vecinos, que favorece la estabilidad laboral y la inclusividad de las personas mayores y emigradas.

Por el contrario, de la serie de desequilibrios estructurales respecto a la pirámide poblacional ya tratados (bajas tasas de feminización, envejecimiento y excesiva población flotante) parten nuevas necesidades, y con ellas, oportunidades para la actividad económica y el empleo con tres objetivos fundamentales, que se desarrollan en los sucesivos apartados.

### 5.2.1. Actividades nicho para Afrontar la despoblación

El Real Decreto 40/2017 supuso la creación de la figura del Comisionado del Gobierno para el Reto Demográfico, un paso muy necesario para la elaboración y desarrollo de la Estrategia Nacional, sobre tres pilares que, según propias fuentes del Ministerio de Política Territorial y Función Pública, responden a las necesidades más imperiosas relacionadas con la estructura demográfica:

1. Garantizar la funcionalidad de los territorios afectados por la despoblación y la baja densidad,
2. Mejorar la competitividad y facilitar el desarrollo de nuevas actividades económicas y el fomento del emprendimiento.
3. Favorecer el asentamiento y la fijación de la población en el medio rural. Siguiendo la lógica de estas premisas, pueden avanzarse una serie de 'actividades nicho' sintetizadas en la tabla 5.

Tabla 5.

## Oportunidades de empleabilidad para afrontar el desequilibrio etario

	ACTIVIDADES NICHOS	YACIMIENTOS DE EMPLEO
<b>Funcionalidad poblaciones regresivas</b>	Inmobiliarias Rehabilitación viviendas Mantenimiento Patrimonio Dinamización Patrimonio Intermediación inmobiliaria Otros servicios y comercio de proximidad	Gestores/as, notarios. Albañiles y otros oficios Arqueólogos/as, restauradores/as Guías e informadores/as cultural Notarios/as, agentes propiedad Peluqueros/as, dependientes/as...
<b>Fomento del emprendimiento</b>	Desarrollo local y turístico Viveros de empresa, lanzaderas Centros negocios	Agente desarrollo local o turístico Facilitadores/as emprendimiento Responsable <i>networking</i> , <i>coworking</i>
<b>Asentamiento población</b>	Asociacionismo juvenil y femenino Formación profesional Academias formación a distancia  Alquiler y <i>Cohousing</i> Junior Taxis, transporte bajo demanda	Dinamizador/a juvenil o igualdad Profesores/as FOL rural Prof. agraria, paisajística, etc. Profesores/as particulares Gestores/as, pisos, mantenimiento Choferes

Fuente: Elaboración propia.

En lo que concierne a la funcionalidad de las poblaciones, durante el trabajo de campo se han detectado serios problemas de habitabilidad derivados de la dificultad de gestionar y vender herencias familiares y que lleva al estado de ruina muchos inmuebles, y para su rehabilitación que permitiría el alquiler por parte de personas jóvenes, incluso cuando pasan a manos de los ayuntamientos. De ahí la necesidad de todos aquellos **oficios y acciones institucionales que agilizan los procesos de transferencia de la propiedad y que eviten el deterioro de edificios.**

### 5.2.2. Afrontar los desequilibrios de la pirámide poblacional

La Economía del Cuidado llega a las áreas rurales, como antes lo hizo a las grandes urbes, en respuesta a 'la crisis de cuidadoras', producida con la incorporación de las mujeres al trabajo asalariado, la mayor longevidad de la población y la desestructuración de la familia extensa. Antiguas redes familiares y de solidaridad comunitaria van desapareciendo, y quedan sustituidas por **empleos de cuidado, negocios que gestionan el cuidado de las personas mayores y la infancia**, y en menor medida, nuevas redes de economía colaborativa.

Por otra parte, el turismo rural en zonas de costa o interior, en planta turística o segundas residencias, prosigue con su función compensatoria del esfuerzo laboral y regenerativa de la salud, que cumplían los 'baños de mar' en los orígenes del turismo de masas. Y en este sentido se detecta durante el trabajo de campo, que algunas zonas turísticas van especializándose en el **cuidado integral del cuerpo y el turismo de salud**, como

por ejemplo la promoción por parte del Cabildo en la Isla de Lanzarote. Por otra parte, muchos alojamientos invierten en spas, tratamientos y talleres *mindfulness*, y en general, se detecta mayor demanda en el mundo rural de estos oficios, tal que fisioterapeutas o profesores/as de yoga.

Este reto se conseguirá, entre otras medidas, con:

1. Coordinación de las acciones referidas a personas mayores, envejecimiento activo y atención a la dependencia en todo el territorio.
2. El apoyo a proyectos de jóvenes, o que favorezcan el relevo generacional, etc. En esta línea, el turismo de salud con objeto de contribuir a la mejora física y psíquica de los pacientes cuenta con diversas actividades de centros termales, que algunos de ellos se ofertan en ocasiones por parte de casas rurales y otra oferta complementaria.

Entre los tratamientos terapéuticos que se ofrecen en los establecimientos de la red Nacional de Balnearios (ANBAL) se encuentran: Programa Circulatorio, dermatológico, digestivo, nervioso o relajante, renal, respiratorio, reumatológico. Además, en casi todos los centros se ofrecen las siguientes terapias complementarias, de interés como perfiles formativos y profesionales: Centro lúdico termal, curas de adelgazamiento, drenaje linfático, electromagnetoterapia, electroterapia, envolvimiento de algas, fisioterapia, gimnasio, hidroterapia del colon, infrarrojos, Ionozon baño, masaje manual, mecanoterapia, parafangos, parafinas, presoterapia, reflexología podal, sauna, tratamientos anti-tabaco, tratamientos de estética, ultrasonidos y yoga.

Tabla 6.

## Nichos de actividad y ocupaciones derivadas de la Economía del Cuidado

	ACTIVIDADES NICHOS	YACIMIENTOS DE EMPLEO
<b>Residencias Cohousing Senior Pueblos-residencia</b>	Gestión residencias tercera edad Gestión viviendas colaborativas Gestión pueblo tematizado	Gerentes de residencia Terapeuta ocupacional Auxiliares de clínica; Enfermería; Fisioterapeuta; Médicos; Personal cocina; Personal limpieza
<b>Asistencia a domicilio</b>	Empresas ayuda a domicilio  SS domésticos y mantenimiento	Auxiliares cuidado a domicilio gerontólogos/as, fisioterapeutas, rehabilitadores/as, enfermeras/os Limpiadores/as, profesionales
<b>Turismo de Salud: Centros termales, Clínicas especializadas, 'Pueblo residencia'</b>	Gestión del turismo de salud	Directores/as y Gerentes Gobernanta/e; Camareros/as; Camareros/as de pisos; Recepcionistas; jefes de barra; Personal enfermería Personal Médico; Especialistas en tratamientos; Psicoterapeutas Esteticistas; Socio-animadores/as Personal lavandería; Seguridad;
<b>Centros de mindfulness</b>	Realización Talleres Mindfulness	Monitores/as Mindfulness Formación de Talleristas en MF

Fuente: Elaboración propia.

Las nuevas fórmulas en Economía del Cuidado van consolidándose como agentes de dinamización de la economía local, que más allá de ser centros de descanso y solaz, se trata de establecimientos en el marco del turismo de salud y sanitario que atraen negocios y población, como sucedía con termas y sanatorios desde antiguo. Así, ciertas residencias, clínicas, hospitales especializados (por ejemplo, en pérdida de peso) o balnearios se constituyen en verdaderas **'anclas' de desarrollo**. Surgen, por otra parte, distintas modalidades de residencia convivencial que prometen incrementar su incidencia en los próximos años:

1. El **Cohousing** o vivienda colaborativa, generalmente en zonas rurales y un con precio en torno a los 99.000 €, se emplea tanto para mayores no dependientes, como para jóvenes en alquiler con zonas privadas junto a otras de estancia y para el consumo comunitario.
2. El **'pueblo residencia'**, todavía con pocos ejemplos, pero grandes ventajas, como en el 'pueblo de los abuelos' de Pescueza en Cáceres, en el que viven 180 vecinos, el 65% de ellos mayores de 60 años, contando con un envejecimiento más amable, en el propio domicilio y manteniendo la vida social,

mientras se incentiva el empleo joven que revitaliza la pequeña aldea, cuando como en este caso hace varias décadas fueron cerradas las escuelas.

3. Por último, la fórmula **Coliving** es un tipo de modalidad más centrada en la convivencia de residentes, más onerosas (entre 200 y 300.000 €) y promovidas por empresas, por el momento en poblaciones de mayor tamaño.

Pasos, en este sentido, pueden citarse la modificación de la ley de la vivienda (a tenor del Decreto-Ley 2/2022, de 23 de junio para la agilización de la gestión de los fondos europeos y el desarrollo) y que en la Comunidad de Castilla y León ha permitido incluir las viviendas colaborativas o *cohousing* y el alquiler social como una nueva modalidad de vivienda de protección pública, habilitando la promoción pública de vivienda en el medio rural para uso de terceros. Otro ejemplo ha sido la apertura, en el verano de 2022, del centro dedicado a la juventud de *cohousing* y *coworking* 'La Bajera' en la calle Mayor de Pamplona, todo lo cual anticipa una nueva línea de actividad económica y una tendencia firme a la hora de afrontar los desequilibrios etarios, poblacionales y laborales.

### 5.2.3. Gestión del incremento de la población flotante

La llegada de *población flotante* o vinculada a un determinado municipio se encuentra motivada:

1. Por la oferta de empleo o cobertura de ocupaciones deficitarias (con el fin de recoger cosechas, por ejemplo),
2. El interés por el desarrollo de nuevos negocios (comercios, establecimientos de hostelería, etc.), llegando en muchos municipios a constituirse en la principal base de la economía local (Delgado Urrecho, 2014, 2016a y 2016b, 2019),
3. Por la disponibilidad de servicios, atractivos turísticos, planta receptiva, infraestructuras y equipamientos.

La afluencia de población flotante que, en ocasiones puede terminar siendo residente, puede suponer: a) Déficit de infraestructuras (por ejemplo, aparcamiento, recursos hídricos, etc.), b) La generación de recursos económicos derivados de la mayor ocupación y el consumo privado, c) Mayores tasas de empleo y crecimiento, que a su vez se reflejará en la recuperación del entorno, la natalidad y el rejuvenecimiento de la población.

Cuenta, por tanto, la atracción de población flotante de un impacto positivo para los pueblos (visitantes y turistas, trabajadores/as temporales, teletrabajadores/as, agentes comerciales y turistas de negocios, ocupantes de segundas residencias, etc.) que requieren de una serie de nuevas actividades y mano de obra que amplíen la capacidad de los servicios públicos y privados de los municipios, así como de servicios específicos para cada uno de estos colectivos: **mensajeros privados y de servicios postales, transportistas y taxistas, servicios sanitarios de igualas y bucodentales, enfermería y fisioterapeutas, personal de seguridad, aseguradoras, personal de mantenimiento de viviendas (electricistas, albañiles, fontaneros/as), y empleos turísticos, desde camareros/as de pisos, limpiadores/as, camareros/as, cocineros/as, guías turísticos y de interpretación del patrimonio natural y cultural, etc.**

Según el informe de expertos “Vivir en España en 2033” (2015), el **transporte** y la **logística** serán sectores estratégicos en los próximos años al igual que lo fue antes de las crisis de 2008 el subsector de la Construcción y el de las Manufacturas. Sobre el incremento del subsector logístico, conviene añadir que, resultado del desarrollo del *e-commerce*, el comercio internacional, la deslocalización productiva y el teletrabajo, propician grandes yacimientos de empleo; se producen, a su vez, nuevos conflictos laborales, tal que el de ‘los riders’ de comida rápida, la huelga de camiones de diciembre de

2021 y marzo de 2022 que dio lugar a desabastecimiento de supermercados o el conflicto de tres años del departamento de logística de Amazon en Alcalá de Henares cerrado en mayo de 2021.

El mayor dinamismo económico de un territorio alienta el establecimiento de negocios en los que la innovación y la iniciativa privada juegan un papel relevante; pero no más importante que la iniciativa pública dirigida a favorecer espacios que incentiven la intermediación laboral, el **networking**, la estancia de comerciantes, turistas de negocios y teletrabajadores/as, y el emprendimiento (**viveros de empresas, lanzaderas, asesoramiento administrativo, etc.**).

Por su parte, el turismo, lejos de llegar a ser un sector maduro, según el informe PwC (2015), acaparará cada vez nuevas actividades de alojamiento y restauración con un incremento del 69,6% en las próximas dos décadas, máxime tras el fin del confinamiento en la pandemia a partir del año 2020. Es decir, que ya puede hablarse de una intensificación y diversificación del turismo en general, en especial del alternativo frente al de sol y playa. Como consecuencia de los desajustes internacionales ocasionados por las tres crisis ya citadas: sanitaria, bélica y climática, y que han virado el foco de las/os consumidores/as hacia el **turismo de proximidad**, que promete mejores expectativas en la convivencia entre turistas y residentes, así como cotas de fidelización de la clientela, que favorece la **actividad inmobiliaria y de rehabilitación rural**.

Siempre se ha constatado que el turismo cuenta con un *factor multiplicador* del ingreso y el empleo dedicado (Archer, 1976 y 1982), tanto a las actividades directas (alojamiento, restauración, transporte, etc.), como indirectas (comercio, construcción, etc.) en términos de demanda, creación de valor, empleo o generación de divisas, entre otros. El turismo rural, a su vez, cuenta con factores muy beneficiosos para revertir tendencias recesivas:

1. *Efecto complementariedad* de sus actividades durante la jornada o estacional con los sectores tradicionales, como la agricultura y otras actividades del sector servicios personales.
2. *Efecto Diversificador* y capacidad para atraer inversiones: comercios, oferta complementaria tal que casinos, museos, deportes de aventura, etc.).
3. *Efecto multiplicador de la ocupación*, que anticipaba mayor generación de nuevos negocios y de empleo por la dificultad de automatización de muchos de los servicios turísticos y personales (Rubio Gil y Vázquez Vicente, 2020).

La implantación de una oferta turística en un destino concreto requiere de equipamiento, y su promoción en

mercados muy saturados y a escala global, donde cada localidad puede constituirse en destino. Sin embargo, la inversión revierte en el desarrollo local en la medida que se gestiona adecuadamente y se respeta la capacidad de carga de cada población. Un gran avance del sector turístico, que responde más a la priorización de este capítulo en la distribución de la renta familiar de las/os consumidores/as del siglo XXI que a un entorno económico de expectativas favorables; algo que puede reflejarse en menor gasto turístico, si bien esta actividad anima a la difusión y al consumo de **productos autóctonos e ‘industrias nicho’: denominación de origen, productos ecológicos, tradicionales y delicatessen**.

**La industria turística proporciona un número muy importante de empleo juvenil.** Siguiendo el informe HOTREC (2020), mientras en el resto de los sectores tradicionales sólo el 8,2% de las personas ocupadas tienen menos de 25 años, esta cifra en la hostelería asciende al 19,6%. Por otro lado, son copiosas las modalidades turísticas que presentan buenas oportunidades de desarrollo en el ámbito rural. Desde la infinidad de ejemplos de pueblos tematizados a través de sus recursos naturales o culturales, tal como el Pueblo de Los Libros de Ureña en Valladolid, o agroalimentarios, con o sin denominación de origen y que son objeto del turismo gastronómico (restaurantes, rutas de pichos, quesos que difunden valles y sierras peninsulares, como el de Mahón, Cabrales, Cameros y Roncal. El encanto natural ha obtenido una acogida prioritaria en redes sociales, siendo el paisaje un atractivo fundamental de los pueblos (cumbres, hoces,

desfiladeros, etc.). También para el establecimiento de centros y escuelas de Turismo de Naturaleza y Activo (*Hard tourism*) que, según informes como el elaborado por TEFTOR (2015), se encuentra en expansión, tanto en el número de empresas que lo secundan, como por el empleo generado en el norte de Cataluña, Aragón y Navarra. Siguiendo esta publicación sectorial, una modalidad que favorece un perfil de empresa de tamaño “pequeña o mediana”, compuesta por un gestor/a o director/a técnico, que tiene contratado a uno o varios trabajadores/as fijos, y que cuenta con una inversión inicial de unos 30.000 euros.

En los pueblos más pintorescos y con mayor atractivo turístico, se estima que la población estacional o flotante se incrementa una media de un 221%. Nuevas actividades, como comercio de proximidad, y la afluencia de los turistas durante los meses de julio y agosto, más otros periodos vacacionales, multiplican un 2,2 el número de habitantes residentes (Alario Trigueros et al., 2014). En este tipo de municipios, que además suelen ser más pequeños, llega a multiplicarse por 10, y hasta por 22, el número de pobladores/as no habituales (Flores Ruiz y Barroso González, 2011). Así, el turismo **impacta profundamente en la estructura de las poblaciones**, que se traduce en una pirámide poblacional menos envejecida, más feminizada, con mayor peso en el centro, con habitantes en edad laboral y procreativa, y con lo que también se incrementa la natalidad y disminuyen proporcionalmente los decesos que socaban muchas áreas rurales.



Tabla 7.  
Nichos de negocio y yacimientos de empleo derivados del Turismo Alternativo

	ACTIVIDADES NICHOS	YACIMIENTOS DE EMPLEO
<b>Turismo Gastronómico</b> <b>Enoturismo, Micoturismo,</b> <b>Oleoturismo y otros</b>	Restauración Bodegas Repostería Venta de productos	Derivados de la gastronomía y la elaboración y comercialización de los productos de la tierra Guías e informadores/as
<b>Turismo Rural</b>	Gestión diversos tipos alojamiento rural	Jefes/as de alojamiento rural Personal limpieza y mantenimiento
<b>Agroturismo</b>	Gestión de alojamientos/ granjas	Jefes/as explotación agropecuaria turística
<b>Turismo Religioso</b> <b>Turismo espiritual</b>	Gestión servicios turísticos centrados en el patrimonio material e inmaterial Gestión centros espiritualidad	Derivados de la gestión de rutas La conservación y visita de Gestión santuarios, retiros espirituales, etc.
<b>Turismo Cultural</b> <b>Turismo Educativo</b>	Gestión e información en yacimientos, rutas, museos y centros de interpretación	Informadores/as, guías, gestores/as, arqueólogos/as, RRPP/Guest Experience Formadores/as, monitores/as
<b>Turismo Genealógico y de Raíces</b>	Gestión documental <i>Retromarketing</i>	Guías, genealogistas
<b>Turismo Industrial</b>	Gestión proyectos y expositores	Encargados/as, conservadores/as, archivistas, guías, etc.
<b>Turismo de negocios y teletrabajo</b>	Gestión de centros de Negocios Telecentros y espacios multiusos Alojamientos adaptados	Profesionales turismo MICE Profesionales en soportes teletrabajo
<b>Turismo festivales y conciertos</b>	Organización de eventos musicales	Profesionales de planificación, producción, marketing, logística, etc.
<b>Turismo Deportivo</b>	Gestión instalaciones Gestión alojamientos	Responsables escuelas deportivas Monitores/as de deportes (de invierno, de agua, montaña, etc.) Socorristas... Recepcionistas, camareros/as, etc.
<b>Turismo Premium</b>	Gestión de servicios y equipamiento de lujo	Empleo en balnearios, hoteles, casinos, campos de golf, etc.

Fuente: Elaboración propia.

De forma complementaria al **Turismo Activo**, se desarrolla el educativo a través de escuelas deportivas y sus guías de naturaleza, como también informadores/as y guías culturales promovidos por los ayuntamientos, los centros de interpretación arqueológica y paleontológica, museos, castillo, yacimientos, catedrales, monasterios, etc. Es la educación sobre el objeto del agroturismo (con

aprendizaje de la agricultura y ganadería) destinado a familias o enfocado a las actividades extraescolares de colegios y asociaciones juveniles, si bien España goza de menor predicación que en otros países europeos, por no hallarse las explotaciones junto a la vivienda como ocurre en el norte, o ser de menor tamaño. Pero también, como reconocen Sayadi y Calatrava (2001),

por la menor promoción de estos destinos y por el desconocimiento de las verdaderas expectativas de las familias urbanitas con niños/as.

El **Turismo Educativo** en lo rural pasa también por la arqueología industrial en viejos Molinos, Telares, Batanes, o recorridos industriales más modernos que complementan sus ingresos con la promoción de sus productos y establecimientos, en ocasiones bajo el patrocinio de rutas regionales: del vino a través de las bodegas (de Rioja Alta, Ribera de Duero, Jerez), de las almazaras (en los pueblos de Córdoba y Jaén), del calzado (en Elche o La Rioja Baja), de la miel de la Alcarria, del jamón de Jabugo (Huelva), de la fruta (como la ruta de las cerezas del Jerte) o de la industria licorera. Toda ellas oportunidad para los nuevos negocios y el empleo hostelero, que atrae el interés profesional de la población más joven. Un mapa que representa la tradición artesana peninsular y ritos rurales de comensalía que suelen ir acompañada de bebidas y licores representativos (queimada, pacharán, ginja portuguesa, anís, resoli, ratafía catalán, mistela, frígola ibicenca, cantuso, orujo, etc.).

Son los recursos de ciertas poblaciones tendencia como el Turismo Silente y De Estrellas, contando en España con diversas Reservas de Sonido de Origen natural (ruido < 20dB) y Reservas Lumínicas *Starlight*. Sin olvidar, establecimientos que actúan como importantes ‘negocios ancla’ para la promoción de los pueblos, por ejemplo, el Turismo Premium de mayor poder adquisitivo próximo a campos de Golf, grandes hoteles, bodegas, paradores, balnearios, etc. Por último, del lado del patrimonio inmaterial, están el folklore musical y la religiosidad popular, las rutas religiosas o las fiestas patronales, celebraciones gastronómicas y los ritos de comensalía.

Por último, la **tematización** se manifiesta una herramienta idónea para promover la iniciativa privada, el empleo y el posicionamiento de los pueblos como destino turístico, con ejemplos en España como El Pueblo de los libros (Urueña en Valladolid), ruta de los Pueblos Negros (Guadalajara), ruta de los Pueblos Blancos (Andalucía), pueblos con encanto, pueblos de concentraciones deportivas, ruta de La España Verde, etc. Rutas culturales tradicionales, como los Caminos de Santiago (Francés, Ruta de la Plata, etc.), o de nuevo cuño La Ruta del Santo Grial (de San Juan de la Peña en Huesca hasta Valencia), activan las sinergias entre destinos rurales potenciando sus servicios a modo de ‘clústeres’, en este caso en el sector servicios, que han incrementado el número de viajeros de forma constante y son una oportunidad inagotable para la conservación del patrimonio y promoción de la España rural; por ejemplo, ante el despertar a una nueva espiritualidad más privada, para potenciar el viaje en torno a rutas de los eremitarios, rutas de santuarios, dólmenes, símbolos

templarios, jacobeos, castros celtibéricos o yacimientos romanos, rutas del folklore popular: procesiones y danzas sagradas, etc. Todos ellos temas idóneos para captar el turismo internacional a través de agencias receptoras especializadas, de las redes sociales o de las plataformas virtuales (OTAs acrónimo de Online Travel Agencies): rutas de Contrabandista y Bandoleros, ruta del Mudéjar o de las juderías para turistas kosher y Halal, pueblos de las tres culturas (Rubio Gil et al., 2021), etc.

El beneficio del **turismo cultural** se extiende asimismo con menor impacto sobre la vida de las personas residentes, estacionalidad y el incentivo de perfiles profesionales diversos. Sin embargo, informes expertos y sectoriales destacan que los empleos del futuro inmediato en el sector deben contar con un componente híbrido, donde a las competencias tradicionales deben añadirse las digitales y comerciales (Hosteltur, 2019; Bermúdez Tobón y Rubio Gil, 2021). Todo lo anterior demanda de una mayor profesionalización de las actividades y empleos tradicionales del sector (alojamiento, agencias, transporte y oferta complementaria), tal que personal directivo, recepcionistas, camareros/as, gobernantes y personal de pisos, cocina, etc. y en la complementaria, personal de casinos, salas de fiesta... Y para todos los negocios que pretendan asegurar su supervivencia en mercados altamente complejos, la disposición de una serie de nuevos perfiles profesionales para afrontar los desafíos como la digitalización y la alta conectividad y segmentación del turista actual, los cuales se erigen en auténticos nichos de actividad y oportunidad de mejora en el empleo sectorial.

La aplicación del **Smart Tourism**, que contempla, entre otros aspectos, la integración de plataformas turísticas para la distribución de servicios y flujos de viajeros y para la información al visitante, es una tarea pendiente en la que se encuentran trabajando algunos municipios rurales (Torrox, Rincón de la Victoria, Montfragüe, Noja, Castropol, Jaca, Santa Susanna, Los Alcázares, etc.) incluidos en la Red de Destinos Turísticos Inteligentes (DTI) de Segittur. Un estatus tecnológico solo logrado por algunas ciudades como Santander, Málaga, Isla de Tenerife, Benidorm o Gijón. Los DTI surgen para solucionar los problemas que plantea el ‘destino turístico clásico’, entendiendo como tal “Una aleación de productos y servicios turísticos dirigidos exclusivamente hacia un potencial cliente como una experiencia integral” (Buhalis 2000, p. 98); y el destino inteligente, como aquel que incorpora las TIC para asegurar un creciente desarrollo social, económico y ambiental e impulsar la colaboración entre los agentes implicados en su promoción, para la mejora de la experiencia del visitante, y que los expertos Buhalis y Amaranggana (2015) relacionan con la incorporación de la domótica y el Internet de las cosas a la gestión.

Tabla 8.  
Oportunidades de empleabilidad para afrontar la digitalización turística rural

	ACTIVIDADES NICHOS	YACIMIENTOS DE EMPLEO
Marketing Turístico digital	<b>Análisis Big Data:</b> Análisis y gestión de grandes bases de datos que ha dado lugar a los servicios y productos inteligentes	<b>Estudios de mercado avanzados</b> <b>Integración XML</b> con un mayorista de viajes en tiempo real con tour operadores, agencias mayoristas de turismo, compañías, áreas, cadenas hoteleras, y proveedores de productos turísticos.
	Channel Manager	Gestión del <b>inventario desde una misma plataforma</b> , que lo distribuye a su vez, por todos los canales de distribución (WEB, OTAs...) compatibles.
	Revenue Management	Desarrollado de procesos y estrategias destinadas a vender el servicio turístico adecuado al cliente adecuado/a en el momento adecuado y al precio/a adecuado ( <b>sensibilidad del precio</b> ).
	Social CRM	Gestión de las <b>relaciones con los clientes/as</b> actuales y potenciales a través de una aplicación que centraliza en una base de datos todas las interacciones en redes.
Servicios		Customer Services Advisor (atención postventa)
Gestión Empresa Turística	Creación y gestión intranet Producción de experiencias Logística interna e itinerarios Operaciones on line	Network Manager Senior Product Designer Product Support Specialist Front Web Developer (website) Reservations Agent Manager de Marketing Digital
	Marketing y ventas	Online Travel Agent (venta directa) SEO Manager (posicionamiento orgánico)

Fuente: Elaboración propia.

### 5.3. Tendencias de consumo y nuevas oportunidades de empleabilidad: Economía Verde y Neoruralidad

#### 5.3.1. Economía Verde

La menor densidad poblacional, el paisaje y los recursos naturales son aspectos inherentes al ámbito rural, un número a veces exiguo de habitantes por km<sup>2</sup> que consigue que los fondos públicos destinados a su conservación sean también menores. No obstante, la sensibilización sobre la urgencia de preservar el medio natural, frente al cambio climático, están acelerando la toma de medidas legales, que obligan a que más allá de la función extractiva con la que a veces los agentes económicos conciben la naturaleza, se constituyan nuevos negocios y actividades centrados en su conservación y la regeneración. A ello contribuyen una ciudadanía y muchas empresas interesadas en que servicios y productos atiendan los principios de sostenibilidad, a partir de los que se perfilan nuevas ocupaciones o la revaloración de las tradicionales desde distintos frentes:

- El cuidado y disfrute del patrimonio forestal, que deriva en las actividades requeridas para preservar el deterioro o la prevención de incendios, a cargo de brigadas y agentes forestales, especialistas e inspectores/as en prevención de incendios. También para combatirlos: cuadrilla de bomberos formada por el jefe/a de Brigada, dos jefes/as de cuadrilla y seis o siete brigadistas por cada cuadrilla.
- Preservación y disfrute de la biodiversidad forestal y animal a través de la fauna salvaje de las reservas naturales y el trabajo vigilante de agentes del servicio de protección de la naturaleza (SEPRONA) de la Guardia Civil, agentes forestales de las CC.AA.
- Conservación, de viejos y nuevos usos del patrimonio viario (sendas verdes, caminos, vías pecuarias, etc.), centrados en usos de ocio, turismo de naturaleza y

deportes como el senderismo y los tradicionales de ganaderos/as, cazadores/as, agricultores/as...

- Cultivo y/o conservación de hierbas para el estudio de la biodiversidad, la fitoterapia, la aromaterapia, la industria especiera y perfumera, o con fines paisajísticos, como en los campos de Lavanda de la Alcarria.
- Nueva apicultura (productiva, turística, educativa, regenerativa) y sericultura (que sustenta ocupaciones como la consultoría para su elaboración como abono animal o bien para compost agrario).
- Turismo Ecológico: turismo de observación, disfrute de la naturaleza con actividades de avistamiento de animales, paisajes, cielos y plantas, o preservación, además de para la mejora de las comunidades locales. Esto tanto desde la industria turística, como desde la acción de las/os visitantes, algo que, en principio, exige respetar la 'capacidad de carga de un destino' y el control de los impactos negativos del turismo sobre el medio.

Los destinos más solicitados por los ecoturistas son los Parques Naturales (Sierra de Grazalema, de Somiedo, Zona Volcánica de La Garrotxa, etc.); si bien, áreas de naturaleza y paisaje natural excepcional pueden encontrarse en todas las comunidades, a cuya conservación contribuye el carácter ético de este tipo de turismo, que obliga a abandonar los enclaves en mejores condiciones de cómo fueron hallados, en la línea de los principios del Turismo Regenerativo. Una tendencia que va más allá del Turismo Ecológico y Sostenible y que los municipios deben aprovechar, y que se dio a conocer con proyectos como el que en 2018 desarrolló la Campaña *Basurala*, a través del proyecto *Libera*, promovido por SEO/BirdLife, en alianza con Ecoembes (de reciclaje de envases).

Se entiende por Economía Verde, aquella que promueve el desarrollo sostenible. Es un área nicho por excelencia que, a su vez, está dando lugar a una serie de subsectores-oportunidad de negocio y empleo:



Tabla 9.  
Nichos y Yacimientos en subsectores de Economía Verde para el Mundo Rural

SECTOR	ACTIVIDADES NICHOS	YACIMIENTOS DE EMPLEO
<b>Primario</b>	Agricultura y ganadería ecológica Energías Renovables Explotación y gestión forestal sostenible Protección y eliminación de incendios	Técnico/a en sistemas ecológicos Especialista energías renovables Operarios/as madereros/as y carpinteros/as Brigadas forestales
<b>Secundario</b>	Tratamiento, reciclado y valorización residuos  Depuración de aguas residuales Fabricación de productos + sostenibles	Encargados/as y operarios/as reciclaje Promotores/as campaña reciclaje Directores/as línea negocio reciclaje Técnicos/as tratamiento de agua Ecodiseñador/a Expertos/as en economía circular
<b>Terciario</b>	Servicios ambientales a empresas y consistorios Educación y formación ambiental Protección de parques y espacios naturales	Consultores/as ambientales Monitores/as educación ambiental Agentes forestales
<b>Cuarto Sector</b>	Eficiencia energética Investigación I+D+i Responsabilidad Social Corporativa	Técnicos/as en eficiencia energética Ingeniería de proyectos Expertos/as en marketing social

Fuente: Elaboración propia.

En cuanto a los **alimentos orgánicos**, libres de productos químicos o transformaciones peligrosas para la salud humana, estos comienzan a ser tendencia a partir de los años noventa, y es en el siglo XXI cuando los mercados domésticos empiezan a desarrollarse en este sentido (Gómez Cruz, 2007). Es la actividad agropecuaria ecológica, además, una tendencia muy relacionada con la juventud y su forma de adhesión a la ruralidad, a través del consumo, o los oficios preferidos y que se constituyen en yacimientos de empleo a lo largo de todo el proceso productivo: cultivo, comercialización, venta... Por ejemplo, en la industria del **mueble ecológico** (que amplía su vida útil y emplea árboles y otros materiales gestionados de forma sostenible) y en otros negocios sostenibles, por ejemplo, la **apicultura** o la **acuicultura**: piscicultura, miticultura (cultivo del mejillón) y ostricultura, conchicultura (de moluscos bivalvos), y, sobre todo, alguicultura, (por influencia en los menús de la cocina japonesa).

### 5.3.2. Neoruralidad e innovación

En la nueva ruralidad más próspera, formada y conectada se perfilan una serie de negocios centrados en costumbres tradicionales (bodas, bautizos, fiestas patronales, etc.), otros que son objeto de la máxima innovación tecnológica (drones, domótica, nuevos materiales para la construcción, etc.) y un tercer grupo,

que responde a la ampliación de mercados (on line y proliferación de centros comerciales macro), resultado de **nuevos hábitos de consumo** todavía en proceso de introducción en el hábitat rural. Las delicatessen se compran, ya no se hacen en casa; tampoco las herramientas para fincas y de trabajo, que se encargan online o en grandes centros comerciales, aprovechando la filosofía 'del **hazlo tú mismo**', HUM, HTM o DIY (esto último por sus siglas en el idioma inglés **do it yourself**). Una práctica más económica de fabricación o reparación de objetos con instrucciones básicas, que aporta los beneficios consabidos para la autoestima, la relajación y el aprendizaje de destrezas, y que se constituye en nicho de mercado para el comercio de proximidad.

El mundo rural **mantiene mejores expectativas para afrontar la vida familiar y la crianza**, lo que resulta de interés para la juventud que busca establecerse y encontrar trabajo con mejor calidad de vida. Y si bien la tendencia en la actualidad no apunta a un tipo de convivencia matrimonial, en el ámbito rural las celebraciones familiares, populares, las ceremonias multitudinarias y el mayor número de hijos/as siguen patrones de antaño; y de lo que deriva la necesidad de una serie de servicios complementarios. De 2001 a 2019, Portugal y España han alcanzado los mayores incrementos de hijos/as nacidos/as vivos fuera del matrimonio: del 23,8% en 2001 al 56,8% en 2019 y España

del 19,7% al 48,4%. Así destacan las empresas relacionadas con las ceremonias nupciales, de restauración, negocios relacionados con la indumentaria, etc. y equipos para los nuevos domicilios y la infancia: muebles, restauración y mantenimiento de viviendas, ropa infantil y juguetes.

Cuanto **mayor es la formación profesional en los pueblos**, mayores son las posibilidades de empleabilidad que pueden acometerse. La adolescencia permanece (y no marcha a las intermedias o urbanas) en la medida que puede estudiar en su pueblo, y no se fomenta una emancipación anticipada-dependiente a nivel de secundaria y Universidad. Sin embargo, hoy en día la educación a distancia y on line es posible en todos los niveles educativos, y como se comprueba en el trabajo de campo, algunas empresas abordan tramos de FP y formación profesional requerida para las industrias locales. Así, se detectan nichos de negocio y ocupación juvenil rural en:

- Profesores/as particulares de apoyo a la educación a distancia.
- Profesores/as de centros de formación rural y alfabetización digital y financiera
- Información y asesoría para la gestión de ayudas.
- Empresas de intermediación laboral.
- Dinamizadores/as juveniles, mediadores/as sociales, etc.
- Negocios de transporte bajo demanda.
- Comercios de material informático y de oficina.
- Gestión de web institucional y administración electrónica.

Sobre todo, se detectan necesidades derivadas del **crecimiento de la nueva población permanente**, susceptibles de convertirse en servicios habituales. Se trata de población urbana que pasa a residir en pueblos cercanos en una lógica contraria a lo acontecido en el siglo XX con el éxodo rural, a teletrabajar o para residir en el campo tras la jubilación, y requieren mayor dimensión de prestaciones como del número de farmacias, comercio de proximidad, empresas de atención a infancia y a la tercera edad, centros de reunión y esparcimiento, salud bucodental, peluquerías, tiendas especializadas (ópticas, auditivas, ortopedia y materiales de fisioterapia), servicios bancarios, talleres y servicios de reparaciones, agencias de viaje, etc.

Por otra parte, se encuentran las personas trabajadoras nuevos emigrantes, por cuenta propia o ajena, que contribuyen a paliar los efectos del envejecimiento poblacional, el déficit de población activa y la despoblación; y precisan servicios postales, tiendas específicas de alimentación, locales de esparcimiento, asesoría legal y financiera, bancos, etc.

En concreto, los servicios financieros son una pieza fundamental, y que han ido siendo retirados de los pueblos (Jiménez Gonzalo y Tejero Sala, 2018) y sustituidos por banca electrónica, privando de la función de la banca corporativa para el desarrollo rural. "Desde el año 2008, punto álgido de la prestación de los servicios financieros de forma presencial previo al inicio de la crisis (Maudos Villarroya, 2017). Desde ese mismo año y hasta 2015, el número de oficinas bancarias se había reducido un 32% en toda España y, aunque dicho ajuste era necesario bajo la óptica empresarial de la reducción de costes ante la pérdida de efectivos, en 2019 un 40% de la población rural española utilizaba la banca digital, frente al 54% de la urbana. La desaparición de oficinas, que ha supuesto que el 85% de los pueblos menores de 500 habitantes carezca de ellas" (Jiménez Martín, 2021). Toda una oportunidad para los servicios de **asesoría financiera y banca ética**.

## 6. Estudio de casos

Pocos trabajos son los que se centran especialmente en el estudio del ecosistema emprendedor agrario en España, entre los que cabe citar los de Hernández-Mogollón et al., 2016; Namdar y Sadighi, 2013; Burbano Salazar, 2019 y Ferrándiz Molina, 2021. En primer término, debe reseñarse que el sector agrario ha incrementado su productividad, pero en cambio ha disminuido progresivamente la población ocupada en las últimas décadas, y que, además, este se ha ido concentrado en regiones como Extremadura, Castilla-La Mancha, Castilla y León y Murcia, incrementándose la producción dirigida a la exportación, y generando un claro superávit de productos frescos, pero déficit de productos. A lo largo del trabajo de campo se ha profundizado en los casos de municipios insertos en los distintos tipos de ruralidad y sectores económicos.

### 6.1. Ruralidad Pujante a través de nichos estratégicos a escala y/o en clúster: El caso de Ágreda en Soria

Ágreda es el municipio de Soria con menor tasa de paro, 5,28% (con 75 efectivos), entre los municipios con más de 1.000 pobladores. Con una población de 3.006 habitantes, según datos de junio de 2022 (INE), a esta fecha ha registrado la menor cifra en desempleo, contemplada desde hace más de tres lustros, consiguiendo incluso incrementar la contratación durante la pandemia COVID-19 (de 3001 a 3026 en el 2020). Todo ello en una provincia seriamente aquejada por la despoblación y la pérdida de servicios. Tomada, por todo ello, como ejemplo, en la adopción de nichos estratégicos de actividad, como son las energías limpias y la innovación

en industria agroalimentaria. Es interesante observar, asimismo, la relación de dichas actividades entre sí, adoptando la forma clúster industrial a escala en torno a la energía eólica y generando empleo para toda la comarca y aldeas de las comunidades de Aragón, La Rioja y Navarra.

Por otra parte, de 2016 a 2021 se incrementó de 18 a 27 el número de empresas de productos agropecuarios elaborados, según datos del INE, destacando las cerealísticas como la comercialización de ‘Masa Madre Sin Gluten’, Nutriserve de alimentación animal, la bacaladera (Dimar) y las cárnicas (embutidos). Por el contrario, la bonanza de importantes firmas industriales ha conseguido que la tasa de jefes/as agricultores/as jóvenes (menores de 45), con solo un 6,8% y un total de 204 explotaciones agrarias, frente a la también baja tasa de Soria y la Comunidad de Castilla y León, ambas en torno al 14%, según últimos datos del Censo Agrícola de 2020.

Tal como destacan la juventud entrevistada y asesores/as financieros del municipio, solo con el empleo de la fábrica de Siemens Gamesa (y sus filiales y proveedoras locales) y Mubea (de fabricación de muelles de automóvil) se consigue que no sea necesario emigrar para trabajar, hacerlo en el campo o asumir riesgos con la creación de nuevas empresas.

Ponen un gran énfasis en la relevancia de poder contar con un instituto de formación secundaria, con el que la juventud ha superado tener que hacer traslados, sobre todo en invierno con nieves a poblaciones cercanas para estudiar. Se constata, además, la existencia de tres centros de formación profesional privados (de Agricultura, Transporte y TIC), el citado instituto de enseñanza secundaria (con bachillerato de Ciencias y Tecnología), así como la posibilidad de realización de ciclos formativos de grado medio y Superior a distancia.

Según datos corporativos de 2021, Ágreda contó con 180 personas trabajando en la empresa de componentes para la extracción de energía eólica Siemens Gamesa, que facturó 240 millones de euros. Una carga productiva que quedará asegurada para esta población gracias al proyecto SG 5.X. de producción en serie de nuevos aerogeneradores, que impulsará la fabricación de las multiplicadoras y los componentes eléctricos en las ocho plantas con más de 100 personas que la empresa tiene en España. Se trata del ensamblaje de las nacelles en el parque industrial de Ágreda del aerogenerador más potente de España y la instalación eólica Iglesias que se instalará en Burgos y entrará en funcionamiento a comienzos de 2023, con una capacidad de 94 MW (con 14 turbinas SG 6.6-170 y 2 SG 5.0-145), un nuevo hito de Siemens Gamesa e Iberdrola en España si se tiene en cuenta que una sola turbina puede suministrar energía verde para unos 5.000 hogares, lo que supone 94 MW de energía limpia que proporciona electricidad para

75.000 hogares, evitando la contaminación aproximada de 250.000 toneladas de CO<sub>2</sub> que producen 150.000 vehículos. El acuerdo comprende el mantenimiento de dicho parque durante 5 años, y diversos proveedores españoles se encargarán de producir los diferentes componentes de esta energía, como las torres de los aerogeneradores. Una industria que posicionará a España, con 28 GM, en el quinto país del mundo por capacidad eólica instalada, según fuentes de la Asociación Eólica Española.

Un tejido industrial apuntalado por la ampliación de las instalaciones de 6 de las empresas del Ágreda, según declaraciones al Diario de Soria de 26 de marzo de 2022 de su alcalde, que proyecta se convierta en la creación de 50 empleos más y de forma diversificada: en Leku-Ona de fabricación de componentes para aerogeneradores, Dimar-Factoría (Comercial Bacaladera), Metálicas Maca de siderometalúrgica, Jiménez Carmona y Tradesa, ambas de la construcción, y Cilla, de servicios eléctricos y electrónicos.

La energía solar térmica es la que se aprovecha para producir calor, mediante placas que calientan tuberías o depósitos. Su uso más demandado es su empleo en hoteles y hogares en concepto de agua caliente sanitaria (ACS) en servicios y limpieza. La energía fotovoltaica, es aquella que produce electricidad de la luz solar empleando una tecnología basada en el efecto fotovoltaico que es, por el momento, la principal fuente de energía renovable y el subsector en el que se están creando mayor número de puestos de trabajo, impulsado por las instalaciones de particulares y públicas, como la realizada por el ayuntamiento de Ágreda para el autoconsumo de esta energía en el complejo deportivo Fermín Cacho. Ello dentro de las subvenciones a proyectos singulares de entidades locales que favorezcan la transición energética en el marco del programa operativo de crecimiento sostenible (2014-2020) del Fondo Europeo del Desarrollo Regional (FEDER). Asimismo, se encuentran en curso tres proyectos de instalaciones fotovoltaica en Tierra de Ágreda promovido por Seguidores Solares Planta 2, S.L.U.

Según Informe del Consejo Global de Energía Eólica, GWEC 2022), se estima que se podrán llegar a crear 3,3 millones de empleos directamente relacionados con la energía eólica; lo que a su vez generará una serie de nuevas actividades en las localidades rurales donde se asientan. A lo largo del trabajo se han identificado, entre otras: empresas rehabilitadoras de viviendas, empresas de reformas de naves industriales, prevención de riesgos laborales, *logistic manager*, asesor/a inmobiliario, inspectores/as de calidad, etc.

Según los datos hechos públicos por el Ministerio de Hacienda, la renta bruta media por declarante en el

municipio de Ágreda fue en 2019 de 23.032 €, 946 € más que en el año 2018; situándose este municipio en el número 12 de mayor renta media de la provincia de Soria.

De 40 a 55 años es considerable la desproporción entre hombres y mujeres, mientras que en el segmento de

15 a 40 se equipara el número de efectivos, que podría justificarse por el menor peso de la agricultura, el mayor de los servicios y las industrias alimentarias y la consolidación de las enseñanzas secundarias en el municipio.

Tabla 10.

### Nichos de negocio y yacimientos de empleo actividades de Energías Renovables

	ACTIVIDADES NICHOS	YACIMIENTOS DE EMPLEO
<b>Energía solar térmica</b>	Instalación y mantenimiento instalaciones	Técnico/a de energía solar térmica
<b>Energía fotovoltaica</b>	Instalación y mantenimiento instalaciones	Técnico/a en energía solar fotovoltaica
<b>Energía Eólica</b>	Mantenimiento de las turbinas Fabricación y mantenimiento componentes	Técnicos/as mecánicos Operarios de fábrica
	Desarrollo proyectos: fabricación, instalación, mantenimiento y desmantelamiento	Gerente proyectos de energías renovables
<b>Biocombustibles</b>	Desarrollo de biocombustibles y	Técnico/a de biocombustibles
<b>OTROS</b>	Formación en Energía Renovables FP Grados Máster	Docentes en Energías Renovables

Fuente: Elaboración propia.

Respecto al mercado laboral, cabe reseñar que el paro afecta sobre todo a las mujeres, pero no a la juventud en conjunto, siendo solo 6 mujeres el paro de los menores de 25 años, y de las 29 personas de 26 en paro de 15 a hasta los 44 años, solo 7 eran varones y 22 mujeres; poniendo en evidencia la especialización técnica que requieren las actividades predominantes tal que la industria pesada, la construcción o el transporte. Para todas las edades es la agricultura el sector mejor parado, sin apenas desempleo; la construcción con solo 7 efectivos y 16 la industria. Y el menos pujante y con mayor peso estacional es el sector servicios, con 45 personas desempleadas. Destaca, asimismo, su pirámide de edades, con menos mujeres que varones (74 más), y con menor distancia entre *babyboomers*, ancianos/as y jóvenes que otras poblaciones estudiadas. La población emigrante es de un 15%.

Siguiendo fuentes consistoriales, la empresa Leku-Ona de **componentes para aerogeneradores**, que se instaló en Ágreda en 2021, ‘‘mantiene la expectativa de incrementar hasta 30 puestos de trabajo’’ a lo largo de 2022, que se suman a los/as nuevos/as 15 trabajadores/

as actuales en el polígono de los Espinos; con una inversión de 4 millones de euros en el municipio en los próximos tres años. Metálicas Maca de la fabricación y montaje de naves de estructura metálica para empresas eólicas es otra que contribuye a la integración vertical de los nuevos nichos en energías renovables que, como Tradesa han comprado nuevos terrenos, esta última, para hacer una nueva instalación de ‘triturado de piedra’. También dedicada a la construcción, la empresa Jiménez Carmona, orientada a la **transformación accesible de viviendas y edificios**, constituye, por último, otro ejemplo de nicho de negocio y yacimiento de empleo dentro de esta misma lógica de un futuro donde **la sostenibilidad y la responsabilidad social** se encuentran muy presentes. Sin olvidar una empresa agroalimentaria de gran arraigo en esta comarca soriana, que proyecta la ‘‘reforma de las instalaciones para aplicar un **proceso innovador en la transformación de sus salados de bacalao**, consiguiendo con ello el incremento de 16 puestos más de trabajo.

Un ‘despegue empresarial’ protagonizado tanto por sus vecinos, como

por la inversión foránea, bajo el modelo de integración vertical y clúster industrial, gracias a un consistorio que ha fomentado los polígonos industriales (ya con un número de 4) como modo de incentivar la colaboración e integración empresarial, primero con el citado polígono de Los Espinos donde llegaron nuevas empresas y ahora trabaja por la conectividad (entre Valdemiés I y II y la Dehesa), la **ampliación de nuevos espacios industriales y una tecnología puntera** que mejore el atractivo para la inversión, y las sinergias entre todos ellos. Con este fin se han ofrecido «bonificaciones del impuesto de construcción y obras hasta el 90% de la inversión en función de los puestos de trabajo que se creen» y la adquisición de suelo «a precios asequibles». Porque los clústeres (que auspician la filosofía de los polígonos industriales) se definen como «aglomeraciones geográficas de empresas, proveedores, prestadores de servicios e instituciones asociadas en un campo particular, vinculados por externalidades y complementariedades de varios tipos» (Porter y Ketels, 2009); en este caso al servicio de las nuevas oportunidades de mercado de las industrias de energías limpias.

## 6.2. 'Actividades ancla': Educación y Turismo Activo factores de desarrollo rural

Se ha evidenciado la capacidad de ciertas actividades, públicas y privadas, para actuar a modo de 'empresas ancla' del desarrollo local. Entre otros, balnearios, campus universitarios, centros educativos o escuelas deportivas, de las que pueden citarse como ejemplos paradigmáticos las de surf, coadyuvante de la gentrificación del pueblo cántabro de Suances, o el Rafting en el pequeño pueblo aragonés de Murillo de Gallego, que se tratarán en los próximos epígrafes.

El concepto de 'empresa ancla' comienza a ser empleado en la década de los noventa por organismos multilaterales de cooperación internacional para, en términos de Naciones Unidas, calificar al modelo asociado al desarrollo de proveedores, de cadenas de valor, donde se identifica la oportunidad para optimizar recursos fortaleciendo sinergias entre proveedores/as y clientes/as. Es decir, favoreciendo el progreso de poblaciones a través de 'negocios inclusivos' en los que pueden participar 'microemprendores' (Maldonado, 2014).

### 6.2.1. El caso de 'La Universidad del Jamón' en Carbonero el Mayor

Se ha mencionado el jamón en su perfil de "producto estrella" y como nicho de mercado junto a otros con Denominación de Origen, también por su atractivo turístico dentro de rutas gastronómicas o agroalimentarias (jamón turismo), complementando

áreas de recreo, por ejemplo, en el caso del municipio de Guijuelo en Salamanca, junto a su camping, su zona recreativa en el pantano y su museo del jamón. Con un 65% de su población activa dedicada a las industrias cárnicas y el 27% a los servicios, en total 542 empresas (171 industriales y 215 de comercio y turismo según datos DIRCE 2021) y 5.500 habitantes, su tasa de paro es del 9% según datos de EPA de junio de 2022.

Carbonero el Mayor, en la provincia de Segovia, ha llevado más allá fomentando el conocimiento y la innovación en torno a este producto exclusivo, al crear el 'Campus del Jamón' Montenevado, con lo que se suma a Guijuelo por su buena evolución del empleo, y en especial el juvenil, con una tasa de paro del 5% de las más bajas de Segovia en junio de 2022 con 57 desempleados/as entre sus 2.502 habitantes.

Carbonero cuenta con 25 empresas industriales principalmente cárnicas y 88 de comercio y sector turístico (DIRCE 2021). El primer centro en el mundo encargado de la investigación, la formación y la difusión de la cultura de este manjar. El campus del jamón tiene 1.200 metros cuadrados de instalaciones y capacidad para 350 estudiantes y profesores/as (criadores/as, veterinarios/as, agrónomos/as, biólogos/as, maestros/as jamoneros, afinadores/as, chefs, etc.). Es decir, que a una actividad 'ancla' del desarrollo se suma un 'producto estrella' de una industria agroalimentaria pujante en la que Carbonero ha sabido imprimir un factor de innovación, de mano de la empresa Montenevado, que emplea el cerdo de raza húngara mangalica, pariente lejano de la ibérica. En consecuencia, las ofertas de empleo del municipio giran en torno a este sector, solicitando operarios de fábricas y de granja de porcinos, pero también de la construcción y servicios personales. El porcentaje de jefes/as de explotación agraria es de 12,40, un punto por debajo al de la provincia de Segovia y dos menos que la Comunidad Autónoma de Castilla y León.

### 6.2.2. Modalidades de Campus rurales para el desarrollo

Existen otros modelos de 'campus rurales' en los que la actividad educativa combina con efectos favorables para el desarrollo rural y empleo, algunos más o menos consolidados como los cursos de verano. Otros como el caso del 'pueblo inglés' son una tendencia en alza para el aprendizaje y la dinamización económica o la rehabilitación de pueblos abandonados:

- **Cursos de idiomas** por ejemplo en el *Summer Courses* de la Universidad Autónoma de Barcelona en Bellaterra. La 'estación inglesa' en pueblos como el Parque Nacional de Monfragüe en Cáceres, Mengíbar en Jaén, o Villajoyosa en Alicante.

- **Programas Universitarios de Cursos de Verano**, una prolongación de las aulas en el periodo estival, y un tipo de experiencia entre la extensión universitaria y el turismo cultural, surgieron en España de mano de la Universidad Internacional de Verano Menéndez Pelayo en Santander en 1932, contando en la actualidad sedes en diversas ciudades; sin embargo, otros de gran implantación como los de verano de la UNED cuentan con campus en Alzira, Denia o Jávea en Valencia, Valle del Sella o Ribadesella en Asturias, Calatayud en Zaragoza, etc.; los de la Universidad Complutense en San Lorenzo del Escorial, o la Universidad Rey Juan Carlos en Aranjuez.
- **Pueblo Inglés**, es el caso más conocido la aldea despoblada de Valdelavilla en Soria, recuperada como complejo rural para el aprendizaje y la inmersión idiomática.
- **Pueblos Universidad** como Bellaterra de la Universidad Autónoma de Barcelona (municipalidad descentralizada de Sardañola del Vallés o la sede de la Universidad Internacional de Andalucía en Baeza (Jaén) con 15.762 habitantes.
- **Residencias de estudiantes** en campus periféricos o bien residencias de estudiantes externalizadas de las ciudades por las ventajas para el estudio, la práctica de deportes y un precio más asequible del alojamiento (como el de la Universidad Miguel Hernández).
- **Programa Erasmus Rural**: iniciativa del Ministerio para la Transición Ecológica y el Reto Demográfico, con el Ministerio de Universidades y las Universidades Públicas Españolas, que facilitará las prácticas académicas en municipios de menos de 5.000 habitantes y con problemas de despoblación a través de las administraciones locales.
- **Programas Summer Camp o para la formación ocupacional o continua**: Centros o programas para la formación continua de empresas y organizaciones que buscan el aislamiento y la tranquilidad de zonas rurales para sus empleados/as; por ejemplo, en la Sierra de Guadarrama el centro Cercedilla-aventura para cursos, reuniones y actividades para la convivencia y el desarrollo de habilidades para el trabajo en equipo.

### 6.2.3. El caso del Rafting y el turismo activo en Murillo de Gallego

Pertenece a la provincia de Zaragoza y a unos 40 km de la capital oscense en dirección oeste, Murillo de Gallego es un municipio, con un tipo de ruralidad progresiva, gracias a su gran atractivo ambiental y su función turística, que ha conseguido incrementar su población flotante y el empleo de la juventud autóctona y emigrante, con un 0% de paro a mayo de 2022, sobre todo con el empleo relacionado con actividades deportivas de naturaleza.

Tabla 11.

### Deportes de naturaleza terrestres por disciplina y oportunidad de emprendimiento

MEDIO	DISCIPLINA	MODALIDAD
TIERRA	Escalada/Montañismo	Escalada en roca, Deportiva, En hielo, Tirolina
	Bicicleta	BTT (de montaña), paseo, carretera
	Hípica	Rutas, Equitación, Excursiones
	Salto	Puenting, Salto elástico
	Excursionismo	Senderismo o Trekking, Orientación, Supervivencia, Alpinismo.
	Alpinismo	Alpinismo
	Motor	Coche 4 por 4, Karts, Moto todoterreno, motos de nieve
	Esquí	De montaña, De fondo, Alpino, Snowboard, Fondo de paseo, Raquetas de nieve
	Tiro con arco	Tiro con arco, Paint-boll, Trineo de perros

Fuente: Elaboración propia.

Con una población de tan solo 187 residentes, la temporalidad del turismo activo y de naturaleza le dota de una importante población flotante, entre turistas y trabajadores/as extranjeros/as un 15%, y un número importante de personas con segundas residencias (39), y/o que pasan más de 14 noches al año fuera de su municipio (50), según datos del Instituto Estadístico Aragonés.

Limítrofe con la provincia de Huesca, muy destacada por sus deportes acuáticos, terrestres y de invierno, cuenta con el río Gállego como principal recurso y cuatro empresas de Rafting que han conseguido un crecimiento económico como pocos municipios rurales

de Aragón, con 50.000 descensos (usuarios anuales) entre las 4 empresas según el IAEST.

Con un empleo asentado y con las características propias del turismo activo, de trabajadores/as jóvenes, mayoritariamente varones; y que ha supuesto un gran empuje del emprendimiento de personas menores de 40 años, en actividades náuticas y de naturaleza, hoteles, casas rurales, etc. durante las últimas décadas; a excepción del periodo 2019-2020 a causa de la pandemia COVID-19. Su planta turística cuenta de 3 hoteles (94 plazas), 10 establecimientos rurales (85 plazas y 8 de ellos de categoría superior) y un camping (280 plazas).



Las 4 empresas de Rafting son River Gurú S.L., All Rafting y Puenting S.L., Alcorce Rafting y Kayak y UR Pirineos; en las que trabajan 37 personas aproximadamente, en la temporada de verano, y algo menos en septiembre. El 88,4% de estas son varones y con una experiencia media de 10 temporadas; pero algunos son nóveles. Todos cuentan con formación técnica (100%) y ambiental (50%), y certificado oficial de Guía de Aguas Bravas, que son cursos de renovación obligada (cualificación reglada en la que Aragón ha sido pionera en la acreditación de sus competencias). Además de otras empresas de turismo activo y de naturaleza, caben reseñar dos atractivos turísticos más: el Museo de la Electricidad, con piezas de la antigua central hidroeléctrica, y el descenso de la Nabatas en abril, que rememora el traslado de la madera de antaño, a través de los ríos.

#### 6.2.4. 'La empresa juvenil' oportunidad de empleo en zonas rurales gentrificadas: El caso de Suances en Cantabria

La Villa de Suances con un tipo de ruralidad gentrificada y deslocalizada de la capital de Cantabria, pero no de su segunda urbe, Torrelavega, con lo que además de los negocios de temporada, ha conseguido un relevante desarrollo económico y poblacional, sin poner en juego su entorno natural y turístico.

Se sitúa en la costa occidental de Cantabria en la desembocadura de los ríos Saja y Besaya y cuenta con 4.907 la capital de Suances y 9.026 habitantes contando los municipios del término. Es una **localidad referente internacional de deportes de mar y playa**: Surf, Sup y Bodyboard; Voleibol, Rugby, Fútbol y Balonmano Playa, Vela, Remo, Buceo; etc. Su Playa de los Locos, ha sido declarada la segunda Reserva del Surf de España, con todo ello, y con el claro componente juvenil de este deporte, se ha dotado a Suances de un complejo turístico repleto de actividades desempeñadas por personas jóvenes, o para la juventud. En especial las escuelas de Surf, como "Bio Surf Camp" que trabajan en las tres principales playas de la población y cuentan con un campamento orgánico.

Tabla 12.

#### Porcentaje de contratos según sexo y grupo de edad. Murillo de Gallego

GRUPO DE EDAD	HOMBRES	MUJERES
Menor de 30 años	29,74	4,74
Entre 30 y 44 años	37,07	9,05
Mayor de 44 años	15,09	4,31

Fuente: IAEST según datos de la Tesorería General de la Seguridad Social (2020).

Con una actividad económica poco diversificada, por su concentración en subsectores turísticos, y una renta per cápita superior a la media aragonesa, su estructura productiva se ha caracterizado por una evolución estable de los servicios; con una distribución del 75% de la actividad en este sector, un 12,40% en la agricultura y un 12,40% también en la construcción (IAEST).

Con un marco paisajístico exclusivo (el Reino de los Mallos de Riglos) en el que se desarrolla la actividad y las características del guía de aguas bravas, y que los municipios han sido capaces de aprovechar y promocionar gracias a la divulgación ambiental, ya sean los guías de aguas bravas, barrancos o escalada, que incluyen esta formación en sus actividades.

Tabla 13.

#### Nichos y Yacimientos en subsectores de Turismo de Activo y de Naturaleza

SECTOR	ACTIVIDADES NICHOS	YACIMIENTOS DE EMPLEO
Rafting	Guía y formación náutica y ambiental	Guía de Aguas Bravas
Barranquismo	Guía y formación náutica y ambiental	Guía de Barrancos
Kayak	Guía excursiones en Kayak	Guía de excursiones Kayak
Escalada y puenting	Guía de escalada y puenting	Monitor de turismo activo

Fuente: Elaboración propia.

Tabla 14.

#### Deportes acuáticos de naturaleza por disciplina y oportunidad emprendedora

MEDIO	DISCIPLINA	MODALIDAD
AGUA	Actividades subacuáticas	Submarinismo, Escafandriso, Snorkel, Apnea
	Motor	Esquí náutico Moto de agua, Rafting, Hidrotrineo o Hidrospeed, Fidro bop (busbob)
	Piragüismo	Kayak, Open kayak, Canoa canadiense, Canoa-raft, Kayak de mar
	Vela y tabla	Windsurf, Vela, Catamarán, Surf, Sup, Bodyboard
AIRE	Barranquismo	Mixta tierra/agua
	Federación Aeronáutica	Parapente, Paracaídas, Paramotor, Ala delta, Vuelo sin motor, Globo aerostático, Ultraligero, Caída libre, Heliesquí, Helirip

Fuente: Elaboración propia.

El paro **ha decrecido en Suances progresivamente** desde hace diez años. Si en 2013 registraba un porcentaje del 25, 37% de la población activa; en junio de 2022 suponía un 9,80%, mientras la población crecía de 8.553 a 9.026 habitantes; posicionándose como el cuarto pueblo de Cantabria de 1.000 a 10.000 habitantes con menor tasa de desempleo.

La actividad económica se caracteriza por la fuerte incidencia del turismo, en especial el deportivo-juvenil, con 21 instalaciones deportivas, seguido de las empresas constructoras que prosiguen en alza (138 empresas), la hostelería (140 empresas), resto de servicios (155 empresas) y a la baja el comercio (163); sin olvidar el

sorprendente despegue en los últimos años del sector primario, con 40 empresas, según datos de 2019 ICANE (Instituto Cántabro de Estadística). En este último sector, destacan las explotaciones con una producción láctea pujante en producción (6.798.976 en 2021 frente a los 6.640.208 de 2015), pero con 5 explotaciones menos en este periodo. Mientras la tasa de jefes/as de explotación menores de 45 años es de las más altas de España, con un 30% y 70 efectivos. Dicho sector primario supone solo el 3% de la economía del municipio, debido a la residencialización de los pueblos cercanos a grandes urbes, como en este caso Torrelavega, y el carácter mixto de trabajadores/as que compaginan una pequeña explotación agraria con el trabajo en la industria o servicios. Dos sectores fortalecidos con la finalización de la la Autovía de la Meseta que mejora las comunicaciones del municipio.

Un empleo juvenil favorecido por el conjunto de actividades que, por su perfil o por encontrar mayor relevo generacional (como es la ganadería o la hostelería), cuentan con empresarios/as y trabajadores/as menores de cuarenta años. Pero es sobre todo su especialización de deportes de mar y playa lo que le ha deparado fama internacional de surf, surf pádel, o bodyboard, como Pablo Solar de surf, Las hermanas Deva y Mirka Martín Solar (BS y surf respectivamente) y Tino Aja (SUP).

Dicho ‘perfil juvenil’, va más allá del carácter deportivo, y tiene que ver con los **negocios desplegados por la juventud y otros colectivos, para atender las necesidades de las personas más jóvenes** y que suelen ser **nichos predilectos de su emprendimiento y yacimientos de empleabilidad**. Siguiendo a Rubio Gil (2012), este tipo de actividades nicho, pueden ser clasificadas del siguiente modo:

1. **Empresas o actividades Circuito**, son centros de esparcimientos, creación y mantenimiento de redes entre jóvenes, etc. Por ejemplo, en el espacio de La Cala, una discoteca, restaurante y terraza de predilección de la juventud o El Cairo, este último además de espacio de encuentro juvenil regentado por jóvenes.
2. **Empresas especializadas en población joven**, tal que inmobiliarias, ONG, discotecas, moda de temporada, etc. Es el caso de un buen número de tiendas de moda juvenil, hostelería para las personas jóvenes, como en Suances La Caracola, un Discobar muy concurrido y terraza estilo ‘ibicenca’, precios ajustados, con espacios al gusto de la generación Z, donde reunirse y hacer grandes grupos, con una dirección y una plantilla también muy joven.
3. **Empresas centradas en ‘lo juvenil’**, el Campamento BioSurf, el hotel Mar Azul y Surf, Actitur Rutas Turísticas, etc.

4. **Empresas generalistas cuyos/as clientes/as son fundamentalmente jóvenes**: Albergues (Paradiso), Suances Water Experience de educación deportiva, etc.
5. **Empresas de orientación subcultural** de creación, distribución y venta de moda, gestión cultural y productos de las distintas subculturas juveniles: de moda relacionada con el Surf (la Surfería), Capitan Ginger, S.L., o de tatuaje, de espectáculos y actividades turísticas y recreativas, como TotorasurfSchool, Escuela de Surf Los Locos, Surf Solar, etc.
6. **Actividades socio-organizativas juveniles**, entre las que pueden citarse, la Fundación ‘Jóvenes y Desarrollo’ que realiza actividades culturales en Suances para atender necesidades de la juventud en otros países o el grupo de encuentro ‘La juventud de Suances’.

Otras empresas que generan trabajo y afluencia de juventud a zonas rurales son las organizadoras de Conciertos, muchas de ellas con cita periódica en los veranos de municipios como Burriana en Castellón (Arenal Sound) con 60.000 jóvenes al día, o en Villarrobledo en Albacete el Viña Rock (240.000 visitantes en 2022), etc.; conciertos cuya organización no siempre resulta rentable para los consistorios, si bien divulgan la ‘marca destino’.

### 6.3. Nichos Líderes de mercado Internacional (INML): el caso de las Industria alpargatera en la ruralidad pujante de Cervera del Río Alhama (La Rioja)

La **moda natural y ecológica** ha supuesto una nueva oportunidad para **la alpargata** en una localidad rural remota cuya población ha fluctuado desde 1808 al compás de la demanda de este producto: Cervera del Río Alhama. Este calzado era realizado de forma enteramente artesanal hasta el año 1967 en 15 pueblos de su entorno regados por los ríos Alhama y Linares, por prestarse la zona al cultivo del cáñamo, materia prima que requiere de grandes cantidades de agua, tanto para su cultivo como para su maceración en pequeñas pozas, si bien en la actualidad las suelas son importadas, compuestas de yute y recauchutado de plástico, pero que no entra en contacto con el pie y aporta gran comodidad y una apariencia desenfadada. En esta comarca, tras la guerra de la Independencia, dejan de fabricarse sus famosas lonas para velas y otros útiles para barcos (como los de la Armada Invencible), dirigiendo las mismas al calzado de la alpargata que profesionalizará y determinará las futuras jerarquías laborales (con fuerte presencia de los sindicatos durante

el siglo XX) y también sociales, y propiciará con una férrea división sexual del trabajo hasta nuestros días: hiladores, trenceras, urdidores, costureros, capelladoras, traveras, etc. Las alpargatas se caracterizaban por ser calzado natural de suela de esparto o cáñamo, puntera cosida, talonera, además de citada lona, que se ajusta al pie por ajuste o atadura de cintas que también cubren el empeine.

En la actualidad, ‘los tomos’ siguen siendo cosidos a mano, lo que posibilita la máxima personalización en los diseños por encargo y que, junto a la gran acogida de la moda natural, cómoda y neorrural, ha generado un ‘despegue’ de esta manufactura, principal fuente de riqueza del pueblo, con un repunte de su población, en constante descenso hasta 1918, y que comienza a incrementarse hasta llegar a los 2.313 habitantes hoy en día, Además de una reducción del paro, que le lleva a ser uno de los tres municipios (de más de mil habitantes) con menor paro de La Rioja, con un 6,64% según datos EPA. A pesar de la crisis sanitaria del 2020, es la localidad de La Rioja Baja con un menor impacto inmigratorio, con un porcentaje de población extranjera del 12%, y un 65% de autóctona, que sin duda incide en el alto envejecimiento de la población, con una Pirámide de Edades invertida, en la que aun así destaca el segmento de 35 a 39 y para ambos sexos, el más representado en la industria alpargatera.

El crecimiento vegetativo sigue siendo negativo, algo común de las zonas rurales remotas. Esta situación prácticamente de pleno empleo en la práctica genera grandes dificultades para conseguir profesionales de muchos sectores, por ejemplo, para la conservación de las casas, incluidas las del turismo rural y balnearios de la comarca, para la agricultura, las fábricas o el cuidado de personas. Por esta razón, dentro de la formación dual, se ha creado un nuevo instituto de FP para el próximo curso, con el programa adaptado a la realidad local, y que aúna la cualificación unisex de las ocupaciones de mantenimiento y de camareras/os de pisos, según fuentes consistoriales. Si el emprendimiento agrícola ya no es la opción para las personas más jóvenes (aunque sí la apicultura y la ganadería), sí lo es seguir con los negocios familiares, o el empleo en empresas como la construcción, la hostelería, el comercio y sobre todo las conserveras y ‘La Alpargata’, donde la llegada de jóvenes con formación universitaria a negocios tradicionales proporciona innovación en diseños y materiales, sobre todo con el empleo del e’commerce a escala internacional. Este es el caso de Raquel Vidorreta, de 22 años, encargada de la empresa familiar, y que ha conseguido el relanzamiento de la marca con su venta a través de Instagram, de las Alpargatas Alhamas, que fueron símbolo de la moda España en la Cumbre de la OTAN en Madrid el verano de 2022, con el obsequio de un par de estas de la reina Letizia a la primera dama norteamericana Jill Biden.

Un descubrimiento que puso de manifiesto el trabajo discreto de las gentes de un pueblo diestro en todas las fases de su fabricación y 10 empresas alpargateras que han conseguido una industria puntera, referente en innovación e internacionalización. Según el Ministerio de Hacienda la renta bruta media por declarante en el municipio de Cervera del Río Alhama en 2019 fue de 20.498 €, 1.223 € más que en el año 2018. En 2022 se incrementaron los afiliados a la Seguridad Social, que ascendieron a 739, 492 en régimen general, 224 autónomos y solo 14 en régimen agrario, dando cuenta de la ostensible disminución de este sector en una vega fértil, y el trasvase de mano de obra a la industria manufacturera, conservera y, sobre todo, a los servicios. El porcentaje de jefe/as de explotación agraria menores de 45 años, se encuentra por debajo de La Rioja, con una tasa de sólo un 11,33% frente a un 17, 75%; destacando en este sector la iniciativa juvenil de una nueva explotación de reses taurinas, de panales de apicultura y de granjas porcinas.

Esta nueva pujanza no fue siempre así. La industria alpargatera en su historia siempre ha sufrido fases de crisis que fueron compensadas con el trabajo en el campo y para la juventud en los balnearios de la comarca o la emigración. Sin embargo, en las últimas décadas el despegue de estas diez empresas familiares consolida una industria ‘líder en nicho internacional’, y que se reparten gracias a una segmentación de la oferta en estilos o parte del proceso y a la estrategia tácita de diversificación local del producto. Es decir, especializándose cada firma en un público objetivo, unas firmas en la clásica alpargata de playa, otras en la innovación de la alpargata alta y de diseño de temporada, otras en las masculinas para mercados orientales o en femeninas de playa para norteamérica... Una ‘estrategia de nicho internacional’ en la que se han ocupado segmentos muy especializados y no cubiertos de mercado. Así, los diez empresarios/as de esta localidad se han centrado en su propio subsegmento a través de la comercialización hacia un público objetivo específico; al tiempo que han ido ampliando sus clientes/as, generalmente almacenes y comercios en España y el extranjero. Por todo ello bien podría calificarse de una industria ‘Nicho Líder de Mercado Internacional’ (INML), en tanto cumple con las siguientes características:

- No se publicitan y cultivan la privacidad, la inversión en la calidad de las relaciones comerciales antes que relaciones públicas y, sobre todo, la calidad del producto para proteger su nicho de posibles competidores.
- Siguiendo a Kamp y Murciego (2020), en los INMLs prevalecen los negocios familiares que en su mayoría no cotizan en bolsa y hacen un uso escaso del capital de riesgo.

- Se trata de un comercio en el contexto de Business-to-Business (B2B) y no directamente al consumidor (B2C), no conociéndose más allá de las poblaciones de su base operativa.
- Según Rammer (2019), son empresas fundamentalmente manufactureras en un 87%, mientras que en España dicho porcentaje puede ser incluso más alto (Kamp, 2019).
- Suelen ser bienes de consumo duradero más que de alta rotación, que pueden ser almacenados y compensar la demora en el envío a países lejanos.
- Cultivan la reputación corporativa dentro de las cadenas de valor en las que operan (Simon, 2009, p.14) y buscan la mejora de su producto principal antes que otras estrategias competitivas como la imitación o la ampliación de cartera productos.
- No son populares entre administraciones, ni en viveros de empresas como lo fueron las .com, las start-ups o las de rápido crecimiento (conocidas como gacelas); su 'saber hacer' se transmite de generación en generación.

**Este modelo de INML puede conseguir que zonas rurales remotas puedan afrontar la competencia a escala global, manteniendo la población y el empleo juvenil;** al tiempo que otros 'nichos' de mercado como las conservas, la fruta de calidad superior (cerezas y manzanas) y el turismo de salud, el arqueológico y paleontológico, captan el resto de trabajadores/as jóvenes, **actuando las comarcas, como en otros casos estudiados, como unidad para la búsqueda y consecución de empleo.** Como en el pueblo vecino de **Aguilar del Río Alhama**, la localidad de sierra más meridional de La Rioja con una comunicación por carretera muy complicada y sólo 457 habitantes, multiplica su población flotante gracias a su fábrica de conservas, con alrededor de 100 personas de la comarca del Alhama, y posicionando a la localidad con un 6% de paro en 2022, con ayuda del empleo turístico en sus yacimientos arqueológicos.

#### 6.4. Modelos de Innovación organizativa y social contra el paro juvenil: Smart Village, Ecoaldeas y otras experiencias de emprendimiento

Como en la sociedad tradicional el valor se generaba en la tierra, y era el agrario el sector predominante, en la sociedad industrial el valor se generaba en los bienes de producción (tecnología y mano de obra) mientras recogía el trabajo excedentario por la automatización del campo. Lo que más tarde haría el sector servicios con el **paro estructural** de la industria ya robotizada. En esta nueva sociedad digital, volátil y global, **la gestión**

**de la información** (en especial sobre mercados) y **la innovación** es donde ahora se crea el valor, pero de las que también se espera puedan ir absorbiendo el desempleo del resto de sectores.

**En la Sociedad de la Información, la transmisión de datos y el conocimiento van ocupando el espacio pujante con el que antes contaban los servicios.** Personal front office en mostradores de oficinas bancarias, comercios, de viajes, incluso hoteles, quedan sustituidas por las plataformas online, la automatización y el control digitalizado y a distancia, que va ocupando la función de la atención personal de los procesos productivos. Es decir, que el valor y la riqueza, los negocios y **el empleo de las nuevas generaciones se generan tanto a escala sectorial como organizacional, en el incremento de tareas de transmisión de información con la irrupción del cuarto sector económico en el que los nativos digitales han sido socializados.**

##### 6.4.1. Smart Villages frente al empleo rural en declive: Ansó y Aras de Olmos

La iniciativa *Smart Villages* se enmarca en la *Cork Declaration 2.0*: "Una vida mejor en el medio rural" de 10 puntos básicos (UE, 2016) y del documento *EU Action on Smart Villages*, que introduce un Indicador de *Smart Villages* en los Planes Estratégicos de la propuesta de la PAC post-2020. Con ello se pretende combatir el 'circulo de declive' de muchas zonas rurales debido a la reducción de empleos y negocios rentables, así como servicios diezmados e inadecuados. Dentro de la Red Europea de Desarrollo Rural (REDR), se han trabajado algunas de las premisas para dicho proyecto (de 2017 a 2020), donde cabe destacar la revitalización de los servicios rurales a través de la innovación digital y social.

En éste, como en otros foros en torno a *Smart Villages*, se enfatiza la necesidad de fortalecer las cadenas de valor de las empresas (conociendo sus ventajas competitivas), simplificar y dar mayor transparencia a las políticas y sus resultados, y fomentar estructuras de gobernanza y la participación de sus habitantes. Porque los pueblos necesitan, además de servicios, equipamientos e infraestructuras públicas, una comunidad participativa para diseñar el futuro que se quiere alcanzar y los principales objetivos para su consecución.

Esta visión empresarial del municipio puede resultar algo utópica en la medida que los consistorios no siempre cuentan con los recursos ni aspiraciones unívocas. Es, sin embargo, a través de las propuestas de colaboración entre sector público y privado, desde donde pueden enmarcarse sus objetivos y subvertir la tendencia regresiva de muchas zonas rurales, contando para ello con las herramientas que depara la sociedad de la información, y que pueden constituirse, a su vez, en nuevas actividades y empleos: elaboración de páginas

web, e'commerce y servicios on line para las empresas, consecución de mejoras operacionales en la fabricación y distribución de productos e internacionalización de mercados, posibilidad de formación a distancia, alfabetización digital para las finanzas, acceso a los trámites administrativos, vertebración de un tejido neogremial y asociativo, etc.

Respecto a estos dos últimos términos, cabe mencionar el concepto de nueva 'Comunidad Intergeneracional', que en el entorno de la Nueva Ruralidad alude a la importancia de la transmisión bidireccional de conocimientos en los oficios (de los mayores) y de las competencias digitales (de la juventud), como elemento decisivo en el éxito de las empresas, y por supuesto también de los proyectos *Smart Village*. Debe contarse con una web oficial y sede electrónica, que sea uno de los principales canales facilitadores de los servicios a la población, pero con una accesibilidad garantizada para todos los habitantes, que contribuya a su integración y participación socioeconómica y no amplíe la brecha digital entre estos. Ejemplo de experiencias de digitalización de las gestiones administrativas de

los consistorios rurales a través de sede electrónica evidencian una gran transparencia en la contratación de nuevos empleados/as públicos, difusión de las ofertas privadas y opciones para la democracia directa. Puede observarse, en el caso de la Web del Ayuntamiento de Jabugo en Huelva, un foro de participación ciudadana, entre otros: buzón de quejas y sugerencias, periódico digital, ayudas y subvenciones, buzón electrónico y Gobierno Abierto y petición de consulta popular.

Ansó (Huesca) es el único pueblo español en proyecto piloto dentro de la Red de *Smart Villages* europea y dentro del proyecto Smart Rural 21 del Ministerio para la Transición Ecológica y el Reto Demográfico, lo que no es óbice para que otros pequeños pueblos hayan optado por este modelo y por iniciativa propia, como en el caso de Aras de Olmos en Valencia, o de mayor tamaño, el caso de Villanueva de la Serena, en Badajoz, antes de su integración con Don Benito.

En cuanto a las variables identificadas en el Modelo *Smart Village*, se constatan:

Tabla 15.

#### Actividades Smart Village para la innovación empresarial y el empleo en Ansó

VIVIENDA	INNOVACIÓN Y TIC	EMPRESA Y EMPLEO
Intermediación Inmobiliaria Viviendas vacías	Banda ancha en todo el municipio	Centro Tecnológico Empresarial Rural (CTER)
'Viviendas Trampolín' para emancipación joven	Proyecto realidad aumentada para educación y turismo	Centro Multiactividad para albergar empresas y escuelas deportivas
Comunidad de Cuidados	Sistemas de energía renovables y eficientes	Creación de un Coworking Servicios Ambientales

Fuente: Elaboración propia.

Sito, en el pirineo occidental aragonés, ha ido perdiendo población desde 1887, contando en la actualidad con tan sólo 390 habitantes. Su principal actividad económica es la ganadería ovina, con la que consigue una tasa de explotaciones con jefes de menos de 45 años, de un 30%, mientras la comunidad de Aragón es de solo el 15%; y un 21% La Jacetania, su comarca. Alguna de las vicisitudes

atravesadas, tienen que ver con su industria maderera de titularidad municipal (serrería *Industrias Forestales de Ansó, S.A.*), que debió reconvertirse en un taller de empleo de limpiezas forestales debido al Plan de Ordenación de los Recursos Naturales (PORN) que acotaba cada vez más la explotación de recursos naturales.

Tabla 16.  
Nichos de negocio y yacimientos de empleo actividades de sostenibilidad Forestal

	YACIMIENTOS DE EMPLEO
Protección del monte y la biodiversidad	Agentes Forestales
Prevención y apagado de incendios	Brigadas de incendios y retén
	Agentes Rurales del SEPRONA
	Educadores/as Ambientales
Explotación forestal	Operarios/as y encargados/as forestales Camioneros/as grúa de madera, Tractorista forestal

Fuente: Elaboración propia.

Por otra parte, las bordas, donde antes se guardaba el ganado, se reconvirtieron en restaurantes como atractivo de la nueva industria turística, y en el extremo noroeste del término se abrieron pistas de esquí nórdico (que engloba cinco modalidades que permiten disfrutar mejor de paseos y de los paisajes), además de otros servicios como alquiler de esquís, cafeterías,

restaurantes o self-service, albergue/refugio. Ello permite al municipio contar con unas cifras de paro muy bajas desde 2013, entre el 2,9% en 2019 y el 4,59% en junio de 2022.

En cuanto a las variables identificadas en el Modelo *Smart Village*, se constatan:

Tabla 17.  
Actividades Smart Village para la innovación empresarial y el empleo en Ansó

VIVIENDA	INNOVACIÓN Y TIC	EMPRESA Y EMPLEO
Intermediación Inmobiliaria Viviendas vacías	Banda ancha en todo el municipio	Centro Tecnológico Empresarial Rural (CTER)
'Viviendas Trampolín' para emancipación joven	Proyecto realidad aumentada para educación y turismo	Centro Multiactividad para albergar empresas y escuelas deportivas
Comunidad de Cuidados	Sistemas de energía renovables y eficientes	Creación de un Coworking Servicios Ambientales

Fuente: Elaboración propia.



Otro ejemplo de ruralidad en declive que ha optado por la digitalización y políticas municipales dirigidas al emprendimiento juvenil en la lógica de las *Smart Villages* es Aras de Olmos, en la provincia de Valencia. Población deslocalizada (a 100km de la capital) con una densidad poblacional de tan solo 5 habitantes/km<sup>2</sup>, y la mayor parte del suelo de bosque (99%, del cual el 63% está protegido); cuenta con un espacio muy reducido que puede dedicarse a la agricultura, y fundamentalmente de secano. Por el contrario, cuenta con la proximidad de diversas poblaciones para el acceso a servicios y empresas, y una estrategia dirigida a la atracción de proyectos empresariales y nuevos residentes; ya que el número de empresas en los últimos cinco años ha decrecido de 30 en 2017 a 24 en 2021, y el paro ha pasado del 8% en 2019 al 14% en 2022, acusando la crisis COVID del 2020. Por otra parte, cuenta con cierto rejuvenecimiento de la población a partir del siglo XXI, del lado de nuevas personas pobladoras de 25 a 35 años (con mayor peso de las féminas de 30 a 34 que es el segmento poblacional

más numeroso con diferencia después de los varones de 40 a 45, y en segundo lugar por el de los de 25 a 29), y que arroja un repunte de la natalidad en los últimos 10 años.

Estos desequilibrios de género en el ámbito laboral, se deben en buena medida al trabajo de cuidados de las jóvenes, toda vez que la tasa de dependencia de mayores de 65 años es del 61% (Estadísticas Generalitat Valenciana Fichas municipales, 2020); y del lado de los varones un mayor peso del empleo en empresas de la construcción, que acaparan la mayor parte de ofertas de trabajo, y que estas dos actividades se reparten con otras como las turísticas, la trufi-cultura y las energías alternativas (eólica, solar).

En cuanto a los indicadores *Smart City*, Aras de Olmos cuenta con una participación social activa, con la Fundación El Olmo de inversión pública, el Plan Estratégico Local y la colaboración del consistorio con la Universidad de Valencia y la Politécnica de Valencia.

Tabla 18.  
Actividades Estrategia Smart Village para el empleo en Aras de Olmos

PROYECTOS EMPLEABILIDAD	INNOVACIÓN Y TIC	INCLUSIÓN Y PARTICIPACIÓN
Acelera PYME	Sede electrónica	Línea verde: incidencias
Avalamos jóvenes (EMPUJO)	Red Wifi sin ADSL gratuita	Catálogo de trámites y ayudas
Web Empleo y bolsa de trabajo	Observatorios Astrológicos	Oficina verde asesoría energética
Universidad de Verano y Centro Divulgación Científica	Aula informática y cursos de formación TIC	Aula de Mayores, atención y comida a domicilio

Fuente: Elaboración propia a partir de la web: <https://www.arasdelosolmos.es>.

El programa ‘Avalamos jóvenes’ EMPUJO 2020, para el fomento del empleo juvenil de calidad en dependencias municipales, ha sido impulsado por el Servei Valencià d’Ocupació i Formació LABORA y la Generalitat Valenciana y cofinanciado a través del Sistema Nacional de Garantía Juvenil Europea, para las personas inscritas en el mismo. Por otra parte, para evitar los obstáculos de acceso a Internet y con ello la brecha digital entre residentes, Red Wifi es otro servicio que pretende garantizar dicha accesibilidad para cualquier persona sin contar con ADSL, gracias a 10 antenas repartidas por el pueblo.

La digitalización no afecta directamente al tamaño de los pueblos, pero es capaz de revitalizarlos y mejorar su calidad de vida, ya sea el problema la excesiva gentrificación, como la despoblación. Otro municipio, este de mayor tamaño que los anteriores, y usa la tecnología para convertirse en *Smart Villages* es Villanueva de La Serena en Badajoz, de 25.000 vecinos. Destacando por la integración en su web de los servicios de un gabinete de **atención continua a la promoción del empleo de jóvenes de 16 a 30 años**, entre otros servicios como coaching, información, asesoría para el autoempleo, así, como en general, el empleo de la financiación pública y privada para convertirse en referente tecnológico y de conectividad: ‘sensorizando el municipio’ para mayor eficiencia económica y para la toma de decisiones; por ejemplo, a la hora de decidir la necesidad de semáforos, gracias a la medición del tráfico a través de las cámaras termográficas. Además, desde una app pueden tramitarse gestiones relacionadas con la seguridad vial, la eficiencia energética, la movilidad y la gestión del agua. También esta plataforma dispone de un espacio Big Data, con el que poder conocer en tiempo real la ocupación del alojamiento local o acceder al catastro, entre otras actividades, para las que se cuenta con talleres impartidos por las mismas empresas encargadas de la digitalización (EXcontrol, Azulae, Sporttia, Ventum IDC y FumiDronExtrema). Y un **Think Tank llamado (Re)Pueblo para ‘repensar’ las oportunidades de la digitalización para el desarrollo rural**.

#### 6.4.2. El caso de la Ecoaldea Arterra (Navarra): experiencias de nueva ruralidad

El municipio de Urraul Bajo, merindad de Sangüesa, en la Navarra media oriental, cuenta con 308 habitantes y una densidad por metro cuadrado de tan solo 5,13 habitantes, siendo la zona más despoblada de la Comunidad Foral de Navarra. En su plan estratégico de reactivación socioeconómica, el ayuntamiento ha organizado un proceso de consulta y participación ciudadana a través de Internet para realizar un diagnóstico de la situación;

como modo de conocer las limitaciones y oportunidades para la permanencia de la juventud en su tierra. Cuenta, para ello, con una web pionera en información municipal y participación.

En dicho término, además, se encuentra el pueblo de Artieda, que contaba en 2014 con 112 habitantes cuando comenzó el proyecto de juvenil Arterra Bizimodu, una de las pocas comunidades de la Red Española de Ecoaldeas formada por personas jóvenes (menores de 40 años), ya que la gran mayoría de las peninsulares se encuentran constituidas por miembros de 40 a 50 años, según fuentes de dicha asociación. Arterra cuenta con alrededor de 40 habitantes, entre residentes permanentes y voluntarios/as, dos de ellos menores (en torno a 12 de ellos pertenecientes al programa Europeo Erasmus-Plus); lo que supone un número importante, en un pueblo de no más de 50 habitantes no todos permanentes.

Su objetivo principal, la repoblación, bajo un modelo de vida rural solidaria y sostenible. Para ello alquilaron un viejo hotel, con derecho a compra, ideal para aplicar la fórmula de convivencia *cohousing* (o vivienda colaborativa). Anglicismo el que se denomina al modelo de convivencia vecinal consistente en que, un grupo de personas como asociación o de cooperativa, adquiere una vivienda y sus derechos de uso, de forma ordenada y eficiente. Los integrantes comparten espacios comunes, sin renunciar a sus propios apartamentos privados totalmente independientes.

También el trabajo es de carácter individual, y los ingresos de talleres y otras actividades colectivas se emplean en el pago de los gastos colectivos. Los/as jóvenes son profesionales de oficios en el pueblo o las tierras del recinto, o bien en teletrabajo relacionado con el ámbito ecoaldea (director de una revista, gestor red nacional de ecoaldeas, etc.); ocupaciones con las que persiguen el desarrollo de ‘un nuevo modelo de asociación entre agricultores/as y consumidores/as’.

Otros de los principios que animan el proyecto son los de permacultura (con la lógica de la naturaleza), la economía solidaria (entre sus miembros) y economía circular (agricultura ecológica, evitando desperdicio, por ejemplo, con los residuos de la elaboración de cerveza se hace biogás y biofertilizantes), las buenas relaciones con la vecindad del pueblo, autonomía energética y la financiación en banca ética. Y si bien cuantitativamente, dicho modelo no parece que anime la participación de unas nuevas generaciones muy sedentarias, los valores ecológicos que auspician las actividades de las ecoaldeas españolas sí suelen ser de su interés (sobre Generación Z, ver Rubio Gil y Sanagustín Fons, 2019), por lo que se detallan las que generan cadenas de valor en estas comunidades:

Tabla 19.

#### Actividades fuentes de ocupación en Ecoaldeas de España

FORMACIÓN	GESTIÓN	PRODUCCIÓN	DESARROLLO
Alimentación	Bioconstrucción	Agroalimentaria	Yoga, meditación
Permacultura	Agricultura Ecológica	Divulgativa	Desarrollo Persona
Biodiversidad	Autosuficiencia energética	Artesanía/arte	Biodanza
Folklore, arte	Forestal	Restauración arquitectónica	Convivencia
Bioescuela	Gobernanza/autocracia	Gestión Forestal	Mindfullnes

Fuente: Elaboración propia.

#### 6.4.3. Juventud e Innovación social en zonas de ruralidad Pujante

La urbanización creciente ha postergado la vida de las poblaciones con empleabilidad en ciudades cercanas y deslocalización residencial. En el sentido de convertir estos municipios en algo más que ciudades dormitorio, pueden citarse dos casos de iniciativa juvenil y hacia la población joven, a través de los que estas zonas pueden contar con un tipo de ruralidad pujante, sin perder calidad de vida. Tal es el caso de la localidad de Grado en Asturias, con medidas como el empleo por parte del ayuntamiento a la juventud desempleada en la rehabilitación del patrimonio, en especial de construcciones populares como hórreos y paneras (estas últimas de dos pisos). Grado ha mantenido su población del año 2021 al 2022, con 9.644 habitantes, disminuyendo su tasa de paro de un 18,32 en 2020 a un 12,49 en el 2022 (de 755 parados a 515, 39 empleos más en el último año).

Otros factores que han favorecido el mantenimiento relativo de la ocupación juvenil, ha sido su permanencia en la ganadería de carácter familiar. Se mantiene una próspera huerta que lleva sus productos al mercado de la villa y a otros más lejanos pero, sobre todo, una importante cabaña ganadera que ha remplazado la agricultura de autoabastecimiento, pasando de 3 o 4 vacas por casa a un número mucho mayor, en total más de nueve mil cabezas, de las que más de cuatro mil son de raza asturiana, contando el municipio con 448 jefes/as de explotación agropecuaria menores de 45 años; lo que significa una tasa del 24%, dos puntos por encima que su Comunidad. Otros alicientes para la

empleabilidad juvenil consisten en la proximidad de la capital; los grandes alicientes turísticos del municipio, como las ferias, concursos, jardines y planta hostelera, con más de 30 restaurantes, incluso alguno con estrella michelín, a cuyo éxito contribuye la cercanía de la planta hotelera de Oviedo. Sobre todo, **es interesante comprobar la importancia que registra la práctica deportiva** con varios equipos de fútbol y fútbol sala, clubes de hockey sobre patines, equipo de rugby, club de kárate, club de tenis con 300 socios y 5 pistas, clubes de gimnasia rítmica, de Baloncesto, de ciclismo, de natación, de piragüismo, grupo de montaña y de pádel.

La segunda población, Carbajosa de La Sagrada, también periférica (en este caso próxima a la ciudad de Salamanca), es reseñable por ser el municipio de provincia que más se ha incrementado la población, y si bien entre del 2000 al 2011 lo había hecho un 271%, más allá de la crisis inmobiliaria, prosiguió su desarrollo, y en 2022 había pasado los 7.368 habitantes de los 2.290, del año 2.000 “debido al dinamismo del mercado de la vivienda en alquiler y al número de nacimientos anuales por la composición de una población mayoritariamente joven” (según recoge su página de la Wikipedia). Ejemplo de ello es el caso del grupo de empresas de soluciones informáticas ECOTISA (marketing y telemarketing, informática, digitalización y servicio integral de diseño e impresión). Con sede en el polígono industrial del municipio, consiguieron a través del emprendimiento juvenil autónomo desde el año 2006, constituir nuevas empresas complementarias y que mejoraban las sinergias de unas con otras, como Mi Pequeña Fábrica, Eoitec, WeAre MK, Winkle, Ecoitec.

Con ello consiguieron, tanto su promotor y como el equipo, aplicar sus estudios tecnológicos sin salir de su pueblo, formar sus propias familias y calidad de vida (Entrevista 13 de junio 2022), así como empleo para 250 trabajadores/as jóvenes (y felices según su propia web). Es decir, **adaptando el modelo de ‘clúster’ industrial al nuevo nicho de las TIC** para proveer tanto a las empresas vecinas de Carbajosa, como a la Ciudad de Salamanca entre otras. Es decir, “una manifestación natural del papel del conocimiento especializado, las habilidades, las infraestructuras y las industrias de apoyo para mejorar la productividad”, que favorecen la ventaja competitiva de este tipo de integración-asociación (Porter y Ketels, 2009).

Respecto a los modelos de innovación juvenil estudiados, resaltar varias fórmulas de la consecución de experiencias agropecuarias ecológicas y rentables en dos de las zonas con mayores porcentajes de jefes/as del sector más jóvenes, como el Valle de Carranza con un 26%, 265 explotaciones, una población de 2.759 habitantes y un 11% de paro, uno de los más bajos de Vizcaya. De allí nos llega el ejemplo de **innovación joven de la empresa** Mutur Beltz, que tiene como objeto revalorizar la oveja carranzana de cara negra, participando de la conservación del patrimonio consiguiendo un precio justo para la venta de la lana. Pero ‘como cuatro patas tiene una oveja’, las otras tres son las de la leche, la de su carne y la del arte, con el que promocionan el proyecto. Una pasión por el aprendizaje de la crianza que se reconoce en las zonas del mapa donde se incrementa las personas más jóvenes al frente de explotaciones agrarias, como en las sierras de Madrid, en este caso con el ganado vacuno, y de forma muy vocacional con la apicultura, compaginada con la venta de miel y las actividades de **ocio apícolas y/o apiturismo**. Tal es el caso de Braojos de la Sierra, donde las/os jóvenes emprendedores/as deben compaginar estas actividades heredadas con oficios como la educación en los institutos de la zona.

Mencionar, asimismo, los focos de investigación e innovación agraria que se están produciendo en municipios con economías altamente competitivas y alto componente de empresariado y jefes/as jóvenes, en la industria vitivinícola en La Rioja Alavesa (con una tasa del 23%); así como el empleo en la plantación de nuevos productos cerealísticos, sobre la base de las nuevas modas dietéticas como la Quinoa en Brenes (Sevilla) o la especialización en “superalimentos” en Garray en Soria desde el Miso hasta la Estevia, con un 18% de encargados jóvenes y un 2% de paro; y frente los que conviene destacar la importancia de aquellos cultivos que requieren menos recursos hídricos.

La innovación social en el sector agrícola genera proyectos exitosos de integración, entre los que pueden citarse los de la industria aceitera en Cataluña,

por ejemplo, conectando el patrimonio a través del Oleoturismo en la ruta del Aceite Les Garrigues, que cuenta con más de 25 cooperativas y 54 olivos milenarios. O en L’Olivera, un proyecto inclusivo para personas con dificultades, e inserto en lo que se ha dado en llamar Social Farming (Agricultura Social) o Economía Social, con distintas explotaciones de aceite y vinos ecológicos en esta comunidad, y con el que se conecta la autenticidad de los productos de la tierra con la recuperación de una solidaridad comunitaria cada día más imprescindible.

En esta tarea de la empleabilidad juvenil, las Medidas del primer (FEAGA) y segundo pilar (FEADER) de la PAC 2014-2020, atendían al pago en favor de jóvenes agricultores/as, y la Medida 6.1. para el desarrollo de explotaciones agrícolas y empresas para jóvenes agricultores/as. Sin embargo, éstas no han conseguido solventar el hecho de que sea España el país con menor relevo generacional en el mundo rural. Aquí las dificultades sucesorias encontradas en actividades agrarias son más marcadas que en lo que concierne a las/os emprendedores/as no

agrarios/as, y tienen que ver con aspectos destacados en esta investigación y otras anteriores como la de Julia Ferrándiz Molina (2021), con tres útiles conclusiones:

1. “Las/os emprendedores/as agrarios/as suelen conocer menos emprendedores/as que en otros sectores”.
2. “Consideran que poseen menos conocimientos, habilidades y capacidades para emprender”
3. En el mundo rural en España la opción de emprender se considera merecedora de respeto y prestigio en mayor medida respecto a los/as emprendedores/as de otros sectores, por lo que **se pone de manifiesto la importancia de poner en contacto a la juventud con esa información** para que descubran nichos de mercado y yacimientos de empleo, la formación sobre los procesos de emprendimiento y financiación de nuevas empresas (estudios de mercado, planes de negocio, *networking*, etc.), o la experiencia de otros/as emprendedores/as de éxito a través de cámaras de comercio, ayuntamientos, etc.

## 7. Conclusiones y recomendaciones

La ocupación de la juventud en el medio rural en España goza de la mayor atención de las Administraciones y diversos actores sociales, en tanto el país cuenta con una de las tasas más altas de desempleo juvenil de la Unión Europea, y el abandono y envejecimiento poblacional de las zonas rurales socava la vida de muchos municipios. Sin embargo, ha podido comprobarse que muchas de las **nuevas oportunidades de emprendimiento y empleo en el ámbito rural, distan bastante de la imagen más penosa del trabajo en el sector primario** (hoy minoritario) y que fue causa de la emigración en el siglo pasado o puede serlo en el actual. Si bien este tipo de trabajos más penosos suelen ser ocupados por juventud emigrante, que juega un papel muy relevante en ‘nichos de negocio’ para el cuidado de las personas, el mantenimiento de las construcciones y explotaciones rurales, lo que afecta positivamente al rejuvenecimiento de la población activa y las pirámides de edades. Mientras, por otra



parte, se detectan trabajos con un alto componente tecnológico, medioambiental y/o en el campo de la educación o la 'economía verde', en un número muy significativo de nichos de actividad y yacimientos de empleo de gran interés para la promoción del empleo de la población autóctona más joven.

Entre estos destacan una serie de nuevas actividades propias del hábitat rural y desempeñadas mayoritariamente a la juventud (**deportivas, turísticas, tecnológicas, etc.**), y que, además, **se erigen en potentes nichos de mercado**. A las que se unen desde abordajes innovadores las tradicionales, como en el caso de la agricultura y manufacturas con **productos ecológicos, dietéticos o de alta calidad, las industrias de transformación alimentaria, o nuevos abordajes de la conservación o la explotación forestal**, por ejemplo, con ayuda de la domótica en los sistemas de control. Modelos de articulación de empresas que acaparan la empleabilidad juvenil a modo 1. De 'ancla' que hacen que otras también permanezcan o se funden en el territorio; 2. Centradas en 'lo juvenil' (y ejemplo de ambas los campus rurales); 3. En forma de Cluster industrial; 4. Constituyéndose en 'nicho' líder internacional o en innovación (de producto, social, organizativa).

Se detectan nuevas oportunidades de empleabilidad, a las que hay que añadir una serie de ventajas de la vida rural, tal que viviendas y locales con precios más asequibles, condiciones más favorables para el establecimiento de relaciones laborales y colaborativas, así como, una calidad de vida más encomiable para la crianza y la conciliación familiar.

Es decir, a lo largo de esta investigación, se ha constatado un conjunto factores estructurales favorables para la empleabilidad de las personas más jóvenes en el ámbito rural, como también de una serie de recursos que urgen en este sentido, como la formación profesional en los propios municipios y centrada en la demanda y yacimientos de empleo locales. Asimismo, sectores pujantes, como la ganadería en el norte peninsular, la apicultura, la hostelería y otras industrias que alcanzan mayores porcentajes de relevo generacional, y con ello de jefes/as de explotación más jóvenes, y que deben contar con el mayor apoyo e información para el emprendimiento joven. Por último, entre las características comunes a los municipios con mayor empleo de las personas más jóvenes, se han detectado las distintas modalidades de negocios dirigidos a este segmento poblacional, como turismo activo, escuelas deportivas o campus rurales, o las *Smart Villages* y ocupaciones relacionadas con las TIC, que de un lado facilitan el acceso de la juventud a la administración electrónica y con ello a la información sobre empleo local y las ayudas para el emprendimiento; y del otro, a una mayor activación del capital social en las zonas rurales. Un aspecto, el de la participación ciudadana,

asignatura pendiente para que pueda crearse una mayor implicación de la juventud con el futuro socioeconómico de los territorios. Sobre todo, que la **información sobre procesos de creación de empleo (autónomo o por cuenta ajena), los trámites y ayudas se dirijan a las personas más jóvenes en formatos que les sean más amables (digital, audiovisual, business games, etc.)**

Algunos modelos incipientes de las nuevas *Smart Villages*, se dirigen en este último sentido, incluso con encuestas on line, sobre las necesidades y expectativas de la juventud, gestión de la oferta de empleo, etc. Pero en general la **eficiencia es muy limitada a la hora potenciar el emprendimiento**, y mucho menos para conciliar la demanda de empleo, con la oferta (intermediación digital, empresas de selección y recolocación de personal, viveros de empresas, lanzaderas, etc.) que no debiera ser tan complicado con las herramientas de la administración electrónica. Es por todo ello, que todavía, **una de las principales características de la actividad de las personas más jóvenes en los pueblos se encuentra en las empresas familiares, que proveen además de la vocación, de los conocimientos precisos, y donde una vez que se toman responsabilidades, suele ser más proclive a innovar procesos, canales de distribución digitales, etc.** Una transmisión intergeneracional del conocimiento de la empresa, que en el mundo rural se amplía, en la medida que también **suelen hacerlo las redes sociales, la información y el empleo a lo largo de cada municipio y de las comarcas, y que la comunicación con las administraciones locales suele ser más próxima.**

En resumen, se detectan una serie de limitaciones en la empleabilidad de las/os más jóvenes en el ámbito rural relacionadas con:

1. La gran opacidad e inaccesibilidad de la férrea burocracia que acompañan las ayudas para que las personas menores de 40 años puedan emprender o contar con una formación en consonancia con las necesidades de cualificación en su municipio.
2. La dependencia en el mundo rural de la automoción y por tanto de los precios de los carburantes, por parte de las/os trabajadores/as y emprendedores/as jóvenes, así como para realizar compras, negocios, visitar espacios de ocio; algo que está mejorando la nueva logística postal, de compra online y mensajería.
3. La importancia de la población joven inmigrante en la ocupación de actividades deficitarias y muy necesarias en el medio rural, tal que oficios de mantenimiento y reparación de viviendas, temporemos de la agricultura o el turismo, etc. y que conviene ayudar para que puedan constituirse en nuevas empresas, con asesoramiento, regulación, etc.

**Se recomienda, por tanto, ampliar y mejorar la información dirigida a la juventud sobre las oportunidades y condiciones de la educación, la vivienda, el emprendimiento y el empleo en zonas rurales.** Porque si estudios anteriores sobre el empleo juvenil abundan en que la información para el emprendimiento a través sus redes de confianza suele estar sesgada, lo que determina la consecución de ocupaciones satisfactorias, en los municipios estudiados se observa que estas también influyen en la juventud rural y limitan sus expectativas y modelos de emprendimiento. En cambio, se comprueba que suelen tratarse de **redes de confianza e información más amplias, intergeneracionales y más realistas**, con mayor detalle sobre negocios y que extienden las posibilidades de reclutamiento y colocación a otros municipios más o menos próximos, de modo que la creación de empresas por parte de las personas más jóvenes genera empleo con las mismas características.



## Referencias

Alario Trigueros, M., Molinero Hernando, F., Morales Prieto, E. (2014). Nuevos usos residenciales en el espacio rural de Castilla y León. AGE, N. 66.

Alario Trigueros, M. y Cano Plaza, E. (2020). *Nueva incorporación de las mujeres a actividades agrarias*. Asociación Española de Geografía.

Andrés Sarasa, L. (1998). Turismo y Empleo femenino. *Cuadernos de Turismo*, 1, 9-27

Archer, B.H. (1976). The anatomy of a multiplier, *Regional Studies*, vol. 10, pp. 71-77.

Archer, B.H. (1982). The value of multipliers and their policy implications. *Tourist Management* 3 (4): 236-241

Arias-Vargas, F.J. y Ribes-Giner, G. (2019). Evolución del papel del emprendedor rural: Del agricultor subordinado del siglo XVIII al empresario rural actual. *Revista Venezolana de Gerencia*, 24(88), 1005-1028. Arias-Vargas, F. J., Ribes-Giner, G., y Garcés-Giraldo, L. F. (2022). Emprendimiento rural: una aproximación histórica. *Retos Revista de Ciencias de la Administración y Economía*, 12(23), pp. 45-66

Azevedo, P. (2000). Concorrência no agribusiness. In: Zybersztajn, Décio; NEVES, Marcos Fava (Org.). *Economía y gestão dos negócios agroalimentares*. São Paulo: Pioneira.

Bermúdez Tobón, J. E. y Rubio Gil, A. (2021). New professions and TICs in tourism organizations: occupations, profiles and skills. *Sociology & Technoscience*, 11. UVA.

Blau, P. (1974) *On the Nature of Organizations*. Nueva York: John Wiley and Sons, Inc.

Buhalis, D. (2000). Marketing the competitive destination of the future. *Tourism management*, 21(1), 97-116.

Buhalis, D., y Amaranggana, A. (2015). *Smart tourism destinations. Information and communication technologies in tourism*. Springer International Publishing, Cham.

Burbano Salazar, J. (2019). La Situación y el Fomento de los Emprendimientos Rurales: Aspectos que Determinan la Creación de Agronegocios en Ecuador. *Riunet*. Repositorio UPV. Universidad Politécnica de Valencia.

Cachón Rodríguez, L. (1997). La formación de los nuevos yacimientos de empleo en España. 77-78 (117-135). REIS.CIS. Madrid.

Cachón Rodríguez, L. (1998): Juventud y nuevos yacimientos de empleo: retos y posibilidades, Estudios de Juventud, N. 41. Injuve. Madrid.

CES (2018). *El medio rural y su vertebración social y territorial*. Consejo Económico y Social.

Lee, J. (2022). Niche Theory Analysis of Sustainable Strategic Relationships among MICE Destinations: A Case of Four Cities in Waikato and Bay of Plenty Regions of New Zealand. *Tour. Hosp.* 3, 137–152. Cocosis, H. (1991). *Tourism and strategic development*. Research Memoranda. Facultad de Economía y Econometría de la Universidad de Amsterdam.

Cohen, S., Money, W., y Quick, M. (2014). Improving integration and insight in smart cities with policy and trust. *Proceedings of the 4th International Conference on Web Intelligence, Mining and Semantics* (pp. 1-9).

Delgado Urrecho, J. M. y Martínez Fernández, L. C. (2014). “Importancia de la población flotante en los municipios rurales del interior peninsular. Análisis de la situación en Castilla y León”. *Boletín de la Asociación de Geógrafos Españoles*, núm. 65, pp. 207-229

Delgado Urrecho, J. M. y Martínez Fernández, L. C. (2019). “La población y las infraestructuras de transporte”. *Atlas de Geografía Humana de España*. Madrid, 2019, Ed. Paraninfo, 79-110.

Delgado Urrecho, J.M. y Martínez Fernández, L.C. (2016). “El transporte a la demanda como sistema de movilidad alternativo en áreas rurales de baja densidad demográfica: el caso de Castilla y León”, *Boletín de la Asociación de Geógrafos Españoles*, núm. 72, 2016, pp.195-220.

Delgado Urrecho, J.M.; Martínez Fernández, L.C. (2016b): “La huella de la inmigración extranjera en las comunidades autónomas españolas de menor crecimiento demográfico”, *Cuadernos Geográficos* 55 (2), 127-159.

Delors, J. (1993). Growth, competitiveness and employment: the challenges and ways forward into the 21st century. *White Paper, Supplement*, 6, 93.

Eaton, B. C. y Eaton, D. F. (1999). *Microeconomía*. Prentice-Hall.

Etzioni, A. (1961). *A Comparative Analysis of Complex Organizations*. Nueva York. The Free Press.

FEGA (2021). Política Agrícola Común 2015-2020. “Ayudas a los jóvenes agricultores”. MAPA.

Ferrándiz Molina, J. (2021). *Caracterización del emprendimiento agrario en España y análisis de su ecosistema Identificación de retos y oportunidades UVA*.

Flores Ruiz, D. y Barroso González, M.O. (2011). La mujer en el turismo rural. *Journal of depopulation and rural development studies*. 10, pp.39.

Giffinger, R., Fertner, C., Kramar, H., Meijers, E. (2007). *Smart cities*. Centro de Ciencias Regionales, Viena

Gómez Cruz, M.A. (2007). “Agricultura orgánica de México: situación, retos y tendencias 2005”. *Revista Vinculando*, 27 de julio de 2007.

Harris, M. (1969). Shifts in entrepreneurial functions in agriculture. *American Journal of Agricultural Economics*, 51(3), 517. <https://doi.org/10.2307/1237906>.

Hernández-Mogollón, R. (Dir.) (2016). *Global Entrepreneurship Monitor. Informe Ejecutivo 2015*. Extremadura. Ediciones La Coria.

Hooley, G. J.; Saunders, J. A.; Piercy F. (2001). *Estrategia de marketing y posicionamiento competitivo*. Prentice Hall.

HOSTELTUR (2019). *Empleos híbridos del mañana. Ideas y Publicidad de Baleares*, S.L.

HOTREC. (2020). *Facts Figures-2 Hospitality Europe*.

TFW (202). El desempleo juvenil en tiempo de crisis y sus consecuencias, *The Family Watch*.

Izquierdo Vallina, J (2022). Una nueva economía para la aldea del siglo XXI. En Eduardo Moyano Estrada: *España Rural: Retos y oportunidades de futuro*. Cajamar Caja Rural.

Jiménez Gonzalo, C. y Tejero Sala, H. (2018). “Cierre de oficinas bancarias y acceso al efectivo en España”. Banco de España.

Jiménez Martín, R. (2021). Población y desequilibrios poblacionales en Ávila. UVA.

Kamp, B. (2019). Assessing the economic relevance of International Niche Market Leaders: empirical indicators and strategic reflections from the Basque Country. *Ekonomiaz* 95, 228-253.

Kamp, B. y Murciego, A. (2020). Líderes en nichos de mercado internacionales: presencia y relevancia en España. *Cuadernos Orquesta*. 66. F. Deusto. ISSN 2340-7638

Licht, A. y Siegel, J. (2006), The social dimensions of entrepreneurship, en Casson y Yeung (eds.), *Oxford Handbook of Entrepreneurship*. Oxford Press.

Light, I., & Gold, S. (2000). *Ethnic economies*. San Diego, CA: Academic Press.

Light, I. (1979). Disadvantaged minorities in self-employment. *International Journal of Comparative Sociology*, 20, 31.

Insúa CorreaMaldonado Noroña, C. (2014). “Empresas ancla y el desarrollo de las MIPYMES (proveedoras). Facultad Latinoamericana de Ciencias Sociales”. Ecuador.

Maudos Villaroya, J. (2017). El acceso a los servicios bancarios en España. El impacto de la reducción del número de oficinas. *Mediterráneo económico*, 29, Universidad de Valencia e Ivie.

Meyer, H. (1973). Split roles in performance appraisal, en Gene W. Dalton y Paul R. Lawrence (eds.), *Motivation and control in organizations*, Homewood, Richard D. Irwin, Dorsey.

Namdar, R., y Sadighi, H. (2013). Investigation of major challenges of rural development in Iran utilizing delphi technique. *Journal of Agricultural Science and Technology*, 15, 445-455.

Nayar Hoff, D. Bruch, K.L., Ávila Pedrozo, Z. (2007). Desarrollo de nichos de mercado para pequeños negocios: leche, lácteos de cabras y ovejas. *Teoría e Evidencia Económica*, Passo Fundo, V.14., n° 28.

Ocvirk, G. (2018). *Strategic Management of Market Niches, Schriften zur Unternehmensentwicklung*, Springer

Palacios, R. (2020). *Necesidades formativas de la juventud rural*. MAPA.

Pena Castro, M. (2012). Estudio sobre turismo rural sostenible y su aplicación docente. España: Universidad de Almería.

Pérez Díaz, J., Abellán García, A., Aceituno Nieto, P., & Ramiro Fariñas, D. (2020). Un perfil de las personas mayores en España, 2020. Indicadores estadísticos básicos. Madrid, Informes Envejecimiento en red n° 25, 39.

Pérez Díaz, V. *El Problema del empleo juvenil*. Fundación Rafael del Pino, 2 de marzo de 2015.

Porter, M. (1980). Estrategia Competitiva: técnicas para analizar industrias y competidores. CECSA, 262-263.

Porter, M. y Ketels, C. (2009). “Clusters y Distritos Industriales”. En AAVV: *The Handbook of Industrial Districts*. Cheltenham. Edward Elgar Publ.

Rammer, C., Czarnitzki, D., Spielkamp, A. (2009). Innovation success of non-RyD-performers: substituting technology by management in SMEs. *Small Business Economics*, 33(1), 35-58.

Riera, C., y Lijima, J. (2017, November). How Do Japanese SMEs Generate Digital Business Value from SMACIT Technologies with Knowledge Creation? In *International Joint Conference on Knowledge Discovery, Knowledge Engineering, and Knowledge Management*. Springer.

Rodríguez-Pose, A y Palavicini-Corona, E. (2013). ¿Funciona realmente el desarrollo económico local? Evaluación del en los municipios mexicanos. *Geoforum*. Elsevier.

Rubio Gil, A. and Mazón Martínez, T. (2009). El capital social como factor coadyuvante de los procesos de desarrollo turístico y socioeconómico de los destinos de interior, *Papers*, 45, 41–56

Rubio Gil, a., González, S. and Peligros, C. (2021). Nuevo marketing para el turismo kosher y halal en España. *Innovative Analyses for Classical Cultural Manifestations*. Pirámide.

Rubio Gil, A. (2012). Juventud, emprendimiento y desarrollo: Nuevos nichos de mercado y yacimientos de empleo. *Estudios de Juventud* (99).

Rubio Gil, A. y Pascual, N.R (2017). Juventud y empleo rural en España: factor de desarrollo a través del turismo sostenible. *Revista de Estudios de Juventud*. (118).

Rubio Gil, A. y Pascual, N.R (2018). Nichos de negocio y empleabilidad juvenil como factores de desarrollo rural sostenible en la ‘España deshabitada’. *Juventud Rural y Desarrollo*. *Revista de Estudios de Juventud*. (112).

Rubio Gil, A. y Sanagustín Fons, V. (2019). Generation Z in Spain. En Christian Scholz y Anne Renning: *Generations Z in Europe*. Emerald.

Rubio Gil, A. y Vázquez Vicente, G. (2020). Turismo Rural Regenerativo: El caso de las regiones de las serranías celtibéricas. *Patrimonio Cultural, Sostenibilidad y Desarrollo Humano*. Tirant.

Sayadi, S. y Calatrava, J. (2001). “Agroturismo y desarrollo rural: situación actual, potencial y estrategias en zonas de montaña del Sureste español”. *Cuadernos de Turismo*. N° 7, 131-157

Simon, H. (2017). Why Germany still has so many middle-class manufacturing jobs, *Harvard Business Review*, National Competitiveness.

Vázquez Barquero, A. (1993). Política económica local. Madrid, Pirámide.

Venohr, B. y Meyer, Klaus E., (2007). El milagro alemán sigue funcionando: cómo los campeones ocultos de Alemania se mantienen a la cabeza en la economía mundial, SSRN, Elsevier.

VV.AA. (2019). *Global Entrepreneurship Monitor*. Informe GEM España 2018.

Waldinger, R, Mcevoy, D.Y Aldrich, H. (1990). “Spatial dimensions of opportunity structures”, R. Waldinger et al (eds.), *Ethnic Entrepreneurs. Immigrant Business in Industrial societies*. Sage.

## Capítulo 4



# Oportunidades de emprendimiento y empleo para la juventud en el ámbito rural.

Diagnóstico a partir del Análisis Big Data de la prensa española durante el periodo 2016-2022

### Investigador:

Prof. Francisco Javier Forcadell<sup>8</sup>

Catedrático Organización de Empresas. Universidad Rey Juan Carlos. Departamento de Economía de la Empresa (ADO), Economía Aplicada II y Fundamentos del Análisis Económico

Senior Researcher. London School of Economics

### Resumen

**El objeto de este trabajo ha sido la aproximación a las oportunidades de empleo y emprendimiento para la juventud en el ámbito rural español desde la perspectiva de la prensa española. Para ello, se analizan las publicaciones en prensa durante el periodo 2016-2022 utilizando técnicas de Big data. Este estudio ofrece, en primer lugar, una perspectiva general sobre la naturaleza y evolución de la importancia de las diferentes actividades relacionadas con el empleo, el emprendimiento y la empresa en España durante el periodo 2016-2021, con especial énfasis en las comunidades autónomas donde el ámbito rural tiene más importancia. Esta primera aproximación se combina posteriormente con una explotación de datos del contenido de las noticias en España en el año 2022, y que ofrece información valiosa sobre las actividades económicas que en el momento actual ofrecen más oportunidades para las/os jóvenes en el ámbito rural.**

### 1. Introducción

El análisis de un elevado volumen de prensa permite obtener información sobre la evolución de la importancia de un fenómeno a lo largo de un periodo de tiempo, así como el foco social. El objetivo de este trabajo es realizar una aproximación a las oportunidades de empleo y emprendimiento para la juventud en el ámbito rural español. Para ello, se han analizado las publicaciones en prensa durante el periodo 2016-2022 utilizando técnicas de Big data. La ventaja que ofrecen los medios de comunicación sobre las estadísticas publicadas en las bases de datos es que reflejan aspectos más cualitativos sobre el aspecto que quieren analizarse (en este caso, el empleo y el emprendimiento juvenil en el ámbito rural español), además de capturar mejor las posibles tendencias. En nuestro caso, se ha encontrado que las noticias captan aspectos de la realidad que se refieren al pasado, pero también recogen importantes aspectos relativos al futuro o sobre intenciones de acción futura. Se considera que la metodología del Big data para realizar una aproximación al fenómeno del

empleo juvenil en el ámbito rural resulta novedosa y además complementa otras metodologías empíricas, ya sea utilizando fuentes secundarias (por ejemplo, bases de datos), como primarias (entrevistas a expertos u observación). Así, pueden triangularse los resultados y ofrecer conclusiones sólidas respecto al fenómeno objeto de estudio.

Este trabajo se divide en dos partes diferenciadas que utilizan técnicas empíricas diferentes, de manera que permitan realizar una aproximación progresiva al fenómeno objeto de estudio.

En primer lugar, se pretende ofrecer una primera visión de la importancia y de la evolución de los términos emprendimiento, empleo y empresa en el ámbito rural para la juventud durante el periodo 2016-2021. Por tanto, este estudio ofrece en primer lugar una perspectiva más general sobre la naturaleza y evolución de la importancia de las diferentes actividades relacionadas con el empleo, el emprendimiento y la empresa en España durante el periodo 2016-2021, con especial énfasis en las comunidades autónomas donde el ámbito rural tiene más importancia.

La segunda parte del estudio analiza, utilizando técnicas de Big data, el contenido de un grupo de noticias relativas al primer semestre de 2022. Del análisis del contenido de tales noticias, se extraen las actividades económicas más importantes que se asocian a las/os jóvenes en el ámbito rural en la actualidad. De esta forma, será posible determinar las profesiones, tipos de empresas y sectores más importantes a la hora de conformar el tejido productivo de futuro. Este análisis ofrece información valiosa sobre las actividades económicas que en el momento actual ofrecen más oportunidades para la juventud en el ámbito rural.

### 2. Metodología

Para realizar el análisis empírico, se ha realizado una búsqueda sistemática en prensa española a partir de un conjunto de diferentes palabras clave durante el periodo 2016-2022. Combinando los diferentes grupos de palabras clave, se realizan búsquedas sistemáticas en Google News utilizando una aplicación específica (en particular *Value Serp*) para este tipo de búsquedas, además de desarrollando programación en *Phyton*, para los diferentes años analizados.

<sup>8</sup> El autor desea agradecer la colaboración de Wen Lou en el tratamiento de datos, imprescindible para la elaboración de este trabajo.

Tabla 1.  
Resumen de las categorías de palabras clave empleadas

PALABRA CLAVE TRANSVERSAL	PALABRAS CLAVE PARA APROXIMAR EL MEDIO RURAL	PALABRAS CLAVE PARA APROXIMAR ACTIVIDADES ECONÓMICAS	PALABRAS CLAVE RELACIONADAS CON LA OCUPACIÓN	PALABRAS CLAVE RELACIONADAS CON LAS ÁREAS GEOGRÁFICAS
Jóvenes	Despoblación Rural	Agricultura Ganadería Pesca Silvicultura Servicios Industria	Emprendimiento Empresa Empleo Oportunidad de negocio	Lugo Ourense Guadalajara Cuenca Albacete Ciudad Real Córdoba Jaén Teruel Zaragoza Huesca Ávila Soria Burgos León Palencia Salamanca Segovia Valladolid Zamora Cáceres Badajoz
				Andalucía Aragón Castilla-La Mancha Castilla y León Galicia Extremadura La Rioja

Fuente: Elaboración propia.

Para cada una de las dos partes del trabajo empírico se ha utilizado una metodología diferenciada:

1. En la primera parte del análisis, que se denominará “Análisis de la evolución de las oportunidades de ocupación para los/as jóvenes en el entorno rural en España”, se realiza un recuento de noticias que cumplen el conjunto de palabras clave que se ha definido. A partir de ese recuento, se determina la importancia de cada uno de los aspectos que se consideran de interés. El análisis se realiza para

el periodo 2016-2021, de manera que sea posible diagnosticar la evolución del fenómeno objeto de estudio durante un periodo de tiempo lo suficientemente largo.

En la Tabla 1 aparece el conjunto de las palabras clave utilizado en las búsquedas. En todas las búsquedas se utiliza un conjunto de palabras clave relacionadas con la juventud, que se han denominado transversales, ya que se combinan con el resto de los conjuntos de palabras clave para configurar las diferentes

búsquedas de noticias. En segundo lugar, se utiliza un conjunto de palabras para aproximar el medio rural, las cuales serán esenciales para dos aspectos: 1) realizar una aproximación al fenómeno de análisis, 2) analizar el contenido de las noticias en la segunda fase de la investigación para diagnosticar las áreas de actividad en las que en la actualidad existen las oportunidades de empleo más importantes, tanto generado por empresas ya existentes como relacionadas con el emprendimiento. En tercer lugar, incluimos un conjunto de palabras que tratan de aproximar las diferentes categorías de actividad económica, en cuanto a sector primario (agricultura, ganadería, pesca, silvicultura), industrial y de servicios. Es preciso notar que para los sectores servicios e industrial se ha introducido también en las búsquedas términos relacionados con “rural”, los cuales no se han introducido en las búsquedas relacionadas con el sector primario, dado que estas últimas son inherentes al ámbito rural, mientras que las primeras no.

En cuarto lugar, para las palabras clave relacionadas con la ocupación, se ha considerado que, para identificar las áreas relacionadas con el empleo, había que buscar en el lado de la oferta de empleo por parte de empresas existentes (“empresa”, o “empleo”), así como en el autoempleo (“oportunidad de negocio”, “emprendimiento”). Considerar estas 4 áreas por separado resultará útil para dos cuestiones: 1) el análisis de la naturaleza y evolución del fenómeno a lo largo del periodo temporal considerado, tanto por áreas geográficas como por áreas de actividad, 2) análisis de las oportunidades y nichos de empleo para el futuro, mostrando las diferentes áreas de empleo generado por empresas existentes como las posibilidades de autoempleo o emprendimiento. En quinto lugar, se considera de interés analizar las áreas geográficas en las que el entorno rural es más importante, que fundamentalmente se relacionan con la “España vaciada”. Así, se analizan las provincias y comunidades autónomas que se encuentran dentro de esta definición, según Bandrés y Azón (2021). Así, cuando se realiza el análisis de las comunidades autónomas que se consideran afectadas por este fenómeno, se incluyen los resultados de las búsquedas, tanto de las provincias individuales que se consideran “España vaciada” dentro de esa comunidad autónoma como de la propia comunidad autónoma.

2. En la segunda parte del análisis denominada: “Diagnóstico de las oportunidades de emprendimiento y empleo en la actualidad para los/as jóvenes en el entorno rural en España”, en primer lugar, se ha realizado un recuento de todas las palabras que aparecen en el conjunto de noticias que

previamente se ha buscado a partir de un conjunto de palabras clave. Como el límite de noticias que permite descargar Google News en cada búsqueda son unas 300, se limitará el análisis de noticias por búsqueda a las que permite el sistema. Han realizado cuatro búsquedas, una para cada uno de los conceptos que se consideran de interés (Emprendimiento, Empresa, Empleo y Oportunidad de negocio). Así, cada una de ellas cuenta con unas 300 noticias en España. No obstante, al analizar el conteo de palabras resultante para el conjunto de noticias realizadas a partir de las búsquedas “Emprendimiento” y “Oportunidad de negocio” se comprueba que los resultados eran similares, por lo que decidimos unificar el conteo de palabras para ambas, y en este caso se cuenta con unas 600 noticias.

Una vez realizada la búsqueda de artículos, se procede a contar todas las palabras que aparecen en cada uno de los conjuntos de artículos. El conjunto de palabras se clasifica en función de las diferentes áreas de interés, relacionadas con cada una de las posibles áreas de oportunidad de ocupación juvenil en el área rural de España. Una mayor frecuencia de un conjunto de palabras relacionadas en torno a un mismo tema denota una mayor importancia de ese tema.

### 3. Análisis de la evolución de las oportunidades de ocupación para los/las jóvenes en el entorno rural en España

El análisis empírico realizado se divide en dos partes diferenciadas y que utilizan técnicas de Big Data diferentes. La primera parte realiza un análisis a partir del recuento de artículos de prensa para el periodo 2016-2021 a partir de diferentes conjuntos de palabras clave. Con ello, se pretende caracterizar la importancia de diferentes fenómenos relacionados con el emprendimiento y el empleo juvenil en el ámbito rural en España. Esto ofrece una visión de conjunto que permite enmarcar el segundo análisis. La segunda parte realiza un análisis de contenido de una muestra de artículos de prensa publicados en el primer semestre de 2022 (aproximadamente 1200), con el fin de ofrecer una visión de las oportunidades de empleo y oportunidades de emprendimiento para juvenil en el ámbito rural de España. Ambos análisis permiten un análisis alternativo y original de la realidad que es complementario al que pueden ofrecer el análisis de estadísticas y bases de datos oficiales y la opinión de expertos.

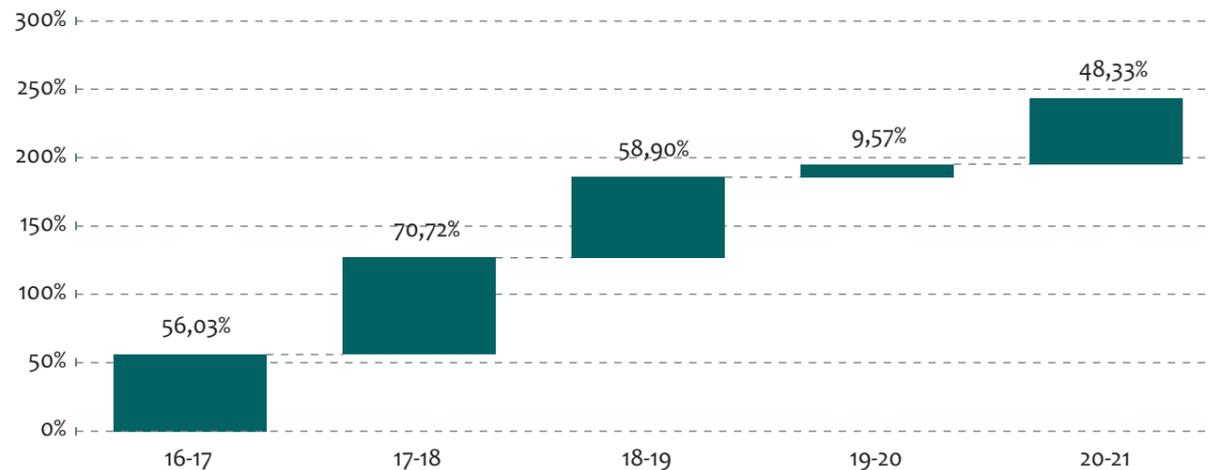
### 3.1. Jóvenes y empleo, empresa, emprendimiento y oportunidades de negocio: Despoblación y ámbito rural

En este apartado, se va a presentar una panorámica sobre las fuentes de generación de oportunidades de ocupación para las/os jóvenes en el ámbito rural. Las fuentes de oportunidades provienen de empresas establecidas, de nuevas empresas o *startups*, de la generación de oportunidades de negocio, o también se puede vincular con el término empleo. En primer lugar, se analiza cómo ha evolucionado el fenómeno de la juventud vinculado a la despoblación y al ámbito rural durante el periodo analizado. Una vez justificada la importancia del fenómeno, se vincula con las cuatro

dimensiones de interés. Tras ello, se centra la atención en los diferentes sectores de actividad, de manera que se pueda conocer cómo contribuye cada uno de ellos a la generación de oportunidades. En tercer lugar, se realiza un análisis comparativo de las comunidades autónomas que se encuentran dentro de la España vaciada en cuanto a las variables de interés de nuestro estudio.

Como primera aproximación al fenómeno estudiado, se analiza la relación entre juventud y despoblación, y en segundo lugar la relación entre juventud y mundo rural. De esta forma, es posible valorar evolución de la importancia que ocupa la juventud en ambos entornos. Por supuesto, en este momento no se considera ningún aspecto relacionado con las oportunidades laborales ni de emprendimiento, los cuales serán analizados en la segunda parte del trabajo.

Figura 1. Evolución del fenómeno jóvenes y despoblación durante el periodo 2016-2021 (en variación porcentual acumulada)

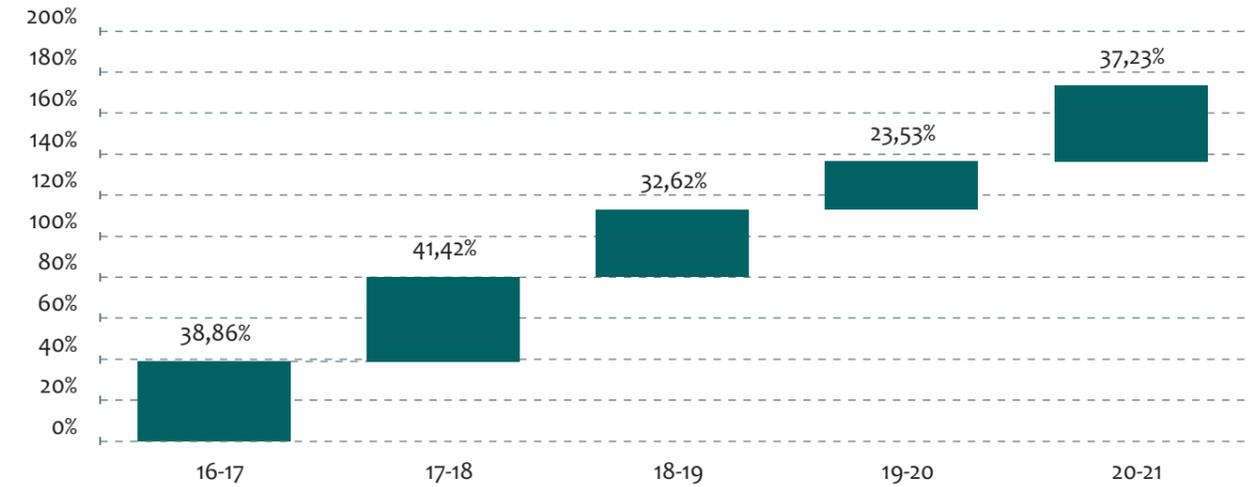


Fuente: Elaboración propia.

La Figura 1 recoge la evolución temporal de la importancia que se le concede al fenómeno juventud y despoblación en España durante el periodo 2016-2021, que presenta una variación acumulada del 250%. Como se puede observar, y es algo común al fenómeno analizado desde diferentes perspectivas, este un importante incremento del número de noticias que abordan la problemática de la juventud en el ámbito rural, excepto, y de manera interesante, en el año 2020, año del encierro por Covid, donde esa cuestión, apenas se incrementó en comparación con el resto de

los años. La Figura 2 representa cómo ha evolucionado el fenómeno que vincula juventud con el mundo rural para el mismo periodo. Se observa un incremento importante y sostenido del fenómeno durante el periodo, hasta casi duplicar su importancia. La idea que podemos extraer de estos datos preliminares en la importancia incremental del fenómeno objeto de estudio, lo que justifica nuestra atención y la relevancia de las conclusiones que podemos extraer del análisis ulterior que realizaremos.

Figura 2. Evolución del fenómeno jóvenes y mundo rural durante el periodo 2016-2021 (en variación porcentual acumulada)

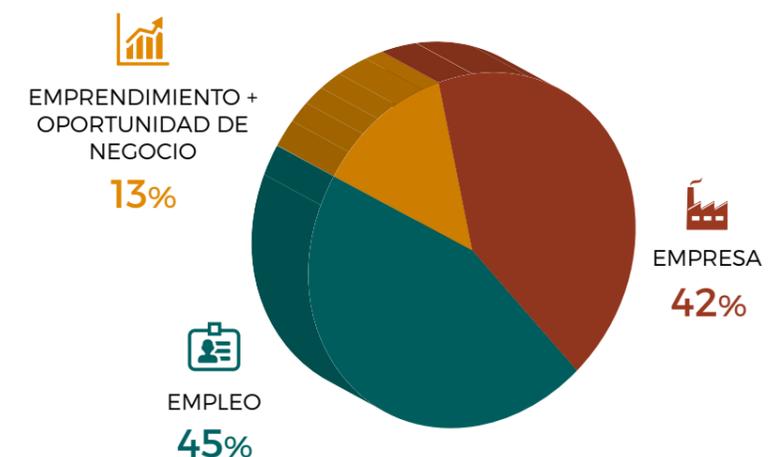


Fuente: Elaboración propia.

En la Figura 3, se muestra la importancia relativa que la prensa dedica a empleo, empresa y emprendimiento y oportunidades de negocio relacionadas con la juventud y el fenómeno de la despoblación. Tal y como ocurre en términos generales, el emprendimiento ocupa un lugar secundario frente a empresa y empleo, que es el concepto más importante en este ámbito. En la Figura 4 se observa que, a pesar de que el emprendimiento

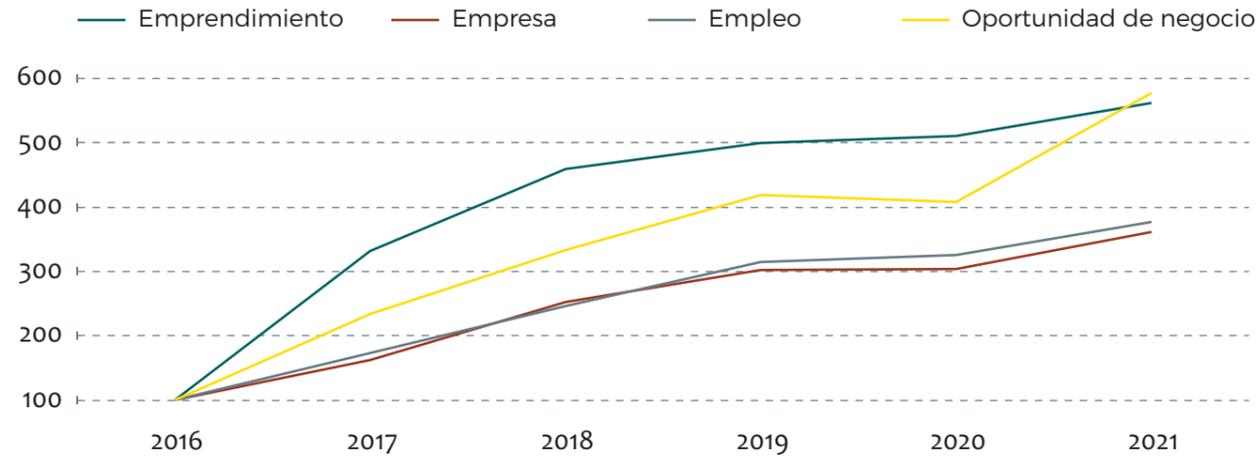
y las oportunidades de negocio ocupan una pequeña parte en el ámbito de la despoblación, su importancia se ve incrementada en un porcentaje un 50% superior a empresa y empleo. Esto denota que la consideración de emprender en las zonas despobladas se está convirtiendo en una opción cada vez más atractiva entre las/os jóvenes españoles.

Figura 3. Jóvenes y despoblación: Importancia relativa del emprendimiento, empresa, empleo y oportunidades de negocio durante el periodo 2016-2021



Fuente: Elaboración propia.

Figura 4.  
Jóvenes y despoblación: Evolución del emprendimiento, empresa, empleo y oportunidades de negocio para el periodo 2016-2021 (en %)

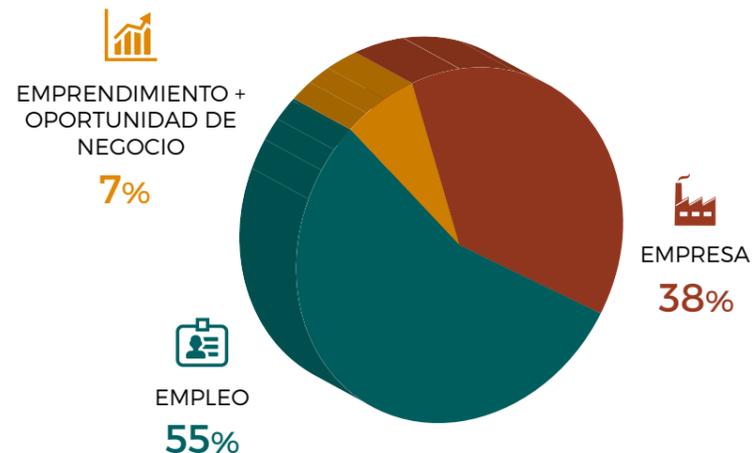


Fuente: Elaboración propia.

En la Figura 5 se observa cómo, a diferencia de lo que se ha comentado para el caso de la despoblación, en el caso del ámbito rural, el foco se encuentra en el empleo (55%) frente a empresa (38%) y emprendimiento y oportunidades de negocio (7%). No obstante, resulta reseñable cómo el incremento en temas relacionados con oportunidades de negocio duplica el incremento de empleo, empresa y emprendimiento (Figura 6). Por tanto, como conclusión a este análisis preliminar,

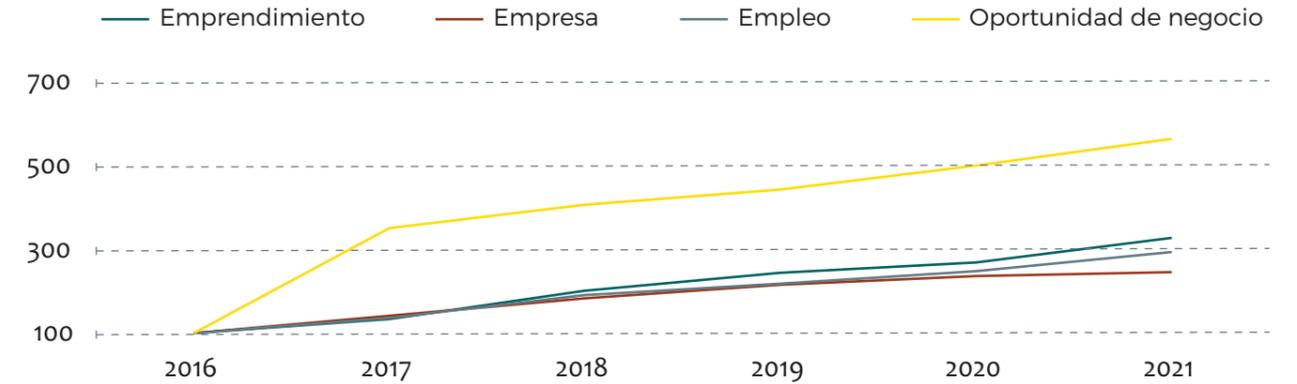
podemos afirmar la menor importancia de los temas relacionados con el emprendimiento y las oportunidades de negocio, pero su importancia se está incrementando de manera mucho más importante, por lo que podemos esperar que en el futuro el autoempleo y las nuevas empresas generadas por la juventud en el ámbito rural y vaciado de España se incrementen en el futuro, siendo un yacimiento de empleo significativo.

Figura 5.  
Jóvenes en el entorno rural: Importancia relativa del emprendimiento, empresa, empleo y oportunidades de negocio durante el periodo 2016-2021



Fuente: Elaboración propia.

Figura 6.  
Jóvenes en el entorno rural: Evolución del emprendimiento, empresa, empleo y oportunidades de negocio para el periodo 2016-2021 (en %)



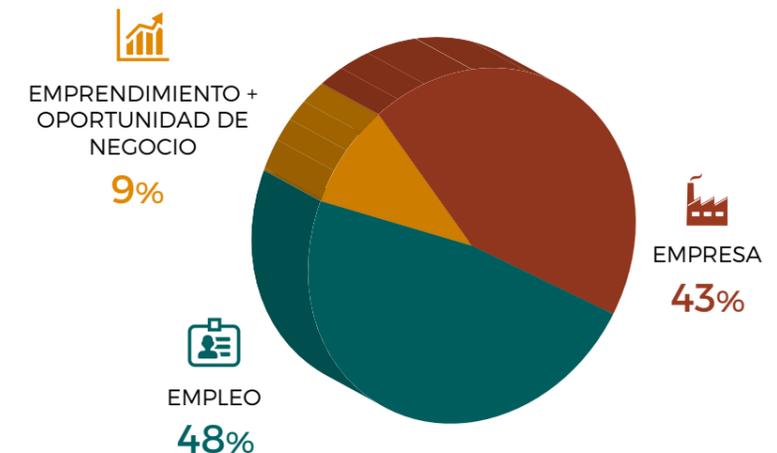
Fuente: Elaboración propia.

### 3.2. Jóvenes y empleo, empresa, emprendimiento y oportunidades de negocio: Análisis por sector de actividad

En este subapartado se realiza un análisis de los diferentes sectores de actividad y su evolución durante el periodo 2016-2021: sector primario, sector industrial y servicios. En este caso, en las búsquedas se ha obviado el término “rural”, ya que se entiende que el sector primario se encuentra en el ámbito rural primordialmente. En primer lugar, en la Figura 7 se

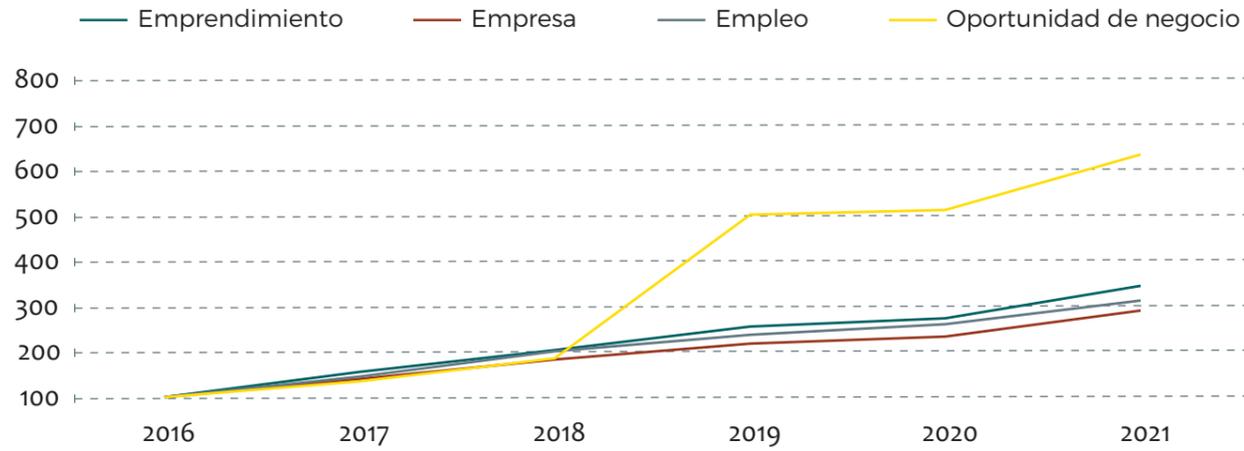
analiza la importancia relativa del empleo, la empresa y el emprendimiento para el sector primario. Se observa que, como ocurre en el conjunto del análisis, empleo y empresa se encuentran muy por encima de cuestiones de emprendimiento. Así, la atención de los medios de comunicación se centra en las oportunidades de empleo y las empresas establecidas, más que el emprendimiento. No obstante, en la Figura 8 se produce un incremento importantísimo desde el año 2018 de las cuestiones relacionadas con las oportunidades de negocio que, a pesar de ser marginales, van progresivamente ganando atención.

Figura 7.  
Jóvenes y sector primario: Importancia relativa del emprendimiento, empresa, empleo y oportunidades de negocio durante el periodo 2016-2021



Fuente: Elaboración propia.

Figura 8.  
Jóvenes y sector primario: Evolución del emprendimiento, empresa, empleo y oportunidades de negocio durante el periodo 2016-2021 (en %)

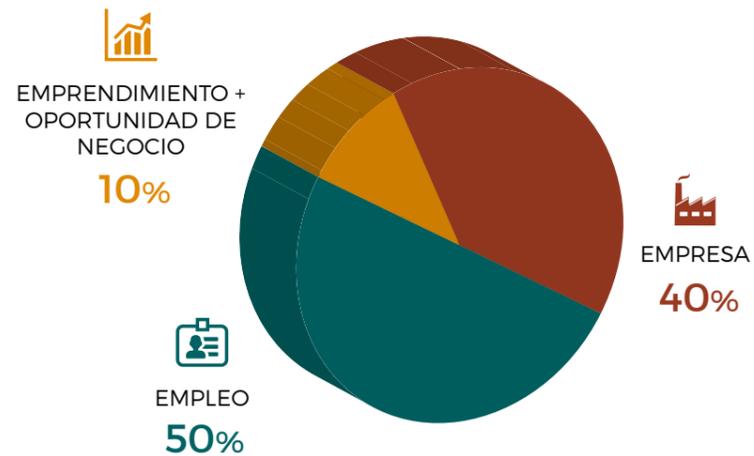


Fuente: Elaboración propia.

En el sector industrial (Figura 9), que hay que notar que se ha cruzado la palabra clave “rural” al igual que en el sector de servicios, el interés primario, en cuanto a jóvenes se refiere, se centra en las cuestiones relacionadas con el empleo (50%). No obstante, este sector ofrece más oportunidades para la juventud en

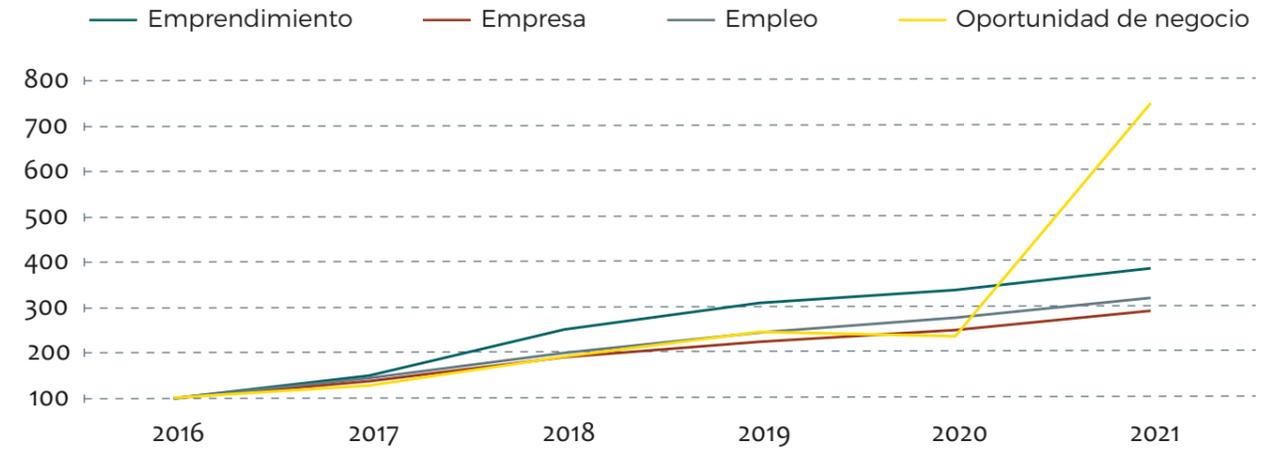
cuanto a emprendimiento que el sector primario. El incremento de las oportunidades de negocio en 2021 resulta exponencial, por lo que se espera que en el futuro vayan tomando protagonismo progresivamente (Figura 10).

Figura 9.  
Jóvenes y sector industrial en el ámbito rural: Importancia relativa del emprendimiento, empresa, empleo y oportunidades de negocio durante el periodo 2016-2021



Fuente: Elaboración propia.

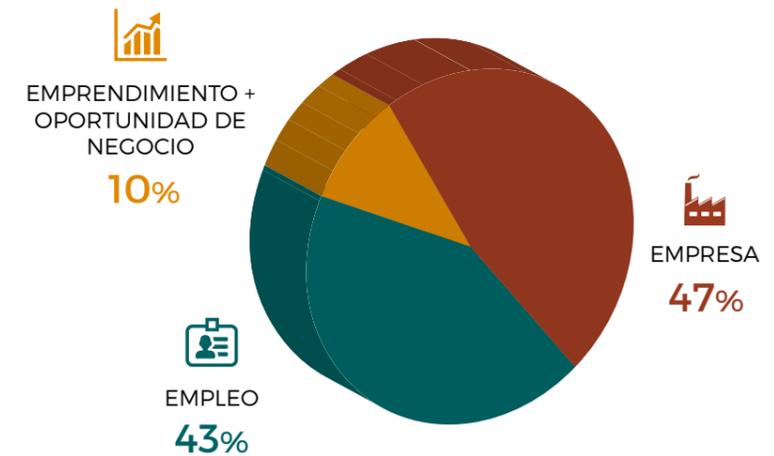
Figura 10.  
Jóvenes y sector industrial en el ámbito rural: Evolución del emprendimiento, empresa, empleo y oportunidades de negocio durante el periodo 2016-2021 (en %)



Fuente: Elaboración propia.

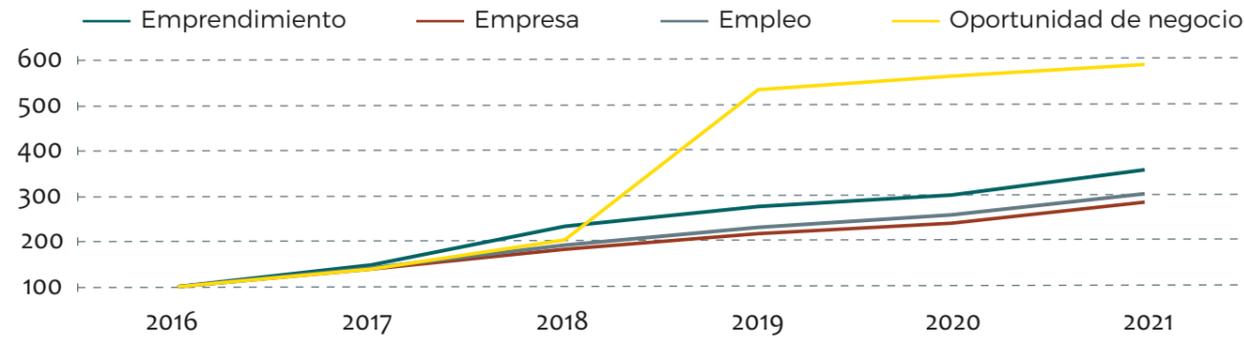
En el sector servicios (Figura 11), la situación es similar, aunque con preponderancia de la empresa sobre el empleo. Sin embargo, emprendimiento y oportunidades de negocio recibe una atención similar al sector industrial. Las oportunidades de negocio reciben una atención que despega desde 2018 (Figura 12).

Figura 11.  
Jóvenes y sector servicios en el ámbito rural: Importancia relativa del emprendimiento, empresa, empleo y oportunidades de negocio durante el periodo 2016-2021



Fuente: Elaboración propia.

Figura 12.  
Jóvenes y sector servicios en el ámbito rural: Evolución del emprendimiento, empresa, empleo y oportunidades de negocio durante el periodo 2016-2021 (en %)

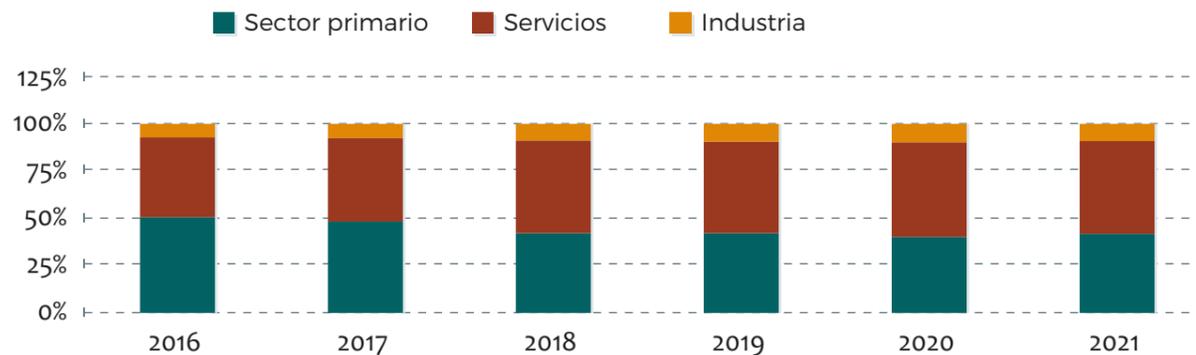


Fuente: Elaboración propia.

A continuación, se va a analizar cómo se distribuye la importancia de emprendimiento, oportunidades de negocio, empresa y empleo, entre las diferentes áreas de actividad. En cuanto al emprendimiento y oportunidades de negocio en el ámbito rural que implica a jóvenes (Figura 13), en 2016 el sector primario era el que mayor parte de oportunidades generaba (50,39%), seguido por el de servicios (42,42%) e industria (7,18%). Sin embargo,

las proporciones han ido cambiando progresivamente, de manera que, en 2021, el que mayores oportunidades generaba era el sector servicios (48,52%), seguido por el primario (42,09%) y la industria (9,40%). Así, el emprendimiento que implica a las/os jóvenes se está dirigiendo hacia los servicios y la industria en detrimento del sector primario.

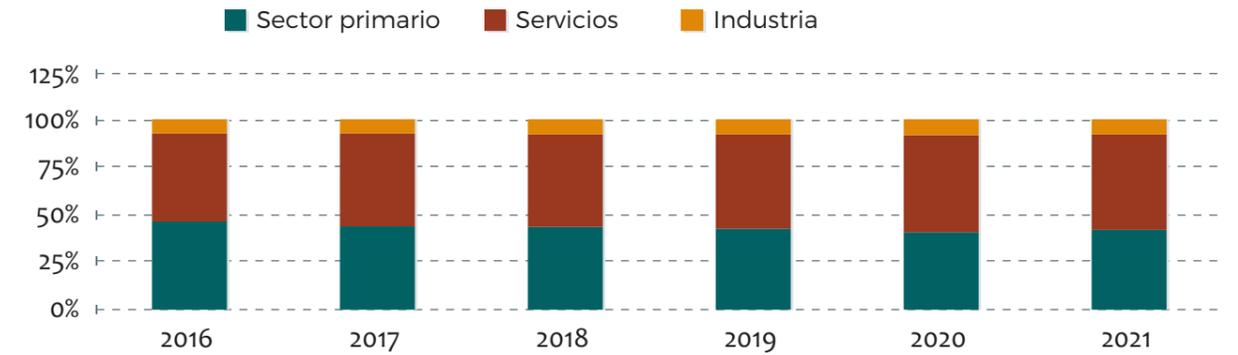
Figura 13.  
Jóvenes y emprendimiento y oportunidades de negocio: Evolución por áreas de actividad durante el periodo 2016-2021



Fuente: Elaboración propia.

Si se analiza la intersección entre jóvenes y empresa en el ámbito rural (Figura 14), el patrón es similar al anterior. Así, en 2016, el peso de servicios y sector primario es similar, en torno al 46%, seguido del industrial (7,23%). Sin embargo, en 2021, el sector servicios asciende al 50,36%, mientras que el sector primario ha visto reducido su peso hasta el (41,81%). Un cambio en un 5% en importancia en 5 años resulta un cambio sustancial en ambos casos.

Figura 14.  
Jóvenes y empresa: Evolución por áreas de actividad durante el periodo 2016-2021



Fuente: Elaboración propia.

En cuanto al empleo (Figura 15), la evolución resulta algo diferente a los casos anteriores. Si en 2016, el sector primario asume el 49,80% del empleo, el sector servicios el 41,65% y el industrial el 8,55%, en 2021 el sector que claramente incrementa su peso es el industrial (12,24%).

Figura 15.  
Jóvenes y empleo: Evolución por áreas de actividad durante el periodo 2016-2021



Fuente: Elaboración propia.

El análisis realizado en este subapartado ofrece algunas conclusiones que merecen ser destacadas. En los tres ámbitos de actividad analizados (primario, industrial y servicios), la referencia al empleo y a las empresas establecidas se encuentran muy por encima de las referencias al emprendimiento y a la generación y aprovechamiento de las oportunidades de negocio. No obstante, la tendencia indica que, especialmente

las oportunidades de negocio están incrementando su importancia de manera radical durante los últimos años. Por tanto, el autoempleo y el emprendimiento en el ámbito rural, se considera que va a convertirse en una tendencia imparable y con un protagonismo creciente. En cuanto a la distribución de las oportunidades para la generación de empleo, actividad

empresarial y oportunidades de negocio por sectores, el primer aspecto a destacar es la que los sectores de actividad más importantes son el primario y el de servicios, en detrimento del industrial. La tendencia que se observa durante los últimos años es que el sector primario va perdiendo protagonismo en favor fundamentalmente de los servicios, fundamentalmente en lo que se refiere a actividad empresarial y emprendimiento, mientras que en cuanto al empleo lo hace en favor del sector industrial.

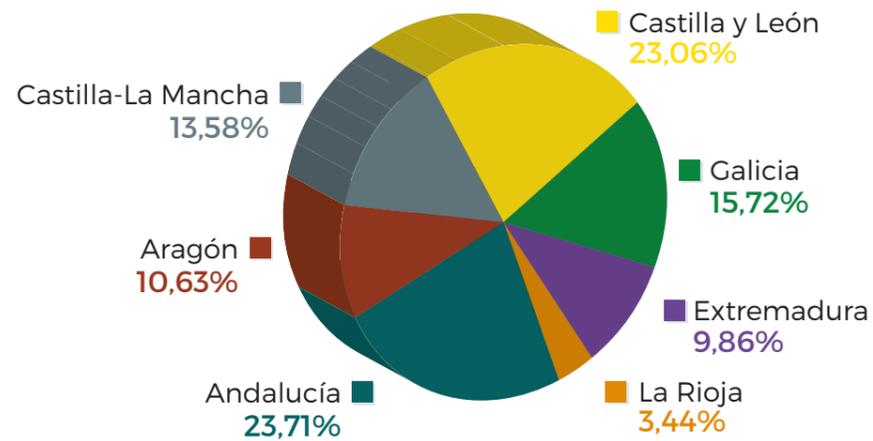
consideradas dentro de la España vaciada, o lo que es lo mismo, en las que el ámbito rural toma una especial preponderancia: Andalucía, Aragón, Castilla-La Mancha, Castilla y León, Galicia, Extremadura y La Rioja. En la Figura 16 se observa la distribución por comunidades autónomas en cuanto a las noticias que vinculan emprendimiento y jóvenes.

Al ser consideradas todas sus provincias como España vaciada, Castilla y León ocupa la principal parte de las noticias, mientras que Andalucía, con sólo dos provincias, presenta el segundo lugar. En la Figura 17, se observa la evolución durante el periodo 2016-2021 y destaca cómo en Castilla-La Mancha presenta una evolución muy superior al resto de las comunidades autónomas en cuanto a la importancia que se le concede al emprendimiento entre las/os jóvenes.

### 3.3. Análisis por comunidades autónomas

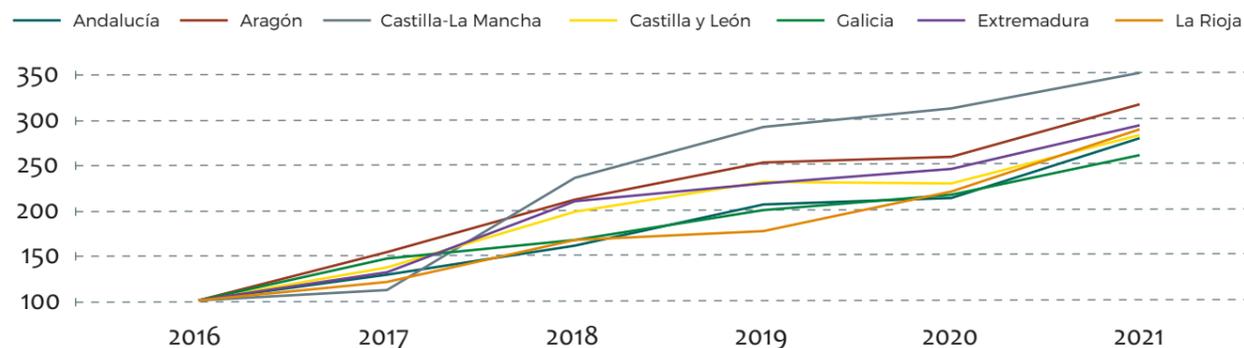
En este apartado, se analizarán las dimensiones de emprendimiento, oportunidades de negocio, empresa y empleo para las comunidades autónomas que son

Figura 16.  
Jóvenes y emprendimiento: Importancia relativa por comunidades autónomas durante el periodo 2016-2021



Fuente: Elaboración propia.

Figura 17.  
Jóvenes y emprendimiento: Evolución por comunidades autónomas durante el periodo 2016-2021 (en %)

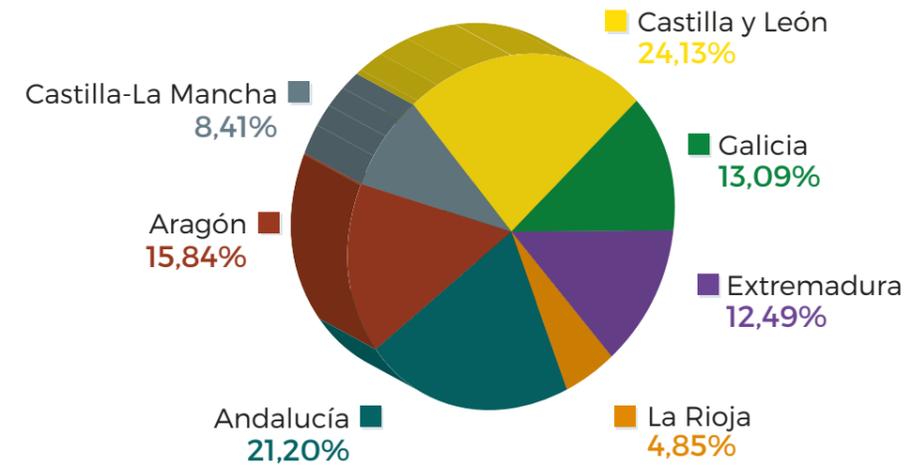


Fuente: Elaboración propia.

En cuanto a la presencia del término empresa asociada a la juventud en la España vaciada (Figura 18), la situación es similar a la anterior, destacando Castilla y León, seguida por Andalucía y Aragón. En cuanto a la

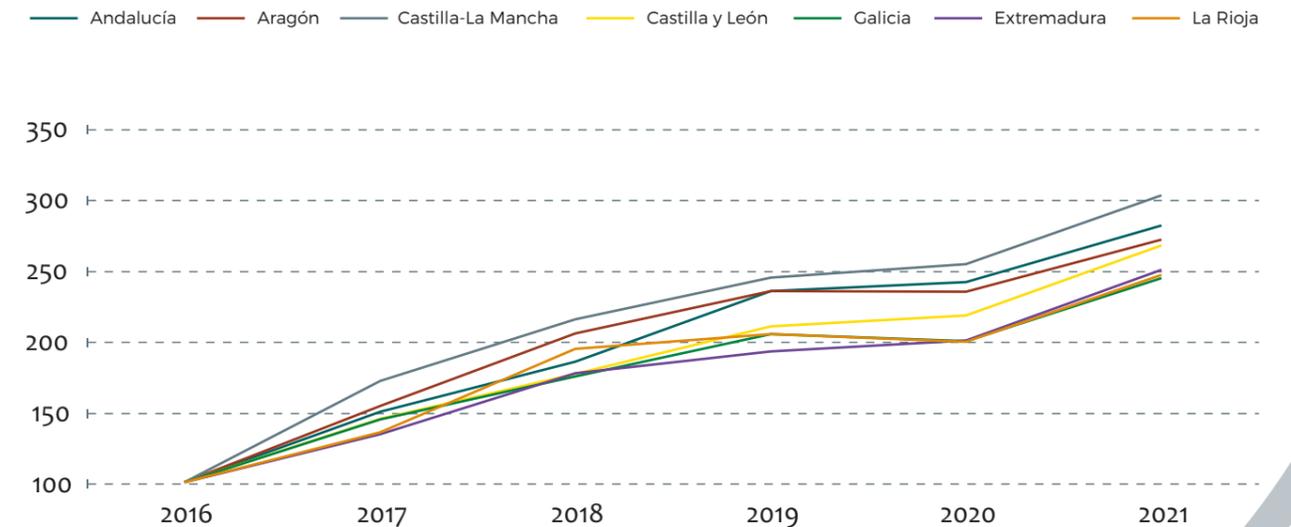
evolución (Figura 19), resulta similar entre las diferentes comunidades autónomas, con incrementos entre de 2,5 y 3 veces para el periodo que va desde 2016 hasta 2021.

Figura 18.  
Jóvenes y empresa: Importancia relativa por comunidades autónomas durante el periodo 2016-2021



Fuente: Elaboración propia.

Figura 19.  
Jóvenes y empresa: Evolución por comunidades autónomas durante el periodo 2016-2021 (en %)

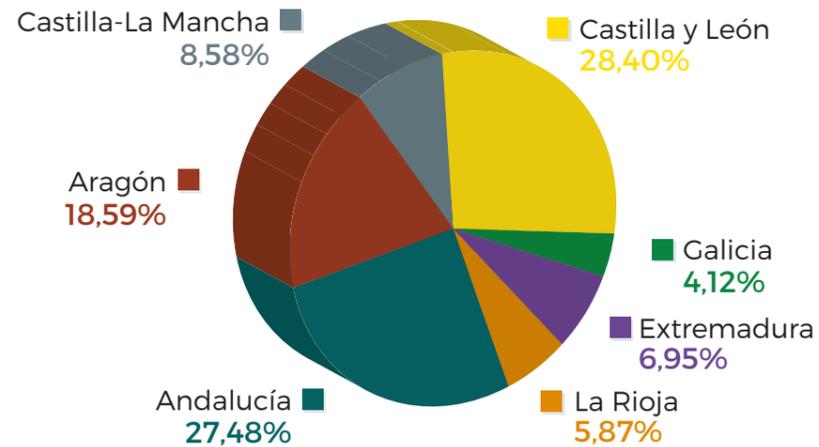


Fuente: Elaboración propia.

Si se analiza la palabra empleo (Figura 20), puede comprobarse que Galicia iguala en cuanto a frecuencia para el periodo 2016-2021 a Castilla y León, seguida por Aragón. La evolución a lo largo del periodo analizado es

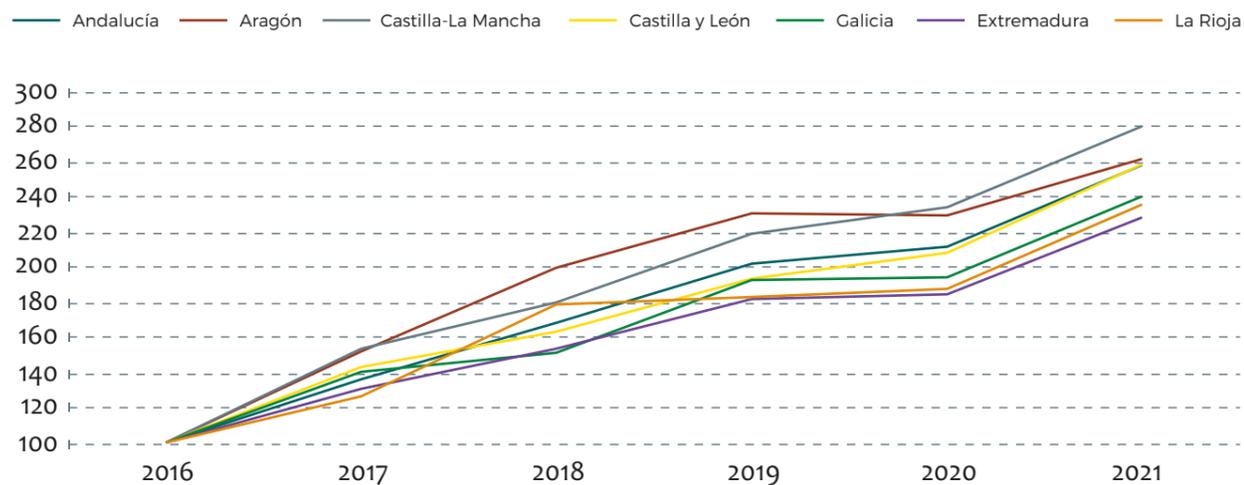
similar entre COMUNIDADES AUTÓNOMAS, destacando los incrementos ligeramente por encima del resto de Castilla-La Mancha (Figura 21).

Figura 20.  
Jóvenes y empleo: Importancia relativa por comunidades autónomas durante el periodo 2016-2021



Fuente: Elaboración propia.

Figura 21.  
Jóvenes y empleo: Evolución por comunidades autónomas durante el periodo 2016-2021 (en %)

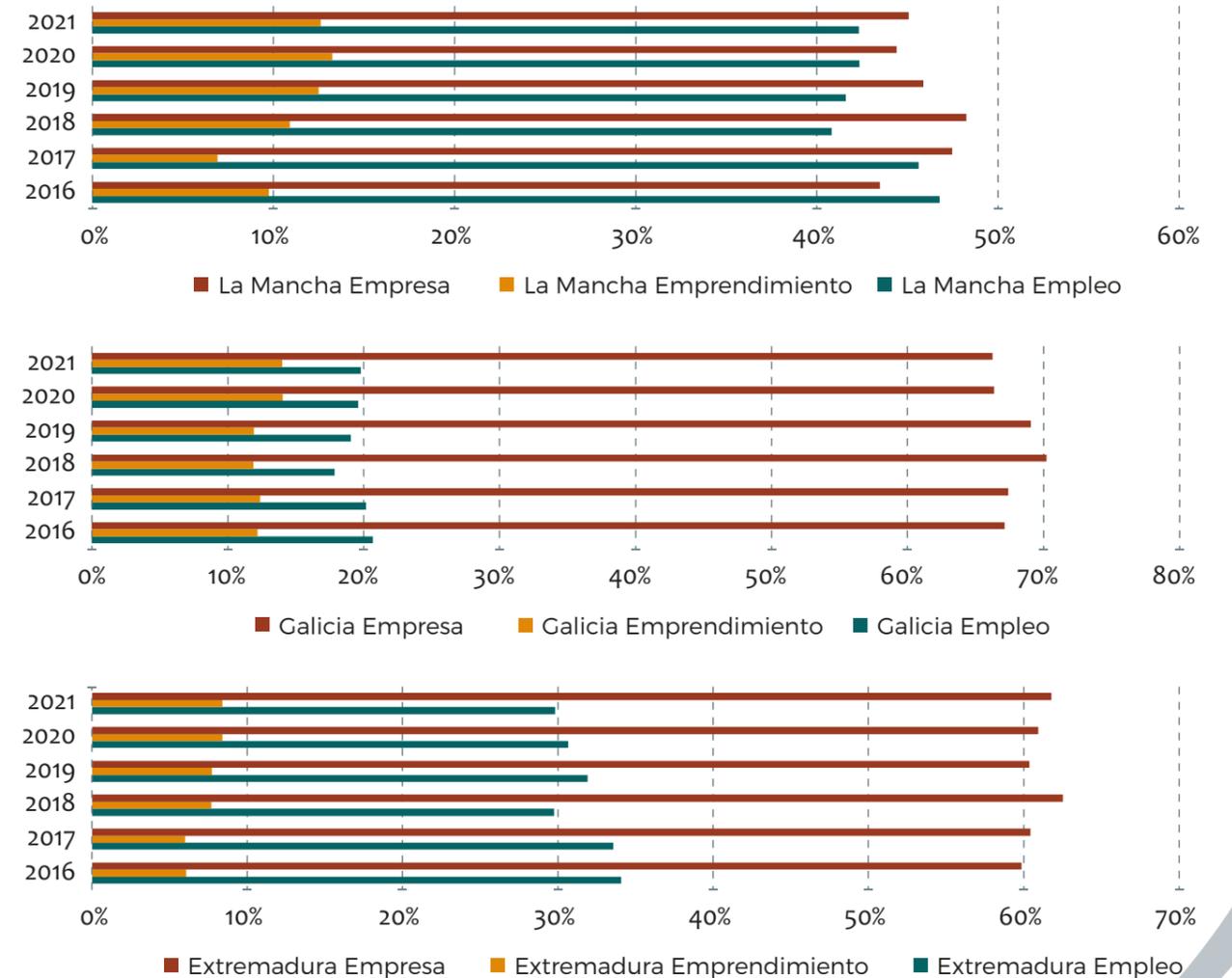


Fuente: Elaboración propia.

En cuanto a la evolución del empleo, emprendimiento y empresa a lo largo del periodo analizado, se pueden dividir las comunidades autónomas en las que el foco de la empresa prevalece frente al empleo (Figura 22): Castilla-La Mancha, Galicia y Extremadura. Por otra parte, aquellas comunidades en las que el empleo prevalece frente a la empresa (Figura 23): Andalucía, Aragón, Castilla y León, y La Rioja. Entre el primer grupo de comunidades autónomas destaca el caso de Galicia, donde la mayor parte de las referencias vinculan jóvenes a empresa, frente a una baja presencia de emprendimiento y empleo. Por tanto, las oportunidades

para jóvenes, según las apariciones en prensa, en esa comunidad autónoma se centran en vincularlos con empresas ya existentes, más que con la creación de nuevas empresas o con el empleo como problemática en sí misma. Algo similar ocurre en Extremadura, aunque con menores niveles de emprendimiento. Como rasgo común a las 3 comunidades autónomas, el emprendimiento muestra una clara tendencia al alza durante el periodo analizado, lo que muestra que la modalidad del autoempleo, aunque reducida respecto al empleo por cuenta ajena, se incrementa.

Figura 22.  
Evolución comparativa de empleo, emprendimiento y empresa durante el periodo 2016-2021 (en %). Comunidades autónomas donde prevalece empresa frente a empleo

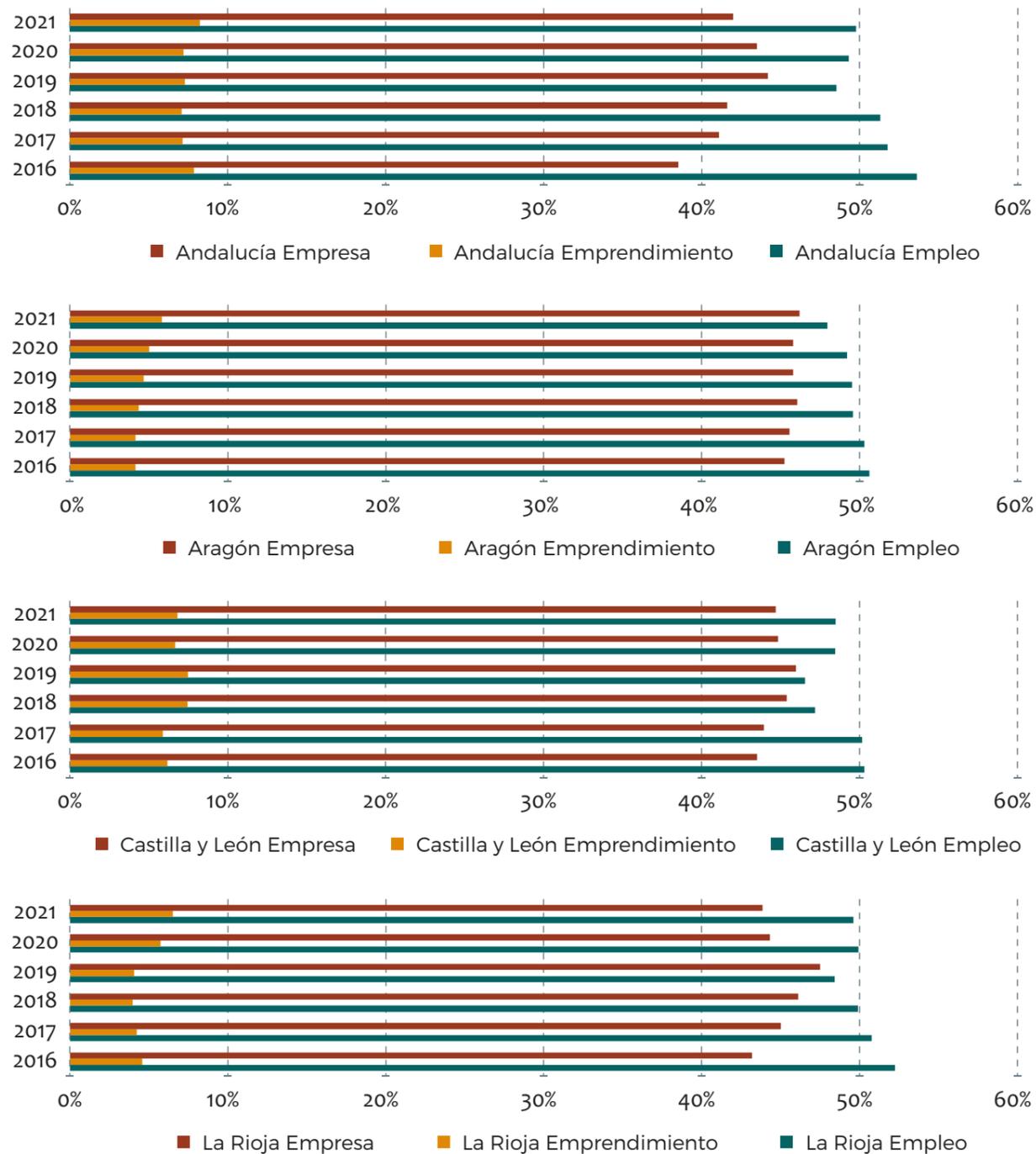


Fuente: Elaboración propia.

En cuanto a las comunidades autónomas en las que el empleo prevalece, cabe destacar que Aragón y La Rioja es en las comunidades autónomas en las que menos presencia tiene el emprendimiento, mientras que, en Andalucía, el foco se centra en el empleo por encima de

las otras comunidades. La tendencia en general es a un ligero menor foco en el empleo y un progresivo mayor protagonismo del emprendimiento entre las/os jóvenes de estas comunidades autónomas.

Figura 23. Evolución comparativa de empleo, emprendimiento y empresa durante el periodo 2016-2021 (en %). Comunidades autónomas donde prevalece empleo frente a empresa



Fuente: Elaboración propia.



#### 4. Diagnóstico de las oportunidades de emprendimiento y empleo en la actualidad para la juventud en el entorno rural en España

En este apartado se procede a presentar los resultados obtenidos del análisis de unas 1200 noticias de prensa publicadas en España durante el primer semestre de 2022. Se ha aplicado un análisis de palabras utilizando técnicas de Big Data, que ha consistido en contar el número de palabras que aparece en el conjunto de textos para cada una de las búsquedas. Se han realizado cuatro búsquedas combinando palabras clave relacionadas con jóvenes y el ámbito rural para las que Google ofrece un máximo de 300 artículos que es posible descargarse: Empleo, Empresa y Emprendimiento + Oportunidades de Negocio (estas dos últimas se presentan sus resultados juntos dado que el análisis de los resultados presenta importantes similitudes).

Se han contado las palabras que aparecen en los artículos de prensa, lo que ha generado una frecuencia de las diferentes palabras, que se han analizado para identificar temáticas por grupos de palabras que son similares. Los grupos de palabras que presenten una mayor frecuencia de palabras se considera que son temas más relevantes desde el punto de vista de la atención que los medios de comunicación ponen sobre esa cuestión. De esta forma, es posible diagnosticar la realidad desde un punto de vista que las estadísticas oficiales no pueden capturar. Así pues, este análisis es complementario al estadístico y al ofrecido por expertos.

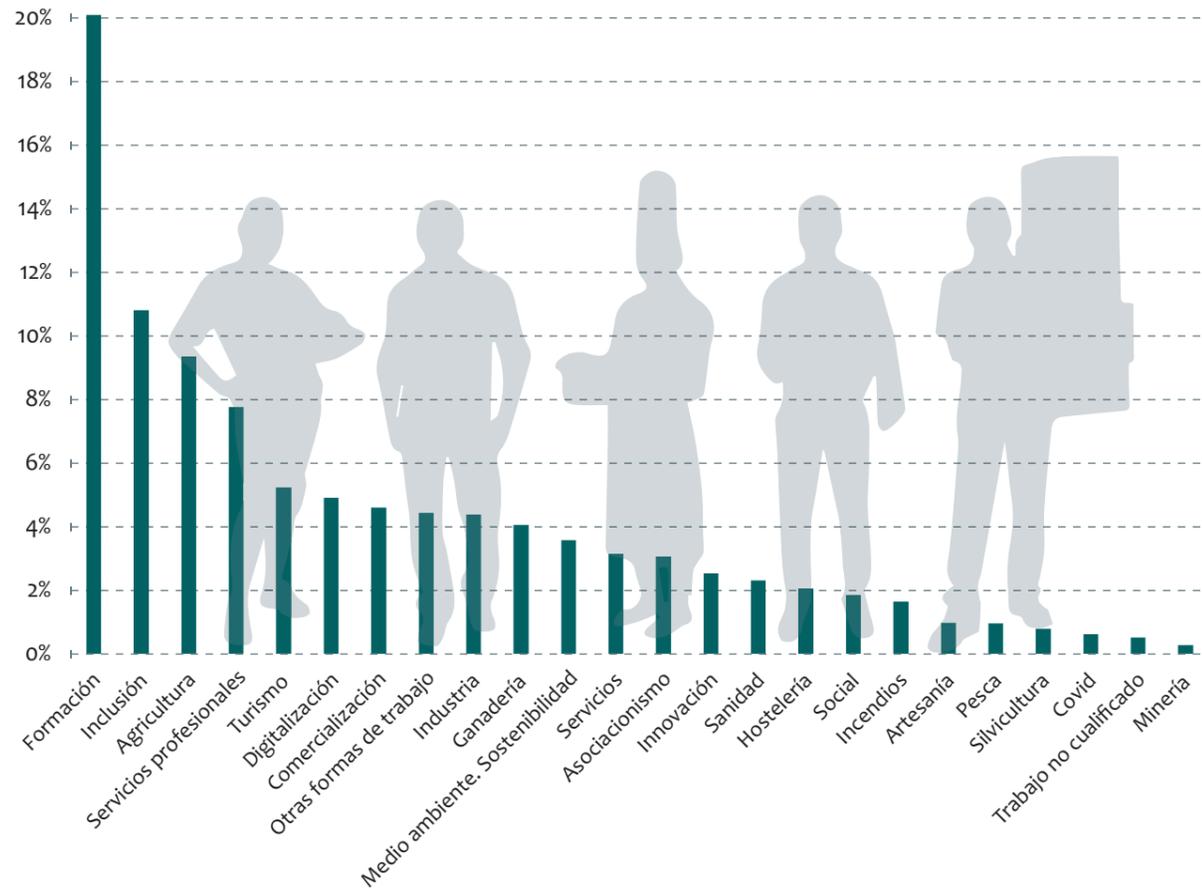
Una ventaja importante de la técnica aplicada es que permite resumir un gran conjunto de información de una forma objetiva, ofreciendo una visión de conjunto de un fenómeno, en este caso el empleo y el emprendimiento de la juventud en el ámbito rural. Dicho de otra forma, permite presentar un diagnóstico de los ámbitos en los que existen oportunidades de empleo y emprendimiento en el ámbito rural para las/os jóvenes, siempre desde la perspectiva de lo recogido en la prensa.

El análisis de las palabras tenía el propósito de mostrar las áreas en las que en el momento actual se está generando empleo y oportunidades para el emprendimiento. No obstante, en el proceso de realización del trabajo empírico se identificaron importantes temáticas complementarias al propósito original y que son imprescindibles para entender el fenómeno que se estaba analizando. Así, para cada uno de los tres bloques temáticos se analizan las áreas de actividad en las que se está generando empleo y oportunidades de emprendimiento y los temas complementarios que se identifican. Algunos de los temas son transversales a las temáticas (empleo, empresa y emprendimiento), al mismo tiempo que son importantes potenciales generadores de empleo y oportunidades.

##### 4.1. Empleo

En la Figura 24 se resumen las diferentes áreas de oportunidad identificadas, combinando palabras clave relacionadas con el empleo y las/os jóvenes en el ámbito rural. En abscisas se encuentran las temáticas y en ordenadas el porcentaje de las palabras de cada tema en relación con las palabras correspondientes al conjunto de temas que se encuentran en la figura.

Figura 24.  
**Jóvenes y ámbito rural. Principales oportunidades identificadas relacionadas con el empleo**



Fuente: Elaboración propia.

- En las publicaciones analizadas se destaca la importancia de la **formación**, así como del aprendizaje y el desarrollo de capacidades adecuadas para conseguir el nivel de cualificación necesario (20,10% sobre el total de palabras del conjunto de temas identificados). Este aspecto, además de ser relevante para la consecución de trabajo, abre posibilidades laborales en el ámbito rural para profesores/as y formadores/as.
- Los temas relacionados con la **inclusión** (10,81%) preocupan a las/os jóvenes, incluyendo de manera importante el envejecimiento de la población, el género o la discapacidad.
- En **agricultura** aparecen oportunidades significativas de empleo para las/os jóvenes (9,35%). En esta categoría incluye referencia a la actividad agrícola en general (cultivo, cosecha), a cultivos particulares (soja, uva, tabaco, cereales, frutales, hortalizas) y a la profesión de tractorista.
- Los **servicios profesionales** (7,77%) se revelan como un nicho de empleo relevante, incluyendo ocupaciones tales como abogados/as, asesores/as, consultores/as, investigadores/as, profesores/as, ingenieros/as o veterinarios/as.
- Los aspectos relacionados con el **turismo**, ya sea actividades culturales, de deporte, o las actividades en la naturaleza son importante generadores de empleo (5,24%). Destaca el concepto de agroturismo o el turismo de vacaciones.

El proceso de **digitalización** constituye un ámbito de empleo (4,91%), ya sea en el desarrollo de aplicaciones, como en su manejo, así como la instalación de equipos informáticos y su mantenimiento.

Bajo el término **comercialización** (4,60%), el empleo surge principalmente en actividades relacionadas con los proveedores de las empresas, la exportación, el marketing y comercialización, o la venta minorista (comercios, mercados o supermercados).

- Bajo la categoría de **otras formas de trabajo** (4,44%), se destaca el emprendimiento o autoempleo como forma de generar empleo, o el teletrabajo. También se destacan fenómenos como el *networking* o el *coworking*.
- La **industria** (4,39%) se refiere básicamente a la industria agroalimentaria, ya sea la fabricación de bebidas alcohólicas, como el vino o la cerveza, el aceite, los productos procesados cárnicos o las conservas.
- En la categoría **ganadería** (4,05%) se hace referencia a la actividad ganadera y a las posibilidades laborales relacionadas con determinadas especies (bovina, vacuna, porcina, o avícola), así como actividades relacionadas con el sacrificio de animales o el pastoreo.
- En la categoría de **medio ambiente y sostenibilidad** se incluye en primer lugar la preocupación por los temas ambientales y ecológicos en el ámbito rural (3,58%). En particular, se incluyen aspectos como la generación de electricidad con fuentes renovables (biomasa, solar y eólica), la gestión de residuos, el autoconsumo o el eco-turismo.
- La referencia genérica al sector **servicios** (3,15%) indica cómo el sector constituye un sector relevante para el empleo juvenil en el ámbito rural. Por otra parte, el término **asociacionismo** (3,06%) incluye referencias a la economía colaborativa y cooperativas como forma de generación de empleo particularmente importante en el área rural.
- Las actividades relacionadas con la **innovación** (2,54%) también presentan oportunidades para el empleo, ya sean relacionadas con la ciencia, la automatización, el ámbito creativo. Destacan aspectos relacionados con la geolocalización o los drones. En cuanto a la **sanidad** (2,31%), destacan la medicina o la enfermería, así como el cuidado de las personas mayores o la fisioterapia.
- Aunque vinculado con el turismo en algunas ocasiones, en una categoría separada, la **hostelería** (2,05%) incluye actividades relacionadas con alojamientos (hoteles, casas rurales, o campings) y restaurantes, así como los empleos asociados al sector, como el de camarero/a.
- Un nicho de empleo lo constituyen las actividades de tipo **social** (1,85%), cercanas en algunos casos al



sector sanitario, como en el caso de las actividades asistenciales.

También incluye actividades socioambientales, socioculturales, socioeducativas o de voluntariado.

14. En el ámbito rural, se muestra preocupación por los **incendios** en los bosques (1,64%), por lo que constituye una oportunidad de empleo para el futuro, que puede incrementarse en el futuro, no solamente en lo que se refiere a su extinción, sino también al mantenimiento de los bosques.

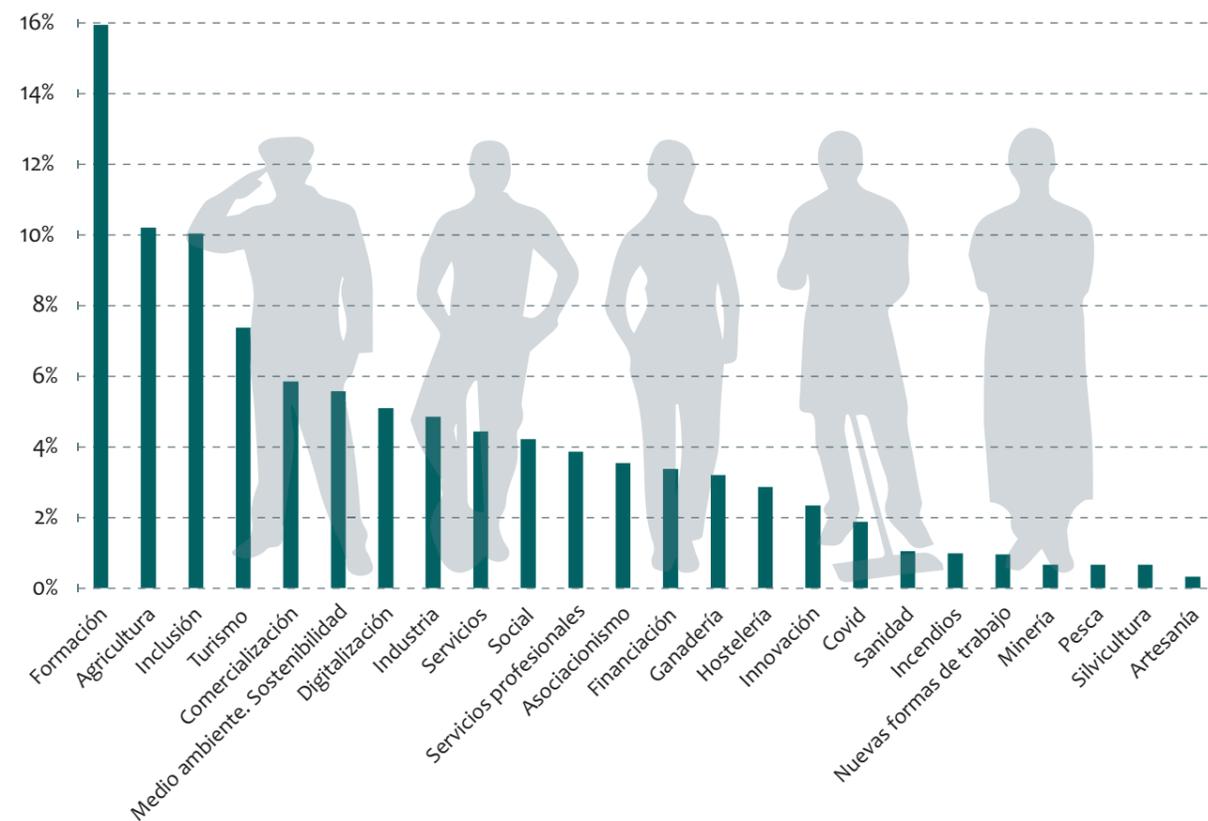
## 4.2. Empresa

En la Figura 25 se resumen las diferentes áreas de oportunidad identificadas, combinando palabras clave relacionadas con la empresa y la juventud en el ámbito rural. En abscisas se encuentran las temáticas y en

15. En cuanto a otras actividades cabe destacar las siguientes. La actividad de **artesanía** (0,98%), que incluye oficios tradicionales, tales como bordadores/as, costureros/as, carboneros/as o zapateros/as, que resulta marginal como generadora de empleo. Asimismo, la **pesca** (0,96%), presenta oportunidades limitadas para la juventud. La actividad de **silvicultura**, que hace referencia a determinadas especies arbóreas (0,80%) presenta un peso marginal como generador de empleo para jóvenes. Asimismo, el **Covid** (0,62%), el **trabajo no cualificado** (0,52%) o la **minería** (0,28%) resultan marginales.

ordenadas el porcentaje de las palabras de cada tema en relación con las palabras correspondientes al conjunto de temas que se encuentran en la figura.

Figura 25.  
**Jóvenes y ámbito rural. Principales temáticas y áreas de actividad identificadas relacionadas con la empresa**



Fuente: Elaboración propia.

Algunas de las actividades son transversales, como los servicios profesionales, el asociacionismo, las actividades de comercialización, el impacto del Covid, la financiación, formación, innovación, la sostenibilidad o las nuevas formas de trabajo. Ello significa que son cuestiones de especial relevancia para el conjunto de actividades económicas realizadas en el ámbito rural. Ello no significa que, en sí mismas, puedan implicar oportunidades de negocio para el desarrollo de nuevas empresas y para el empleo de las/os jóvenes.

1. En primer lugar, resulta llamativo cómo también en este caso, la **formación** ocupa el primer puesto en cuanto a importancia (15,95%). Cuestiones como aprendizaje, habilidades, formación, experiencia, o términos relacionados con el estudio son primordiales. Así, esto sugiere que las empresas necesitan de personas formadas que emprenda, pero también de personas con las habilidades necesarias para ocupar los puestos necesarios. Asimismo, sugiere que no sólo se requiere de personal sin formación en el ámbito rural. Esto abre la puerta para empresas o profesionales que presten servicios de formación ajustados a las necesidades de las empresas.
2. La categoría de **agricultura** (10,21%) incluye empresas dedicadas a esta actividad, aunque destaca la referencia a los diferentes tipos de cultivos.
3. La **inclusión** (10,04%) en el ámbito empresarial, al considerar los jóvenes resulta muy relevante. Aspectos que preocupan especialmente son los relacionados con el género, discapacidad, la despoblación o el progresivo envejecimiento de las/os propios/as empresarios/as y emprendedores/as en el ámbito rural. Asimismo, la atención a dependientes constituye un área de emprendimiento relevante.
4. Resulta relevante el **turismo** (7,38%) derivado de la cultura, patrimonio y naturaleza. Se hace referencia a conceptos como el agroturismo, astroturismo, ecoagroturismo, naturaventura o trufi-turismo, que se refieren a la actividad empresarial que aprovecha lo que el mundo rural ofrece.
5. Dentro de las actividades empresariales de **comercialización** (5,85%), destacan las de distribución, exportación, logística y marketing. Asimismo, resulta relevante la actividad empresarial relacionada con el comercio minorista.
6. La preocupación por el **medio ambiente y la sostenibilidad** (5,58%) constituye, tanto una preocupación en el medio rural por el impacto de la actividad económica, como una oportunidad para el desarrollo

empresarial. Así, empresas que desarrollen energías renovables, la gestión de residuos, o el turismo natural, resultan de especial importancia.

7. La actividad empresarial en el mundo rural no es ajena a la necesidad de **digitalización** (5,09%), tal y como manifiesta su presencia en las noticias analizadas. Aspectos como la informatización, las redes sociales, o las comunicaciones hacen necesarios servicios de empresas específicos y la consecuente generación de empleo cualificado de técnicos/as de informática.
8. En la muestra de artículos analizados se hace referencia a la actividad **industrial** (4,85%), tanto en general, como a la manufacturera. No obstante, destaca la industria agroalimentaria, incluyendo la fabricación de vino, aceite, alcohol, cerveza, conservas, entre otras.
9. Resulta relevante que se hace una referencia importante al sector **servicios** (4,45%) en los artículos de prensa analizados, por encima de algunos de los sectores típicos rurales.
10. Actividades necesarias para el funcionamiento de las empresas y que constituyen una fuente de empleo son los **servicios profesionales** (3,87%) (asesores/as, abogados/as, consultores/as, ingenieros/as, investigadores/as, veterinarios/as, etc.).
11. Las cuestiones **sociales** (4,22%) son foco de atención, tanto en lo que se refiere a la atención que merecen las empresas pertenezcan a cualquier sector de actividad, como que resultan en oportunidades para la actividad empresarial. El voluntariado constituye un elemento importante dentro de la actividad social de las empresas.
12. Una parte sustancial de la actividad agraria se realiza mediante cooperativas (**asociacionismo**, 3,54%). Asimismo, el asociacionismo resulta importante entre los colectivos agrarios y ganaderos. Por esta razón, el análisis de las particularidades y oportunidades que ofrece el asociacionismo no deberían obviarse.
13. A pesar de que no se refiere directamente a nichos de actividad empresarial o de empleo, un aspecto importante dentro del ámbito empresarial rural son las cuestiones relacionadas con la **financiación** (3,37%), dada la prevalencia de microempresas y empresarios/as individuales. Así, se hace referencia fundamentalmente a las entidades financieras, la necesidad de financiación o las subvenciones.

14. La actividad ganadera (3,21%), así como la referencia a diferentes especies animales ocupan un lugar relevante entre las empresas en el ámbito rural. Por su parte, la **hostelería** (2,87%), en su vertiente de alojamiento como de restauración, ofrecen algunas posibilidades. Especial mención hay que realizar de la restauración de calidad y los hoteles con encanto.
15. La **innovación** (2,34%) también está presente, incluyendo los aspectos creativos, intelectuales y tecnológicos. Esta cuestión hace relevante, tanto a la innovación de la empresa en el ámbito rural, como la importancia de empresas que presten servicios tecnológicos y creativos. Las oportunidades de empleo para personal cualificado son, por tanto, relevantes.
16. Aun en 2022, las consecuencias de la pandemia de **Covid** (1,88%) en la actividad empresarial son manifiestas, por lo que afectan a la actividad económica y a la forma de trabajo. Asimismo, la sanidad, en particular los hospitales, recibe una

atención limitada en el ámbito empresarial. Merece prestar atención a la cuestión de los incendios, que amenaza el ámbito rural, tanto en la perspectiva ambiental como de mantener el medio de vida. Este aspecto tiene el potencial de generar importantes nichos de empleo en el ámbito rural.

17. En el ámbito de **otras formas de trabajo** (0,96%), el **coworking** presenta la mayor relevancia, seguido del teletrabajo. Así, en las empresas impulsadas por jóvenes, ambos aspectos resultan de importancia.
18. En cuanto a otras actividades identificadas, es posible identificar las siguientes. Las **actividades extractivas** (0,67%) presentan una presencia marginal en el ámbito empresarial, de la misma forma que la pesca (0,67%), la **silvicultura** (0,66%) y las empresas dedicadas a la **artesanía** (0,33%). La referencia a los **incendios** (0,99%) en el ámbito rural significa que desde el punto de vista empresarial constituye un nicho relevante.



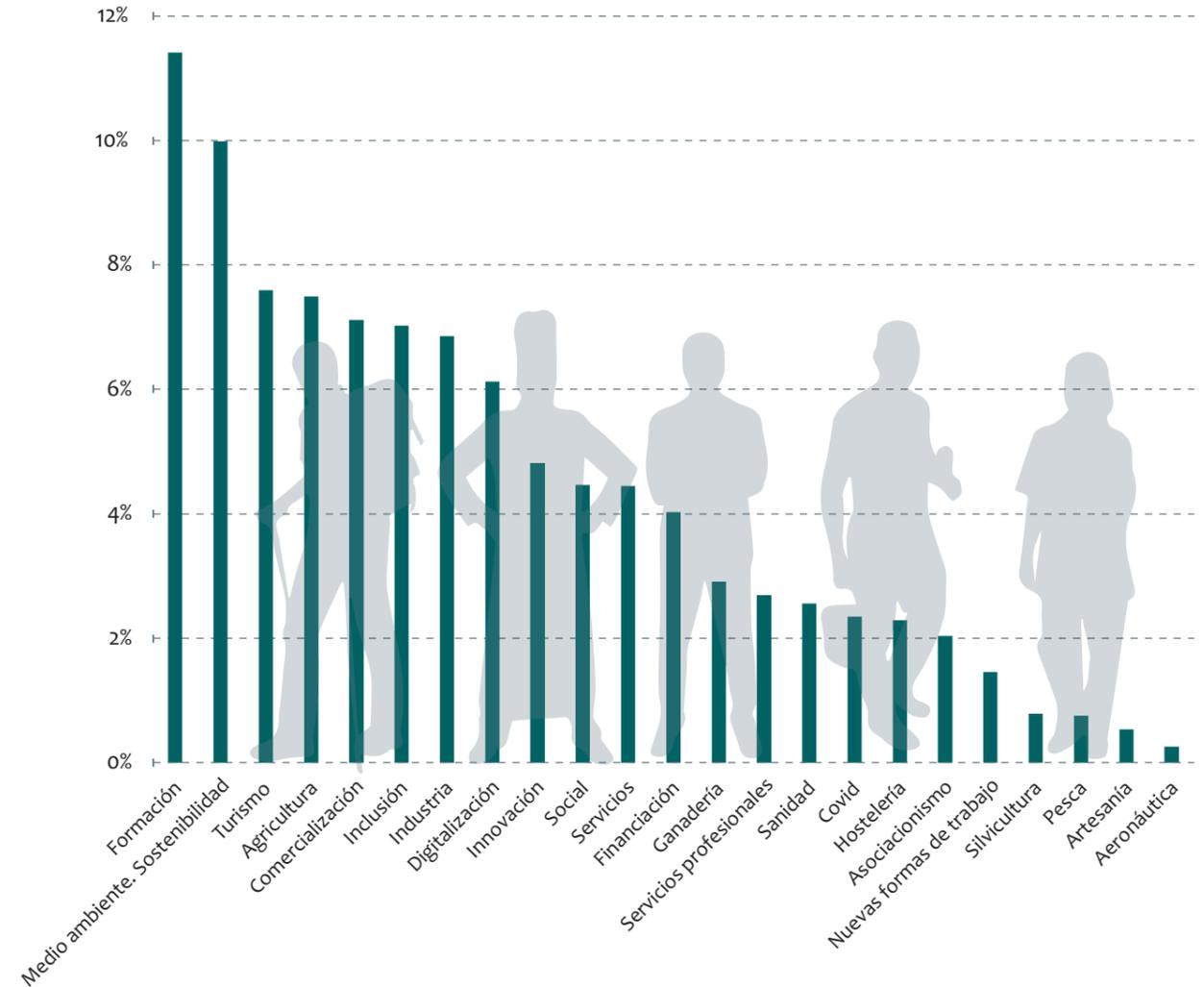
### 4.3. Emprendimiento y oportunidades de negocio

En la Figura 26 se resumen las diferentes áreas de oportunidad identificadas, combinando palabras clave relacionadas con el emprendimiento y las oportunidades de negocio, y las/os jóvenes en el ámbito rural. En

abscisas se encuentran las temáticas y en ordenadas el porcentaje de las palabras de cada tema en relación con las palabras correspondientes al conjunto de temas que se encuentran en la figura.

Figura 26.

**Jóvenes y ámbito rural. Principales áreas identificadas relacionadas con el emprendimiento y las oportunidades de negocio**



Fuente: Elaboración propia.

1. En primer lugar, resulta relevante comentar que, al igual que ocurre en las dos anteriores búsquedas, la **formación**, educación, el estudio, o la adquisición de experiencias, incluso en el ámbito universitario, resultan clave para generar y aprovechar oportunidades de negocio (11,41%).
2. El **medioambiente** se muestra en una preocupación para las/os jóvenes emprendedores/as (9,99%). En particular, el ecologismo se muestra como fuente de oportunidades. Asimismo, la generación de energías verdes (fotovoltaica, eólica, biomasa), pero

también los eco lubricantes o el reciclaje constituyen oportunidades de negocio en el ámbito rural.

3. El **turismo** (7,69%) constituye una de las principales fuentes de oportunidades de negocio para las/os jóvenes en el ámbito rural. Resulta interesante listar las diferentes opciones que se desarrollan: deporte, api turismo, astroturismo, turismo de aventura, turismo cultural, ecoturismo, enoturismo, festivales, eco agroturismo, o trufi-turismo.

4. Las actividades relacionadas con la **agricultura** (7,49%) constituyen, como es obvio una de las oportunidades de negocio más importantes en el ámbito rural. Resulta especialmente relevante el ámbito de la fruta, en particular el mango.
5. Las actividades asociadas a la **comercialización** de los productos (7,12%) ocupan un puesto importante como generador de oportunidades de negocio. Así, desde el almacenamiento, logística, marketing, actividades de exportación, o venta minorista resultan de especial importancia.
6. La sensibilidad a los temas de **inclusión** (7,02%) se liga a las oportunidades de negocio entre la juventud, creando espacios inclusivos. El género resulta central. No obstante, el envejecimiento de la población rural constituye una preocupación y una potencial oportunidad de negocio, ya que las personas mayores requieren de cuidados, lo que se vincula también con la perspectiva social que se aborda después. Vulnerabilidad o pobreza también son temas relevantes.
7. La **industria** (6,86%) en el ámbito rural resulta en una de las principales fuentes de oportunidades de negocio. Las oportunidades se centran en la transformación de las materias primas generadas en el ámbito rural. Obviamente, la industria agroalimentaria ocupa un lugar central.
8. La **digitalización** (6,13%) del negocio aparece como primordial para el éxito de las oportunidades de negocio. Así, en la comercialización, la web, las redes sociales o las aplicaciones resultan cada vez más importantes. Ello conlleva aspectos de ciberseguridad, o conectividad, que son relevantes. El mundo cripto no es ajeno al ámbito rural, incluso con términos nuevos como el de criptoaldeas.
9. Oportunidad de negocio es sinónimo de **innovación** (4,81%), tal y como evidencia el análisis de noticias. Así, la aplicación de tecnología, la investigación y la creatividad son importantes. Destaca en este ámbito términos como el agrotech o el uso de drones.
10. Las **cuestiones sociales** (4,46%) constituyen un tema de preocupación en el ámbito de las oportunidades de negocio.
11. Disponer de **servicios** (4,45%) resulta crucial para el éxito de las oportunidades de negocio.
12. Asimismo, el sector servicios constituye una fuente de oportunidades de negocio. Los **aspectos financieros** (4,03%) resultan relevantes para el éxito de las nuevas aventuras de negocio para la juventud, destacando las fuentes de financiación, en particular el ahorro, o las Fintech.
13. Las **actividades ganaderas** (2,91%) constituyen una fuente de oportunidades de negocio para la juventud, destacando el caprino, el ovino, vacuno o la apicultura.
14. Los **servicios profesionales** (2,69%), tanto como apoyo a los startups como oportunidad de negocio tienen una presencia relevante en el ámbito rural. Destaca el asesoramiento, los laboratorios y los servicios de mantenimiento.
15. El desarrollo de oportunidades de negocio en el ámbito rural requiere de una **sanidad** (2,56%) adecuada, tal y como muestran las noticias analizadas. La pandemia de **Covid** (2,35%), aún en 2022 resulta en un elemento que condiciona las oportunidades para emprender.
16. La **hostelería** (2,29%), en cuanto a restaurantes u hoteles resulta una importante generadora de nuevos startups. Destaca la importancia del fenómeno de los alojamientos colaborativos.
17. Las asociaciones constituyen el apoyo a las oportunidades de negocio (2,02%). Las cooperativas se constituyen en canalizador de la iniciativa de negocio en el ámbito rural. Los conceptos que se agrupan, bajo el paraguas de **nuevas formas de trabajo** (1,46%) como el de aceleradoras, clusters, *coworking*, *networking* se asocian a la explotación de oportunidades de negocio entre la juventud rural. Asimismo, el coliving aparece como tendencia.
18. En cuanto a otras oportunidades de emprendimiento, destacan las siguientes. La **silvicultura** (0,79%) presenta oportunidades de negocio muy limitadas entre las/os jóvenes. Asimismo, la **pesca** (0,76%) constituye una fuente de oportunidades marginales, mereciendo especial mención la acuicultura. Lo mismo ocurre con las **actividades artesanales** (0,53%), que presentan un interés marginal en lo que se refiere a las actividades de negocio. Por último, la **aeronáutica** (0,25%) constituye un nicho de negocio y oportunidad de trabajo para profesionales altamente cualificados, como ocurre en el aeropuerto de Teruel, que ha transformado el tejido productivo de la comarca durante los últimos años.

## 5. Conclusiones

El análisis realizado para las publicaciones en prensa en España durante el periodo 2016-2022 utilizando metodología de Big Data han ofrecido algunos elementos de interés para la discusión sobre el futuro de los yacimientos de empleo y actividad para la juventud en el ámbito rural para los próximos años. Así, pueden extraerse algunas conclusiones generales a partir de

dicho análisis. En primer lugar, **la ocupación juvenil en el ámbito rural es un fenómeno que ocupa un creciente interés en España** durante los últimos años. Segundo, **el emprendimiento, aunque tiene una presencia limitada comparado con el empleo por cuenta ajena, muestra una clara tendencia al alza durante el periodo analizado, por lo que el autoempleo se presenta de manera creciente como una alternativa para la juventud en el ámbito rural.**

Así, **puede esperarse que en el futuro el autoempleo y las nuevas empresas generadas por las/os jóvenes en el ámbito rural y vaciado de España se incrementen en el futuro, constituyendo un yacimiento de empleo significativo.** Tercero, en cuanto a la distribución de las oportunidades para la generación de empleo, actividad empresarial y nichos de negocio por sectores, **los sectores de actividad más importantes son el primario y el de servicios, en detrimento del industrial.** La tendencia que se observa durante los últimos años es que el sector primario va perdiendo protagonismo en favor de los servicios, fundamentalmente en lo que se refiere a actividad empresarial y emprendimiento, mientras que **en cuanto al empleo lo hace en favor del sector industrial.**

En el análisis de contenido de la prensa, se han identificado una serie de temáticas que preocupan a la sociedad y que se han interpretado desde una doble perspectiva: como áreas ante las que tanto las empresas (tanto nuevas como existentes) y el empleo que se genere deben ser sensibles, así como oportunidades de emprendimiento y generación de empleo. En primer lugar, **la formación** ocupa una posición primordial en los ámbitos del empleo, la empresa y el emprendimiento. No obstante, preocupa notablemente más en el caso del empleo. Por tanto, en el ámbito rural, la evolución del trabajo, así como las oportunidades de negocio que se generan, requiere del desarrollo de una formación que genere habilidades acordes con las necesidades. Asimismo, esta actividad debería generar un nicho de actividad para aquellos profesionales que se dedican a la formación en los diferentes niveles, no sólo desde el ámbito público, sino ligado a la actividad privada, que se caracteriza por la flexibilidad y adaptación a las necesidades cambiantes de la realidad empresarial.

En segundo lugar, los temas relacionados con la **inclusión**, considerada desde un punto de vista amplio, deben ser tenidos en cuenta, ya que la juventud en el ámbito rural es sensible hacia ellos. Una sociedad inclusiva, desde una perspectiva de género, así como ligada a la edad, a las discapacidades, o incluso bajo la perspectiva de la España vaciada comparada con las zonas más pobladas, deben ser tenidas en cuenta. Asociada a la inclusión, los **aspectos sociales deberán ser tenidos en cuenta en las políticas y en las decisiones empresariales. El medio ambiente y la sostenibilidad**

van a resultar también en un tema transversal en las diferentes actividades y empresas, máxime cuando uno de los valores importantes del ámbito rural es la naturaleza. La **digitalización** está constituyendo tanto una necesidad para mejorar la competitividad de las empresas, como fuente de oportunidades de negocio y de trabajo cualificado. Asociada a la digitalización está la innovación, necesaria para generar oportunidades de negocio y empleo; ámbito rural e innovación no deben estar reñidos.

En el ámbito de las **oportunidades de negocio**, las áreas más importantes son las siguientes: **medio ambiente y sostenibilidad, turismo, agricultura, comercialización, industria agroalimentaria y digitalización.** Por otra parte, desde la perspectiva de las **empresas establecidas**, las áreas de **actividad más importantes son la agricultura y turismo.** En el ámbito del **empleo**, las áreas más importantes surgen del sector servicios, en particular, **profesionales, así como el turismo, la digitalización o la comercialización de los productos del ámbito rural.**

**Los resultados obtenidos en el trabajo indican que el futuro en el ámbito rural, que implica y va a depender necesariamente de las/os jóvenes, pasa por la digitalización y por la profesionalización.** De esta forma, conseguirá ser más competitiva, rentable y susceptible de generar mejores condiciones laborales. Son los ingredientes que serán necesarios para poder afrontar los nuevos tiempos, que exige el entorno al que el sector rural se va a enfrentar. Asimismo, existe una serie de cuestiones a las que deben ser sensibles empresas y emprendedores/as en su papel de generadores/as de empleo y oportunidades.

Resultaría interesante comparar los resultados generados en este estudio, que utilizan los datos de artículos de prensa, con los datos de estadísticas oficiales, por ejemplo, procedentes del INE. De esta forma, podría conocerse si las ocupaciones a las que se refiere la prensa pueden resultar en un dato “adelantado” al que publican las estadísticas. Así, estos resultados serían útiles para tomar medidas adelantadas en base a los datos que ofrece el Big Data aplicado a los artículos publicados en prensa.

## Referencias

Bandrés, E., y Azón, V. (2021). La despoblación de la España interior. Madrid: Funcas. Disponible en: <https://www.funcas.es/wp-content/uploads/2021/02/La-despoblacion-de-la-Espa%C3%B1a-interior.pdf>.

## Capítulo 5



## Análisis cualitativo de las actividades de presente y futuro para el empleo y el Emprendimiento de la juventud en el medio rural en España

**Investigador:**

Prof. Dr. Sergio Andrés Cabello

Profesor Doctor de Sociología

Universidad de La Rioja. Departamento de Ciencias Humanas

Grupos Análisis Sociológico y Cambio Social UR y Nonnobis-URJC Social Research

**Resumen**

El empleo es una de las variables fundamentales en la permanencia y el acceso de la población al medio rural. Este hecho es todavía más evidente en el caso de las/los jóvenes que, en no pocas ocasiones, en función de las oportunidades laborales existentes, vinculadas tanto con su proyecto de vida como con su formación, pueden marcar la toma de decisiones sobre el lugar de residencia. A lo largo de las últimas décadas, buena parte de las opciones de empleo se han basado en el emprendimiento, a partir de iniciativas procedentes de distintos sectores. De esta forma, se han ido configurando posibilidades de empleo a partir tanto de las necesidades del medio rural, como de sus potencialidades, apoyándose en aspectos como la movilidad y la digitalización. Sin embargo, son necesarias una serie de sinergias y de factores que permitan que dichas oportunidades se conviertan en actividad económica de facto. A continuación, se analiza este escenario identificando una serie de nichos de mercado y yacimientos de empleo a través de un estudio cualitativo basado en entrevistas con informantes cualificados.

**1. Introducción**

Con frecuencia, suele señalarse desde diferentes ámbitos, tanto institucionales como medios de comunicación, pasando por agentes territoriales, sociales, económicos, etc., las **numerosas posibilidades que tiene el medio rural como un lugar en el que desarrollar un proyecto de vida**. En un contexto como el actual, en el que los desequilibrios territoriales han dado lugar a unas extensas zonas del interior peninsular en fase de despoblación, y otras en las que se producen importantes riesgos de incrementarse las desigualdades existentes, las posibilidades de empleo y trabajo están muy vinculadas a determinados factores y variables, algunas de ellas en transformación. El medio rural no es una excepción, al contrario, muestra cómo este proceso se va produciendo, pero tiene sus especificidades que pueden funcionar como un hándicap en la generación de empleo en el mismo, así como en el emprendimiento. Y estas impactan de mayor manera en una población joven, parte de la cual quiere seguir manteniendo

su proyecto de vida en sus localidades y zonas, o en personas procedentes del medio urbano que quieren llevarlo a cabo en un entorno rural.

Abordar las oportunidades de empleo y de emprendimiento en el medio rural español para la juventud debe tener en consideración diferentes aspectos, los cuales también se tratarán en las siguientes páginas. En primer lugar, **la heterogeneidad del medio rural español, diverso y diferente** lo que da lugar a que en algunas zonas se generen una serie de posibilidades en mayor medida que en otras, además de existir sectores y subsectores que están más maduros o desarrollados. De esta forma, hay zonas, incluso dentro de provincias y comunidades autónomas, que cuentan con sus fortalezas y debilidades, muy diferentes y que implica que actuaciones que se llevan en unas de ellas no pueden ser replicadas en otras. En segundo lugar, **el papel del arraigo o la vinculación con las zonas en las que potencialmente se pueden desarrollar esas oportunidades**. Aunque hay una variabilidad de perfiles de jóvenes que se mantienen en el medio rural y emprenden en el mismo, se pueden resumir en dos grandes grupos: personas que tienen su origen en estos lugares y que incluso pueden continuar con una actividad familiar, o por otra vinculada a su formación, pero coincidiendo con una fuerte apuesta por el territorio y por la continuidad del mismo; y personas que, procedentes del medio urbano, realizan un cambio de estilo de vida y apuestan por estos lugares. En tercer lugar, son fundamentales las **interrelaciones y las sinergias que se generan con el entorno y sus diferentes agentes**. Estamos hablando de construcción de comunidad y del papel de actores públicos y privados, políticos y económicos, sociales y culturales. Es decir, **un entorno que también favorezca el desarrollo de las actividades y de oportunidades**.

Igualmente, también deben tenerse en consideración algunos aspectos clave para entender cómo se van creando y articulando estos yacimientos y nichos. Desde el papel que desempeñan la **movilidad y la digitalización** hasta la puesta en valor de los **productos de proximidad**. Desde la **sostenibilidad** y los retos del cambio climático a la situación de la biodiversidad. Sin olvidar el **papel de la mujer** y las oportunidades laborales y de empleo que surgen, siendo un factor determinante para la permanencia en el medio rural.

Todas estas cuestiones, además de los sectores y actividades que están siendo más propicias para el emprendimiento y el empleo en el medio rural, aparecieron en el estudio cualitativo en el que se basan las siguientes páginas. **Treinta entrevistas en profundidad a informantes clave y expertos** vinculados al medio rural y su desarrollo. Desde ayuntamientos y representantes de grupos de acción local, pasando

por personas emprendedoras, jóvenes del medio rural, agentes económicos, sociales, culturales, etc., todos ellos mostraron sus visiones sobre estas cuestiones, relacionándolas con los diferentes factores que pueden favorecer el emprendimiento y el empleo en diferentes yacimientos y nichos de presente y de futuro.

Las siguientes páginas muestran esos sectores y subsectores, teniendo en consideración también sus facilidades y sus barreras o dificultades, todas ellas basadas en las experiencias de los informantes y en sus conocimientos sobre el medio rural, sus actividades y su evolución. Debe partirse de que **nos movemos en un contexto complejo, en un mundo en incertidumbre y cambio**, y que en no pocas ocasiones se parte de ciertas premisas para las cuales no se ha establecido un diagnóstico. También de ciertos cortoplacismos y del traslado de experiencias que han dado resultado a otros entornos, con condiciones diferentes, en los que no se producen las mismas consecuencias. Estos son aspectos que deben evitarse, más si cabe en una cuestión tan sensible como es el empleo y el emprendimiento en el medio rural para los/as jóvenes, aunque también se puede aplicar al conjunto de la población.

Las posibilidades del medio rural son numerosas, como bien han manifestado la mayor parte de nuestros informantes, pero en no pocas ocasiones queda el camino para convertirlas en oportunidades reales, especialmente en el caso de la juventud. Generar las condiciones que den lugar a que esas posibilidades sean oportunidades que permitan unas condiciones de vida dignas, no precarias, y que impliquen la realización del proyecto de vida elegido, precisa de buenos diagnósticos, de un trabajo conjunto de los agentes del territorio y de unas expectativas reales y factibles.

## 2. Metodología

El presente trabajo se centra en un estudio cualitativo a través de entrevistas a informantes cualificados sobre el objeto de estudio y el conjunto del medio rural. La selección de dichas personas entrevistadas se basó en un análisis de diferentes fuentes secundarias, tanto informes y estudios sobre el empleo, el emprendimiento, la juventud y la situación del medio rural, como de medios de comunicación y de Internet para identificar informantes clave.

En total, se seleccionaron treinta entrevistados/as pertenecientes a distintos ámbitos y territorios. A lo largo de las siguientes páginas se presentará el análisis y la sistematización de las entrevistas realizadas, así como una serie de testimonios procedentes de las mismas. Estos estarán identificados por una serie variables, en función del informante: el territorio; el sector de actividad; si es ayuntamiento, grupo de acción local,

agrupación empresarial o de actividad; emprendedor/a. Como se ha señalado anteriormente, se han realizado entrevistas a jóvenes del medio rural, personas emprendedoras, ayuntamientos, técnicos/as de grupos de acción local, entidades y asociaciones empresariales o de actividades, agentes sociales y culturales, y expertos/as universitarios y de investigación. Los perfiles de las/os entrevistados fueron:

- Alcaldes/as y técnicos/as municipios (4)
- Técnicos/as grupos de acción local LEADER (4)
- Asociaciones/entidades empresariales (2)
- Asociaciones/entidades promoción actividades, emprendimiento, innovación (4)
- Emprendedores/as sector primario (6)
- Emprendedores/as sector turismo (1)
- Emprendedores/as sector tecnológico (2)
- Jóvenes medio rural (3)
- Personas expertas medio rural universitarias, consultores/as, formadores/as (3)
- Entidades sociales/culturales (1)

Las entrevistas se llevaron a cabo durante los meses de junio y julio de 2022, fundamentalmente mediante videoconferencia. El guion de las mismas era semiestructurado, con preguntas abiertas basadas en las oportunidades de empleo y emprendimiento para la juventud en el medio rural, cuáles eran los sectores que identificaban con mayores posibilidades, las barreras y dificultades que se dan en estas zonas y para la realización de estas actividades, así como el papel de diferentes variables como los agentes públicos y privados, el entorno, la digitalización, etc. Igualmente, a lo largo de las entrevistas fueron surgiendo otras cuestiones transversales como el papel del arraigo y la formación, por ejemplo.

## 3. Consideraciones previas sobre el objeto de estudio

Analizar la situación de los yacimientos y nichos de empleo y emprendimiento para la juventud en el medio rural no debe desligarse de ámbitos más amplios. Desde las políticas contra la despoblación y de desarrollo rural a la situación de la juventud en estos territorios, la inclusión laboral de este colectivo depende de factores tanto estructurales como coyunturales. Hay que partir de la heterogeneidad de las zonas rurales y de sus situaciones, fortalezas y debilidades. La misma depende no solo de variables demográficas, de su



ubicación geográfica, sino que también del dinamismo de las mismas en función de su evolución con respecto a los sectores y subsectores económicos que se han desarrollado, consolidado o ido en retroceso. Además, las transformaciones de los últimos años también están jugando un papel determinante en las oportunidades para el medio rural. La digitalización es una variable central, así como por ejemplo el impacto de crisis como la derivada de la pandemia del Covid-19. Igualmente, hay que considerar la importancia de los cambios de valores que se están dando en la parte de la población, que están dando lugar a la consideración de la posibilidad de desarrollar nuevos proyectos de vida vinculados al medio rural y a sus entornos.

**La generación de empleo es una de las principales áreas y líneas estratégicas de todos los programas y propuestas para el desarrollo del medio rural**, desde la Unión Europea hasta los ayuntamientos, pasando por las políticas estatales y autonómicas. Incluso las visiones a largo plazo sobre los territorios y el conjunto de los países ahondan en esas direcciones (Consejo Económico y Social España, 2021; Gobierno de España. Oficina Nacional de Prospectiva y Estrategia, 2021; Ministerio para la Transición Ecológica y el Reto Demográfico, 2021). **Empleo y desarrollo rural van de la mano**, como no podía ser de otra forma. Sin embargo, la existencia de necesidades y oportunidades en el medio rural, como veremos en las páginas siguientes, no operan en muchas ocasiones como una condición sine qua non. Y es que, en definitiva, la primera decisión que se toma es la de elegir un proyecto de vida que pase por residir en el medio rural. Obviamente, las posibilidades de empleo o de llevar a cabo una carrera profesional en estos espacios, también va a ser fundamental en la decisión a tomar.

Las administraciones han incentivado la **diversificación de las actividades** en un medio rural español que, a lo largo de las últimas décadas, ha cambiado su configuración. Además, se ha producido una puesta en valor que ha roto con numerosos tópicos y estigmas, aunque todavía perviven algunos de ellos, como visiones acerca de que en el medio rural hay menos oportunidades o que el progreso es salir del mismo. De hecho, en las siguientes páginas, a través del trabajo de campo realizado, se podrá observar la ambivalencia por parte de diferentes perfiles de informantes sobre esta cuestión, con una parte de los mismos que inciden en que se han roto estas concepciones, y otros perfiles que inciden en que todavía están presentes.

En su conjunto, los trabajos y análisis sobre la inserción laboral de la juventud en el medio rural han tenido en consideración los distintos factores y variables que determinan la misma. De esta forma, desde la situación de la oferta a la demanda, pasando por el papel de la formación, la situación de la mujer, la formación y el papel del arraigo, entre otros, aparecen como elementos determinantes para la inserción laboral de la juventud en estos municipios y zonas (Moyano Estrada, 2022).

Dentro de las políticas de todos los ámbitos, se ha dado especial importancia a la **incorporación de jóvenes agricultores/as y ganaderos/as que garanticen el relevo generacional**. Aunque depende de zonas y actividades, no cabe duda de que es necesario incidir en la reducción de ciertas barreras y dificultades que existen para la inserción de trabajadores/as en ese sector. Además, las dificultades del sector primario

y de sus actividades implica que deban articularse mecanismos que lo hagan más atractivo y que permitan una conciliación de la vida familiar y laboral. De hecho, y en relación al sector primario especialmente, se están realizando investigaciones y estudios que analizan y tratan de observar cuáles son los factores y variables que determinan la incorporación de jóvenes al mismo, encontrándose **el papel del arraigo y de la procedencia familiar** con lo determinante, pero también localizándose otros perfiles sin dicha vinculación (Monllor y Megías, 2021; Monllor i Rico et al., 2018; Monllor, 2013).

Facilitar la inserción laboral en el sector primario y en sus actividades, junto con la reducción de barreras de todo tipo para la misma, pasa por cambios estructurales. Uno de los más significativos es el relacionado con **la proximidad y la sostenibilidad**, apostando por productos locales. Es una tendencia creciente que está alcanzando una mayor concienciación por una parte de los consumidores/as a partir de los escenarios de crisis vividos en los últimos años (Saralegui Díez, 2022).

El mundo rural también es un lugar idóneo para el **desarrollo de propuestas más comunitarias**, incidiéndose en el ámbito cooperativo, por ejemplo. Si el arraigo se presenta como una variable determinante, el trabajo en red y para el conjunto de la comunidad tiene una elevada importancia en el desarrollo del medio rural y en la generación de empleo y oportunidades de emprendimiento para jóvenes y para el conjunto de la población en el medio rural. El sector primario es una muestra secular de este proceso (Alguacil Marí, 2021), pero sus experiencias se están desplazando a otros sectores y ámbitos. En este sentido, **la economía circular** también aparece como una oportunidad de primer nivel para el desarrollo de sectores y actividades en el medio rural, incidiéndose en la cadena de valor de los productos, especialmente en el sector primario, pero ampliándolo al resto de actividades, como por ejemplo el turismo (Cueto y Escudero-Castillo, 2020).

Igualmente, también la **digitalización se presenta como uno de los factores claves** para el desarrollo de las políticas para el fomento del empleo y el emprendimiento en el medio rural (Ministerio para la Transición Ecológica y el Reto Demográfico, 2021). La paulatina superación de determinadas brechas de acceso, aunque todavía queda camino por recorrer ya que no son pocas las zonas en las que o bien Internet no llega o la accesibilidad es compleja, ha ido facilitando el papel de las Tecnologías de la Información y la Comunicación en el medio rural. Estas desempeñan su papel como medio y como fin, aplicándose a todos los ámbitos y sectores (Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación). Sin embargo, la formación, el superar las brechas de uso que se generan con las tecnologías, y el evitar incrementos de desequilibrios y desigualdades

también deben estar presentes para una más eficiente implementación de las Tecnologías de la Información y la Comunicación.

La cuestión de **la formación** alcanza uno de los puntos más determinantes. Numerosos jóvenes del medio rural que salen a estudiar no regresan a sus pueblos y territorios. De esta forma, una de las cuestiones clave es cómo articular políticas y medidas que consigan atraer de nuevo a estos colectivos y poner en valor la formación recibida, desarrollando proyectos de vida en sus zonas. En este sentido, también juega un papel central el arraigo como un elemento para el retorno (Langa-Rosado et al., 2022), así como realizar diagnósticos que ahonden los motivos de permanencia o no retorno, especialmente de carácter cualitativo (González Fernández y Montero Logroño, 2020). La digitalización, y así también se reflejó en el trabajo de campo, aparece como una solución a este escenario, incluyendo el teletrabajo.

El medio rural se presenta como un mundo de oportunidades y posibilidades vinculadas tanto a las necesidades del mismo, en el sentido de las cuestiones que es necesario desarrollar en el mismo, como poniendo en valor las iniciativas que pueden llevarse a cabo en estas zonas y que también se relacionan con cambios de valores y de modelos de vida (European Network for Rural Development, 2017).

El **emprendimiento en el medio rural** es un aspecto en los que más se ha incidido en las diferentes políticas y programas (Bajuk Senčar, 2021; Interreg Europe, 2020). De hecho, buena parte de la actividad económica que se genera en dicho medio está basada en actividades que son llevadas a cabo desde el emprendimiento, por autónomos y autónomas. Esta situación ha sido una constante secular en el medio rural, no es una novedad, pero también se debe producir una adaptación a los cambios que se producen en las últimas décadas, tanto en el sentido de las oportunidades que surgen como de las amenazas que van surgiendo, especialmente con las transformaciones aceleradas que se están dando en nuestras sociedades. El emprendimiento sigue siendo una de las principales oportunidades de desarrollo del medio rural, generándose numerosas experiencias, muchas de ellas basadas en la innovación social y territorial (Tárraga Davia y Morales Pérez, 2021; Serrano et al., 2020).

La **identificación de nichos y yacimientos de empleo** también se ha centrado en territorios concretos. Es decir, teniendo en consideración las **especificidades de las zonas y localidades**. Este es un factor muy importante ya que implica la realización de diagnósticos y análisis de las situaciones en las que se encuentran las mismas, siendo conscientes del valor de los indicadores cuantitativos y de los cualitativos (Cueto y Escudero-Castillo, 2020; Willmott, 2019; Red Española de Desarrollo Rural, 2015;

Alma Natura, 2015). De hecho, el estudio citado de Alma Natura, llevado a cabo para el Grupo de Desarrollo Rural Sierra de Aracena y Picos de Aroche (Huelva, Andalucía), bajo el título *Estudio sobre nuevos yacimientos de empleo en la Sierra de Aracena y Picos de Aroche*, identificaba veintiún ámbitos en los que se desarrollaban oportunidades laborales y de emprendimiento para la juventud en el medio rural. Parte de los mismos han aparecido también en el trabajo de campo realizado para el presente estudio, incidiéndose en los diferentes sectores, así como la generación de sinergias entre ellos. Desde la agrotecnología a la comercialización y venta de nuevos productos del sector primario, pasando por la venta directa, pasando por el aprovechamiento de bio-recursos, la generación de marcas territoriales de ganadería y agricultura ecológica, etc., hasta el papel de los servicios, tanto los más institucionalizados como el turismo (alojamientos tematizados, alojamientos y servicios para ciclistas, etc.), así como la ayuda a domicilio, la accesibilidad, el transporte comarcal, y otras iniciativas más innovadoras, en buena medida a través de la digitalización, surgieron en este trabajo.

En definitiva, el abordaje de las posibilidades y oportunidades de empleo en el medio rural para la juventud de este, y para quienes quieran desplazarse al mismo, **debe partir de diagnósticos y análisis cuantitativos y cualitativos**, de considerar los elementos que diferencian a los distintos territorios y que les aportan valor añadido. Además, estamos haciendo referencia a una cuestión que va mucho más allá de la propia generación de oportunidades en el medio rural. Afecta a la **cohesión social y territorial**, a la inclusión y a las opciones de desarrollar un proyecto de vida en el entorno elegido.

#### 4. Yacimientos y nichos de empleo y emprendimiento para la juventud en el medio rural español

En las siguientes páginas se va a proceder a la identificación de yacimientos y nichos de empleo y emprendimiento para la juventud en el medio rural. Sin embargo, no podemos llevar a cabo este objetivo sin contar con diferentes factores y variables contextuales que pueden determinar que se lleven a cabo estas posibilidades y acciones. A lo largo de nuestro trabajo de campo, dicha identificación fue clave ya que, en no pocas ocasiones, condicionaban las oportunidades que se iban generando, convirtiéndose en aceleradores de estas o en barreras importantes. Además, también surgieron dos cuestiones centrales que merecen un apartado específico como es el valor del arraigo y el peso de la formación y la profesionalización. Incluso,



dicha formación puede convertirse en un yacimiento de empleo y emprendimiento en el medio rural, como se verá en las siguientes páginas.

Aunque no es el objeto de este trabajo, uno de los aspectos que se destacaron en las entrevistas era el **tipo de perfiles de jóvenes que decidían quedarse o desarrollar un proyecto vital y laboral en el medio rural**. Aunque se observaban diferencias en función de variables como el sector en el que van a desarrollar su actividad o su cualificación, se podrían definir dos grandes perfiles. Por un lado, los que proceden del medio rural, que tienen una vinculación directa con el mismo, el ya señalado factor del arraigo. Este colectivo bien puede desarrollar la actividad que tradicionalmente han llevado a cabo sus familias, por ejemplo, en el sector primario, siendo un factor determinante en sectores como el primario. Pero, el origen del propio medio también funcionaría de forma positiva para jóvenes que, habiendo salido del medio rural para formarse, han decidido regresar para desarrollar actividades que también estén vinculados con su cualificación, si es posible.

*Es bastante fundamental que los jóvenes sientan ese arraigo para que les llame la atención subir. Luego es verdad que también nos encontramos el caso contrario, de jóvenes que quieren un cambio de vida y buscar oportunidades en el medio rural (Cataluña, técnico grupo de acción local).*

Un segundo gran perfil de jóvenes que está acudiendo al medio rural es el de personas que, sin tener vinculación con el mismo, lo valoran como una oportunidad de llevar a cabo un estilo de vida diferente al que se desarrolla en las ciudades, poniendo en valor lo que ofrece el medio rural en el sentido de tranquilidad, menos velocidad, una mayor relación con el entorno, etc. Este grupo tendría un menor sentido del arraigo que el anterior, incluso sería un factor determinante en la continuidad y desarrollo de determinados proyectos. Las personas entrevistadas en el trabajo de campo indicaron que, obviamente, todos son bienvenidos en el medio rural pero que, parte de este perfil sería menos resiliente en relación a las condiciones de vida y de trabajo en el medio rural.

#### 4.1. El contexto importa, y mucho

Una de las cuestiones más importantes a la hora de determinar las oportunidades de empleo y emprendimiento, y sus nichos, para la juventud en el medio rural es el **papel del entorno y del contexto**. Como se ha señalado en líneas anteriores, debe partirse de la base de la heterogeneidad del medio rural español, caracterizado por una serie de escenarios y situaciones distintas en función de los territorios y zonas. Hay variables que se pueden repetir, por ejemplo, la situación demográfica de determinadas zonas del interior peninsular o el peso de un sector o subsector específico, pero también hay numerosas diferencias vinculadas a las acciones llevadas a cabo en estos territorios, al grado de innovación de los agentes locales, o a la posición geográfica en relación a la movilidad, entre otros factores.

De hecho, nuestro trabajo de campo mostró, a través de los informantes cualificados, cómo en **algunas zonas había un mayor dinamismo de gente joven que estaba accediendo a actividades de emprendimiento, a solicitudes de información y de ayudas**, así como en otras los escenarios son más complejos, con menores oportunidades debido a situaciones más estructurales como el declive del sector primario o el envejecimiento de la población.

Igualmente, un hecho que debe evitarse es realizar acciones y actuaciones que no cuenten con diagnósticos de las zonas, de sus potencialidades y debilidades. La ausencia de los mismos, especialmente los de tipo cualitativo que capten las motivaciones y expectativas de la población local y de los potenciales pobladores, ha sido señalado por los informantes como una importante debilidad a la hora de implementar determinadas acciones y actuaciones para favorecer el desarrollo rural y, específicamente, el emprendimiento juvenil. De esta forma, **la configuración de un entorno dinámico, en el que se interrelacionen los distintos agentes**, genera una comunidad que propicia el emprendimiento, el empleo y las oportunidades para las/os jóvenes, y para el conjunto de la sociedad.

En este sentido, se hace especial incidencia en cuestiones como que todos los agentes, especialmente las administraciones, tienen que ir en la misma dirección a través de una serie de políticas que incidan favorablemente en el territorio. Este hecho es más significativo a la hora de generar facilidades que permitan el establecimiento de yacimientos y nichos de empleo, incluyendo la apuesta por la innovación. Es decir, **que las administraciones no generen barreras o dificultades**. Y, de la misma forma, también es fundamental la presencia de entidades como los grupos de acción local o grupos de desarrollo rural vinculados a los fondos LEADER, así como entidades y asociaciones que funcionen como articuladores del territorio y las acciones que llevan a cabo en los mismos, como por ejemplo centros de innovación, entidades sociales y culturales y las propias personas emprendedoras. Es decir, se trata de **tejer una red que genere comunidad** y que, en cierto sentido, funcionen como una economía circular generando recursos y servicios que se retroalimentan y permiten en asentamiento de actividades y formación.

Que en el **medio rural se producen una serie de necesidades** es un hecho señalado también por la mayoría de las personas entrevistadas. De esta forma, distintos especialistas mostraron cómo **ciertas situaciones estructurales que se dan en el medio rural precisan de unas soluciones y que, vinculadas a las mismas, pueden desarrollarse oportunidades de empleo y emprendimiento juvenil**. Hubo unanimidad en indicar las mismas, que irán apareciendo en las próximas páginas y que hacen referencia al **sector agroalimentario** y todo lo que le rodea; la silvicultura y el aprovechamiento forestal del monte, así como actividades vinculadas al mismo, hecho que cobró especial incidencia en el periodo de la realización del trabajo de campo, en plena ola de incendios en España; las **energías renovables**, vinculadas al concepto de sostenibilidad y que tuvieron también su reflejo en el ámbito tecnológico, en la generación de empresas de estas características en el medio rural y relacionadas con

la energía eólica, la hidráulica; la situación de la **vivienda**, siendo uno de los puntos críticos para la permanencia y la llegada a buena parte del medio rural el poder adquirir una vivienda en propiedad o alquiler, apoyándose como yacimiento de empleo la rehabilitación y los trabajos de mantenimiento; y el **transporte y la movilidad**, otro aspecto clave para el medio rural, y con numerosas carencias y déficits que limitan las oportunidades laborales y profesionales. En su conjunto, los principales nichos vinculados a estas necesidades se relacionaban con dos ámbitos como son la situación del sector primario y el desarrollo de los servicios a la población. En definitiva, y como se apuntó desde todos los ámbitos, las necesidades deben contar con unas respuestas, las cuales pueden articularse como yacimientos y nichos de empleo y emprendimiento para el conjunto del medio rural y, específicamente, para la juventud.

*Podríamos distinguir dos líneas de emprendimiento rural en base a lo que serían oficios y oportunidades típicas del medio rural. La crisis pasada y la situación actual hace que se potencien mucho, especialmente en el ámbito agroalimentario y en la especialización en el turismo sostenible, así como pequeños productores en agricultura y ganadería en la transformación de productos locales (Cataluña, técnico de entidad de innovación en el medio rural).*

*Hay millones de oportunidades, tanto el sector primario, que es muy muy rico, todo lo que se puede hacer, como en el de servicios a la población, que son dos pilares básicos para atender a la población. Cualquier tipo de servicio, tanto de salud, de comercio, de cualquier iniciativa de ocio... (Andalucía, técnico de entidad del medio rural).*

Por otro lado, también surgieron otros sectores y subsectores que han contado con un importante desarrollo, el más evidente y claro es el **turismo** en distintas vertientes, así como los **servicios de proximidad vinculados al comercio, especialmente los de primera necesidad**. Sin embargo, **estos nichos encontraron algunas limitaciones** para parte de las/os entrevistados, fundamentalmente los provenientes del ámbito de la investigación y la consultoría. En relación al turismo, se indicó que es un sector que ha sido sobredimensionado y que precisaría alguna reestructuración para racionalizar la elevada oferta existente, así como que, en no pocas

ocasiones, no consigue a través del mismo cumplimentar un salario digno, lo que lleva a la complementariedad de actividades, como veremos posteriormente. Con respecto a los servicios de proximidad vinculados a las primeras necesidades, como las tiendas de alimentación, por ejemplo, se indicó que era muy difícil en los pueblos pequeños que pudiesen desarrollarse estas actividades debido a la baja demanda. Sin embargo, también se han observado experiencias que han funcionado en zonas más pobladas y con buenas comunicaciones, destacando la generación de actividades vinculadas también a la salud, a los cuidados, entre otras.

Un factor que debe tenerse en cuenta en relación a las oportunidades de empleo en el medio rural es el de la **complementariedad**. Es decir, **la realización de diferentes actividades en distintos sectores**. Este hecho no es una excepción en nuestro medio rural, al contrario, es un factor secular ya que, tradicionalmente, las/os habitantes de estos entornos tenían que llevar a cabo actividades en diferentes ámbitos, los cuales iban de la ganadería y la agricultura a trabajos forestales, de construcción, de la pequeña tienda del pueblo, etc. **La diversificación de actividades en el medio rural y la terciarización** de parte del mismo han incidido en esta complementariedad de actividades, hecho que se puso de manifiesto claramente con el turismo cuando, en no pocos casos, la actividad del turismo rural se compaginaba con la explotación ganadera, por ejemplo.

En la actualidad, y con el abanico de opciones que se han abierto, esta complementariedad sigue estando institucionalizada. Bien sea por las dificultades para que una única actividad permita un sueldo digno, bien por apuestas para que no se dependa de una única actividad, es un hecho interiorizado que muchos y muchas personas en el medio rural van a compaginar sector primario con terciario, incluso dependiendo de la estacionalidad y temporalidad de determinados empleos, por ejemplo, los turísticos o los que tienen una mayor demanda en los periodos vacacionales en los que hay más población.

*Nosotros lo dijimos desde el principio, los huevos en distintas cestas, no todos los huevos en la misma. Hacemos formación, hacemos equitación, hacemos turismo, hemos ido a las bodegas con caballos y hemos dado paseos entre viñedos (La Rioja, emprendedor sector primario).*

Pero, en definitiva, lo que hay que tener en consideración es que, independientemente de dedicarse a una única actividad o a varias de forma complementaria, es necesario que las personas trabajadoras en el medio rural **se puedan ganar la vida dignamente y se eviten situaciones de precariedad**. Además, hay que tener en cuenta que no pocos de ellos y ellas son autónomos y autónomas.

Esta complementariedad de actividades también se relaciona con la ya señalada diversificación del medio rural. Partiendo de la base de que la evolución de este ha cambiado su configuración, en relación a qué características determinan esa ruralidad, estas zonas y territorios han visto cómo se han diversificado los sectores del mismo. Se ha producido un descenso del peso del sector primario, por un lado, y han desaparecido prácticamente no pocas de las actividades del secundario e industrial que estaban presentes en estas localidades y zonas. Pero, por otro lado, se ha producido una terciarización, como en el conjunto de la sociedad. Actividades como el turismo han sido clave en ese proceso, pero la evolución ha ido abarcando un mayor número de ámbitos. De esta forma, debido a la dependencia en no pocas zonas de un único sector o subsector, se insiste en que es **necesaria una mayor diversificación de actividades para reducir esa dependencia bien del sector primario, o del terciario** en el ya señalado turismo.

Como se ha señalado anteriormente, la situación de la **vivienda** también surgió en las entrevistas de forma espontánea. Es un hecho reconocido y analizado el de las dificultades para el acceso a la vivienda en buena parte del medio rural español, tanto en propiedad como en alquiler. Es una cuestión central dentro de las políticas vinculadas al desarrollo rural. En estas zonas y localidades, lejos del tópico vinculado a la facilidad de adquirir una vivienda, la situación es toda la contraria. Los escenarios van desde los elevados precios a un mercado de alquiler reducido. Facilitar el acceso a la vivienda es una cuestión clave para poder mantener y atraer población a estas zonas, para que puedan desarrollar en las mismas un proyecto de vida, así como una profesión.

De hecho, para no pocos de las personas entrevistadas, **el mundo de la vivienda puede ser visto como un nicho de empleo y emprendimiento para jóvenes**. No en el sentido de la construcción de vivienda nueva, la cual no sería necesaria con la oferta existente en el medio rural pero no puesta en el mercado, sino en todos los **procesos de rehabilitación y recuperación de viviendas y edificaciones**. Y, estos procesos deberían ser respetuosos con las arquitecturas tradicionales de las zonas y localidades, con su entorno, incorporándose un valor añadido.

*Porque los albañiles, casi todos ya son artesanos de muchas casas, los albañiles de la zona que utilizan la cantidad de determinadas prácticas en la construcción, las cuales muchas veces se van a olvidar (Castilla y León, técnico de grupo de acción local).*

Además, la cuestión de la vivienda también ofrece oportunidades laborales y profesionales no solo en el ámbito de **la rehabilitación y la albañilería sino en otros oficios como son la fontanería, electricistas**, etc. Es decir, en un medio en el que existen necesidades vinculadas a estas cuestiones, las posibilidades de empleo y de emprendimiento también serían elevadas. Pero no únicamente en el sentido de la rehabilitación sino de los servicios que pueden darse a las/os habitantes de estas zonas, tanto permanentes como temporales.

Igualmente, el escenario en el que se encuentran parte de las viviendas del medio rural, sujetas a cuestiones de herencias y conflictos entre las/os propietarios, que en ocasiones impide la salida al mercado, da lugar a que se precisen **servicios de asesoramiento y mediación** que faciliten la resolución de estas situaciones. Es una nueva oportunidad que implica a estos servicios de **consultoría y asesoría vinculados al mundo de la vivienda** y su escenario en el medio rural.

En el trabajo de campo también se recogió una elevada importancia a la cuestión de la **movilidad**. Este fue otro de los elementos críticos señalados en las entrevistas. Nos encontramos en un mundo marcado por la conectividad y la accesibilidad, vinculado a las vías de comunicación. Los déficits en infraestructuras y las dificultades con respecto al transporte público, pero también al transporte de mercancías y provisión de servicios, por ejemplo, fueron una constante. Se reconoce en no pocos casos las dificultades del territorio, fundamentalmente en las zonas de montaña, en las cuales también tienen un peso importante las condiciones meteorológicas, hecho que se complica en los meses invernales. Además, la movilidad es determinante debido a que no pocas personas trabajan en localidades vecinas o en capitales de provincia y de comunidad autónoma, o en ciudades medias cercanas y cabeceras de comarca. Tener en cuenta este factor es fundamental en un contexto como el actual, en el que las barreras entre lo urbano y lo rural se han difuminado. Además, considerando como oportunidad de empleo y emprendimiento el sector agroalimentario y los productos de proximidad, no cabe duda de que facilitar la conectividad y la accesibilidad es determinante.

Sin embargo, las dificultades son amplias. Por un lado, zonas que cuentan con las ya señaladas dificultades debido a su ubicación, y ese hecho no va a cambiar. Por otro lado, los déficits en infraestructuras de transporte y el estado de no pocas vías de comunicación. También la baja demanda de numerosas zonas rurales ha dado lugar a que no se mantengan determinados servicios públicos, reduciéndose los mismos, a pesar de la existencia de alternativas a través de taxis a demandas que son financiados por ayuntamientos, por ejemplo. Además, a este contexto se ha unido el aumento del precio de los carburantes, el cual penaliza especialmente a estas zonas y a sus ciudadanos y ciudadanas, dependientes en mayor medida del vehículo particular. Por lo tanto, se hace especialmente necesario **tener en cuenta el factor de la movilidad y de las interconexiones entre las diferentes zonas**. Y, para ello, **también se tienen que considerar las posibilidades que se ofrecen desde diferentes opciones**. Un ejemplo de ellas es el **desarrollo de aplicaciones que conectan a los distintos usuarios de transporte**. Igualmente, también se han generado **experiencias que articulan formas de transporte más comunitarias** y que permiten las conexiones con las ciudades y las cabeceras de comarca.

La juventud es un colectivo que también se ha socializado en una movilidad constante, en todos los sentidos. Nuestros informantes incidieron en que las generaciones más actuales han aprendido a desenvolverse en un mundo más interconectado no solo en el ámbito tecnológico sino en el espacial. La movilidad sería un valor añadido de este colectivo, parte del cual habría vivido y estudiado en otras localidades y países, retornando a sus lugares de origen o habiendo elegido estas zonas rurales como el espacio para desarrollar su proyecto de vida. De hecho, no fueron pocas las personas entrevistadas que compartieron su propia experiencia de retorno a sus zonas de procedencia o de instalación en el medio rural, y que se desplazan a otras ciudades e incluso países regularmente dentro del desarrollo de sus profesiones y empleos.

#### 4.2. El arraigo y la vinculación con el entorno

Uno de los factores fundamentales en la generación de empleo y oportunidades para la juventud en el medio rural es el del arraigo. En la mayoría de los casos, aunque también se dan personas que acuden al mismo procedentes del medio urbano y sin vinculación con los municipios y territorios, la procedencia de estos es un valor añadido para la permanencia y el desarrollo de una actividad profesional. Es un **factor mucho más elevado en el caso del sector primario**, de la agricultura y la ganadería, en el que la continuidad de las actividades se transmite de padres/madres a hijos/as, aunque no es menos cierto que este comienza a reducirse y, en

algunos casos está mucho menos garantizado que en otros. Por ejemplo, en el ámbito de la ganadería se complejiza en comparación con las zonas vitivinícolas.

El arraigo supone una relación emocional y sentimental con el territorio y con sus localidades, un vínculo que es determinante en no pocas ocasiones en las elecciones de proyectos de vida. Además, se observa que estas personas también tienen una **conciencia acerca de que están haciendo un trabajo por el mantenimiento y el desarrollo de estos territorios**. Pero, no debe caerse únicamente en la cuestión emocional y sentimental, también se señaló que son personas que conocen tanto los entornos como, en no pocas ocasiones, los sectores en los que se están empleando o desarrollando su proyecto profesional. Como se ha señalado, este hecho cobra especial importancia en sectores como el primario, en el que ha habido una tradición familiar. Y también es fundamental en el caso de la mujer, siendo la variable género una de las más importantes para el mantenimiento de la población en el medio rural, por lo que cobra mayor relevancia el que se desarrollen oportunidades laborales y de emprendimiento para estos colectivos.

*Hay que potenciar lo humano, tiene que haber y hay una voluntad de quedarse en el territorio y de quedarse en el mismo (conjunto de España, asociación sector primario).*

*La gente joven que emprende en nuestro territorio tiene un vínculo potente, es una persona que es de aquí, o de alguno de los pueblos y ha estado vinculada, aunque sea de fuera, teniendo una segunda residencia. Deciden volver y emprender. (Navarra, técnico de grupo de acción local).*

Uno de los aspectos clave del arraigo es que son **personas que conocen el entorno y sus actividades**. De esta forma, son también conscientes de las dificultades y dureza de no pocas profesiones que se desarrollan en el medio rural, especialmente las del sector primario. Ganadería y agricultura, al igual que el trabajo forestal y la silvicultura, son señalados por las personas entrevistadas, incluidas las personas que dedican a ambas, como trabajos que implican un “24 x 7” o un “365 x 24”. Es decir, son actividades duras que precisan de vocación, motivación y arraigo en no pocas ocasiones. También se da en otros sectores como el turismo y los servicios, los cuales también tienen complejas jornadas laborales, trabajo el fin de semana y festivos, etc.

De esta forma, una de las cuestiones centrales es que **se tiene que ser realista en relación a las dificultades de estos empleos y actividades**. En definitiva, no transmitir mensajes idealizantes y no vinculados a la realidad, los cuales generan expectativas que no se cumplen y que dan lugar al abandono de actividades. Desde el trabajo de campo se apuntaron diferentes fórmulas que permitiesen una mayor conciliación de horarios y jornadas, siendo conscientes de las dificultades para ser llevadas a cabo. Este es, sin duda alguna, uno de los aspectos fundamentales en la mejora de las condiciones de trabajo, el facilitar esas conciliaciones entre la vida laboral y personal que permita que estos empleos sean más atractivos para un mayor número de jóvenes.

El arraigo y los vínculos con los territorios, zonas y localidades se planteaba como un elemento diferencial para cualquier tipo de actividad. Aunque nos hemos centrado en los párrafos anteriores en el sector primario, no cabe duda de **que muchas personas que retornan a sus municipios o zonas de origen, tras haber desarrollado sus estudios en las ciudades o incluso en el extranjero, lo hacen por ese arraigo**. En ocasiones, desarrollarán una actividad vinculada a lo que hacía su familia, pero son también numerosos los casos en los que se centran en otras diferentes, relacionadas con sus estudios, e incluso poniendo en marcha empresas tecnológicas, de servicios, etc. Esta cooperación que se da en el medio rural también se relacionaba con la concienciación sobre la situación del mismo, su puesta en valor y la apuesta de estas personas y colectivos por el mismo a través de un proyecto de vida que pasa por residir en estas localidades y zonas.

*Intentas aportar y que todo va en intentar aportar tus conocimientos y tu trabajo para que todo vaya mejor, y que esto mejore (La Rioja, trabajadora sector terciario, turismo).*

*Son proyectos de negocio que tienen mucho de proyecto vital y que son conscientes, y creen y defienden que, con la puesta en marcha de sus empresas, están contribuyendo a fijar población (Navarra, técnico de grupo de acción local).*

Igualmente, el **concepto de comunidad**, vinculado a la relación entre los agentes e integrantes de la misma, es otro de los elementos centrales para favorecer las oportunidades en el medio rural. Se incide en el valor de esta, en las sinergias que se desarrollan, en la articulación de redes, en sociabilidades que apelan a lo

común y a la cooperación. Sin duda alguna, uno de los aspectos más relevantes en este sentido es la **posibilidad de desarrollar proyectos basados en cooperativas**, procesos que han sido seculares en el medio rural y en los que sería necesario insistir.

#### 4.3. La formación y la profesionalización

La relación entre las oportunidades laborales y de emprendimiento en el medio rural con la formación y la profesionalización fue señalada de forma continua a lo largo del trabajo de campo. Se incidió en la **necesidad de avanzar en una formación más ligada al territorio, a sus necesidades y a los sectores que son más relevantes en cada una de las zonas**. De esta manera, la formación que en algunos sectores se iba traspasando de padres/madres a hijos/as, por ejemplo, en el caso de la ganadería, encontraba nuevas opciones a través de escuelas de pastores/as, cursos de esquiladores/as, de domadores de perros pastores/as, etc.

Además, en un **contexto cada vez más exigente**, especialmente en el ámbito de los servicios, esa formación adquiere una mayor importancia. Vinculada a la misma, se incidía en la necesidad de la **profesionalización**, es decir, que las personas que están dedicadas a una actividad tengan los conocimientos y las competencias que se precisan para la misma. El caso contrario paradigmático se indicaba para el turismo en el que, en no pocas ocasiones, se encuentran personas que no cuentan con la formación necesaria para atender al público, por ejemplo, así como que han “aterrizado” en el mismo sin esa conciencia profesional. Desde diferentes agentes relacionados con los grupos de acción local se indicó que se incidía en esta cuestión ya que se trataba de evitar que, las personas emprendedoras, viesan la actividad que estaban a punto de comenzar como una “afición” o “hobby”. En este sentido, para buena parte de las/os informantes, especialmente las/os más jóvenes, esta **formación y profesionalización también estaría vinculada al conocimiento de la situación y de los escenarios en los que se están desarrollando las actividades**. Es decir, a través de la formación y la profesionalización se tendría un mayor conocimiento del contexto, de la situación de un sector o actividad, lo que facilitaría la toma de decisiones y se reduciría el riesgo de iniciativas que no tienen recorrido por errores de diagnóstico.

**La formación debe estar ligada al territorio, en el sentido de que es una oportunidad también de empleo y de emprendimiento**. No fueron pocas las actividades señaladas por las personas entrevistadas en las diferentes zonas a través de las cuales se estaba ofreciendo formación para el sector primario, el turismo, los servicios a la comunidad, etc. Además, desde las Administraciones Públicas a los Grupos de Acción

Local que gestionan los fondos LEADER, pasando por ayuntamientos y mancomunidades de municipios, llevan a cabo iniciativas relacionadas con la formación. Pero también se incide en la profundización de una mayor presencia de esta en las propias zonas y localidades, evitando los desplazamientos a núcleos de población mayores, lo que podría favorecer el mantenimiento de la juventud en sus localidades de origen, si así lo deseasen.

Esta vinculación de la **formación con el medio rural tiene una mayor relevancia en sectores como el primario**, ya que la misma debe estar ubicada en estos lugares, permitiendo una relación directa con los sectores y actividades específicas. Pero dicha inclusión también se puede ampliar a otros como el turismo de naturaleza, activo, etc., contribuyendo a la dinamización y la articulación de los territorios. En estos ámbitos, además, la transmisión de conocimientos de la población de los entornos también es un valor necesario y añadido.

*Es importante crear una formación de calidad en el entorno para dar respuesta a sus demandas, como puede ser el caso de técnicos deportivos, educadores ambientales, guías, temas de ciclismo, por ejemplo, o cursos diversos que puedan encararse también en temas de seguridad en la montaña, por ejemplo (Cataluña, técnico de entidad de innovación en el medio rural).*

Desde el punto de vista de la **formación**, sus posibilidades como yacimiento de empleo son elevadas en los sectores ya indicados. Por ejemplo, en relación al primario, especialmente en el caso de la agricultura y la ganadería, existen **numerosos conocimientos que precisan de ser transmitidos para que puedan continuarse las actividades**. De hecho, la formación relacionada con el sector primario aparece como una oportunidad de empleo y emprendimiento definido, así como en otros sectores, pero también se incide en que tiene que ser gente de las zonas, de los territorios.

*Tiene que ser alguien del territorio, o alguien que conozca muy bien el territorio, que les hable en su lenguaje, que les explique cómo hacer las cosas y para qué sirven (Castilla-La Mancha, técnico de entidad del medio rural).*

*Nosotros tenemos una granja y ellos están clase, y están ordeñando en el aula, con una ventana enorme. Y están viendo cómo ordeñan. Están allí con las cabras, con las ovejas, con los animales todos los días (Extremadura, técnico entidad del medio rural, sector primario).*

Hay actuaciones destacadas, como es el caso de las escuelas de pastores en diferentes zonas, que responden a una necesidad relacionada con la ya



señalada transmisión de conocimientos. Este proceso se amplía a todo el sector primario, desde la agricultura al sector forestal, especialmente en un contexto en el que esa formación y profesionalización es más exigente. Además, como indicaban varios informantes, ya no se produce en tanta medida esa transmisión de conocimientos de manera informal, de padres/madres a hijos/as, debido a los cambios producidos en los estilos de vida en el medio rural, siendo necesaria la formación incluso para parte de las personas que siguen con la actividad que llevaba a cabo su familia.

Existen experiencias de éxito que están vinculadas a la **formación, incrustada dentro de la cadena de valor de los productos del sector primario**, que van de la producción y la transformación a la comercialización. La formación ocuparía un lugar determinante en todo el proceso, generando oportunidades de empleo y de emprendimiento.

En el caso del **turismo**, especialmente el **activo y el de naturaleza**, se indicó toda una gama de opciones que iban desde los guías de montaña hasta la seguridad en los entornos. Otro aspecto que se presenta como una oportunidad es el de la **formación continua y a lo largo de la vida**, en un mundo en permanente cambio y transformación, que implica una mayor necesidad de formación y profesionalización. **De la digitalización a los idiomas**, toda una gama de actividades que pueden funcionar como posibilidad de desarrollar yacimientos de empleo para la juventud en el medio rural.

De hecho, en el ámbito de la digitalización se hizo hincapié desde las personas entrevistadas con relación a la formación. El diagnóstico referido a las brechas digitales está identificado, y mejorar la accesibilidad y reducir las desigualdades en ese sentido aparece en todos los programas y estrategias sobre el medio rural. Sin embargo, las brechas de acceso y de uso están presentes para una parte significativa de la población. Es un hecho que no solo afecta a las personas mayores, por ejemplo, sino que tiene su incidencia en el resto de los colectivos incidiendo en su vida cotidiana y en su actividad laboral. La **formación en el ámbito digital es una necesidad** en un mundo tan digitalizado como el actual, pudiendo desarrollarse la misma en el propio medio rural. Algunos de los informantes señalaron cuestiones como las dificultades del uso de las administraciones electrónicas, de accesibilidad a las firmas digitales, entre otras.

Uno de los agentes clave que fue señalado en las entrevistas fueron las **universidades**. Los informantes indicaron que, de cara a la formación y a la generación de oportunidades en el medio rural, deben crearse más sinergias con estas instituciones. Además de las iniciativas existentes, por ejemplo, el reciente Erasmus Rural, así como otros programas que se

están desarrollando, **las universidades deben jugar un papel más activo en la relación con el medio rural**, tanto en relación con la formación del alumnado como en el análisis y diagnóstico de la situación de estas zonas. Acercar el medio rural a las universidades y sus estudiantes, procedan de dicho entorno o no, es una de las acciones innovadoras en las que se está trabajando desde distintos ámbitos, demandándose una mayor profundización en este proceso. Las universidades, y el resto de centros de formación, deben ofrecer una mayor oferta en los sectores y actividades que están más presentes en el medio rural, lo que incidiría en la formación y la profesionalización del mismo, así como en la posibilidad de contar con un mayor volumen de trabajadores/as que puedan cualificarse en sectores que cuentan con demanda, desde la industria agroalimentaria a la vinculada a las energías renovables, que están ubicados en el medio rural, y que no encuentran suficiente personal.

## 5. El sector primario: De la agricultura y la ganadería a la silvicultura

La situación del sector primario en nuestro país es compleja, pero, en todos los casos, fue señalado como uno de los principales yacimientos de empleo en el medio rural. No cabe duda de que hay factores que complejizan la inserción en el mismo, que depende en no pocas ocasiones de la vinculación familiar con la actividad, de la disponibilidad de recursos y que se ve condicionada por barreras y limitaciones administrativas y burocráticas. Sin embargo, en el otro lado, hay una demanda y una necesidad de favorecer una producción más sostenible y cercana, incidiendo en la proximidad, el “kilómetro cero” o incluso la venta directa. **Desde la propia actividad agrícola, ganadera o forestal al desarrollo de productos agroalimentarios, la industria de transformación o el agroturismo, todo ello integrado en una cadena de valor, las opciones se incrementan. E, igualmente, hay un escenario en el que hay demanda de profesiones que han ido reduciéndose e incluso desapareciendo.**

*Actualmente en el mercado laboral hay una falta enorme de mano de obra en cuanto a todos estos oficios que se están perdiendo. Me da igual gente para el campo, gente para jardinería, pastores, esquiladores, todos estos perfiles que a día de hoy se han ido perdiendo o se están perdiendo en relación a la ganadería (La Rioja, emprendedor sector primario).*

La **ganadería extensiva y la agricultura ecológica** fueron dos de los nichos más relevantes para las personas entrevistadas. Partiendo de los argumentos expuestos en el párrafo anterior, también se incidía en que estos productos eran más respetuosos con el entorno, su producción no estaba sujeta a procesos industriales, y se ofrecía una mayor confianza a los consumidores/as porque se conocía la procedencia de los mismos y cómo se habían cultivado los productos agrícolas y cuidado el ganado.

Una de las oportunidades más relevantes en el mundo de la agricultura viene por la **recuperación de cultivos y semillas tradicionales**, en no pocos casos abandonados. Es una forma también de poner en valor los productos de las zonas y de avanzar hacia una mayor sostenibilidad, así como trabajar por el mantenimiento de la biodiversidad. Se reconoce que es difícil que estas actividades puedan, por sí mismas, generar un empleo a tiempo completo, por ejemplo, pero pueden ser una actividad complementaria muy atractiva.

En el ámbito del sector primario, pero ampliable al resto, se puso en valor la posibilidad del **desarrollo de cooperativas** que permitan un trabajo conjunto y una asociación de diferentes profesionales. Es una opción que, en no pocos casos, ha alcanzado viabilidad y que ofrece alternativas tanto en procesos de gestión como de comercialización.



La **transformación de los productos** del primer sector se señaló como una de las grandes oportunidades para el medio rural, incluso desde algunos ámbitos vinculados con el asesoramiento y los grupos de acción local, se indicó que era una vía que estaba en desarrollo a través de segundas generaciones de personas que se habían instalado o permanecido en el medio rural. Para favorecer estas **industrias de transformación, basadas en gran medida en pequeños productores/as**, se incidió en la necesidad de facilitar medios e instalaciones, por ejemplo, a través de la creación de obradores/as, así como en mejorar los procesos de comercialización.

En el caso de la transformación de los productos del primer sector, se incidió en la importancia de la **formación**. No fueron pocos los ámbitos en los que se señaló que existe una ausencia de personas con la preparación suficiente para atender la demanda que se está generando. De esta forma, es fundamental la identificación de estas necesidades y la articulación de una formación específica que facilite la generación de empleos y oportunidades de emprendimiento.

*Las iniciativas con las que nos gusta trabajar aquí, por ejemplo, la escuela de pastores, se vinculan, en la medida en que se pueda, con que encuentren canales de distribución y, sobre todo, canales de transformación que le permitan tener valor añadido (Extremadura, técnico entidad del medio rural, sector primario).*

Estos productos, al igual que los también los vinculados a la ganadería como por ejemplo la lana, o al aprovechamiento del bosque, también han ido encontrando sus mercados en las ciudades y en determinados grupos de consumidores/as. Se reconoce desde las personas entrevistadas ciertas dificultades de accesibilidad de determinados productos al conjunto de las/os consumidores/es, entre ellos por el factor precio, el transporte, menores presencias en el ámbito comercial, etc., pero se incide en que son aspectos que podrían mejorarse para fomentar el empleo y el emprendimiento en el medio rural. Sin olvidar que estos productos también tienen un importante mercado en el turismo que acude a estas zonas y localidades.

En todo caso, se incidió en la **importancia de las redes de distribución y de comercialización**, destacándose la necesidad de estructurarlas y articularlas de forma eficiente. Teniendo en cuenta los hándicaps

de la movilidad, ya señalados en páginas anteriores, se incide también en el papel de la juventud, más formados en el mundo digital, para la comercialización de los productos del sector primario, generándose sinergias con agricultores/as y ganaderos/as.

Dentro del sector primario hay que destacar el ámbito de la **silvicultura y el aprovechamiento del bosque**. Todo lo vinculado con el mundo forestal aparece como un yacimiento de empleo y una oportunidad de emprendimiento. En este sentido, como se ha señalado anteriormente, no hay que olvidar el contexto en el que nos desenvolvemos en los últimos años con un incremento notable de los incendios en nuestro país debido, en parte, a las consecuencias del cambio climático. Pero también tiene su causa el estado de los montes y de los bosques. De esta forma, **la limpieza de montes, el uso de sus recursos, el aprovechamiento de la biomasa, el inventario forestal a través de las tecnologías, las plantas aromáticas, la restauración de ríos y riberas, la prevención de incendios forestales, el tratamiento de plagas y enfermedades forestales, la mejora de los pastos, la protección de la flora y la fauna silvestre**, entre otras, serían algunas de las oportunidades que ofrece este ámbito.

Se señalaron ejemplos de actividades que se han desarrollado en relación al monte y los bosques. Una muestra eran empresas que se dedicaban a la limpieza de terrenos comunales y privados, generándose leña que luego era comercializada. También estas empresas se diversificaban trabajando en el cuidado de jardines de segundas residencias, en acondicionamientos y limpieza de zonas públicas, etc.

Como hemos señalado en el apartado anterior, la formación en el sector primario es una necesidad creciente en un contexto como el actual, integrándose en las cadenas de valor de los productos. El descenso del relevo generacional, la institucionalización de la propia formación para el desarrollo de las actividades, y la potencial incorporación de personas que no han estado vinculados al sector primario, generan yacimientos de empleo que se han articulado en ejemplos como las ya mencionadas escuelas de pastores. Incluso, desde algunas experiencias se señaló la inserción laboral de personas formadas a través de estas iniciativas, o también mediante la gestión de tierras, el esquileo, etc.

Sin embargo, no es menos cierto que en **relación al sector primario se señalaron no pocas limitaciones y barreras que complejizan el desarrollo de una actividad** vinculado al mismo. Por ejemplo, en no pocos lugares existen dificultades de acceso a tierras, lo que implica que la disponibilidad de las mismas, especialmente si la familia se ha dedicado a ello, sea un elemento determinante para desarrollar la actividad o para seguir con la llevada a cabo por los progenitores. Igualmente,

también hay barreras administrativas y de normativas que son señaladas como una dificultad de primer orden, especialmente para la puesta en marcha y el desarrollo de pequeñas producciones agroalimentarias y artesanales, muchas de las cuales se vinculan con la ganadería extensiva y se relacionan con el valor de la proximidad y de la sostenibilidad. Simplificar estos procesos es una vía fundamental para favorecer la empleabilidad y el emprendimiento vinculado a los productos agroalimentarios.

*Las dificultades que tienen en el sector primario para los permisos, los controles que te están exigiendo, para cualquier mínima explotación que tú quieras tener, una quesería o lo que sea, te están pidiendo lo mismo que si eres, yo qué sé, una gran empresa, una gran industria... Hay unas trabas muy fuertes (Castilla y León, asociación social y cultural medio rural).*

## 6. Los servicios de proximidad y la atención a la población

Servicios y comercios de proximidad se presentan como una oportunidad de empleo y de emprendimiento en las zonas más dinámicas, aquellas que también tienen un mayor volumen de población y unas mejores conectividades de transporte. Son **actividades vinculadas a la alimentación, a los cuidados, a la salud y la belleza**, etc., que se han desarrollado en localidades y zonas con una demanda suficiente. Obviamente, estos no cuentan con las mismas posibilidades en esas zonas donde la población es mucho más reducida, como se indicaba en no pocas entrevistas. Aunque, tampoco faltaron las visiones que incidían en la necesidad de **recuperación de esos comercios tradicionales** que, junto al papel del sector primario, permitan que los municipios y zonas puedan ser más **autosuficientes** en un contexto tan complejo como el actual.

*Esa autosuficiencia de cada pueblo, que a lo mejor no tiene que ser que cada pueblo lo contenga todo, pero que haya a lo mejor entre quince o veinte pueblos de alrededor que formen una gran comarca, pues que haya un análisis, un diagnóstico de lo que hace falta para ser más autosuficiente (Andalucía, técnico de entidad del medio rural).*

Los **servicios de proximidad** también se han vinculado con la **movilidad** a través de la generación de oportunidades de empleo y emprendimiento vinculadas al transporte de productos de estos comercios. Por ejemplo, pequeñas tiendas que llevan la compra

a personas de los pueblos de sus entornos, hecho que también se da en el caso de farmacias, lo que facilita el acceso a estos productos a colectivos con más dificultades de movilidad como pueden ser las personas mayores. La movilidad relacionada con estos servicios en el medio rural sigue estando presente ya que, tradicionalmente, diferentes proveedores/as acudían a los pueblos a llevar sus productos en días y horas puntuales, situación que sigue manteniéndose en algunos lugares.

Se identificaron posibilidades de empleo y de emprendimiento en todo lo relacionado con el **tiempo libre y el ocio**. Desde **actividades lúdicas** para el conjunto de la población, especialmente para niños/as y jóvenes, hasta el **ámbito de la cultura**, fueron nichos que se señalaron. Existe un mundo de servicios que el medio rural precisa y que pueden contribuir a hacerlo más atractivo. Son actividades que se presentaron como complementarias ya que se reconocía que la demanda en no pocas zonas era baja, que la estacionalidad es muy elevada (hay más posibilidades en periodos estivales, cuando llegan los habitantes de segundas residencias), y que se producía una dependencia en no pocos casos del automóvil o del transporte público ya que suelen ser actividades que se centralizan en algunas localidades con más habitantes.

Uno de los yacimientos de generación de empleo y de emprendimiento más importantes es el vinculado a la **atención a las personas mayores**. En un contexto como el del medio rural, más envejecido y con unas necesidades claramente identificadas, desde la **ayuda a domicilio, acompañamiento, centros de día y residencias**, las posibilidades son muy significativas. Además, se parte del valor que tiene el hecho de que las personas mayores en la medida de lo posible en su propio entorno. Numerosas zonas del medio rural español cuentan con necesidades vinculadas a este colectivo y a su situación.

*Todo lo que tiene que ver con la asistencia a domicilio, con la fisioterapia, todo lo que tiene que ver con el trabajo con personas mayores, es clave (conjunto de España, entidad de promoción del medio rural).*

*No sé si sería tanto ligado a los servicios de apoyo a las personas, a los cuidados y al envejecimiento en sí, sino lo que va a ser más en relación a las necesidades de las personas mayores con respecto a los servicios de acompañamiento (Cataluña, técnico grupo de acción local).*

También en relación con las personas mayores existen posibilidades de emprendimiento y empleo a través del **envejecimiento activo**. Teniendo en consideración que la diversidad del colectivo de personas mayores es muy amplia, en el sentido de sus condiciones de salud, no es menos cierto que la posibilidad de desarrollar **actividades vinculadas al ocio y al tiempo libre, y que les permitan mejorar su calidad de vida**, es una oportunidad. Además, no se refieren únicamente a la población del medio rural permanente, sino que también afecta a las personas mayores que tienen segundas residencias, que deciden pasar largas temporadas en sus pueblos una vez que se han jubilado, etc. Las posibilidades de llevar a cabo un envejecimiento activo también pueden suponer un atractivo para estos colectivos. Además, el envejecimiento activo también se puede relacionar con **actuaciones intergeneracionales**, siendo una nueva oportunidad de desarrollo de actividades. Igualmente, se diversificarían las mismas y se implica al conjunto de la comunidad, contribuyendo a generar sinergias en los territorios.

Como en otros casos vinculados al sector servicios, se puso de manifiesto desde informantes vinculados al ámbito del **asesoramiento** y de los grupos de acción local la importancia que debe desempeñar el sector público en la puesta en marcha de actividades de servicios a la comunidad. De esta forma, se generaría un punto de partida que podría ser acompañado por iniciativas privadas que se beneficiarían de ese impulso. Igualmente, también estos servicios de asesoramiento y **consultoría** podrían desarrollarse desde la iniciativa privada, siendo facilitadas igualmente por las Tecnologías de la Información y la Comunicación.

## 7. El dilema y el papel del turismo

El desarrollo del turismo en el medio rural, especialmente en las zonas de montaña y del interior peninsular, se ha transmitido en no pocas ocasiones como una oportunidad para estos territorios. Y, en parte lo ha sido, pero también ha contado con sus limitaciones. Por un lado, las excesivas expectativas que se han generado con relación al turismo, en no pocas ocasiones presentado como el “salvador” de estas zonas y localidades. Por otro lado, una oferta sobredimensionada que precisa de una reestructuración. Pero no cabe duda de que el **turismo ha sido un sector clave para la diversificación** de las actividades del medio rural en las dos últimas décadas. De esta forma, a través del turismo se han generado oportunidades para no pocos colectivos, especialmente jóvenes y mujeres. Sin embargo, en no pocos casos también ha sido una actividad complementaria,

sujeta a una excesiva estacionalidad y con una demanda que no abarca la elevada oferta existente siendo prácticamente cualquier lugar un potencial destino turístico.

El **turismo sigue siendo uno de los nichos y yacimientos de empleo y emprendimiento** más señalados en cualquier ámbito, tanto desde las estrategias y planificaciones que llevan a cabo las diferentes Administraciones Públicas, como desde los diferentes estudios e investigaciones. En el caso que nos ocupa, el turismo volvió a ser presentado de esa forma, aunque también se insistió en las limitaciones que se presentan para que el turismo pueda cumplir esa función de forma más eficiente. Uno de los elementos que se destacaron en el trabajo de campo fue la **necesidad de vincular el turismo con otras actividades que se desarrollan en el medio rural, como por ejemplo el sector agroalimentario, el turismo activo y de naturaleza**, articulándose por ejemplo a través de las BTT, o la interpretación del patrimonio. Igualmente, también se han presentado oportunidades que se están desarrollando como la oferta de alojamientos singulares en los bosques, por ejemplo, cabañas en los árboles, una modalidad cuya oferta y demanda está creciendo.

Como se ha señalado anteriormente, y como se viene observando en el último año, existe una necesidad de trabajadores/as en el ámbito de los servicios vinculados a **la hostelería y la restauración**, así como en los **alojamientos**. Las complicaciones derivadas en el sector trascienden en parte al hecho de la ubicación de estos servicios en el medio rural, son más estructurales, pero también se indicó la dificultad de poder contratar a trabajadores/as en el medio rural para bares, restaurantes y alojamientos. El no contar con población joven en las zonas, la estacionalidad y los desplazamientos fueron algunos de los factores determinantes para el conjunto de personas entrevistadas de las complicaciones para emplearse en este sector. Además, también se aludió a la necesidad de una mayor formación y profesionalización en el mismo, hecho que es determinante en la evolución del turismo en estas zonas, aunque se ha ido mejorando.

La situación de la hostelería es uno de los puntos críticos en las zonas del medio rural. Los **bares y restaurantes** no solo son un sector determinante, central en el desarrollo de una oferta turística de calidad y en la prestación de servicios, sino que también **desempeñan un papel de dinamización y articulación de la comunidad**. El cierre del bar del pueblo tiene un efecto muy negativo en la misma ya que suele ser el lugar de encuentro y de reunión tanto de las/os habitantes del pueblo como de las personas que acuden a sus segundas residencias, así como de visitantes y turistas. De hecho, no son pocas las medidas municipales que se han puesto en marcha ofertando la gestión del bar de los pueblos.

Sin embargo, la ausencia de relevo generacional y las dificultades para conseguir personas que trabajen tanto en la hostelería y la restauración, están provocando un escenario complejo. Pero, el mismo también se transforma en la ya señalada oportunidad. Para ello, **es preciso incidir en la formación y en la profesionalización** de las personas trabajadoras, así como de las personas emprendedoras en este ámbito, para lo que tendrían que generarse más sinergias con los centros de formación especializados en este sector. Se pone en valor desde los informantes vinculados a este sector que puede ser importante la **recuperación de una restauración más tradicional**, ofertando las cocinas típicas de las zonas, lo que llevaría a un turismo más experiencial y auténtico. Además, el fomento de la restauración y de la hostelería se inserta en el **consumo de los productos locales**, lo que favorece también el desarrollo de la agricultura y ganadería de los municipios y zonas.

De esta forma, el turismo ofrece oportunidades laborales y de emprendimiento en diferentes vías. Por un lado, a través de los empleos directos ya señalados en este sector, siendo fundamental una dignificación de la profesión. Igualmente, también aparecen posibilidades a través de la recuperación de los bares y establecimientos de restauración más tradicionales. Es decir, partiendo de esa base como un **elemento de diferenciación y muy apegado al territorio y a los productos de la tierra**.

Pero, el turismo como nicho de empleo, también va a ser en numerosos casos complementario ya que la estacionalidad es muy elevada. Son periodos concretos, dependiendo de las zonas, en los que existe una mayor demanda de trabajo. Hay que ser consciente de este hecho porque es un condicionante determinante para el conjunto de las personas entrevistadas. Así, hay que facilitar esa diversidad de actividades durante el año para que no se dependa de una única fuente de ingresos. Esta diversificación de actividades precisa también de un buen diagnóstico acerca de las acciones que se pueden llevar a cabo, teniendo en cuenta el contexto y las potencialidades de cada territorio.

El turismo sigue siendo una apuesta clara para el medio rural, pero la complejidad y la competencia cada vez es mayor. Informantes vinculados al mundo del turismo incidieron en el hecho de que, tras más de dos décadas de desarrollo de este, se han podido observar limitaciones que pueden y deben corregirse. Evitar hacer depender a territorios y localidades de un sector tan volátil a los cambios de la demanda y de las condiciones, ser conscientes de la estacionalidad y, especialmente, incidir en la formación y en la profesionalización de las personas trabajadoras del mismo son fundamentales para que el turismo pueda ofrecer mayores oportunidades. Además, en estas dos décadas se han ido generando **productos turísticos**,

**articulados por ejemplo en rutas, que han dado lugar a valor añadido a los territorios**, desarrollando oportunidades laborales y de emprendimiento, incorporando a los sectores y actividades de las zonas, y conectando a través de estos a los agentes mediante la creación de sinergias. Son también mecanismos y vías de empleo y emprendimiento para la juventud en el medio rural, además de permitir una creciente innovación.

## 8. La digitalización como medio y como fin

Una de las principales potencialidades para el medio rural señalada por el global de las/os informantes fue la digitalización. Presente en todas las políticas, planes, estrategias y planificaciones, la digitalización ofrece numerosas oportunidades que van desde la generación de actividades específicas, por ejemplo, **empresas tecnológicas vinculadas a actividades en el medio rural (energía, monitorización de acciones en el mismo, etc.), a su uso como medio en las actividades agrícolas y ganaderas, a la comercialización de productos, etc.** A pesar de las dificultades de conectividad que existen en algunas zonas de España, no es menos cierto que se ha ido avanzando en la mejora de la misma y aunque siguen existiendo brechas digitales territoriales, superar las mismas es un objetivo presente desde todas las administraciones y agentes. **La digitalización se ha convertido, para muchos de nuestros informantes, en la gran oportunidad del medio rural ya que facilita la conectividad y la accesibilidad, así como el poder trabajar y desarrollar una actividad profesional desde cualquier punto de mapa prácticamente.** Es una visión que está muy presente, fundamentalmente, entre las personas entrevistadas más jóvenes, aquellas que se podrían denominar como “nativas digitales”.

*Si alguien lo tiene fácil para emprender en el medio rural, son los jóvenes, porque creo que hay una oportunidad que ha surgido con todo el tema digital, que quienes lo pueden aprovechar son ellos (La Rioja, trabajadora sector terciario, turismo).*

El **teletrabajo apareció como una posibilidad para el medio rural, y para el asentamiento de población en el mismo**, pero para la buena parte de las personas entrevistadas no suponía por sí mismo una oportunidad de empleo. Es decir, puede dar lugar a que se establezca

población en estas localidades, pero estarían desarrollando una actividad que no está ubicada en el entorno. Ciertamente, otra serie de perfiles, especialmente los más vinculados al mundo digital, así como jóvenes, incidieron en que el teletrabajo sí que era una oportunidad, con independencia de la localización de la actividad en el medio rural. Fueron señalados como **“nómadas digitales”**, aquellas personas que se han trasladado a pueblos a teletrabajar, aprovechando la potencialidad de las Tecnologías de la Información y la Comunicación. Además, estos informantes incidían en la **potencialidad del teletrabajo en el sentido de asentar población, lo cual repercutiría en otras actividades en los municipios y zonas**. Sin embargo, los agentes más vinculados a las actividades económicas se posicionaban en la primera línea descrita. Es decir, **la digitalización generará oportunidades de empleo y emprendimiento juvenil, y en general, si se crean actividades vinculadas al entorno**.

El **teletrabajo puede permitir que se desarrollen numerosas actividades**, según las personas entrevistadas, **que van desde la formación, la salud, la educación, la consultoría, etc.**, las cuales pueden llevarse a cabo desde estas localidades y zonas. También se incidió en las oportunidades que ofrece el **comercio electrónico, el marketing digital, el diseño gráfico**, entre otras cuestiones, facilitando la **comercialización** de los propios productos que se generan en el medio rural.

*Se podría hacer en entornos rurales más baratos, más accesibles y con un trato mucho más personalizado de actividades formativas, actividades educativas y también de consultoría (La Rioja, emprendedor, tecnologías).*

A través de las Tecnologías de la Información y la Comunicación también se incidiría en la **economía circular y en la cadena de valor**. Es decir, el mundo digital supondría una oportunidad también para **dinamizar los sectores más tradicionales y maduros**, por ejemplo, el turismo, que encontrarían unas vías de desarrollo a través de estas herramientas y de los profesionales formados para ello.

De lo que no cabe ninguna duda es que la digitalización es una necesidad en un mundo cada vez más interconectado e interdependiente. La comercialización, la difusión y la visibilidad son aspectos fundamentales que ayudan y complementan al emprendimiento y

a las oportunidades laborales de la juventud en el medio rural. Y, en este sentido, se hizo especial incidencia en la condición de “nativos digitales” de estos colectivos, en su **formación y en la complementariedad con otras actividades**, por ejemplo, del sector primario, a los que pueden ayudar en su desarrollo.

Informantes más vinculados al ámbito de lo digital señalaron que este ámbito es una de las grandes claves para recuperar el medio rural, generar empleo en el mismo y atraer población. Se señaló el valor de las Tecnologías de la Información y la Comunicación en relación a la ya señalada ruptura de la distancia como condicionante de desarrollo de una actividad, siempre que las conexiones sean factibles, así como a su implicación en relación a la no dependencia de la estacionalidad de determinadas actividades como las del turismo.

Se están desarrollando **empresas en el medio rural que están vinculadas a las tecnologías, especialmente en el ámbito de la sostenibilidad, las energías renovables y la innovación** con respecto a los territorios en los que se insertan. En no pocas ocasiones, sus promotores/as son personas que han retornado a sus lugares de origen tras haber estudiado fuera o desarrollado una carrera profesional en el medio urbano. Sin embargo, también se señaló la dificultad de encontrar **perfiles cualificados** que quieran ir a estas zonas rurales cuando existe demanda en algunos territorios:

*Gente que ha estudiado en universidades, que ha marchado, ha estado trabajando fuera y ha vuelto. Y la idea es que quiere montar su empresa aquí, con perfiles profesionales que aquí escasean. Estas empresas sí que nacen y crecen, pero el hándicap es el que se encuentran a veces es el de contar con esos perfiles y que quieran venir aquí (Cataluña, técnico de entidad de innovación en el medio rural).*

Con respecto a la digitalización se puso también el acento en la generación de lugares que faciliten la implementación y el uso de las Tecnologías de la Información y del Conocimiento. Las/os informantes destacaron el **papel de los centros de espacios de coworking**, indicando que facilitan la instalación en estas zonas de profesionales que pueden llevar a cabo sus actividades en los mismos. Además, de esta forma también se incide en el concepto de comunidad. Se señalaron ejemplos de pequeños y medianos

municipios en los que profesionales habían llevado a cabo actividades de emprendimiento desde estos espacios, por ejemplo, ingenieros/as, arquitectos/as, consultores/as, etc., y también teletrabajadores/as. De hecho, también se puso en valor el papel de estos espacios de *coworking* durante periodos específicos, como los estivales, siendo aprovechados por población de segundas residencias, entre otros colectivos.

Igualmente, un papel central que desempeñan las tecnologías es en el **favorecimiento de la creación y el desarrollo de redes**. De esta forma, la conectividad facilita las mismas y articula un tejido de personas emprendedoras que desarrollan sus actividades en el medio rural, pero también están interconectados entre ellos y con el medio urbano.



Tabla 1.

### Resumen de nichos y yacimientos de empleo y emprendimiento para la juventud en el medio rural español

SECTOR	ACTIVIDAD
<b>Primario</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Silvicultura y aprovechamiento forestal del monte.</li> <li>• Productos de proximidad agroalimentarios.</li> <li>• Agricultura ecológica.</li> <li>• Recuperación de cultivos y semillas tradicionales.</li> <li>• Ganadería extensiva.</li> <li>• Transformación del producto del sector primario.</li> </ul>
<b>Secundario</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Rehabilitación de viviendas siguiendo modelos tradicionales de las zonas.</li> <li>• Albañilería y trabajos en viviendas (electricistas, fontaneros, etc.)</li> </ul>
<b>Servicios</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Turismo activo, de naturaleza y de montaña: guías, senderismo, alojamientos, etc.</li> <li>• Agroturismo, vinculado al sector primario y a la cadena de valor del producto.</li> <li>• Interpretación del patrimonio.</li> <li>• Hostelería.</li> <li>• Restauración.</li> <li>• Atención y cuidados a personas mayores.</li> <li>• Comercios de proximidad.</li> <li>• Transporte de proximidad, como servicio a la comunidad.</li> <li>• Formación en sectores vinculados al medio rural (por ejemplo, escuelas de pastores, cultivos tradicionales, gestión de tierras, etc.), así como a las necesidades del mismo.</li> <li>• Formación continua y a lo largo de la vida.</li> <li>• Actividades culturales y de dinamización del medio rural.</li> <li>• Servicios a la población joven enfocados al ocio.</li> <li>• Servicios de consultoría y asesoría, contando también con las Tecnologías de la Información y la Comunicación.</li> </ul>
<b>Actividades vinculadas al uso de las TIC</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Empresas relacionadas con energías renovables.</li> <li>• Empresas vinculadas al medio ambiente y la sostenibilidad.</li> <li>• Empresas dedicadas a la monitorización y seguimiento del medio rural.</li> <li>• Empresas tecnológicas vinculadas al uso de drones.</li> <li>• Marketing digital.</li> <li>• Comercio electrónico.</li> <li>• Análisis de datos.</li> </ul>

Fuente: Estudio cualitativo basado en entrevistas en profundidad a informantes cualificados.

## 9. Conclusiones

El mundo rural cuenta con **oportunidades para desarrollar yacimientos y nichos de empleo**, así como para el emprendimiento de su juventud y de las personas que quieran instalarse en el mismo. Sin embargo, es necesario contar con una serie de condiciones y premisas que permitan que las posibilidades que se han descrito en las páginas anteriores puedan desarrollarse.

Hay que partir de la base, como nos indicaba una de nuestras informantes, tiene que darse una **relación entre el proyecto vital y el profesional y/o el de la actividad**

que se quiere llevar a cabo. El peso de ese factor, de la elección de un determinado municipio o territorio para desarrollar su proyecto de vida, también se vincula con qué se va a hacer en el mismo. El problema surge cuando el acceso a determinadas oportunidades profesionales se ve limitado por las posibilidades del territorio, o implica una rebaja de las expectativas. En este caso, ese proyecto de vida puede quedar en un segundo plano debido a no poder llevarse a cabo un proyecto profesional. Por este motivo, entre otros, es importante desarrollar una serie de condiciones para facilitar la mayor convergencia posible.



Aunque se reconoce que se ha avanzado en la puesta en valor del medio rural, han cambiado ciertas concepciones y estigmatizaciones con respecto al mismo y lo que implica permanecer o instalarse en el mismo, para algunos de las/os informantes todavía es necesario profundizar en ese proceso. En la actualidad, se observa **que cada vez hay más jóvenes que piensan que el medio rural es un lugar de oportunidades**, pero queda mucho camino por recorrer en el desmontaje de ciertos mitos e ideas preconcebidas sobre unos espacios y otros. Es decir, que el progreso no pasa siempre por una movilidad hacia el ámbito urbano, sino que el medio rural también implica un proyecto y estilo de vida que está más vinculado a lo sostenible.

En su conjunto, el trabajo en las oportunidades de empleo y de emprendimiento de la juventud en el medio rural debe tener consideración la situación en conjunto de este colectivo. Se han mencionado algunos aspectos relacionados con la misma a lo largo de las páginas anteriores, desde **el papel del arraigo al de la formación**, así como a las concepciones existentes sobre el medio rural y los proyectos de vida que se pueden desarrollar en el mismo, sin olvidar algunas cuestiones clave como es la importancia que tienen las posibilidades de ocio, etc. La juventud en el medio rural tiene numerosas situaciones similares a las que se encuentra en los entornos urbanos, pero no es menos cierto que la localización también implica ciertos condicionantes.

Sin duda alguna, entre las más importantes se encuentra el concepto de comunidad, pudiendo relacionarse con **lo común, con la cohesión** y, para algunos de las/os entrevistados, con una especie de “economía circular” a través de las que se retroalimentan las diferentes actividades, se generan nuevas y se articula y dinamiza un territorio. En definitiva, nos encontraríamos con esas **sinergias** que son determinantes para que las posibilidades de desarrollarse estas actividades sean reales. Sin el conjunto, sin la comunidad, sin un trabajo

en la misma dirección de las administraciones públicas, del resto de agentes públicos y de los privados, de los diferentes actores sectoriales, etc., las opciones se reducen.

De esta forma, también es fundamental que se articulen posibilidades de empleo a través de yacimientos que favorezcan tanto el emprendimiento como la contratación por cuenta ajena. Es cierto que, en no pocas ocasiones, se ha potenciado el primero, especialmente en iniciativas como los programas LEADER, las cuales han sido determinantes para el mantenimiento y desarrollo de no pocas zonas rurales. Pero, este hecho no se contrapone con la generación de empleo a través de la creación de la contratación de trabajadores/as en los distintos sectores y subsectores.

Igualmente, la creación de empleo para jóvenes en el medio rural y las oportunidades, yacimientos y nichos deben estar vinculados a la **innovación social y territorial**. Es fundamental el desarrollo de fórmulas que pasen por ese factor, tanto desde la perspectiva tecnológica como desde la social, poniendo el foco en el lugar que ocupan los diferentes sectores y subsectores y las posibilidades que pueden darse en los mismos en cadenas de valor, en los territorios y en su inserción en las comunidades.

Desde el punto de vista de las personas entrevistadas, una de las cuestiones centrales para que se produzcan oportunidades de empleo y emprendimiento en el medio rural es que **las expectativas sean realistas**. Es decir, tiene que darse una dimensión de las mismas a la escala del propio medio. Se señalaron escenarios en los que se habían generado proyectos e iniciativas sobredimensionados que no salieron adelante precisamente por este factor. Además, también es fundamental tener en cuenta los tiempos del medio, es decir, evitar los cortoplacismos porque las apuestas deben ser a medio y largo plazo.

La generación de oportunidades laborales y de emprendimiento debe estar basada en unas **condiciones de trabajo dignas y no precarizadas**. Como se ha venido señalando en las páginas anteriores, nos encontramos en un entorno en el que hay **complementariedad de actividades**, empleos estacionales, factores estructurales y del mercado que generan barreras y dificultades, así como importantes variabilidades de las demandas en los distintos sectores. Algunas personas entrevistadas señalaron que el coste de la vida en el medio rural es menor que en los entornos urbanos, pero no es menos cierto que también hay accesibilidades que complejizan las condiciones de vida. De hecho, también hubo informantes, los más vinculados a los entornos analizados, que indicaron que el coste de la vida es más elevado en el medio rural debido a las dificultades de comunicación y accesibilidad de productos y servicios.

La necesidad de generar empleos, tanto por cuenta propia como ajena, que eviten precarizaciones y situaciones adversas, especialmente en un entorno en el que buena parte del empleo es autónomo, hace necesario dignificar actividades y profesiones a través de la puesta en valor de los productos y servicios que ofrecen. En el caso contrario, ocurrirán situaciones que lamentablemente son cotidianas, como por ejemplo el abandono de actividades que fueron iniciadas con una gran ilusión y motivación. En definitiva, se trata de **generar una estabilidad que sea la base de estas oportunidades y posibilidades de empleo y emprendimiento en el medio rural**. Estos factores incidirían también en cuestiones como la **cohesión y la sostenibilidad social**. Debe trabajarse para que la **inclusión social y laboral** se produzca en las condiciones óptimas que implique que personas y colectivos no entren en situaciones de vulnerabilidad o exclusión social.

Uno de los aspectos que **debe evitarse es centralizar las posibilidades de desarrollo de estas oportunidades en un único sector**. Es evidente que cada territorio y localidad cuenta con unas fortalezas, con actividades que están más desarrolladas, bien porque han sido seculares en las mismas, bien porque se han producido ciertas viabilidades. Incluso, un sector o subsector puede ser el motor de un territorio, hecho que se da en las zonas vitivinícolas o en las de alta montaña, dependiendo de si se ha incidido en la ganadería o en el turismo, por ejemplo. Pero no es menos cierto que la diversificación de actividades es una necesidad. De nuevo el turismo es señalado como ejemplo de que el desarrollo de un territorio o zona no puede basarse únicamente, o principalmente, en un sector, especialmente uno tan sensible a las variaciones y fluctuaciones de la demanda.

La ya señalada complementariedad de actividades en el medio rural es una constante. Tradicionalmente, muchas personas de este trabajaban en diferentes actividades

para completar sus ingresos. En la actualidad, este hecho se ha institucionalizado e intensificado a través de esa diversificación de actividades. El conjunto de las personas entrevistadas reconoció esta situación y se incidió en que la misma no es incompatible con la generación de estabilidad y de condiciones de trabajo dignas.

**Las administraciones públicas tienen también que favorecer las condiciones para el desarrollo de pequeñas producciones y actividades, especialmente en el ámbito del sector primario y de los productos agroalimentarios.** En un escenario en el que es más importante el valor de la sostenibilidad, de la proximidad y de la puesta en valor del medio ambiente, vinculado con la biodiversidad, se precisa una simplificación y flexibilización de los requerimientos burocráticos para este tipo de actividades, lo que permitirá mayores posibilidades de emprendimiento.

La instalación de empresas en el medio rural también debe contar con el papel del arraigo. Es decir, tienen que estar enraizadas en el mismo, vinculadas a las comunidades, no entidades que puedan deslocalizarse fácilmente, con los impactos negativos en las zonas. La conexión de estas con el entorno es fundamental, son una pieza más de un engranaje que permita la articulación y dinamización de los municipios y territorios.

Finalmente, y no menos importante, es preciso que se **facilite la accesibilidad a la información en relación con convocatorias, ayudas, servicios de asesoramiento propiamente dichos**, etc. Este hecho fue señalado por no pocos informantes, especialmente pertenecientes a grupos de acción local y asociaciones y entidades que trabajan en la dinamización e innovación del medio rural. Habría importantes desconocimientos sobre la forma de acceder a estos servicios y a las oportunidades que ofrecen, lo que también podría limitar las posibilidades de empleo y emprendimiento. Y, junto a este asesoramiento, sin duda alguna habría que ampliar la **información y puesta en valor del medio rural**, de lo que se puede hacer en el mismo, enfocado a la población del ámbito urbano. Muchas de las personas que ya han apostado por la realización de un proyecto vital, profesional y laboral en el medio rural, que permanecen en el mismo con una elevada presencia del factor arraigo y procedencia del medio rural, están convencidas de la decisión tomada y permanecen en sus localidades en no pocas ocasiones a pesar de las dificultades y barreras. Sin embargo, hay otra elevada cantidad de personas que desconocen el medio rural, sus valores y oportunidades, y en esa dirección también hay que lanzar acciones y estrategias. Aunque, obviamente, **estos procesos no son cortoplacistas**, sino que tienen que ser desarrollados a medio y largo plazo.

## Decálogo para el emprendimiento juvenil en el medio rural

A continuación, se presentan diez aspectos o condiciones que pueden favorecer el emprendimiento juvenil en el medio rural, así como la generación de empleo en los yacimientos y nichos indicados en las páginas anteriores:

1. El colectivo y el conjunto son importantes, **trabaja con tu comunidad y con tu entorno**, generando alianzas y sinergias con otras entidades y agentes que permitan un territorio más dinámico y cohesionado.
2. **Forma parte de asociaciones, entidades, etc.**, agentes colectivos, cooperativos, colaborativos, que están presentes en el territorio.
3. **Conoce tu entorno**, las necesidades de este, cuál es el escenario en el que se encuentran, tanto si se procede de dichas localidades o territorios como si no. Un buen conocimiento de las localidades y de las zonas ayudará a que las opciones de emprendimiento sean más factibles.
4. **Evita la idealización de ciertas actividades y lugares de residencia.** El sector primario, por ejemplo, es duro y cuenta con unas elevadas exigencias. Es fundamental ser consciente de este hecho, que se conoce si hay una relación previa con estas actividades, bien por arraigo familiar o por procedencia de las zonas, pero que en ocasiones no se conoce.
5. Es necesario **no caer en el mimetismo.** Es decir, lo que ha funcionado en una localidad o zona no tiene por qué hacerlo en otra. Hay numerosos factores específicos que pueden hacer que una actividad tenga viabilidad, muchos de ellos de carácter cualitativo, en un municipio o territorio, pero que no se pueden exportar.
6. La gran mayoría de las actividades deben contar con una **perspectiva de medio y largo plazo.** Es imprescindible evitar el cortoplacismo, que también está relacionado con la generación de unas expectativas que no están vinculadas con la realidad.
7. Las **actividades** que se tienen que desarrollar tienen que ser **sostenibles**, hay que ser **consciente de la escala del territorio, de las posibilidades**, evitando proyectos elevadamente ambiciosos que no puedan llevarse a cabo o cuyos costes no sean abordables.
8. Es fundamental adoptar una **perspectiva profesional.** Empezar no es un “juego” ni un “hobby”, es una actividad con la que alguien pretende ganarse la vida y llevar a cabo un proyecto laboral.
9. La profesionalización también está vinculada con la **formación**, que en la Sociedad de la Información dura durante toda la vida. **La formación continua** para mejorar a lo largo de la vida laboral, **la ocupacional**, para encontrar empleo o para el emprendimiento.
10. Busca **asesoramiento**, existen numerosas vías de acceso al mismo, tanto desde organismos públicos como desde entidades y asociaciones que trabajan por el desarrollo del medio rural; y por supuesto, puede accederse a mucha de estas a través de la Internet.

## Referencias

Alma Natura (2015). “Estudio sobre nuevos yacimientos de empleo en la Sierra de Aracena y Picos de Aroche”. Unión Europea. Fondo Europeo Agrícola de Desarrollo Rural, Junta de Andalucía. Consejería de Agricultura, Pesca y Desarrollo Rural, GDR Sierra de Aracena y Picos de Aroche.

Alguacil Marí, M.P. (2021). “Impacto de las cooperativas agroalimentarias en el desarrollo territorial”. Cátedra de Cooperativas Agroalimentarias. Generalitat Valenciana.

Bajuk Senčar, T. (2021). “Conceptualising Youth Entrepreneurship in EU Policy Discourse”. *Studia ethnologica Croatica*, 33 (1), 21-42.

Consejo Económico y Social España (2021). “Informe sobre un medio rural vivo y sostenible”.

Cueto, B. y Escudero-Castillo, I. (2020). “Oportunidades de empleo y emprendimiento en economía circular y desarrollo rural sostenible”. *Acción contra el Hambre, Fundación EDP, Fundación San Feliz, Fundación Universidad de Oviedo, Universidad de Oviedo.*

European Network for Rural Development (2017). “Revista Rural de la UE N° 24. Reimaginar las oportunidades de negocio que ofrece el mundo rural”.

Gobierno de España. Oficina Nacional de Prospectiva y Estrategia (2021). “España 2050. Fundamentos y propuestas para una Estrategia Nacional a Largo Plazo”.

González Fernández, M. y Montero Logroño, I. (2020). “¿Por qué te vas? Las políticas de desarrollo rural como instrumento de integración de la juventud rural en Andalucía”. *Kult-ur: revista interdisciplinaria sobre la cultura de la ciutat*, 7 (14), 35-66. DOI: 10.6035/Kult-ur.2020.7.14.1

Interreg Europe (2020). “How to boost entrepreneurship in rural areas? A Policy Brief from the Policy Learning Platform on SME competitiveness”.

Langa-Rosado, D., Lubián, C. y Botía-Morillas, C. (2022). “Clase social, estrategias educativas y expectativas de arraigo en los jóvenes rurales andaluces”. *Comunicación en XIV Congreso Español de Sociología, Murcia 29 de junio a 2 de julio de 2022.*

Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación. “Grupo Focal sobre digitalización y Big Data en los sectores agroalimentario y forestal y el medio rural”.

Ministerio para la Transición Ecológica y el Reto Demográfico (2021). “Plan de recuperación. 130 medidas frente al reto demográfico”.

Monllor, N. (2013). “El nuevo paradigma agrosocial, futuro del nuevo campesinado emergente”. *Polis*, 34.

Monllor, N. y L. Megías (2021). “Los espacios test agrarios: innovación social para fomentar el relevo generacional extrafamiliar”. *RETA. Red de Espacios Test Agrarios.*

Monllor i Rico, N., Macías García, B. y Flament Ortun, S. (2018). “Joves al camp. Estudi quantitatiu i qualitatiu de les incorporacions al sector agrari a Catalunya a partir de la mesura 112 del Programa de Desenvolupament Rural 2007-2013”. *ODISSEU, Consorci Gal Alt Urgell – Cerdanya, Generalitat de Catalunya, Fons Europeu Agrícola de Desenvolupament Rural.*

Moyano Estrada, E. (Coord.) (2022). “La España rural: retos y oportunidades de futuro”. *Cajamar Caja Rural.*

Red Española de Desarrollo Rural (2017). “Oportunidades y proyectos para jóvenes”. *Ministerio de Sanidad, Servicios Sociales e Igualdad. Red Española de Desarrollo Rural.*

Saralegui Díez, P. (2022). “Los cambios en las prácticas de consumo en el COVID-19: Retos para el escalamiento agroecológico desde el consumo”. *AIBR. Revista de Antropología Iberoamericana*, 17 (1), 117-145. DOI: 10.11156/aibr.170106

Serrano Martínez, C., Valero Errazu, D., Gómez Bahillo, C. (2020). “Las emprendedoras en el medio rural. El caso de estudio del Somontano Aragonés”. *Revista Internacional de las Organizaciones*, 24, 91-100.

Tárraga Davia, J. y Morales Pérez, S. (2021). “Empoderamiento femenino y desarrollo local en la España vaciada. Caso de estudio: Teruel”. *ROTUR. Revista de Ocio y Turismo*, 15 (2), 45-60.

Willmott, L. (2019). “Despoblación, yacimientos de empleo y participación social. Análisis de la realidad en el nordeste de la provincia de Salamanca”. *Colectivo Khora.*



## Conclusiones

### Conclusiones

El modelo de desarrollo que ya fue expuesto en el informe Delors en los años noventa (Delors, 1993) abogaba por una economía al servicio del empleo, no apoyada sólo en el crecimiento económico, sino también en la formación, la flexibilidad, la descentralización, la iniciativa y la búsqueda de yacimientos de ocupación y nuevas oportunidades de actividad. Ya entonces la propuesta era una metodología de intervención local, iniciativas también locales de emprendimiento, y detección y determinación de acciones de formación para esos nuevos empleos el enfoque integrado como metodología para la intervención en el territorio, las acciones de creación de empresas como iniciativas locales, y la detección de necesidades formativas en relación con nuevos empleos.

Treinta años después puede afirmarse que, de esas 17 propuestas, algunas como el turismo para la diversificación rural, por ejemplo, han sido acometidas con mayores medios que otras; pero que en lo que respecta a una metodología de detección de los nuevos nichos de actividad y yacimientos de empleo, pareciera que poco se ha avanzado; prevaleciendo escasos trabajos o noticias puntuales, y permaneciendo una gran opacidad sobre el problema. Por todo ello se ha recurrido a la triangulación metodológica para tener una imagen diáfana sobre el tema, contando con todas las fuentes de información posible (académica, periodística y sectorial, estadísticas e informes oficiales, estudios de casos, opinión de expertos, etc.), tras lo cual se ha llegado a las siguientes conclusiones:

1. Tras la revisión de la literatura científica y el análisis bibliométrico se deduce que la **investigación está en fase temprana**, si bien es cierto que existe otra literatura gris en forma de informes a nivel autonómico, local y europeo lo que nos ha permitido seguir investigando sobre el tema. En cuanto a los **nuevos nichos, los relacionados con la economía de los cuidados, el tiempo libre, la economía verde y la digitalización, son los que se perfilan como más inmediatos con el ámbito y la juventud rural**, y que son al mismo tiempo sobre los que crece su valoración por los retos inmediatos con relación al cambio climático y sus posibles soluciones, y una oportunidad en tanto que ambos son los ámbitos en los que las/os 'nativos digitales' se encuentran más cómodos.
2. Con el análisis econométrico y del mercado de trabajo, se han destacado las ocupaciones y sectores profesionales considerados más dinámicos y las posibilidades que otorgan el teletrabajo y el

emprendimiento autónomo, dejando **constancia de la mayor necesidad del fomento de esta actividad empresarial, así como de la reducción de la brecha digital entre entornos rurales**. En general, la conclusión es positiva sobre las variadas posibilidades de trayectorias profesionales para la población más joven en entornos rurales, y que van más allá de todo el conjunto de actividades de escaso valor añadido a las que se suele hacer alusión en el debate tradicional; por lo que urge una mayor información sobre este **conjunto de yacimientos de empleo que se detallan en este trabajo, tal que:** actividades de limpieza, mantenimiento como electricistas, auxiliar de enfermería, cuidador/a de niños/as en guarderías, las peonadas agrarias, forestales e industriales y todas las actividades principales relacionadas con el sector de la alimentación, agente inmobiliario, teleoperador/a, agente de telemarketing, agente administrativo, comercio online, promotor/a de ventas o representante comercial que, total, o parcialmente, se podrán realizar en remoto a través de herramientas de teletrabajo. Sin olvidar la posibilidad de desarrollarse dentro del sector turístico como recepcionista en hoteles o como guía turístico; o como oficial y operador/a de maquinaria industrial, forestal y agrícola, el trabajo de mecánico/a y, dentro del sector comercial, como vendedor/a en tienda física, o los relacionados con el sector de la informática y las telecomunicaciones.

3. Tras el análisis socio-estructural se **destaca un conjunto muy nutrido de 20 nuevas áreas de actividad con importantes nichos de ocupación para la juventud rural**; y, asimismo, las dinámicas y estrategias empresariales encontradas en algunos de los municipios que mejor se encuentran afrontando el reto del empleo y el desarrollo, entre las que caben destacar 1. Las **de 'tipo cluster'** de asociación territorial de actividades industriales dentro de los nuevos nichos, como por ejemplo las energías limpias, las turísticas de turismo activo o rutas culturales y, sobre todo, de las generadas por la **digitalización y cuarto sector**, por ejemplo, a través de las **Smart Villages**. 2. En interés de incentivar el **emprendimiento en modalidades de actividad netamente juveniles**, como las educativas, culturales, el turismo activo o los deportes acuáticos o de montaña, que generan una serie de sinergias de retroalimentación entre empresas; 3. El modelo de **Líder en Nicho Internacional**, por ejemplo, de moda joven, como modo de potenciar y segmentar también la oferta local. 4. Diversas modalidades de **campus rural**, y 5. Las distintas formas de **innovación social juvenil**, que desarrollan su participación y el capital social de los territorios, ya sea en actividades

tradicionales como la agricultura ecológica, la apicultura o la ganadería, o con nuevas fórmulas de asociación, cooperación o convivencia.

4. Con el análisis Big Data de los contenidos de la prensa relacionados con el objeto de estudios, se ha identificado una serie de temáticas que preocupan a la sociedad, la **formación** ocupa una posición primordial en los ámbitos del empleo, la empresa y el emprendimiento. En segundo lugar, los temas relacionados con la inclusión, Asociada a la **inclusión**, los **aspectos sociales** deberán ser tenidos en cuenta en las políticas y en las decisiones empresariales. El medio **ambiente y la sostenibilidad** van a resultar también en un tema transversal en las diferentes actividades y empresas, máxime cuando uno de los valores importantes del ámbito rural es la naturaleza. La **digitalización** está constituyendo tanto una necesidad para mejorar la competitividad de las empresas, como fuente de oportunidades de negocio y de trabajo cualificado. Asociada a la digitalización está la innovación, necesaria para generar oportunidades de negocio y empleo; ámbito rural e innovación no deben estar reñidos.

Los resultados de este apartado arrojan que la ocupación de la juventud en el ámbito rural es un fenómeno que ocupa un creciente interés en España durante los últimos años. En segundo lugar, que el autoempleo se presenta de manera creciente como una alternativa para la juventud en el ámbito rural. Así, puede esperarse que más allá del relevo generacional en las explotaciones agropecuarias, en el futuro

el autoempleo y las nuevas empresas creadas por las personas más jóvenes en el ámbito rural se incrementen, constituyendo yacimientos de empleo significativos. Por último, respecto a la **creación de empresas los más relevantes son el primario y el de servicios**, si bien el primero va perdiendo importancia a favor de los servicios y en detrimento del industrial; mientras, **en lo concerniente al empleo, el sector primario va perdiendo protagonismo en favor del sector industrial.**

5. En cuanto al análisis cualitativo realizado a través de entrevistas en profundidad a expertos, los resultados sugieren una serie de recomendaciones para favorecer la ocupación de nuevos yacimientos de empleo y nichos de negocio para las personas más jóvenes en el medio rural, dado que, como con las técnicas anteriores, se observa que, **cada vez hay más jóvenes que piensan que el medio rural es un lugar de oportunidades**, si bien siguen existiendo falsas creencias que superar sobre el mundo rural. En este sentido conviene tener en cuenta:
1. La importancia del arraigo y de la formación dirigida a las necesidades locales, son tareas pendientes, y ambas se encuentran relacionadas con expectativas juveniles como el hecho de tener mayores posibilidades de ocio en los pueblos.
  2. Que la promoción del emprendimiento juvenil sea más realista con cada entorno.
  3. Diversificar, no concentrar las expectativas de negocio en un solo sector.
  4. Es preciso que se **facilite la accesibilidad a la información en relación con convocatorias, ayudas, servicios de asesoramiento propiamente dichos**, etc.



Por último, y como conclusión de estos cinco trabajos, apuntar que, **en el mundo rural en España la opción de emprender se considera merecedora de respeto y prestigio en mayor medida respecto a las personas emprendedoras de otros sectores**, pero sin embargo, se considera que las dificultades son mayores, sobre todo para la juventud, por lo que **se recomienda el incremento de acciones encaminadas a conseguir mayor emprendimiento juvenil sobre todo por parte de los ayuntamientos más próximos a las personas interesadas y en el sentido de clarificar y ayudar a conocer los procesos de investigación de mercados y creación de planes de negocio y gestión de subvenciones.** La creación de un punto de atención que asista -en vez de disuadir- a la juventud para ser parte activa del desarrollo de sus comarcas, ya sea con acciones asociativas, colaborativas, ya contando con ellos en viveros de empresa, lanzaderas de empleo, gestión de ayudas, fomento del *networking* y el asociacionismo profesional, información, talleres y conocimiento de oportunidades de negocios y empresarios/as exitosos/as, puede ser un incentivo para el emprendimiento juvenil.

María Ángeles Rubio Gil,  
Madrid 24 de agosto de 2022

## Anexos

## Anexo 1.1.

## Población de municipios entre 5000 y 30.000. Año 2021 por provincias

PROVINCIA	POBLACIÓN
A CORUÑA	245.468
ALAVA	23.038
ÁLAVA	10.307
ALBACETE	88.719
ALICANTE	630.774
ALMERÍA	216.728
ASTURIAS	242.896
ÁVILA	24.595
BADAJOS	170.828
BALEARES	369.424
BARCELONA	1.262.478
BIZCAIA	332.413
BURGOS	12.299
CÁCERES	84.844
CÁDIZ	260.357
CANTABRIA	177.289
CASTELLÓN	214.454
CIUDAD REAL	181.101
CÓRDOBA	294.123
CUENCA	48.851
GIRONA	304.943
GRANADA	462.231
GUADALAJARA	56.977
GUIPUZCOA	374.297
HUELVA	283.232
HUESCA	82.342
JAEN	248.827
LA RIOJA	94.660
LAS PALMAS	304.219
LEÓN	73.670
LLEIDA	138.853
LUGO	114.109
MADRID	639.759
MÁLAGA	210.909
MURCIA	372.595
NAVARRA	211.152
OURENSE	90.532

Fuente: Elaboración propia a partir de datos del INE.

## Anexo 1.2.

## Número de habitantes en zonas rurales con población hasta 30.000 habitantes

AÑO	NÚMERO DE HABITANTES
2017	17.923.940
2018	17.934.979
2019	18.018.998
2020	18.126.684
2021	18.250.642

Fuente: Elaboración propia a partir de datos del INE.

## Anexo 1.3.

## Número de habitantes rurales por Comunidad Autónoma

COMUNIDAD AUTÓNOMA	2021
ANDALUCÍA	2.665.711
ARAGÓN	250.011
PRINCIPADO DE ASTURIAS	242.896
ILLES BALEARS	369.424
CANARIAS	617.885
CANTABRIA	177.289
CASTILLA-LA MANCHA	623.058
CASTILLA Y LEÓN	422.259
CATALUÑA/CATALUNYA	2.006.734
PAÍS VASCO/EUSKADI	740.055
EXTREMADURA	255.672
GALICIA	911.878
LA RIOJA	94.660
COMUNIDAD DE MADRID	639.759
REGIÓN DE MURCIA	372.595
COMUNIDAD FORAL DE NAVARRA	211.152
COMUNITAT VALENCIANA	1.815.979
<b>TOTAL GENERAL</b>	<b>24.834.034</b>

Fuente: Elaboración propia a partir de datos del INE.

## Anexo 1.4

## Documentos de WOS

AUTORES/AS	TÍTULO	AÑO	PUBLICACIÓN
Calvo Palomares, R., Sigalat-Signes, E., Roig-Merino, B., y Buitrago Vera, J. M.	Las voces del interior rural valenciano: recursos naturales y resistencias al desarrollo	2020	Boletín de la Asociación de Geógrafos Españoles
Veitia, ABH, Gentile, A and Moya, JH.	Youth participation for rural development. Analysis of a cuban case in agricultural	2021	Revista de Estudios Cooperativos
Martinez-Filgueira, XM; Peon, D and López-Iglesias, E.	Determinants of innovation by agri-food firms in rural Spain: an MCA PLS-Sem analysis	2021	International Food and Agribusiness Management Review
Satama-Bermeo, M and Singana-tapia, D.	Determinants of non-Full employment of rural youth in Ecuador during 2020	2021	Economía agraria y recursos naturales, 21
Pérez-González, MDC, y Valiente-Palma, L.	Cooperative Societies and Sustainability: A Spatial Analysis of Andalusia as a Tool for Implementing Territorial Development Policies, Strategies and Initiatives	2021	Sustainability

## Anexo 1.5

## Documentos Scopus

AUTORES/AS	TÍTULO	AÑO	PUBLICACIÓN
Boienko, O., y Susidenko, O.	Market niche as a method of brand promotion	2019	Baltic Journal of Economic Studies
Byun, H., Kim, J., y Lee, B.	Competitiveness analysis of GDSs in south Korea by using niche theory: Focusing on user gratification	2020	Sustainability, 12
Coles, A., Piterou, A., y Sentic, A.	Is small really beautiful? A review of the concept of niches in innovation.	2018	Technology Analysis y Strategic Management,
Farsani, N. T., Saffari, B., Shafiei, Z., y Shafieian, A.	Persian literary heritage tourism: Travel agents' perspectives in shiraz, Iran	2018	Journal of Heritage Tourism
Kirillov, A. N., y Sazonov, A. M.	The global stability of the Schumpeterian dynamical system	2020	Vestnik Sankt-Peterburgskogo Universiteta Seriya 10 Prikladnaya Matematika Informatika Protsessy Upravleniya, 16
Lim, W. M., I, P., y Ahmed, P. K.	How do consumers react to new product brands?	2020	Marketing Intelligence y Planning, 38
Manning, S.	From mainstream to niche: How value regimes shift in emerging economy upgrading.	2022	Research Policy, 51
Zarei, A., Feiz, D., Minbashrazgah, M. M., y Maleki, F.	Factors influencing selection of medical tourism destinations: A special niche market.	2020	International Journal of Healthcare Management, 13

## Anexo 1.6

## Documentos Scopus

Baldissera, P., Delprete, C., y Zahar, A. (2019). Design and construction of a moving cassette electronic gear-shift for human powered vehicles. *Machines*, 7(3) doi:10.3390/machines7030055

Borremans, L., Marchand, F., Visser, M., y Wauters, E. (2018). Nurturing agroforestry systems in flanders: Analysis from an agricultural innovation systems perspective. *Agricultural Systems*, 162, 205-219. Doi: 10.1016/j.agsy.2018.01.004

Coles, A. -, Piterou, A., y Senti? A. (2018). Is small really beautiful? A review of the concept of niches in innovation. *Technology Analysis and Strategic Management*, 30(8), 895-908. Doi:10.1080/09537325.2017.1408907

Costanzo, L. A. (2019). Organisational ambidexterity in the UK financial services: A corporate level perspective. *European Management Review*, 16(4), 1015-1041. Doi:10.1111/emre.12311

Jedelhauser, M., Mehr, J., y Binder, C. R. (2018). Transition of the swiss phosphorus system towards a circular economy-part 2: Socio-technical scenarios. *Sustainability (Switzerland)*, 10(6) doi:10.3390/su10061980

Jha Bidyarthi, H. M., Dande, M. A., Kuchar, P. M., Mishra, S. M., y Shrivastava, A. K. (2020). Delighted niche driven entrepreneurial odyssey: A case study of maharaja masala udyog. *International Journal of Entrepreneurship and Innovation Management*, 24(4-5), 308-319. Doi:10.1504/IJEIM.2020.108254

Kitzing, L., Fitch-Roy, O., Islam, M., y Mitchell, C. (2020). An evolving risk perspective for policy instrument choice in sustainability transitions. *Environmental Innovation and Societal Transitions*, 35, 369-382. Doi: 10.1016/j.eist.2018.12.002

Kramarenko, A., y Kvitka, A. (2018). From big business to small and medium-sized enterprises: Factors and prospects. *Problems and Perspectives in Management*, 16(2), 42-48. Doi:10.21511/ppm.16(2).2018.04

Kumar, S., y Shekhar. (2020). Technology and innovation: Changing concept of rural tourism-A systematic review. *Open Geosciences*, 12(1), 737-752. Doi:10.1515/geo-2020-0183

Lopez-Gunn, E., Swinkels, J., Anzaldúa, G., Bea, M., Colaço, M. C., Deksne, M., Rica, M. (2021). Communities of innovation for climate change adaptation and disaster risk reduction: Niche creation and anticipation. *Sustainability (Switzerland)*, 13(9) doi:10.3390/su13095180

Martinez-Filgueira, X. M., Peón, D., & López-Iglesias, E. (2021). Determinants of innovation by agri-food firms in rural Spain: an MCA PLS-SEM analysis. *International Food and Agribusiness Management Review*, 25(1030-2021-1587), 103-119.

Mitrega, M. (2020). Dynamic marketing capability? Refining the concept and applying it to company innovations. *Journal of Business and Industrial Marketing*, 35(2), 193-203. Doi:10.1108/JBIM-01-2019-0007

Murphy, R. P. (2020). Lifestyle: Contesting a category of dissident sexuality in US urban history. *GLQ*, 26(2), 273-301. Doi:10.1215/10642684-8141844

Nguyen, H., y Harrison, N. (2019). Leveraging customer knowledge to enhance process innovation: Moderating effects from market dynamics. *Business Process Management Journal*, 25(2), 307-322. Doi:10.1108/BPMJ-03-2017-0076

Omar, M. (2019). Perceptions of corporate customers towards islamic banking in brune, darussalam. *International Journal of Innovation, Creativity and Change*, 6(3), 144-163. Retrieved from www.scopus.com

Palmieri, N., Pesce, A., Verrascina, M., y Perito, M. A. (2021). Market opportunities for hay milk: Factors influencing perceptions among italian consumers. *Animals*, 11(2), 1-13. Doi:10.3390/ani11020431

Pattinson, S. (2019). Understanding effectual decision-making in a science-based business: The case of hart biologicals. *International Journal of Entrepreneurship and Innovation*, 20(1), 65-71. Doi:10.1177/1465750318818279

Renting, H., Marsden, T. K., y Banks, J. (2003). Understanding alternative food networks: exploring the role of short food supply chains in rural development. *Environment and planning A*, 35(3), 393-411.

Schraven, D. F. J., Arghandeh Jouneghani, P., Jonkers, H. M., y Hertogh, M. J. C. M. (2021). Design to market thinking: Exploring the merits of strategic niche management in design thinking. *Technology Analysis and Strategic Management*, doi: 10.1080/09537325.2021.1986211

Sigurðardóttir, I. (2018). Wellness and equestrian tourism? New kind of adventure? *Scandinavian Journal of Hospitality and Tourism*, 18(4), 377-392. Doi:10.1080/15022250.2018.1522718

Son, P. H., Son, L. H., Jha, S., Kumar, R., y Chatterjee, J. M. (2019). Governing mobile virtual network operators in developing countries. *Utilities Policy*, 56, 169-180. Doi: 10.1016/j.jup.2019.01.003

Wesseling, J. H., Bidmon, C., y Bohnsack, R. (2020). Business model design spaces in socio-technical transitions: The case of electric driving in the netherlands. *Technological Forecasting and Social Change*, 154 doi: 10.1016/j.techfore.2020.119950

Wilson, C. (2018). Disruptive low-carbon innovations. *Energy Research and Social Science*, 37, 216-223. Doi: 10.1016/j.erss.2017.10.053

Wilson, C., Pettifor, H., Cassar, E., Kerr, L., y Wilson, M. (2019). The potential contribution of disruptive low-carbon innovations to 1.5°C climate mitigation. *Energy Efficiency*, 12(2), 423-440. Doi:10.1007/s12053-018-9679-8

You, S. -, Lin, T. -, Chang, J. -, Chao, P. -, y Tzeng, M. -. (2021). An analysis of the technology commercialization of a new lifting device: Taking occupational health as the value proposition. *Taiwan Journal of Public Health*, 40(6), 642-659. Doi:10.6288/TJPH.202112\_40(6).110111

Zarei, A., Feiz, D., Maleki Minbashrazgah, M., y Maleki, F. (2020). Factors influencing selection of medical tourism destinations: A special niche market. *International Journal of Healthcare Management*, 13(S1), 192-198. Doi :10.1080/20479700.2018.1492764

## Anexo 2.1.

## Ocupaciones(CON-2011) que han tenido crecimiento interanual de la contratación (\*). Año 2021. Para un panel de 30 provincias

COD	ACTIVIDADES ECONÓMICAS	CONTRATOS JÓVENES < 30	TASA ESTABILIDAD
3723	Instructores/as de actividades deportivas	5.688	10,17
3724	Monitores/as de actividades recreativas y de entretenimiento	55.787	4,37
4309	Empleados/as administrativos/as sin tareas de atención al público no clasificados bajo otros epígrafes	6.225	20,50
4500	Empleados/as administrativos/as con tareas de atención al público no clasificados bajo otros epígrafes	11.556	23,02
5110	Cocineros/as asalariados/as	17.900	9,67
5120	Camareros/as asalariados/as	285.966	5,25
5220	Vendedores/as en tiendas y almacenes	78.212	7,65
5629	Trabajadores/as de los cuidados a las personas en servicios de salud no clasificados bajo otros epígrafes	3.348	7,11
5710	Trabajadores/as de los cuidados personales a domicilio	9.312	3,72
5721	Cuidadores/as de niños/as en guarderías y centros educativos	11.078	4,49
5824	Azafatos/as de tierra	5.460	0,07
5992	Bañistas-socorristas	8.091	1,45
7899	Oficiales, operarios/as y artesanos/as de otros oficios no clasificados bajo otros epígrafes	3.951	7,49
8121	Operadores/as en instalaciones para la obtención y transformación de metales	3.895	3,79
8143	Operadores/as de máquinas para fabricar productos de papel y cartón	9.952	0,79
8333	Operadores/as de carretillas elevadoras	7.831	3,99
8412	Conductores/as asalariados/as de automóviles, taxis y furgonetas	5.054	12,02
8432	Conductores/as asalariados/as de camiones	2.168	19,98
8440	Conductores/as de motocicletas y ciclomotores	862	37,80
9210	Personal de limpieza de oficinas, hoteles y otros establecimientos similares	28.735	3,53
9221	Limpiadores/as en seco a mano y afines	555	0,18
9229	Otro personal de limpieza	4.594	3,37
9310	Ayudantes/as de cocina	24.155	7,75
9490	Otras ocupaciones elementales	7.587	3,59
9512	Peones agrícolas en huertas, invernaderos, viveros y jardines	22.133	6,98
9700	Peones de las industrias manufactureras	111.314	3,48
9811	Peones del transporte de mercancías y descargadores	44.268	6,26

(\*) Se muestran las ocupaciones (Grupos Primarios) que presentan variación interanual positiva de la contratación en 2021, y que además superan el 0,05% del total de contratos. Estas ocupaciones están agrupadas en los Subgrupos Principales a los que pertenecen.

Fuente: Elaboración propia a partir de cifras extraídas de SEPE, 2021.

## Anexo 2.2.

## Ranking de empleos emergentes. Año 2020. Análisis general para el total nacional. Sin discriminación por rango de edad

	CRECIMIENTO ANUAL	HABILIDADES REQUERIDAS	LUGARES DE MAYOR CONTRATACIÓN	SECTORES QUE CONTRATAN ESTOS PERFILES
Inteligencia artificial				
Especialista en Inteligencia Artificial	76%	Machine Learning, Python, Inteligencia Artificial, Visión por ordenador, Data Science, R, Git, Deep Learning, C++ y Java	Barcelona, Madrid y Valencia	Servicios y tecnologías de la información, Programación informática, Investigación, Educación, Internet, Telecomunicaciones y Consultoría de gestión.
Ingeniero/a de Robótica	65%	Robótica, Automatización de procesos, Python, C++, C#, Java, Matlab y Scrum	Barcelona, Madrid, Valencia y Bilbao	Servicios y tecnologías de la información, Ingeniería mecánica e industrial, Automoción y Movilidad, Industria del automóvil, Consultoría de gestión, Investigación, Aviación e Industria aeroespacial
Ingeniería especializada				
Especialista en Ciberseguridad	60%	Ciberseguridad, Hacking ético, Seguridad de la información, ISO 27001, Seguridad informática y gestión de riesgos, Test de penetración, Seguridad de redes, Linux y OWASP	Madrid, Barcelona, Valencia y Sevilla	Tecnología y servicios de la información, Consultoría de gestión, Contabilidad, Telecomunicaciones, Seguridad informática, Defensa, Industria espacial y Sector bancario
Desarrollador/a de Python	49%	Django, Python, Git, Docker, Linux, MongoDB, Javascript, Postgre SQL, CSS y MySQL	Barcelona y Madrid	Tecnología y servicios de la información, Programación informática, Internet, Telecomunicaciones, Marketing y publicidad, Servicios financieros y Consultoría de gestión
Ciencia de datos				
Científico/a de Datos	47%	Machine Learning, R, Apache Spark, Python, Data Science, Big Data, SQL, Data Mining, Estadística y Hadoop	Madrid y Barcelona	Tecnología y servicios de la información, Consultoría de gestión, Sector bancario, Programación informática, Internet, Telecomunicaciones e Investigación
Ingeniero/a de Datos	44%	Apache Spark, Scala, Hadoop, Python, Hive, Amazon Web Services, Apache Kafka, Big Data, SQL y Machine Learning	Madrid y Barcelona	Tecnología y servicios de la información, Internet, Industria del automóvil, Programación informática, Consultoría de gestión, Ingeniería mecánica e industrial y Telecomunicaciones
Desarrollador/a de Big Data	45%	Apache Spark, Scala, Hive, Hadoop, Apache Kafka, Big Data, Apache Flume, Git, Sqoop y Python	Madrid y Barcelona	Tecnología y servicios de la información, Programación informática, Telecomunicaciones, Consultoría de gestión, Internet, Marketing y publicidad y Sector bancario

	CRECIMIENTO ANUAL	HABILIDADES REQUERIDAS	LUGARES DE MAYOR CONTRATACIÓN	SECTORES QUE CONTRATAN ESTOS PERFILES
<b>Desarrollador/a de negocio, comercio electrónico y marketing digital</b>				
Desarrollador/a de Salesforce	75%	Apex Programming, Salesforce.com Development, Salesforce.com, Salesforce.com Administration, Visualforce Pages, Oracle Application Express, Salesforce.com Implementation, Lightning, Java y SOQL	Madrid, Barcelona y Sevilla	Servicios y tecnologías de la información, Consultoría de gestión, Seguros, Programación informática, Servicios financieros, Ocio, viajes y turismo, Logística y Gestión de la cadena de suministro
Especialista en Customer Success	70%	Castellano, Retención de clientes/as, Software as a Service, Salesforce.com, CRM, Satisfacción de clientes/as, Estrategia de negocio y Marketing Digital	Madrid, Barcelona, Valencia, Sevilla y Bilbao	Programación informática, Internet, Servicios y tecnología de la información, Marketing y publicidad, Servicios de información, e-learning y Servicios financieros
Representante de Desarrollo de Negocio	41%	Salesforce.com, Ventas, Castellano, Gestión de ventas, Negociación, Estrategia de Negocio, Generación de Leads y SaaS	Barcelona y Madrid	Programas informáticos, Tecnologías y servicios de la información, Internet, Marketing y publicidad, Productos de gran consumo y Servicios financieros
Representante de Desarrollo de Ventas	41%	Salesforces.com, Generación de Leads, Desarrollo de negocio, Castellano, Ventas, CRM, Negociación, Estrategia de Negocio, inglés y Marketing	Barcelona y Madrid	Programas informáticos, Tecnología y servicios de la información, Internet, Marketing y publicidad, Logística y Gestión de la cadena de suministro
<b>Mentores/as personales y especialistas en contenido digital</b>				
Agile Coach	57%	Kanban, Metodologías Agile, Scrum, Jira, Transformación digital, Coaching, Visual thinking, Lean Startups y DevOps	Madrid y Barcelona	Tecnología y servicios de la información, Consultoría de gestión, Sector bancario, Internet, Programación informática, Telecomunicaciones y Distribución
Consultor/a de Cloud	49%	Microsoft Azure, Amazon Web Services, Cloud computing, TIBCO Businessworks, TIBCO EMS, DevOps, TIBCO iProcess, Docker Products y Ansible	Madrid, Barcelona y Málaga	Tecnología y servicios de la información, Programación informática, Consultoría de gestión, Servicios financieros, Internet, Marketing y publicidad y Sector bancario
Representante de Help Desk	42%	Windows, Soporte técnico, Active director y, Castellano, Windows server, Microsoft Outlook, Atención al cliente/a, inglés y Microsoft Office	Barcelona, Madrid y Valencia	Tecnología y servicios de la información, Outsourcing/offshoring, Consultoría de gestión, Centros de servicios, Programas informáticos, Servicios inmobiliarios y Telecomunicaciones
Ingeniero/a de Cloud	40%	Amazon Web Services, Docker products, DevOps, Microsoft Azure, Cloud Computing, Ansible, Git, Jenkins y Python	Madrid y Barcelona	Tecnología y servicios de la información, Programas informáticos, Internet, Telecomunicaciones, Consultoría de gestión, Sector bancario, Servicios financieros y Sector de la salud

Fuente: Elaboración propia a partir de valores extraídos de LinkedIn, 2021.

## Anexo 2.3.

**Puestos con mayor demanda laboral por sectores. Año 2021. Análisis general para el total nacional. Sin discriminación por rango de edad**

PUESTO	VACANTES	COMPETENCIA	SALARIO
<b>Comercial y ventas</b>			
Teleoperador/a	206.374	12	16.270
Representante comercial	167.840	28	31.867
Agente inmobiliario/a	25.678	17	45.665
Asistente/a promoción ventas	12.731	29	18.207
<b>Compras, logística y almacén</b>			
Conductor/a de vehículo de reparto	77.588	17	17.414
Mozo/a de almacén	75.976	82	17.893
Operador/a de carretilla elevadora	29.640	51	19.449
Peón/a de la industria manufacturera	9.907	46	20.637
<b>Informática y telecomunicaciones</b>			
Desarrollador/a software	50.191	11	33.558
Analista software	17.236	7	35.248
Administrador/a de sistemas TIC	12.804	14	35.450
Consultor/a TIC	11.243	13	36.733
Agente servicio de asistencia TIC	11.036	33	21.173
Técnico/a de redes TIC	9.548	21	28.238
<b>Turismo y restauración</b>			
Camarero/a	24.134	84	18.553
Cocinero/a	17.054	39	20.762
Ayudante de cocina	9.533	99	16.890
<b>Administración de empresas</b>			
Administrativo/a	17.401	171	19.793
Contable	12.199	129	22.774
<b>Atención al cliente/a</b>			
Teleoperador/a	97.852	15	16.270
Agente servicio de atención al cliente/a	25.182	47	21.477
Asistente promoción ventas	16.024	21	18.207
<b>Calidad, producción e I+D</b>			
Peón/a de la industria manufacturera	14.381	86	20.637
Operador/a de carretilla elevadora	3.669	27	19.449
<b>Diseño y artes gráficas</b>			
Diseñador/a gráfico	803	265	20.724
Arquitecto/a técnico/a especializado/a en diseño	658	63	24.338

PUESTO	VACANTES	COMPETENCIA	SALARIO
<b>Educación y formación</b>			
Profesor/a particular	11.556	4	43.021
Monitor/a de ocio y tiempo libre	7.313	40	20.526
<b>Finanzas y banca</b>			
Operador/a financiero/a	4.453	16	33.677
Representante comercial	4.377	19	31.867
<b>Ingenierías y técnicas</b>			
Empleado/a de mantenimiento	4.421	55	22.889
Mecánico/a electricista	3.611	27	24.770
<b>Inmobiliario y construcción</b>			
Agente inmobiliario/a	8.905	12	45.665
Obrero/a de la construcción	3.572	34	23.232
<b>Legal</b>			
Abogado/a	2.685	91	27.443
Asistente jurídico/a	518	121	21.333
<b>Marketing y comunicación</b>			
Encuestador/a para estudios de mercado	4.683	10	12.960
Especialista en marketing online	2.151	105	23.321
<b>Profesiones, artes y oficios</b>			
Peón/a de la industria manufacturera	14.424	64	20.637
Electricista	11.993	18	22.877
Vigilante de seguridad	10.763	21	19.075
<b>Recursos humanos</b>			
Ayudante de recursos humanos	7.722	107	20.699
Consultor/a de selección de personal	4.653	63	22.140
<b>Sanidad y salud</b>			
Enfermero/a	28.306	10	28.101
Trabajador/a social	6.800	54	18.438
<b>Sector farmacéutico</b>			
Peón/a de la industria manufacturera	804	112	20.637
Representante comercial	527	95	31.867
<b>Venta al detalle</b>			
Dependiente/a	34.427	360	18.527
Cajero/a	5.262	363	14.855

Para cada uno de los sectores se han incluido las dos ocupaciones con mayor número de vacantes. En todos los casos, se han incluido aquellas profesiones con una oferta de vacantes superior a 10.000.

Fuente: Elaboración propia a partir de valores extraídos de Infojobs, 2022.

#### Anexo 2.4.

### Relación entre número de autónomos, evolución del PIBpc y la tasa de desempleo en menores de 25 años. Contraste mediante metodología de datos de panel

Variable	PIBpc			TASA DE DESEMPLEO		
	po	re	fe	po	re	fe
empresas	-.12775316***	0.05550167	.52478104***	.08353589*	-0.01149941	-5.8364695***
_cons	11.377818***	9.3709324***	4.2316948***	2.6392773***	3.6800411***	67.471265***
N	112	112	112	112	112	112
r2	0.37491052	0.21611844		0.03526794	0.62583405	
r2_a	0.36922789	0.15523443		0.02649765	0.59677262	
<b>Breusch-Pagan test:</b>						
chibar2		500.85			2.15	
Prob>chibar2		0.0000			0.0713	
F test u <sub>i=0</sub> ; F(7,103)			117.8			30.88
Prob > F			0.0000			0.0000
<b>Hausman test:</b>						
chi2		35.59			180.46	
Prob>chi2		0.0000			0.0000	

Leyenda: \* p<0.05; \*\* p<0.01; \*\*\* p<0.001

empresas: número de autónomos; po: agrupada; re: efectos aleatorios; fe: efectos fijos; N: observaciones; r2: R-cuadrado.

Fuente: Elaboración propia.

#### Anexo 2.5.

### Relación entre número de autónomos, evolución del PIBpc y la tasa de desempleo en menores de 25 años. Contraste mediante metodología de datos de panel con indicadores robustos

Variable	PIBpc			TASA DE DESEMPLEO		
	po	re	fe	po	re	fe
empresas	-.12775316***	0.05550167	.52478104**	.08353589*	-0.01149941	-5.8364695***
_cons	11.377818***	9.3709324***	4.2316948**	2.6392773***	3.6800411***	67.471265***
N	112	112	112	112	112	112
r2	0.37491052	0.21611844		0.03526794	0.62583405	
r2_a	0.36922789	0.15523443		0.02649765	0.59677262	

Leyenda: \* p<0.05; \*\* p<0.01; \*\*\* p<0.001

empresas: número de autónomos; po: agrupada; re: efectos aleatorios; fe: efectos fijos; N: observaciones; r2: R-cuadrado.

Fuente: Elaboración propia.

## Anexo 2.6.

**Relación entre beneficiarios de ayudas para la promoción de empleo autónomo, evolución del PIBpc y la tasa de desempleo en menores de 25 años. Contraste mediante metodología de datos de panel**

Variable	PIBpc			TASA DE DESEMPLEO		
	po	re	fe	po	re	fe
beneficiarios	-.02420296*	-0.00564966	-0.00493183	0.01996442	0.01291644	0.01101669
_cons	10.033275***	9.9595372***	9.9566843***	3.6783622***	3.7063736***	3.7139239***
N	48	48	48	48	48	48
r2	0.11318052	0.02495956		0.03839011	0.01512505	
r2_a	0.09390183	-0.11772928		0.01748555	-0.12900299	
<b>Breusch-Pagan test:</b>						
chibar2	92.24			13.24		
Prob>chibar2	0.0000			0.0001		
F test u_i=0; F(7,103)	42.12			4.96		
Prob > F	0.0000			0.0012		
<b>Hausman test:</b>						
chi2	-0.72			0.33		
Prob>chi2	---			0.5678		

Leyenda: \* p<0.05; \*\* p<0.01; \*\*\* p<0.001

beneficiarios: beneficiarios de las ayudas concedidas para la promoción del empleo autónomo que facilita el Ministerio de Trabajo y Economía Social; po: agrupada; re: efectos aleatorios; fe: efectos fijos; N: observaciones; r2: R-cuadrado.

Fuente: Elaboración propia.

## Anexo 2.7

**Relación entre beneficiarios de ayudas para la promoción de empleo autónomo, evolución del PIBpc y la tasa de desempleo en menores de 25 años. Contraste mediante metodología de datos de panel con indicadores robustos**

Variable	PIBpc			TASA DE DESEMPLEO		
	po	re	fe	po	re	fe
beneficiarios	-.02420296*	-0.00564966	-0.00493183	0.01996442	0.01291644	0.01101669
_cons	10.033275***	9.9595372***	9.9566843***	3.6783622***	3.7063736***	3.7139239***
N	48	48	48	48	48	48
r2	0.11318052	0.02495956		0.03839011	0.01512505	
r2_a	0.09390183	-0.11772928		0.01748555	-0.12900299	

Leyenda: \* p<0.05; \*\* p<0.01; \*\*\* p<0.001

beneficiarios: beneficiarios de las ayudas concedidas para la promoción del empleo autónomo que facilita el Ministerio de Trabajo y Economía Social; po: agrupada; re: efectos aleatorios; fe: efectos fijos; N: observaciones; r2: R-cuadrado.

Fuente: Elaboración propia.

## Anexo 2.8

**Número de personas físicas por comunidades autónomas. Porcentaje sobre el total nacional. 2021**

	%		%
Andalucía	18,4%	Com. Valenciana	10,1%
Málaga	22,0%	Valencia	48,9%
Sevilla	20,2%	Extremadura	2,8%
Aragón	2,9%	Galicia	6,5%
Zaragoza	62,1%	La Coruña	41,1%
Asturias	2,2%	Pontevedra	32,3%
Baleares	2,7%	Comunidad de Madrid	12,4%
Canarias	4,6%	Región de Murcia	3,0%
Cantabria	1,3%	Comunidad Foral de Navarra	1,3%
Castilla-La Mancha	4,6%	País Vasco/Euskadi	3,9%
Castilla y León	5,8%	Vizcaya	53,5%
León	18,3%	La Rioja	0,8%
Valladolid	17,5%	Ceuta	0,1%
Cataluña/Catalunya	16,5%	Melilla	0,2%
Barcelona	72,5%		

Fuente: Elaboración propia a partir de cifras extraídas de INE.

## Anexo 2.9

**Personas físicas. Sin asalariados y con 1 o 2 empleados. Comunidades seleccionadas. 2021. Sectores seleccionados. Porcentajes sobre el total de empresas en cada sector**

COD		Total Nacional	Andalucía	Aragón	Castilla y León	Castilla-La Mancha	Extremadura	Galicia	La Rioja
<b>Sin asalariados</b>									
10	Industria de la alimentación	19,8%	18,4%	17,3%	23,0%	23,1%	23,5%	15,2%	14,9%
101	Procesado y conservación de carne y elaboración de productos cárnicos	17,9%	17,6%	17,4%	17,9%	23,2%	16,0%	17,7%	8,8%
102	Procesado y conservación de pescados, crustáceos y moluscos	16,4%	23,1%	14,3%	15,4%	22,2%	33,3%	18,8%	40,0%
103	Procesado y conservación de frutas y hortalizas	22,3%	20,2%	25,8%	35,7%	19,4%	24,1%	31,3%	7,8%
104	Fabricación de aceites y grasas vegetales y animales	14,6%	12,8%	7,6%	20,8%	7,4%	7,8%	26,7%	14,3%
105	Fabricación de productos lácteos	26,8%	22,8%	12,8%	17,8%	19,0%	33,7%	22,2%	21,4%
106	Fabricación de productos de molinería, almidones y productos amiláceos	22,6%	17,3%	5,0%	28,8%	20,6%	19,0%	58,3%	25,0%
107	Fabricación de productos de panadería y pastas alimenticias	19,8%	18,9%	19,4%	26,7%	28,7%	29,5%	12,2%	20,2%
108	Fabricación de otros productos alimenticios	21,3%	22,0%	18,5%	25,9%	20,8%	19,3%	20,5%	13,2%
109	Fabricación de productos para la alimentación animal	14,4%	11,9%	14,3%	12,2%	15,6%	21,2%	9,3%	33,3%
493	Otro transporte terrestre de pasajeros	64,2%	61,8%	86,8%	73,8%	54,5%	65,8%	68,8%	84,8%
494	Transporte de mercancías por carretera y servicios de mudanza	56,9%	47,4%	48,7%	52,8%	54,8%	46,1%	47,1%	52,9%
522	Actividades anexas al transporte	32,3%	33,4%	30,8%	33,0%	28,4%	38,6%	31,7%	26,7%
582	Edición de programas informáticos	84,6%	87,8%	82,8%	89,6%	83,6%	93,6%	82,8%	55,6%
62	Programación, consultoría y otras actividades relacionadas con la informática	61,1%	61,7%	55,9%	60,1%	64,7%	61,7%	56,6%	47,1%
620	Programación, consultoría y otras actividades relacionadas con la informática	61,1%	61,7%	55,9%	60,1%	64,7%	61,7%	56,6%	47,1%

COD		Total Nacional	Andalucía	Aragón	Castilla y León	Castilla-La Mancha	Extremadura	Galicia	La Rioja
<b>Personas físicas y empresas con 1 y 2 asalariados</b>									
10	Industria de la alimentación	48,7%	47,9%	50,1%	52,7%	57,0%	58,6%	44,8%	41,9%
101	Procesado y conservación de carne y elaboración de productos cárnicos	38,9%	42,3%	38,2%	40,9%	45,2%	44,4%	35,4%	35,3%
102	Procesado y conservación de pescados, crustáceos y moluscos	31,5%	38,5%	42,9%	30,8%	44,4%	50,0%	29,4%	60,0%
103	Procesado y conservación de frutas y hortalizas	44,6%	45,8%	45,2%	59,2%	42,7%	50,0%	65,6%	23,5%
104	Fabricación de aceites y grasas vegetales y animales	40,1%	30,0%	51,9%	41,7%	44,7%	47,0%	73,3%	42,9%
105	Fabricación de productos lácteos	60,4%	53,8%	66,0%	55,9%	47,9%	75,0%	44,4%	50,0%
106	Fabricación de productos de molinería, almidones y productos amiláceos	47,3%	42,3%	35,0%	61,5%	41,2%	47,6%	79,2%	50,0%
107	Fabricación de productos de panadería y pastas alimenticias	53,4%	53,4%	58,0%	62,7%	68,6%	69,9%	46,4%	55,8%
108	Fabricación de otros productos alimenticios	50,1%	56,2%	55,6%	51,1%	52,8%	51,8%	56,6%	34,2%
109	Fabricación de productos para la alimentación animal	32,6%	38,1%	22,9%	29,6%	42,2%	45,5%	14,0%	33,3%
493	Otro transporte terrestre de pasajeros	94,8%	94,9%	97,2%	92,4%	88,2%	89,4%	93,3%	93,9%
494	Transporte de mercancías por carretera y servicios de mudanza	82,7%	77,5%	78,3%	82,0%	81,5%	80,3%	78,7%	80,8%
522	Actividades anexas al transporte	66,4%	69,5%	71,0%	70,9%	68,4%	75,8%	67,1%	61,7%
582	Edición de programas informáticos	93,0%	95,6%	92,5%	96,3%	90,4%	95,7%	93,1%	66,7%
62	Programación, consultoría y otras actividades relacionadas con la informática	82,4%	83,3%	79,0%	84,0%	87,7%	85,6%	80,2%	72,1%
620	Programación, consultoría y otras actividades relacionadas con la informática	82,4%	83,3%	79,0%	84,0%	87,7%	85,6%	80,2%	72,1%
<b>Promedio</b>		<b>62,2%</b>	<b>62,0%</b>	<b>62,6%</b>	<b>63,9%</b>	<b>65,1%</b>	<b>68,1%</b>	<b>63,6%</b>	<b>58,2%</b>

Fuente: Elaboración propia a partir de valores extraídos de INE.

## Anexo 2.10

## Nichos de empleo y yacimientos para el emprendimiento. Propuesta

Sector/Ocupación recomendada	Especial presencia	Poca presencia	Permite teletrabajo	Autónomo	Formación superior
<b>Alimentación y bebidas</b>					
Procesado y conservación de carne y elaboración de productos cárnicos. Actividad principal y anexas			En algunas actividades anexas	X	En algunas actividades anexas
Procesado y conservación de pescados, crustáceos y moluscos. Actividad principal y anexas	Aragón, Castilla-La Mancha, Extremadura y La Rioja		En algunas actividades anexas	X	En algunas actividades anexas
Procesado y conservación de frutas y hortalizas. Actividad principal y anexas	Castilla y León y Galicia	La Rioja	En algunas actividades anexas	X	En algunas actividades anexas
Fabricación de aceites y grasas vegetales y animales. Actividad principal y anexas	Aragón y Galicia	Andalucía	En algunas actividades anexas	X	En algunas actividades anexas
Fabricación de productos lácteos. Actividad principal y anexas	Extremadura	Castilla-La Mancha, Galicia y La Rioja	En algunas actividades anexas	X	En algunas actividades anexas
Fabricación de productos de molinería, almidones y productos amiláceos. Actividad principal y anexas	Castilla y León y Galicia	Aragón	En algunas actividades anexas	X	En algunas actividades anexas
Fabricación de productos de panadería y pastas alimenticias. Actividad principal y anexas	Castilla-La Mancha y Extremadura		En algunas actividades anexas	X	En algunas actividades anexas
Fabricación de otros productos alimenticios. Actividad principal y anexas		La Rioja	En algunas actividades anexas	X	En algunas actividades anexas
Fabricación de productos para la alimentación animal. Actividad principal y anexas	Extremadura	Galicia	En algunas actividades anexas	X	En algunas actividades anexas
<b>Transporte terrestre</b>					
Conductor/a de vehículo de reparto				X	
Conductores/as de automóviles, taxis y furgonetas				X	
Conductores/as asalariados de camiones				X	
Transporte de mudanzas				X	
Peón del transporte de mercancías y descarga					
Empleado/as de logística y transporte de pasajeros y mercancías	Toledo				
<b>Informática (edición, programación y consultoría)</b>					
Desarrollador/a de software	Ourense, Salamanca, Zaragoza	La Rioja	X	X	X
Analista de software	Ourense, Salamanca, Zaragoza	La Rioja	X	X	X
<b>Telecomunicaciones</b>					
Administrador/a de sistemas TIC			X	X	X
Consultor/a TIC			X	X	X
Técnico/a de redes TIC			X	X	X
Agente servicio de asistencia TIC			X	X	X

Sector/Ocupación recomendada	Especial presencia	Poca presencia	Permite teletrabajo	Autónomo	Formación superior
<b>Actividades de limpieza</b>					
Actividades de limpieza en oficinas				X	
Actividades de limpieza en hogares	Castilla-La Mancha			X	
<b>Educación y formación</b>					
Profesor/a particular			X	X	X
Cuidadores/as de niños/as en guarderías y centros educativos				X	
Profesores/as y profesionales de la enseñanza no clasificados bajo otros epígrafes	Lleida	Castilla y León y Galicia	X	X	X
Profesionales del trabajo y la educación social	La Rioja, Ourense, Valladolid			X	X
<b>Actividades recreativas y de entretenimiento</b>					
Instructores de actividades deportivas				X	En algunas actividades
<b>Inmobiliario y construcción</b>					
Agente inmobiliario/a			X	X	
Electricistas	Huesca			X	
<b>Administración de empresas</b>					
Teleoperador/a			X	X	
Agente administrativo sin tareas de atención al público			X		
Agente administrativo con tareas de atención al público					En algunas actividades
<b>Marketing y comunicación</b>					
Especialista en marketing online			X	X	X
Operadores/as de telemarketing	Valladolid		X	X	
<b>Comercial y ventas</b>					
Promotores de venta	Valladolid		X	X	
Representante comercial			X	X	
Vendedores/as en tiendas y almacenes				X	
<b>Sanidad y salud</b>					
Enfermería					X
Auxiliares de enfermería hospitalaria	Albacete			X	
Auxiliares de enfermería de atención primaria	Ávila			X	
Enfermeros/as no especializados	Salamanca			X	
<b>Industria, ingenierías y técnicas</b>					
Peón agrícola, forestal, industrial				.	
Oficiales y operadores/as de maquinaria industrial, forestal y agrícola				X	
Técnicos/as en laboratorio de diagnóstico clínico	Córdoba			X	X
Técnicos/as y analistas de laboratorio en química industrial	Granada			X	X
Mecánicos/as y ajustadores/as de vehículos de motor	Huesca, Lleida, Teruel			X	
<b>Turismo y restauración</b>					
Recepcionistas de hoteles	Teruel			X	
Guías de turismo	Teruel			X	

Fuente: Elaboración propia.



## Autores/as



### Doctora Ángeles Rubio Gil

Profesora Titular de Universidad en el Departamento de Economía de la Empresa, área de Comercialización e Investigación de mercados (URJC)

Investigadora principal del grupo consolidado NONNOBIS *Social Research*.

Doctora en Sociología y en CC. Políticas y de la Administración (UCM), con la tesis Formación, ocupación y empleo en los servicios turísticos en España. Autora y/o Coordinadora de 35 obras y de más de 60 papers académicos. Entre otros: *Juventud Rural y Desarrollo* (Coord., Injuve, 2018), “Juventud y empleo rural en España: factor de desarrollo a través del consumo y el turismo sostenible” (2017) “Nichos de negocio y empleabilidad juvenil como factores de desarrollo rural sostenible en la España deshabitada” (2020), “Juventud, emprendimiento y desarrollo: nuevos nichos de mercado y yacimientos de empleo” (2012), “Generation Z in Spain” (2019), etc.

Ha dirigido 20 estudios sobre desarrollo, juventud o turismo, contando para ello con 18 premios y ayudas a la investigación de organismos oficiales como el Ministerio de Economía, el de Educación –CIDE-, Ministerio de Asuntos Sociales -INJUVE, Instituto de la Mujer-, Instituto de Estudios Riojanos, CEOE, etc. y ha sido miembro de varios grupos internacionales sobre juventud (*The Z Generation in Europe*, *Encuentro Joven en Latinoamérica*). angeles.rubio@urjc.es



### Doctor Francisco Javier Forcadell

Catedrático de Dirección en el Departamento de Administración y Dirección de Empresas de la Universidad Rey Juan Carlos (URJC) desde 1999

Fue profesor en la Universidad de La Rioja de 1997 a 1999. Su investigación actual se centra en la sostenibilidad, en particular estrategia corporativa, innovación, banca sostenible y cooperación para el desarrollo. Ha dirigido varias tesis doctorales y ha participado en diez proyectos nacionales patrocinados por el Ministerio de Ciencia e Innovación de España. Ha ocupado varios puestos como consultor externo en el Ministerio de Economía, Industria y Competitividad de España.

Es autor de numerosos artículos publicados en revistas académicas de liderazgo internacional como *Long Range Planning*, *Research Policy*, *Journal of Business Ethics* o *Journal of World Business*. Dos de ellas incluidas en el Financial Times Top 50 Journals used in FT Research Rank. Desarrollando en la actualidad un proyecto para la *London School of Economics* sobre economía y finanzas sostenibles.



### Doctor Sergio Andrés Cabello

Profesor de Sociología de la Universidad de La Rioja, miembro del grupo de investigación consolidado NONNOBIS Social Research, (URJC) y del grupo Análisis Sociológico y Cambio Social

Doctor en Sociología y Ciencias Políticas por la Universidad del País Vasco. Desarrolla una de sus principales líneas de investigación en el ámbito de los desequilibrios territoriales, abordando cuestiones como la despoblación y la situación de las regiones periféricas e intermedias. Ha publicado 40 artículos, 11 libros y 23 capítulos en editoriales de prestigio internacional como Peter Lang, Oxford, Dykinson, Tirant o Akal. En esta última ha publicado el libro de gran impacto *La España que Nunca Pasa Nada*. Ha dirigido investigaciones sobre la España Rural para diversos organismos tal que: “Trabajo agrícola y migración en España: precariedad sociolaboral y salud” (Proyecto AGROMISALUD). Y ha sido coordinador del equipo de trabajo que desarrolló la estrategia por el reto demográfico de la Comunidad Autónoma de La Rioja en 2020. Entre sus publicaciones caben destacar: “el envejecimiento en el ámbito rural en España” (2017), “El escenario de la vulnerabilidad de los jóvenes en España” (2016), “Gobernanza y políticas públicas contra la despoblación rural a través del caso de La Rioja” (2020); “Reto demográfico y despoblación o dos realidades indisolubles” (2020); “La juventud rural ante el cambio climático (2018), etc. y es director de la revista académica de Trabajo Social *Ehquidad*, y de RASE. *Revista de Sociología de la Educación*.



### Doctora Sara González Gómez

Doctora por la Escuela Interuniversitaria de Turismo

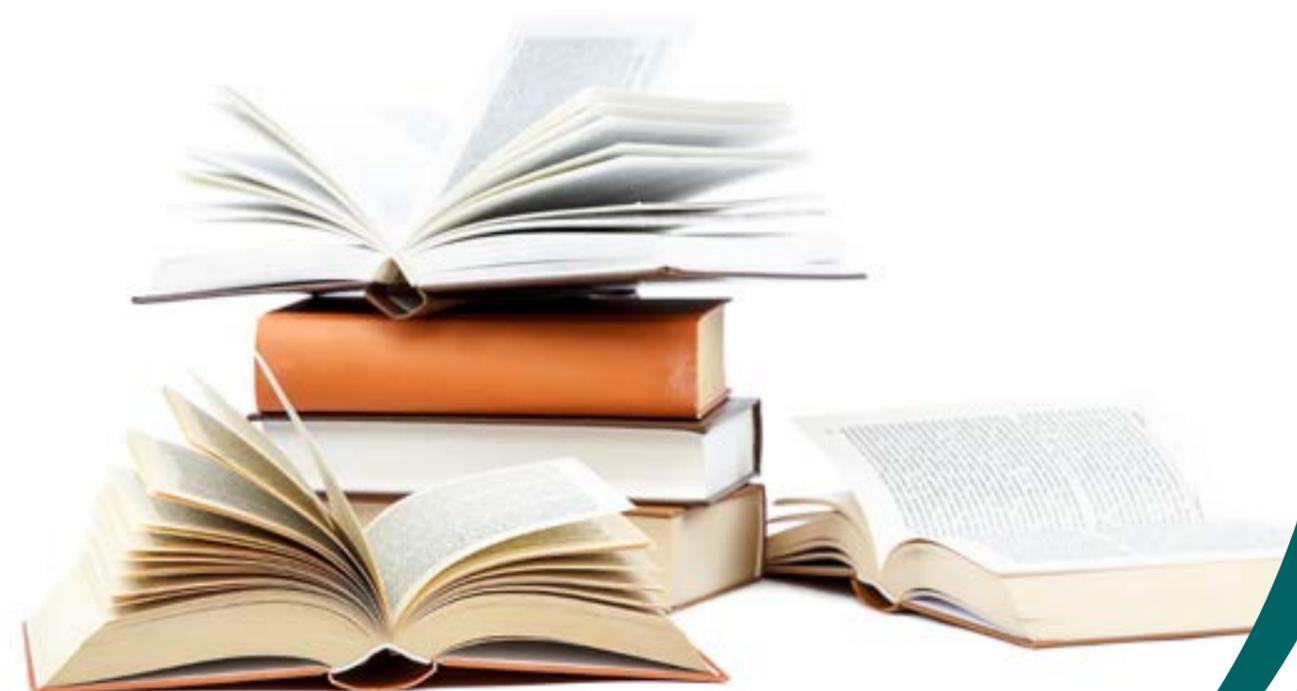
Con la tesis doctoral: *Big Data en el Turismo Español*, ha trabajado en distintos organismos públicos, y es investigadora del grupo NONNOBIS-URJC *Social Research*, y autora de artículos académicos como: *Big Data y Turismo deportivo: Estado de la Cuestión y Nuevas Aplicaciones* (*Journal of Sport and Social Sciences*, 2019), *Big Data: la revolución de las fuentes de información* (Thomson, 2018), *Análisis bibliométrico de Big Data en el entorno de la generación del conocimiento del turismo* (*Revista International Journal of Organizations*, 2021), *Nuevo Marketing para el turismo kosher y halal en España* (Pirámide, 2021).



### Doctor Guillermo Vázquez Vicente

Profesor del departamento de Economía Aplicada de la URJC, miembro del grupo de investigación consolidado NONNOBIS Social Research. Doctor en Economía Internacional y Desarrollo (UCM)

Imparte las asignaturas de Economía del Crecimiento y el Desarrollo, Análisis Económico y Economía Internacional. Ha publicado 24 trabajos en revistas académicas de prestigio internacional, destacando el *Urban Studies* (JCR, Q1), *The B.E. Journal of Macroeconomics*. Destacan asimismo sus libros de Análisis Económico de la Unión Europea (Dykinson, 2012) e integración económica en Centroamérica, etc. Ha Coordinado el número *Juventud Rural y Desarrollo del INJUVE* (2018), y “*Cultural Routes for Sustainable and Regenerative Development*”. *Sustainability* (JCR Q1), y artículos sobre juventud y empleo “*Desarrollo local, desarrollo rural y juventud*” (Injuve, 2021), “*Mercado laboral y la formación de los jóvenes desde una perspectiva geográfica y rural*” (Injuve, 2018), *Evaluación de los Objetivos de la Estrategia de Lisboa en Europa en Empresas Intensivas en Mano de Obra* (Economía Industrial, 2014).





**Unión Europea**  
Fondo Europeo Agrícola  
de Desarrollo Rural  
*Europa invierte en las zonas rurales*



GOBIERNO  
DE ESPAÑA

MINISTERIO  
DE AGRICULTURA, PESCA  
Y ALIMENTACIÓN



**RRN** RED  
RURAL  
NACIONAL

