



Los Jóvenes de la
COMARCAde
HUESCAR

Encuesta sobre expectativas de futuro, percepción del entorno y cultura emprendedora.

PRESENTACIÓN de RESULTADOS y LÍNEAS de ACCIÓN con el ENFOQUE de CAPITALES para el DESARROLLO LOCAL.

Marzo 2012





Los Jóvenes de la Comarca de Huéscar (Granada)

Contenido:

1. Breve apunte sobre la Comarca de Huéscar
2. Objetivos del estudio
3. Metodología del estudio
4. Contexto; principales tendencias demográficas en la Comarca de Huéscar
5. Juventud rural y migraciones. Breve marco teórico
6. Juventud, territorio y cultura emprendedora. Breve marco teórico
7. Resultados de la encuesta
8. Conclusiones
9. Ideas para la acción en el marco de los Capitales para el Desarrollo Local
10. Bibliografía



Miguel Angel GARCIA ARIAS
miguelgarciaarias@gmail.com
Fotos: J. Guillén, P. Janin, JM^a García

Este trabajo ha sido posible gracias al apoyo de los equipos de orientación académica de los Institutos de La Sagra y Alquivira, así como a la jefatura de estudios de la Escuela de Arte de Huéscar.

También agradezco su colaboración y consejos al Dr. Fernando Landini, a la Dra. Teresa Ortega Egea, a la estadística Rosana Ferrero (MSc) y a Alejandra Prado por su ayuda en la digitalización de datos



Los Jóvenes de la Comarca de Huéscar (Granada)

1. Breve apunte sobre la Comarca de Huéscar

La comarca de Huéscar, se encuentra **situada** en la parte Nororiental de la provincia de Granada, a 140 Km de la cabecera provincial y en el centro de un conjunto de depresiones y altiplanicies, limitadas por las sierras de cinco **Parques Naturales**.

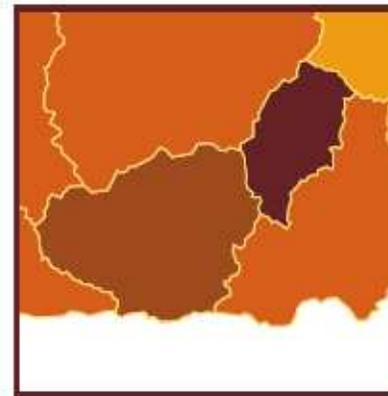
La comarca acoge a una población de **17.000 habitantes**, distribuidos entre los seis municipios que la integran: Castilléjar, Castril, Galera, Huéscar, Orce y Puebla de don Fadrique.



ANDALUCÍA



LA PROVINCIA DE GRANADA



EL ALTIPLANO DE GRANADA



LA COMARCA DE HUÉSCAR



2. Objetivos del Estudio

1. Identificar percepciones, positivas y negativas, de los jóvenes de la Comarca de Huéscar en relación a sus pueblos de residencia
2. Identificar factores que contribuyen a la emigración de los jóvenes de la Comarca, su permanencia y/o retorno
3. Conocer las expectativas de futuro de los jóvenes de la Comarca
4. Conocer la percepción y actitudes de los jóvenes en relación al emprendedurismo
5. Proponer, a partir de los hallazgos generados por la encuesta, medidas concretas que contribuyan a mejorar las oportunidades socio-laborales de los jóvenes de la Comarca de Huéscar

En febrero de 2012, cerca de la mitad de los jóvenes españoles se encontraban en situación de desempleo (Eurostat, 2012). Se trata del mayor porcentaje en la Unión Europea, doblando la tasa de desempleo juvenil comunitaria. Esta cifra por si sola pone de manifiesto el rotundo fracaso compartido entre Estado (con sus diferentes administraciones), sociedad y sector económico, a la hora de generar oportunidades de desarrollo.

La carencia de opciones para los jóvenes es un rasgo que hoy en día describe al conjunto de España, sin embargo, ha sido una constante desde hace décadas en buena parte del medio rural. La emigración fue la alternativa adoptada por un alto porcentaje de los jóvenes del campo. Ahora es también el camino, pero con destino al extranjero, al que se dirigen decenas de miles de jóvenes españoles, rurales o urbanos.

En comparación con otros países desarrollados, en España son escasos los estudios dirigidos a conocer que piensa y que motiva a la juventud rural. Sin esta información básica se hace difícil orientar los futuros itinerarios formativos de los jóvenes, vinculándolos con las opciones de desarrollo de sus territorios. Tampoco se dispone de criterios adecuados para el diseño de políticas públicas (especialmente municipales o comarcales), que estimulen la participación, la asunción de responsabilidades o la capacidad emprendedora



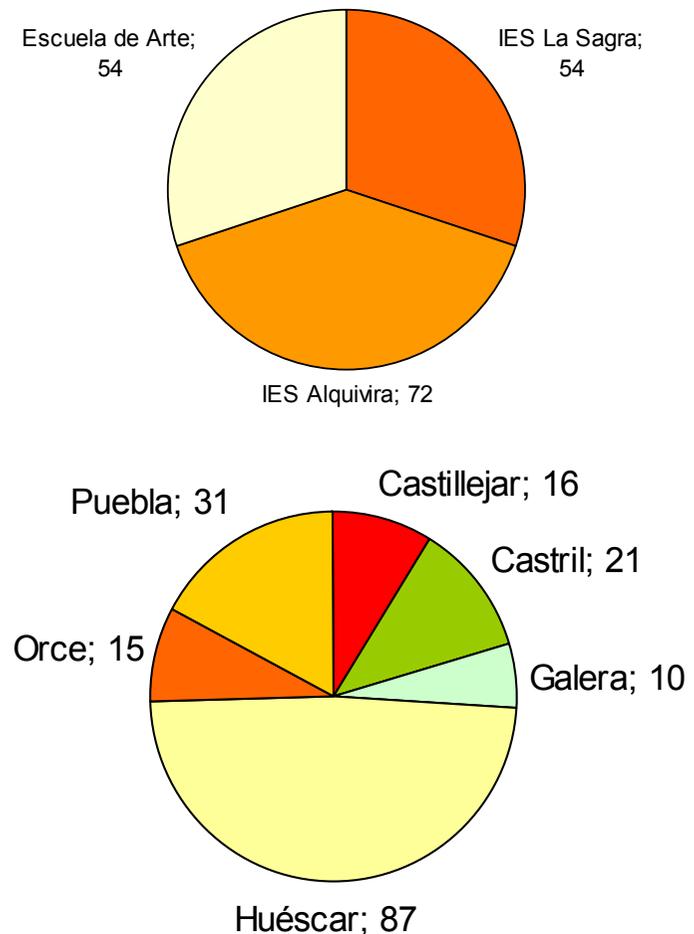
3. Metodología del Estudio

La ciudad de Huéscar cuenta con tres centros de Enseñanza Secundaria, a los que asisten la práctica totalidad de los jóvenes de la comarca con edades comprendidas entre los 15 y 19 años. En junio de 2011, se realizó una **encuesta** de tipo exploratorio a **184 jóvenes** matriculados en 4º de ESO, 1º de Bachillerato, y distintas modalidades de Formación Profesional y Ciclos Formativos (20% del total de la población comarcal en la franja de edad mencionada).

El cuestionario de encuesta contiene veintitrés preguntas tanto de respuesta cerrada, como de respuesta ligada a escalas de clasificación, a través de las cuales se cuantifica la opinión de los jóvenes en relación a tres áreas de interés del estudio; i) la **percepción del pueblo y la comarca**; ii) las **perspectivas de futuro**; iii) **cultura emprendedora**.

Los datos recabados se han digitalizado y analizado con la ayuda del software estadístico SPSS. A través del mismo se ha obtenido la distribución de respuestas para cada una de las variables contempladas (frecuencia), y relación entre variables de mayor interés para los fines del estudio.

Gráfico I -II. Distribución de estudiantes encuestados por centros de estudios y municipios





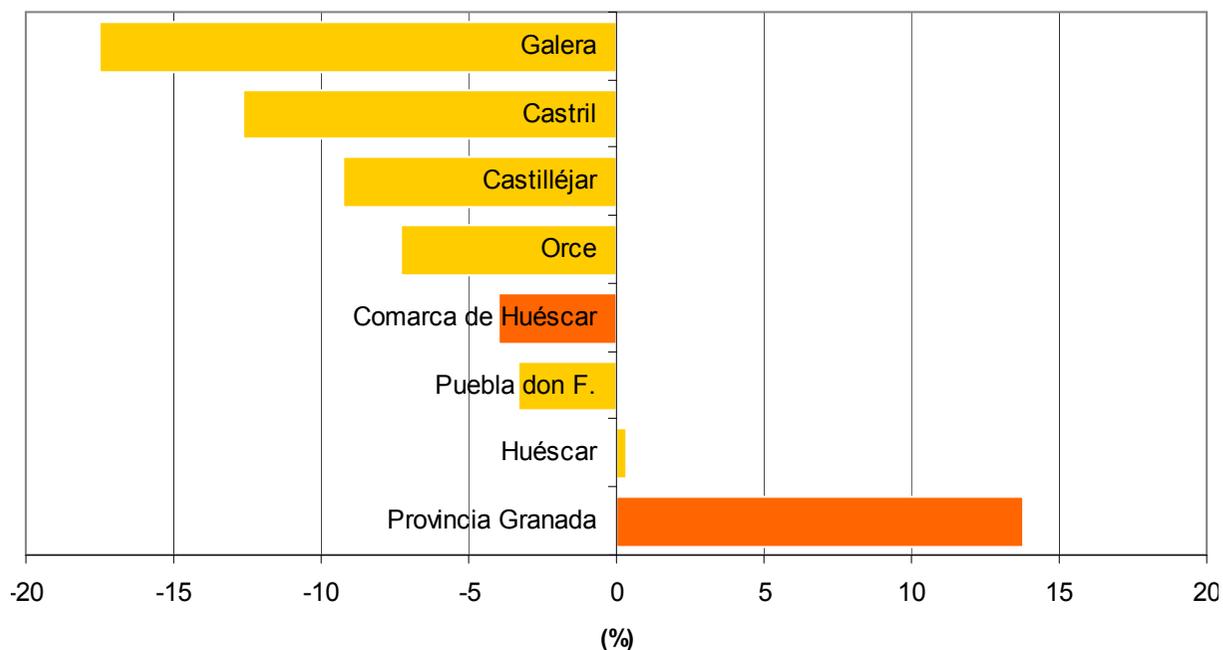
4. Contexto; principales tendencias demográficas en la Comarca de Huéscar (1/5)

El **descenso de población** en el conjunto de la Comarca de Huéscar **se ha frenado** a lo largo de la última década. Según los datos del Censo (SIMA-Censo, 2012), en la década de los años 90, la Comarca de Huéscar perdió el 18% de su población, frente a un descenso de tan solo el 1,7% entre 2001 y 2011. Sin embargo, Castillejar, Castril y sobre todo Galera siguen experimentando una emigración importante. Este último municipio perdió el 17% de sus habitantes en la pasada década (SIMA-PADRON, 2012). Huéscar como cabecera comarcal, también absorbe población procedente de otros municipios de la comarca bien sea por motivos de acceso a la vivienda o jubilación.

Gráfico 1. Evolución de la Población Total (2001-2011).

Fuente: PADRON-SIMA

	Población Total (2001)	Población Total (2011)
Castilléjar	1.712	1.553
Castril	2.750	2.402
Galera	1.281	1.057
Huéscar	8.103	8.131
Orce	1.425	1.321
Puebla d. Fadrique	2.498	2.415
Comarca de Huéscar	17.769	17.058
Provincia Granada	812.637	924.550



Fuente: PADRON-SIMA

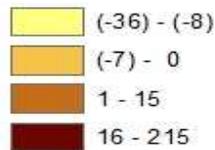


4. Contexto; principales tendencias demográficas en la Comarca de Huéscar (2/5)

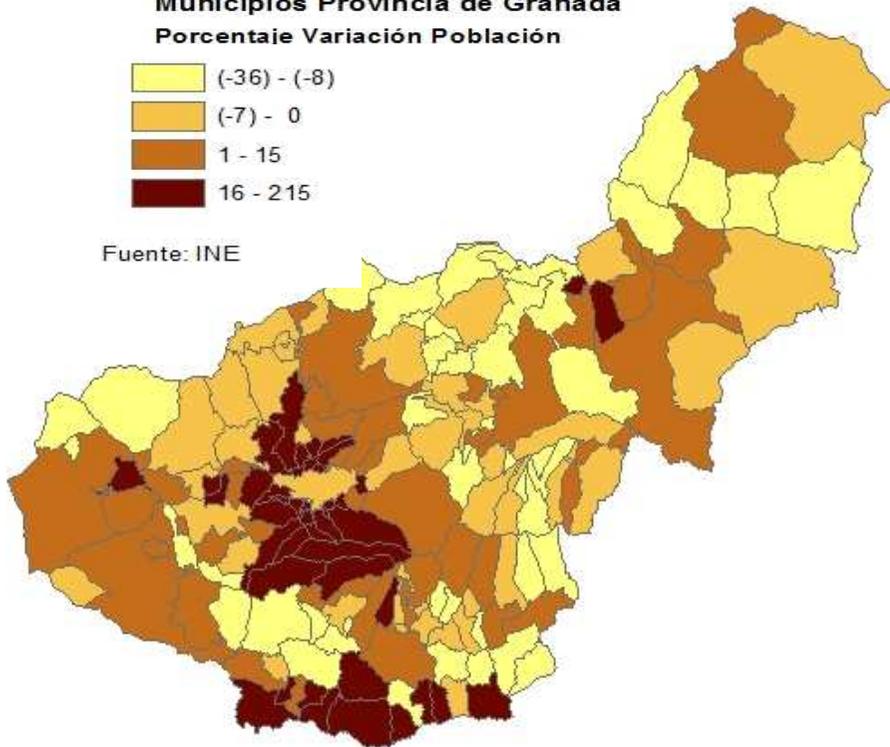
Aunque el proceso de despoblación se ha frenado en la Comarca de Huéscar, el conjunto de la provincia de Granada ha incrementado en un 15% su número de habitantes, especialmente en la capital y su área metropolitana, así como en los municipios costeros, las zonas con una economía más dinámica

Mapa 1. Crecimiento Poblacional (2000-2010)

Municipios Provincia de Granada
Porcentaje Variación Población



Fuente: INE



Tomando en cuenta estudios llevados a cabo en otros territorios rurales de Andalucía y Extremadura, puede considerarse que la **relativa estabilización** de la población en la Comarca de Huéscar en la última década, se ha debido entre otros factores a:

- El mantenimiento de un nivel mínimo de **rentas pasivas** proporcionadas por pensiones, subsidio agrario y subvenciones agrícolas comunitarias, (Izcarra Palacios 2008; Nieto Masot 2010)
- El enorme crecimiento del **sector de la construcción**, con su impacto en el empleo local (Tabales and Mazo 2011)
- La llegada de cerca de 1.000 **nuevos residentes**, principalmente de la UE, así como extra-comunitarios sobre todo en Puebla (SIMA, 2011)
- Una mayor **diversificación económica** (turismo rural, patrimonio cultural, agroindustria), propiciada por inversiones privadas y apoyo público (GDR-Leader, subvenciones diversas) (Cejudo García and Navarro Valverde 2010)



Los Jóvenes de la Comarca de Huéscar (Granada)

4. Contexto; principales tendencias demográficas en la Comarca de Huéscar (3/5)

...sin embargo:

- el freno a la despoblación se asienta sobre unas bases precarias y coyunturales;

- la actual crisis económica puede favorecer el retorno de antiguos emigrantes de la comarca (función del territorio como refugio).

Gráfico 2. Edad Media de la Población (años) en 2010. Fuente: PADRON-SIMA

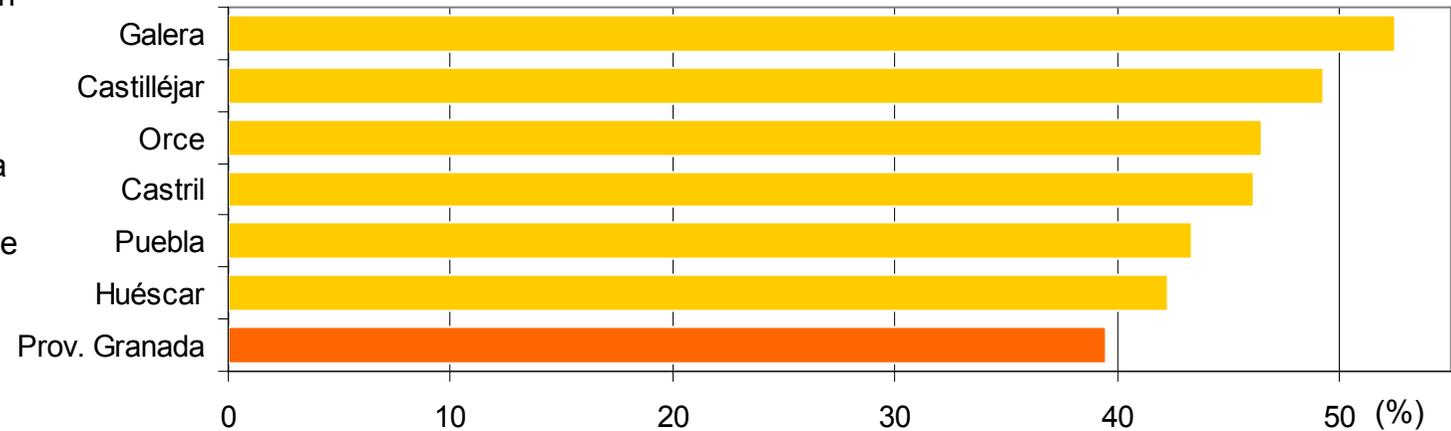
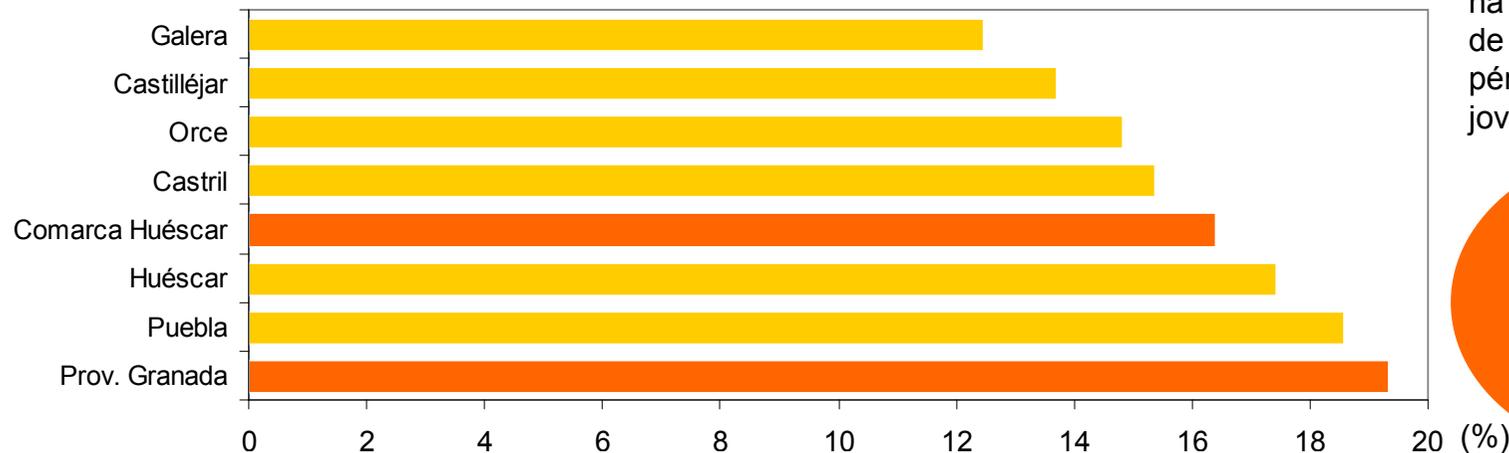


Gráfico 3. Porcentaje Población Joven (15-30 años) en 2011. Fuente: SIMA



- en la última década se ha acelerado el proceso de **envejecimiento** y pérdida de población joven.

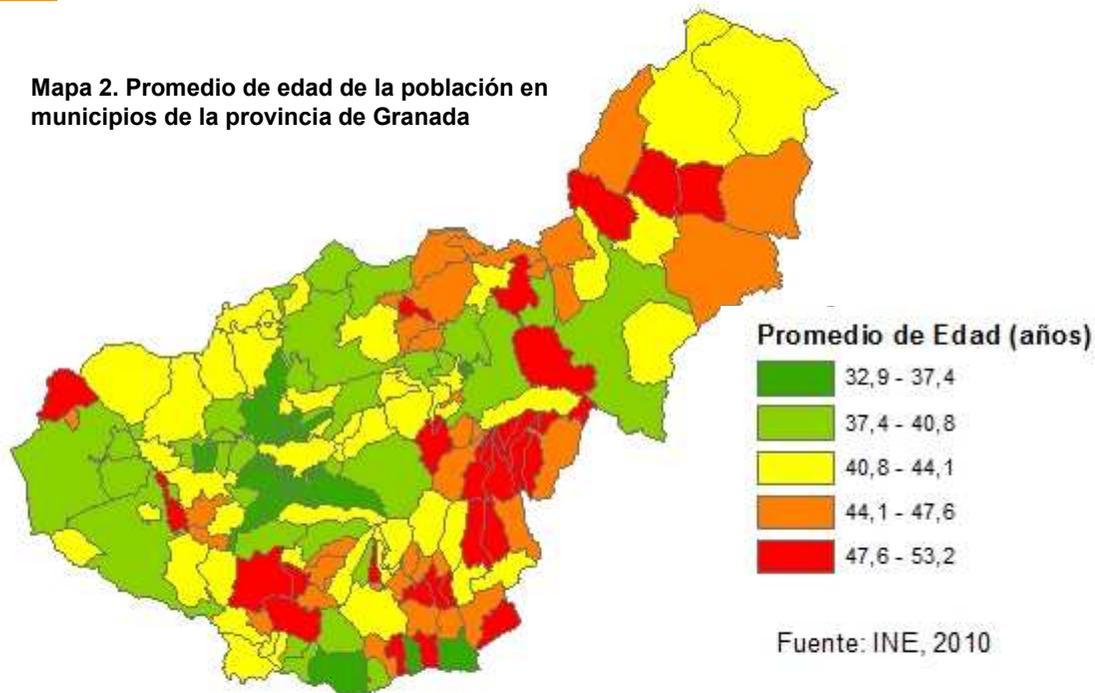
Entre 2001 y 2011 la población joven de la Comarca se ha reducido en un 24%

4. Contexto; principales tendencias demográficas en la Comarca de Huéscar (4/5)

La **edad promedio** de la población de un municipio, es un buen indicador de la vitalidad socioeconómica del mismo.

La Comarca de Huéscar es una de las más **envejecidas** de la provincia de Granada, destacando Galera, la tercera localidad de la provincia con el promedio de edad más alto.

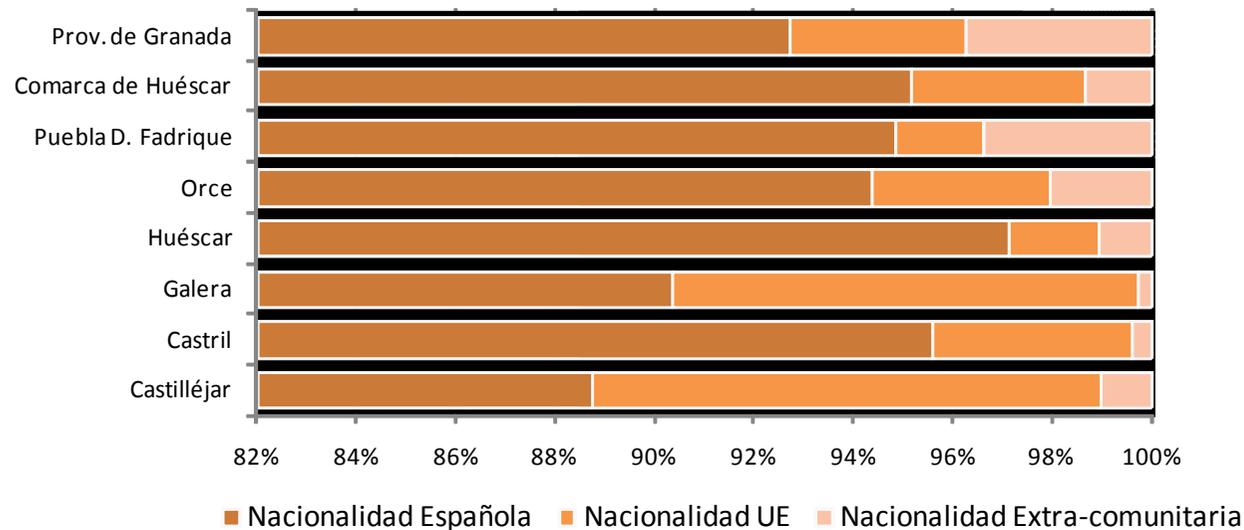
Mapa 2. Promedio de edad de la población en municipios de la provincia de Granada



4. Contexto; principales tendencias demográficas en la Comarca de Huéscar (5/5)

- Entre 2004 y 2010, la población extranjera residente en la Comarca de Huéscar se incrementó en un 238 %. La nacionalidad que experimentó un mayor aumento fue la británica.
- En municipios como Galera o Castilléjar, los residentes que proceden de la UE llegan al 10% de la población total. Sin su presencia, el descenso de población (y la pérdida de servicios), sería aun más acusada.

Gráfico 5. Porcentaje de población según origen (2010)
Fuente: PADRON-SIMA



La llegada de nuevos residentes procedentes de la UE, con su impacto en la construcción y el sector servicios, ha sido uno de los principales **motores económicos** de la comarca durante la última década... y aun ofrece nuevas alternativas de desarrollo y desafíos



5. Juventud rural y migraciones. Breve marco teórico (1/4)

En términos generales puede decirse que **la pérdida de población de un territorio está ligada a la carencia de alternativas socioeconómicas de su población**. El flujo migratorio sirve como un indicador de las posibilidades de desarrollo que ofrece tanto la zona de origen de quien emigra, como la zona de destino (Innes, 2000).

En los municipios rurales, el final de la adolescencia suele coincidir con la decisión de emigrar o permanecer en el pueblo de origen (Hektner 1995). De acuerdo con las teorías clásicas (Lee, 1966) la **decisión de emigrar** es el resultado de confrontar de forma individual los factores que empujan (push) a dejar el pueblo, o aquellos otros que influyen para quedarse en él (pull). De igual forma, el posible lugar de destino tiene elementos de atracción y rechazo, que son valorados por cada potencial emigrante.



Sergiodeco



5. Juventud rural y migraciones. Breve marco teórico (2/4)

A continuación se resumen los principales factores que influyen en la decisión de un joven de emigrar o permanecer en su pueblo (Kirstein and Bandranaike 2004; Bjarnason and Thorlindsson 2006; Pretty, Bramston et al. 2006; Pérez Rubio and Sánchez-Oro Sánchez 2007; Crow, 2010; Afonso, Díaz-Puente et al. 20

- Disponibilidad de trabajo
- Disponibilidad de oferta académica para proseguir estudios
- Soporte de redes familiares y de amistad
- Disponibilidad de vivienda
- Acceso a servicios sociales y ocio
- Expectativas y/o presión familiar
- Búsqueda de mayor autonomía o libertad personal
- Sentimiento de apego o arraigo con el pueblo
- Valoración o satisfacción con el pueblo y/o territorio
- Grado de participación en la vida social de la comunidad
- Percepción de ser bien valorado por la comunidad



La tradicional imagen del emigrante español de la segunda mitad del siglo XX, se ajusta muy poco a la actual emigración española



5. Juventud rural y migraciones. Breve marco teórico (3/4)

De los factores señalados anteriormente, los que ejercen una mayor influencia en la decisión juvenil de emigrar o permanecer son la continuidad de los **estudios**, y el acceso a un puesto de trabajo.

La disponibilidad de **opciones laborales** en el lugar de origen, también es un factor clave a la hora de decidir quedarse en el pueblo. Sin embargo, se requiere un factor previo como es el **aprecio o apego al pueblo** (Alfonso, 2011). Sin este primer elemento de arraigo, es poco probable que el joven decida permanecer, o retornar al pueblo cuando haya finalizado en el exterior su etapa de estudios superiores.

Existe un mayor apego y permanencia en el pueblo entre aquellos que durante su niñez y adolescencia han participado en actividades que favorecen su integración con la comunidad (relaciones sociales), la cultura local, y/o el medio ambiente (Lewicka 2005; Adedokun, 2008).



5. Juventud rural y migraciones. Breve marco teórico (4/4)

La globalización, los medios de comunicación, internet, las redes sociales, la normalización del consumo de viajes, la movilidad generalizada... han modificado por completo el concepto de pertenencia, y hasta cierto punto el de migración (Jamieson 2000; Wiborg 2004).

Dejar un pueblo ya no es sinónimo de renunciar al mismo; se participa en la vida social de un modo virtual, se regresa periódicamente, o se refuerzan lazos con la amplia comunidad que los originarios de cualquier pueblo conforman en medio mundo. **Las diferencias culturales urbano/rurales también se han difuminado**, especialmente entre los jóvenes (Gómez Benito and Díaz Méndez 2009).

Los roles y las imágenes asignadas por la sociedad en general a lo rural y a lo urbano han cambiado. Para profesionales o familias cansadas de la vida urbana, emigrar a una zona rural es una opción atractiva y moderna (Solana 2009; Halfacree and Rivera 2012). Esta **visión post-industrial de la ruralidad**, se enlaza con una sociedad que valora en gran medida la seguridad, la cercanía en las relaciones humanas, la calidad ambiental o la menor distancia en los desplazamientos diarios. Esta forma de ver el campo desde la ciudad también ha calado en los propios habitantes rurales, especialmente entre los jóvenes (Pérez Rubio 2007).



La emigración de los jóvenes rurales ligada a una mejora en su formación y a la adquisición de experiencia, es un pre-requisito para el desarrollo socio-económico de las zonas rurales (Stockdale 2006). No obstante, la mejora del **Capital Humano** propiciada por la emigración, solo genera beneficios en un territorio cuando se consigue retener o atraer al mismo a las personas capacitadas (Malatest, Barry et al. 2002; Duxbury and Campbell 2011).



6. Juventud, territorio y cultura emprendedora. Breve marco teórico (1/2)

De acuerdo con una acepción extendida, un **emprendedor** es una persona que reconoce **oportunidades de negocio**, y en consecuencia, **lleva a cabo acciones para aprovecharlas** (Kirzner 2009). La iniciativa emprendedora es la actitud y el proceso para crear y desarrollar una actividad económica, y ello implica en mayor o menor medida; i) asunción de riesgos, ii) creatividad, iii) innovación y/o iv) mejora en la gestión. Los elementos enumerados pueden aplicarse a una iniciativa nueva, o a una que ya existe (Comisión Europea, 2004).

La **creación de empleo** se concentra especialmente en las empresas nuevas y pequeñas, y no en las grandes. Los países o territorios que presentan un mayor aumento en los índices de **iniciativa empresarial**, tienden a mayores reducciones de las tasas de desempleo. (Audretsch and Directorate-General 2003).

Las principales **motivaciones** para que una persona se convierta en emprendedor son; la **oportunidad** y/o la **necesidad** (Cordura, 2006). En un contexto de desempleo, el porcentaje de personas dispuestas a poner en marcha una iniciativa emprendedora tiende a incrementarse (Bosma, 2010), sin embargo, este proceso aun no se ha producido en España con la actual crisis (Alemany et al 2011), debido al incremento de la percepción de riesgo y miedo al fracaso, en un ambiente de recesión.



El que un territorio pueda iniciar una **dinámica emprendedora** dependerá de que sus habitantes (o actores externos llegados al mismo), **conozcan** la zona y la amplia diversidad de sus **recursos** actuales y/o potenciales, incluidos aquellos de carácter intangible. Del conocimiento del territorio surge la **identificación de oportunidades**. A partir de este punto, la creación de un ambiente favorable a la puesta en marcha de empresas resulta determinante (Vaillant and Lafuente 2007), junto con el apoyo a la superación de otros **factores socioculturales** que limitan la capacidad emprendedor; miedo al fracaso, la aversión al riesgo, o la autoconfianza en los conocimientos y destrezas propias (Lafuente, Vaillant et al. 2011).



6. Juventud, territorio y cultura emprendedora. Breve marco teórico (2/2)

La disponibilidad en un territorio rural de **modelos** significativos **de emprendedores**, ha sido identificada como una de las **causas** de mayor **dinamismo económico** y fortaleza de la cultura emprendedora, la cual se expresa en el surgimiento de un mayor número de iniciativas empresariales frente a lo que sucede en otras zonas carentes de modelos (Lafuente, Vaillant et al. 2007).

Territorios con una economía en declive, con ausencia o escaso número de experiencias empresariales positivas e innovadoras, tienden a perpetuar su estancamiento, dado que las nuevas generaciones no poseen las pautas, el interés o el estímulo para cambiar la situación. Este legado que caracteriza (y limita) la población de un territorio conforma su **Capital Cultural**, junto con sus costumbres, y modos de entender de la vida (Flora and Flora, 1992).

Los jóvenes de cualquier lugar **aspiran a aquello que conocen o pueden imaginar** como factible. (Haller and Virkler 1993; Ferry 2003; Chenoweth and Galliher 2004). En zonas rurales con escaso dinamismo, se limitan las opciones de partida que un joven dispone para elaborar los criterios en base a los cuales tomar decisiones sobre su futuro; que estudiar, en que campo profesional desarrollarse, donde vivir o en que grado involucrarse en actividades sociales de cualquier tipo (Shamah 2010).



De acuerdo al paradigma de **desarrollo rural territorial** (Schejtman and Berdegué, 2004), el **fomento de la cultura emprendedora** debe abordarse de una forma holística y ser parte de los Planes de Desarrollo Rural generados en cualquier territorio (Vaillant and Lafuente 2007). Bajo este enfoque, un énfasis especial debe destinarse a la población joven (Flora 2006; Schroeder et al. 2010).



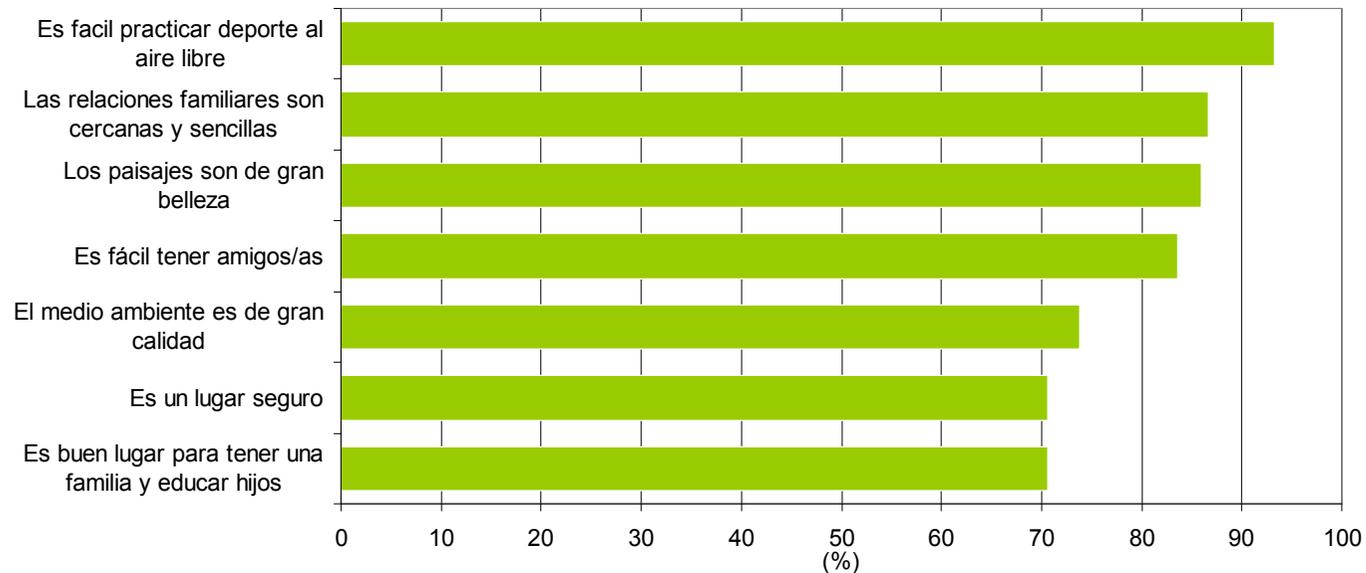
Los Jóvenes de la Comarca de Huéscar (Granada)

7. Resultados; **Percepción** sobre el pueblo de origen y/o la Comarca de Huéscar (1/11)

Los jóvenes de la Comarca de Huéscar destacan en su valoración positiva del **medio natural** que los rodea. Esta percepción es común a la que poseen jóvenes rurales de otras zonas de España, pero también de países como Canadá o Gran Bretaña. También destacan los vínculos familiares y de amistad.

B08. Percepciones positivas del pueblo.

Porcentaje de opiniones de acuerdo o muy de acuerdo en más del 50% de las respuestas

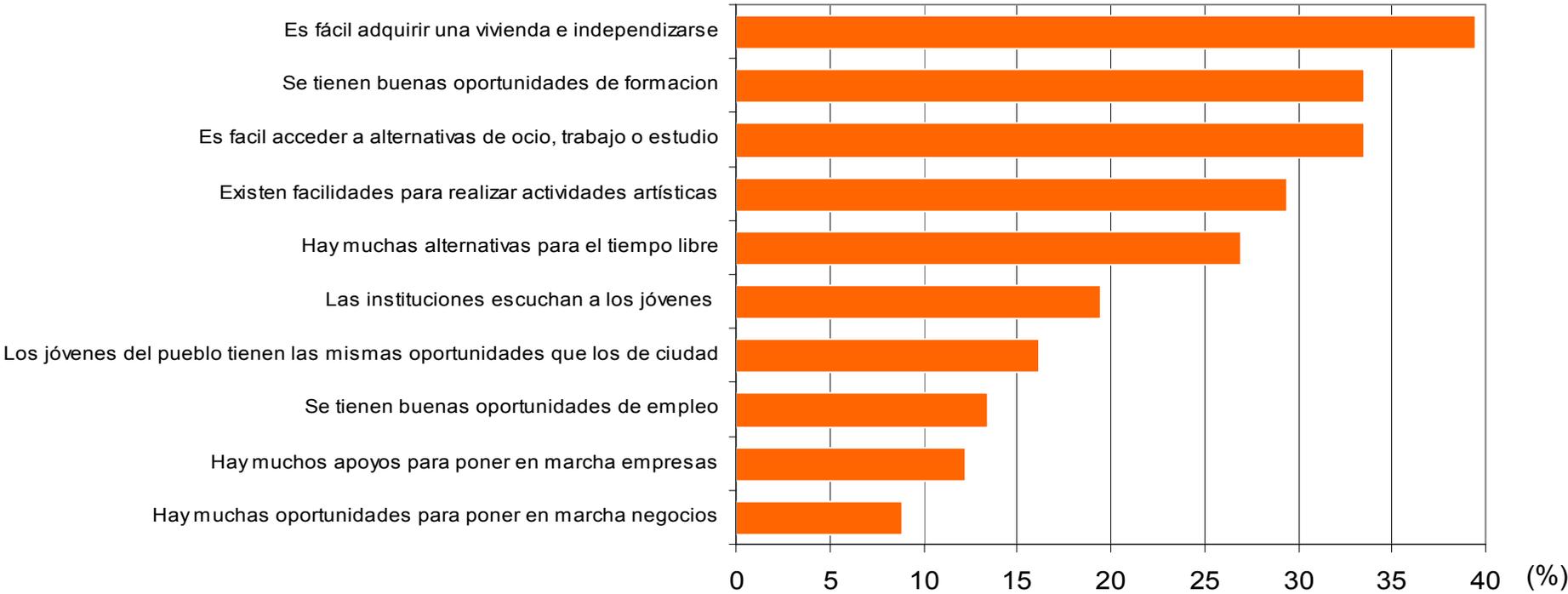


7. Resultados; a) **Percepción** sobre el pueblo de origen y/o la Comarca de Huéscar (2/11)

Entre los **aspectos negativos** de sus pueblos destacan la falta de oportunidades para poner en marcha negocios, el ambiente poco propicio para la creación de empresas, la carencia de opciones laborales o la percepción de que en los pueblos se tiene menos oportunidades que en las ciudades. Se trata nuevamente de unos resultados que concuerdan con los obtenidos en encuestas similares realizadas a jóvenes rurales tanto de España como de otros países desarrollados.

B08. Percepciones negativas del pueblo.

Porcentaje de opiniones de acuerdo o muy de acuerdo en menos del 50% respuestas



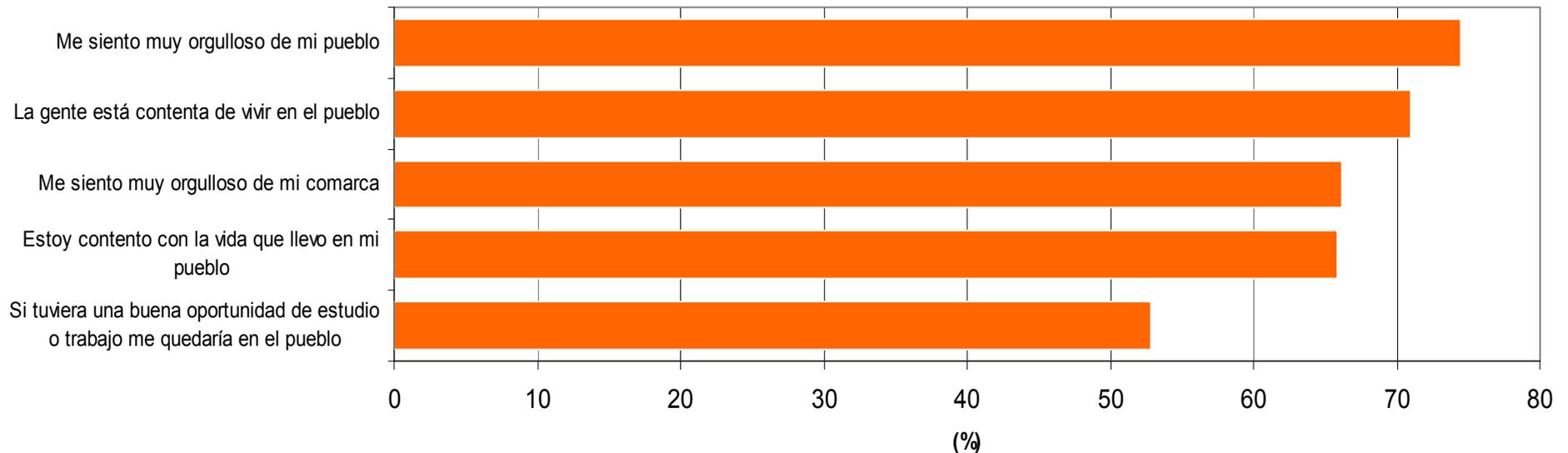


7. Resultados; **Percepción** sobre el pueblo de origen y/o la Comarca de Huéscar (3/11)

Entre los encuestados, existe mayoritariamente (74%) una **imagen positiva** de sus respectivos pueblos. Esta valoración positiva también se extiende al conjunto de la comarca (aunque esta opinión positiva se reduce en un 10%). La mayoría de los jóvenes se muestran satisfechos con su vida en el pueblo, y un 55% estaría dispuesto a quedarse en él si tuviera opciones adecuadas de estudios o trabajo.

Entre los **aspectos negativos** del pueblo los encuestados también manifiestan la tendencia de la sociedad local a inmiscuirse en exceso en la vida de los demás, la carencia de alternativas de ocio, o la existencia de prejuicios que condicionan las relaciones personales.

B09a. Sentimiento en relación al pueblo y comarca
(Porcentaje de respuestas de acuerdo o muy de acuerdo)



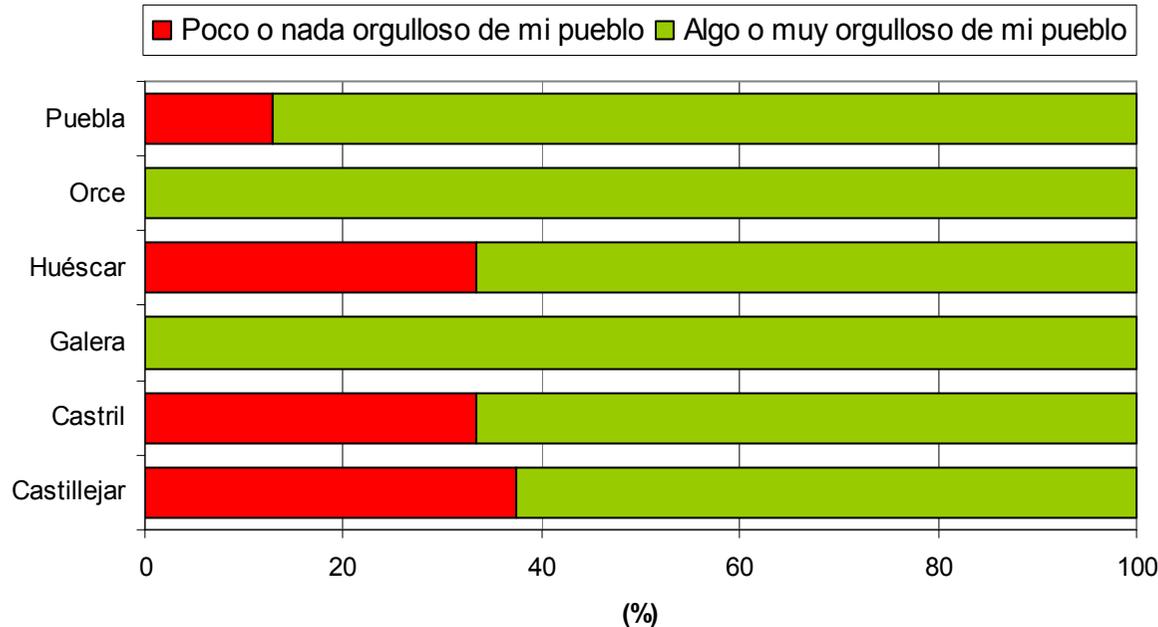


7. Resultados; **Percepción** sobre el pueblo de origen y/o la Comarca de Huéscar (4/11)

Sentimiento en relación al pueblo. Aunque es una opinión minoritaria, entre los jóvenes de Castillejar, Castril y Huéscar se da una identificación más negativa en relación a sus propios pueblos. Por el contrario, los jóvenes de Galera y Orce poseen de forma unánime un sentimiento positivo en relación a su localidad.

Disponibilidad para participar. El 90% de los encuestados quisiera cambiar muchas cosas en sus pueblos. El 70% estaría dispuesto a contribuir de forma voluntaria en acciones que ayuden a la mejora del pueblo. El 62% de los encuestados quisiera conocer mejor su propio pueblo.

B09.b Me siento muy orgulloso de mi pueblo



¿Contribuye la puesta en valor del patrimonio histórico de Galera y Orce al mayor sentimiento de pertenencia de sus habitantes?



7. Resultados; ¿Permanecer o emigrar? (5/11)

El **85% de los jóvenes encuestados abandonarán su pueblo** al concluir el periodo de estudios en el Instituto de enseñanza secundaria o formación artística.

C.10 ¿Qué es lo más probable que hagas al finalizar los estudios en el instituto?

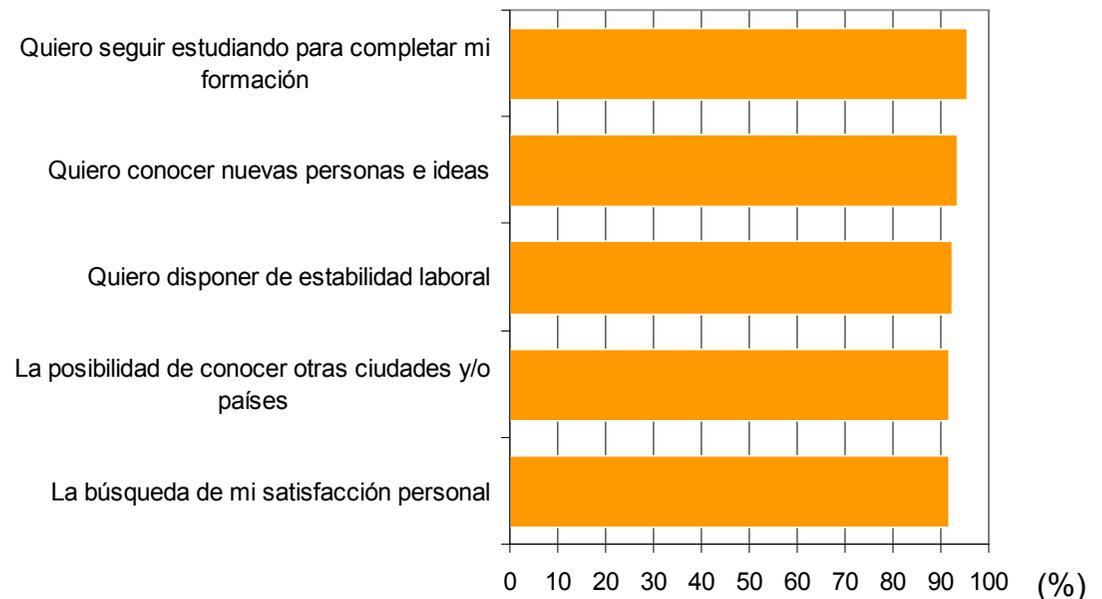


En la decisión de emigrar, priman **preferencias individuales**, con escaso peso del entorno familiar, el cual solo es citado por el 20% de los encuestados. El 90% de los encuestados también valora el acceso a mayores alternativas de ocio. Un 80% de los encuestados afirmaban que en la decisión de emigrar también influía el hecho de poder **acceder a un trabajo** cuanto antes.

Los principales motivos por los cuales se decide dejar el pueblo están relacionados con la **continuidad de la educación**, desde un punto de vista formal, pero también vivencial; conocer nuevos lugares, personas, ideas, adquirir experiencia.

C12. Razones por las cuales dejar el pueblo.

Porcentaje de respuestas; "Factor con algo o mucha influencia en la decisión"





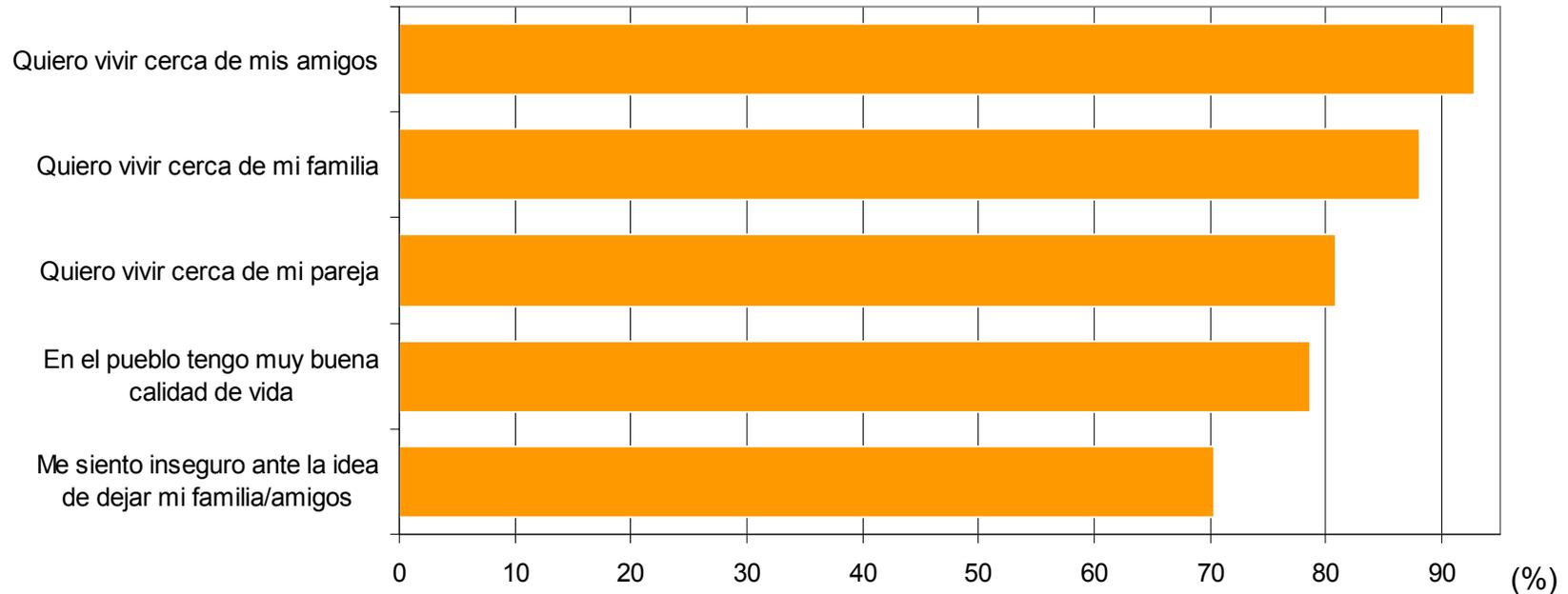
7. Resultados; ¿Permanecer o emigrar? (6/11)

Entre los que deciden **quedarse**, (tan solo el 15% del total de jóvenes encuestados), las principales razones aportadas tratan sobre **vínculos de amistad, familia y/o pareja**. Es llamativo el hecho de valorar en mayor medida las relaciones con amigos (92%), que con la propia familia (88%). La calidad de vida de la que disfruta el encuestado y la incertidumbre ante el hecho de dejar el pueblo, son dos de los argumentos que fueron caracterizados de gran influencia.

Tan solo en un 50% de las respuestas de quienes permanecerán se valora como un elemento de influencia entre los motivos para quedarse, la disponibilidad de un trabajo, o la continuidad de estudios en el pueblo y/o comarca.

C11. Razones por las cuales permanecer en el pueblo.

Porcentaje de respuestas; "Factor con algo o mucha influencia en la decisión"



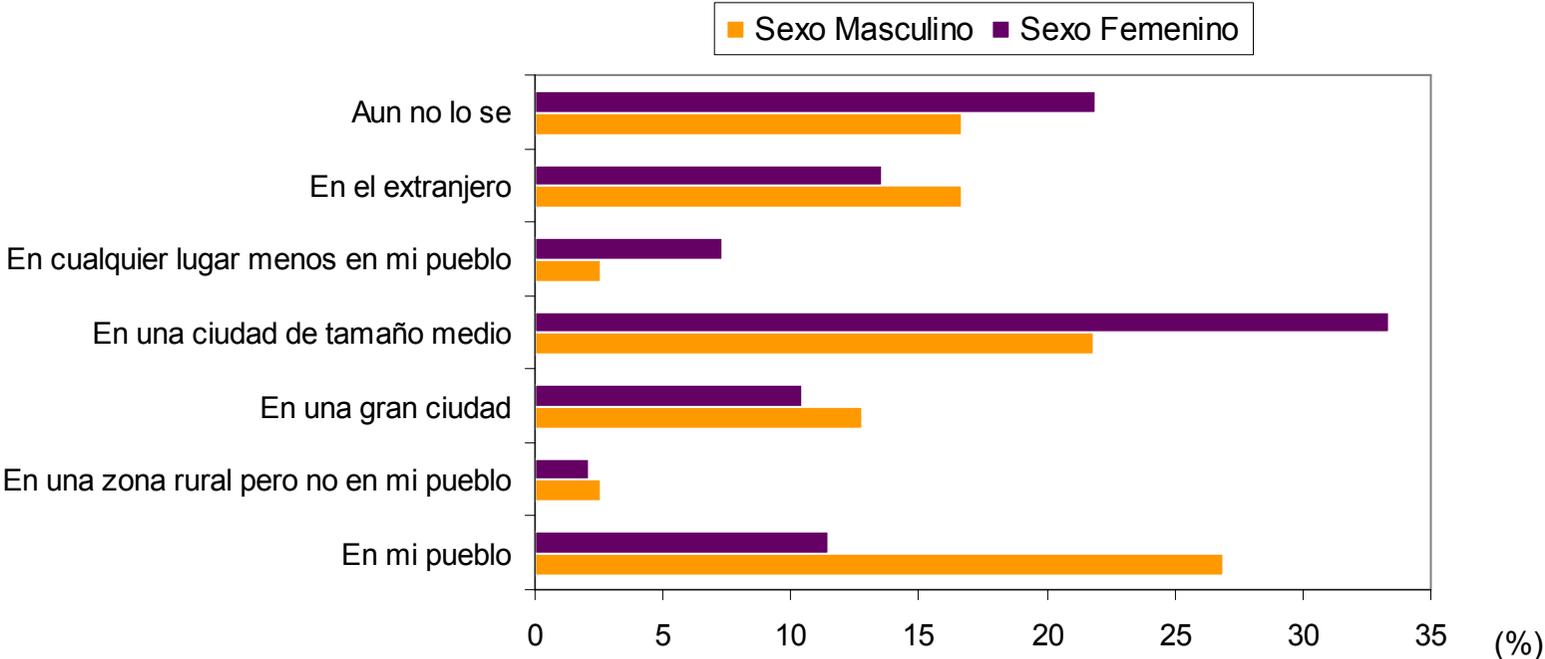
7. Resultados. Perspectiva de futuro (7/11)

Sólo el 18% del total de los encuestados quisiera vivir en su propio pueblo dentro de 10 años. Este reducido grupo está conformado por la mayoría de quienes no tienen previsto realizar estudios superiores tras la etapa del instituto, más un 10% de quienes saldrán por motivos de estudios o para ganar experiencia. Por tanto puede afirmarse que la capacidad de atracción del territorio sobre aquellos que tienen una mejor preparación es muy baja.

Existe una marcada diferencia entre chicas y chicos. Ellas se ven viviendo de forma mayoritaria en medio urbano, (tan solo el 11% piensa vivir en su pueblo en el futuro). Entre los chicos un 27% preferiría vivir en su pueblo. Este resultado se enmarca en la tendencia generalizada de masculinización del medio rural español (CIS 2000, Camarero 2007).

Frente al promedio cercano al 20% en los distintos municipios de la comarca, en el caso de Castillejar ningún chico/a manifiesta su interés por residir en su pueblo dentro de 10 años.

C13. ¿Dónde te gustaría vivir dentro de 10 años?

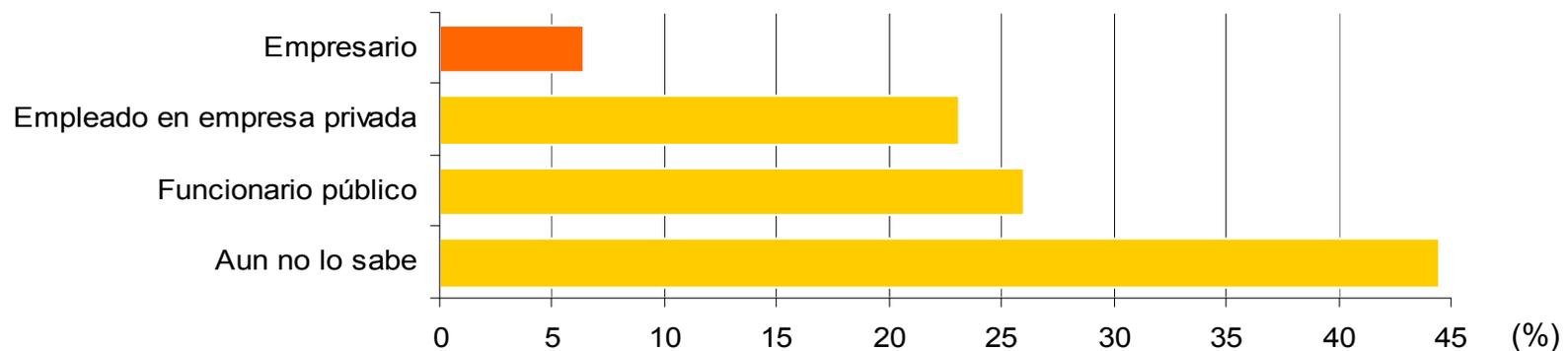




7. Resultados; Perspectiva de futuro / Cultura emprendedora (8/11)

Como cabe esperar al tratarse de estudiantes de enseñanza secundaria, ante la pregunta de cual creen que será el tipo de trabajo que desempeñen dentro de 10 años, el 45% de los encuestados manifiestan aun no saberlo. Entre quienes tienen clara su opción laboral, **la alternativa preferida es la de funcionario público**, seguida de cerca por el empleo en una empresa privada. Tan solo **el 6% se ve como empresario** en el futuro. Esta cifra concuerda con el tasa global de emprendedores en la sociedad española, situada en el 5,1% (Bosma, 2010). También se corresponde con los resultados obtenidos por Perez Rubio (2007) en Extremadura, donde el 5,8% de los jóvenes rurales encuestados optaban por convertirse en empresarios como alternativa laboral. En esta misma encuesta, sin embargo, solo el 8% optaría por el trabajo en la Administración Pública, frente a la preferencia manifestada por el 26% de los jóvenes de la Comarca de Huéscar. Un 68% de los adolescentes extremeños preferían un **trabajo seguro en una empresa privada** frente al **23%** de Huéscar. Dado que la encuesta de Extremadura se realizó antes del inicio de la actual crisis económica, es posible que la actual incertidumbre económica provoque de un lado una mayor indecisión entre los jóvenes (solo el 18% de los jóvenes extremeños no tenían claro su futuro laboral frente al 45% de los oscenses), y por otro, surge como una opción más atractiva la estabilidad laboral de la función pública.

C.14 ¿Qué tipo de trabajo crees que tendrás dentro de 10 años?





7. Resultados; Cultura emprendedora (9/11)

Aunque el porcentaje de jóvenes que quisieran ser emprendedor es reducido (aunque similar al del resto de España), la encuesta ha puesto de manifiesto la **mayoritaria imagen positiva que existe sobre los empresarios**. Se valora por encima de todo su capacidad para generar empleo y la ayuda que esto supone para la comunidad local. Cerca del 65% de los encuestados rechazaron la idea (tópico), de que el empresario tan solo está motivado por la obtención de ganancia sin importarle los trabajadores. Un 63% de los encuestados consideraron que el ser empresario da prestigio social. También destacaron elementos como la autonomía e independencia del empresario, y el hecho de ser esta la mejor alternativa contra el desempleo. Aunque los parámetros de medición son distintos, la buena imagen de los empresarios entre los jóvenes de la Comarca de Huéscar, es notablemente superior a los resultados proporcionados por el *Flash Eurobarometer Survey on Entrepreneurship* (Gallup 2010), en el que la percepción favorable sobre el emprendedor alcanza tan solo al 48% de la población española encuestada. En el estudio de Alemany et al. (2011), realizado para ESADE, solo un 38% de los jóvenes encuestados considera que la sociedad tiene una imagen favorable de los empresarios.

E16. Imagen del empresario y de la puesta en marcha de negocios



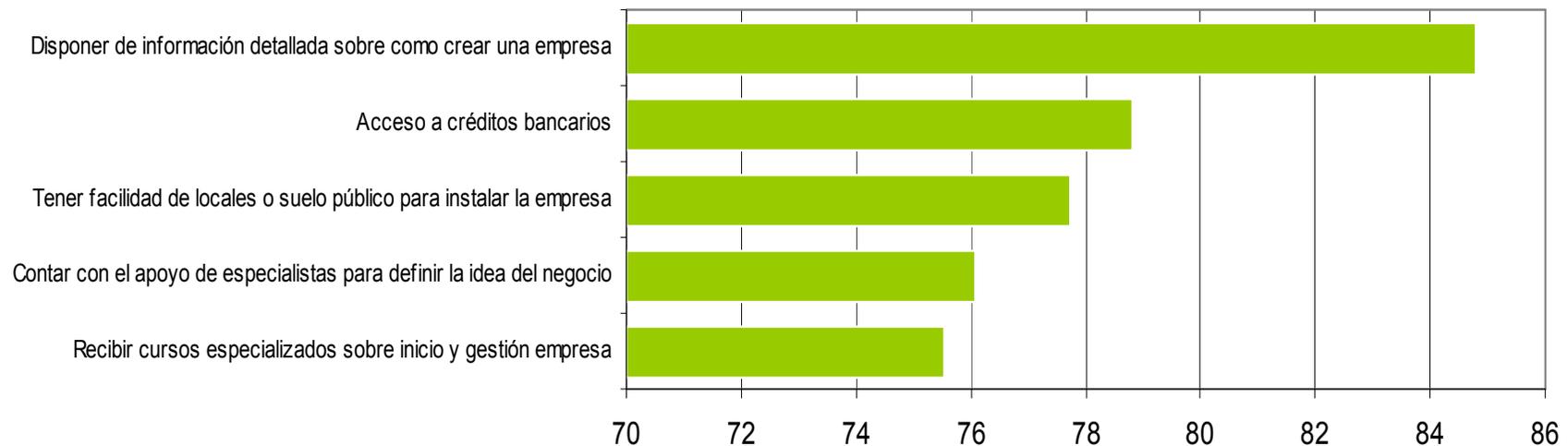


7. Resultados; **Cultura emprendedora (10/11)**

Entre las acciones que los jóvenes de la Comarca de Huéscar consideran de mayor importancia a la hora de apoyar la puesta en marcha de una empresa, destaca el **acceso a información** detallada sobre dicho proceso, la disponibilidad de financiación, la disponibilidad de locales público (lo que refuerza el concepto de vivero de empresas) y la formación y asesoría especializada.

Los encuestados mostraron una menor preferencia (aunque tienen una opinión favorable superior al 60%), de aquellas opciones relacionadas con el conocimiento de la experiencia de otros emprendedores, la innovación, la tutoría de empresas ya consolidadas o la creación de redes de apoyo mutuo entre emprendedores. Las respuestas denotan una mayor valoración de aquellos apoyos que ya son conocidos y están disponibles en la Comarca, frente a otros enfoques alternativos de soporte a los emprendedores que aun están por ser puestos en práctica en el territorio.

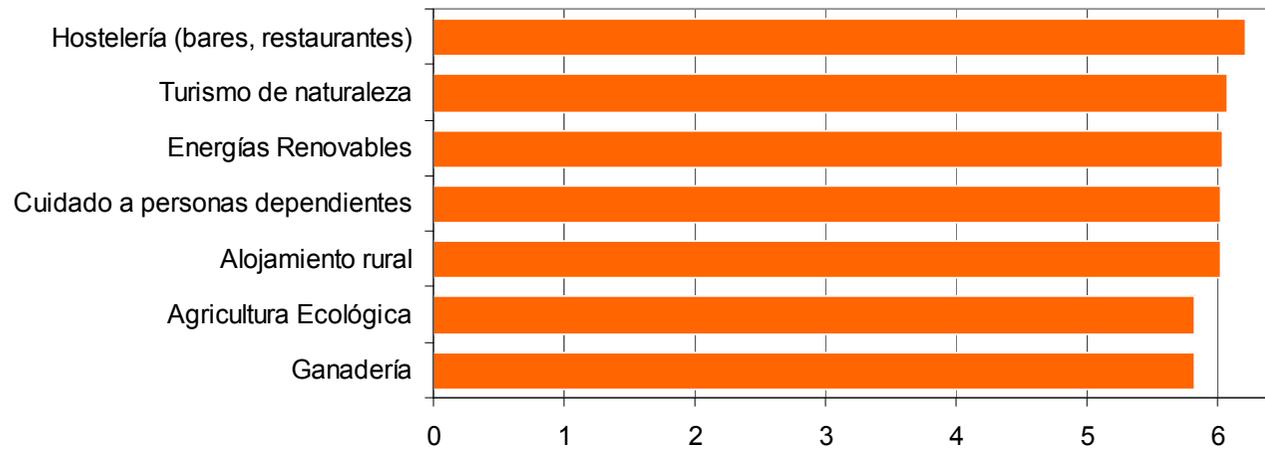
E18. ¿Qué medidas son más útiles a la hora de crear una empresa?





7. Resultados; Cultura emprendedora (11/11)

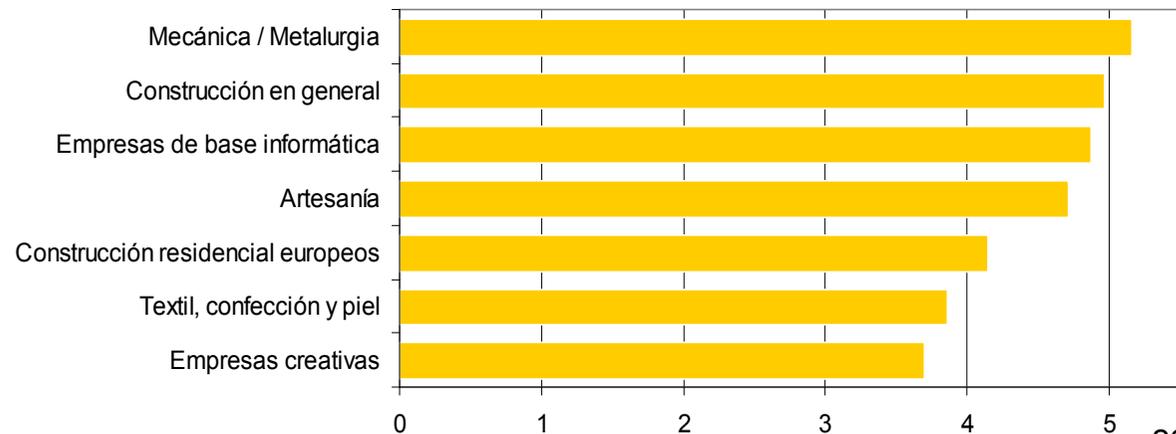
E.17a) ¿Qué actividades económicas tienen más futuro en la comarca de Huéscar?
(Puntuación de 0 a 10)



Entre las 21 actividades económicas que se dieron a valorar a los estudiantes encuestados, en función de su potencial de desarrollo en la Comarca de Huéscar, las alternativas con mayor puntuación fueron la **restauración**, el **turismo de naturaleza**, las **energías renovables** y el **cuidado a personas dependientes**. Estas respuestas se corresponden en gran medida con las actividades que en la última década han tenido mayor crecimiento en la Comarca.

En sentido opuesto, las actividades menos valoradas son aquellas que tienen un mayor componente creativo o de innovación tecnológica, junto con la decaída construcción (anterior motor de desarrollo comarcal) o sectores tradicionales como la mecánica, el textil o la artesanía. De nuevo, la **ausencia de modelos** conocidos en la Comarca dificulta la identificación de algunos sectores como alternativa. En cambio, los fracasos locales reconocidos (construcción, textil), son bien identificados.

E.17c) ¿Qué actividades económicas tienen más futuro en la comarca de Huéscar?
(Puntuación de 0 a 10)



8. Conclusiones (1/2)

- La **despoblación** en el conjunto de la comarca de Huéscar **se ha frenado** en la última década, sin embargo, el proceso de envejecimiento y **descenso de la población joven se ha agravado** en relación a otras comarcas de la provincia de Granada.
- La **dualidad campo-ciudad se ha desdibujado** en los últimos años, debido a la mejora de los servicios disponibles en zonas rurales, al desarrollo de los medios de comunicación (carreteras, telefonía móvil, internet) y a la normalización de los desplazamientos entre quienes habitan los espacios rurales y urbanos.
- La **emigración ya no se concibe como un camino sin regreso**, ni conlleva necesariamente a una renuncia o desconexión con los orígenes.
- En la sociedad del conocimiento, la emigración de jóvenes es un proceso necesario para la adquisición de conocimiento y experiencia, que más tarde puede ponerse en uso en el lugar de origen. Es decir, la **emigración** puede entenderse hoy como una **condición necesaria para el desarrollo** de las zonas de origen.
- El desafío no está en impedir la emigración, sino en favorecer el **retorno** de jóvenes y adultos con **mayores capacidades**. Los territorios dinámicos y competitivos se caracterizan por **atraer talento**, no solo el de sus antiguos emigrantes, sino también a nuevos profesionales y emprendedores.
- Los procesos de desarrollo siempre deben priorizar la **mejora de las capacidades humanas**, el **fortalecimiento del capital social** y la incorporación en mayor medida de la **innovación** y la colaboración entre los rasgos que definen el **capital cultural** de los habitantes de un territorio. En un periodo con limitación extrema de recursos financieros, resulta aun más importante esa prioridad dada a las capacidades de las personas, al tejido institucional y asociativo y al cambio de mentalidad.

8. Conclusiones (2/2)

- Existen cuatro factores clave a la hora de favorecer el **arraigo** de los jóvenes en sus pueblos y su **carácter emprendedor**; i) **involucrarlos en la vida social** de sus localidades, animándoles a asociarse y poner en marcha sus propias iniciativas (ambientales, culturales, deportivas...), ii) facilitarles el **conocimiento de territorios dinámicos** y la puesta en contacto con **personas emprendedoras**, iii) propiciar el **conocimiento** más amplio posible de los recursos y potencialidades del **territorio propio** (qué oportunidades hay), y iv) acceder a una **orientación académica** que ayude a identificar las opciones de estudios más apropiadas para poner en valor los recursos disponibles en el territorio (cómo aprovechar las oportunidades).
- Los jóvenes de la Comarca de Huéscar tienen mayoritariamente una **positiva percepción de sus pueblos**, y estarían dispuestos a colaborar de forma voluntaria para poner en marcha iniciativas que mejoren la calidad de vida en sus municipios.
- La imagen que los jóvenes tienen de sus pueblos refleja la **visión multifuncional** de la nueva ruralidad concretada en este caso por una mayor valoración del medio ambiente, el contacto con la naturaleza, la tranquilidad y seguridad de la vida rural, así como la cercanía y calidad de las relaciones familiares y de amistad.
- La encuesta confirma en la Comarca de Huéscar la tendencia generalizada en el medio rural español de una preferencia por el abandono de los pueblos por parte de las mujeres rurales en relación a los hombres (**masculinización** del campo).
- El porcentaje de jóvenes de la comarca que se plantea ser emprendedor (6%), se corresponde con las cifras obtenidas en encuestas similares llevadas a cabo en España en los últimos años.
- Existe una mayoritaria **valoración positiva** del papel que juegan los **empresarios** en su entorno, destacando su impacto en la **creación de empleo**. Sobre esta base resultará más fácil animar a los jóvenes para que en mayor porcentaje puedan convertirse en emprendedores.



Los Jóvenes de la Comarca de Huéscar (Granada)

9. Ideas para la acción en el marco de los Capitales locales para el Desarrollo (1/7)

La **estrategia de desarrollo** de cualquier territorio debe tener como destinatario preferente a su **población joven**. No basta con la realización de actividades esporádicas e inconexas concebidas como un mero trámite. Propiciar la mejora del capital humano, cultural y social de los jóvenes, es una de las formas más eficientes, sostenibles y que genera mayor impacto, en el proceso de transformación positiva de un municipio o comarca.

El trabajo con jóvenes debe asentarse en las estructuras que ya están disponibles en cada territorio, y entre ellas destaca el **sistema de educación**. La mejora de capacidades es una precondición para el desarrollo, sin embargo, la suma de conocimientos y destrezas (**Capital Humano**), adquiridos en la escuela o el instituto no bastan por si solos para generar desarrollo local.

Aunque es algo que suele pasar desapercibido entre las acciones de desarrollo, resulta imprescindible incidir en el llamado **Capital Cultural** del colectivo juvenil, el cual está conformado entre otros por; i) el modo en que los jóvenes ven y perciben su territorio, ii) la manera en que ubican y relacionan dicho territorio en un contexto global, y iii) su forma de actuar e involucrarse con la sociedad local. Estos tres elementos influyen en el sentimiento de arraigo o apego al territorio, y este es un factor clave en la posterior decisión de emigrar o retornar.



El Capital Cultural entendido como el modo en que la gente de un lugar ve el mundo que le rodea, es también clave para que los habitantes de un territorio identifiquen **oportunidades**, y para que a partir de ellas se generen emprendimientos.

El proceso debe iniciarse con el fortalecimiento del **Capital Social** de la Comarca, esto es, los vínculos entre personas y diferentes instituciones, que mejoran la cohesión local, el trabajo por objetivos comunes y las relaciones con actores externos a la Comarca.



9. Ideas para la acción (2/7)

Tras la puesta en común de información básica sobre la realidad juvenil en la Comarca de Huéscar (objetivo de este documento), se busca generar debate, favorecer **acuerdos entre instituciones** y poner en marcha actividades concretas. Algunas de las líneas de acción que a continuación se detallan pueden ser un primer paso a la hora de dinamizar a la población joven de la Comarca y fortalecer secuencialmente su **Capital Social, Cultural y Humano**. No obstante, este primer documento requiere ser completado con las correcciones, ideas y aportes de los propios jóvenes, junto con el compromiso de las instituciones locales. A continuación se enumeran las líneas de acción propuestas, las primeras de ellas con carácter prioritario:



- I. Consenso y Acuerdo Inter-institucional sobre un Plan de Acción Juvenil (Capital Social)
- II. Fortalecimiento y/o revitalización de asociaciones juveniles locales / comisiones estudiantiles (Capital Social)
- III. Apoyo a los servicios de orientación académica de los institutos (Capital Humano)
- IV. Apoyo a actividades extra-escolares que favorezcan el conocimiento de la comarca por parte de los jóvenes y su identificación con ella (Capital Cultural)
- V. Apoyo a actividades extra-escolares que favorezcan el conocimiento de experiencias y territorios emprendedores (Capital Cultural)
- VI. Apoyo a la elaboración de trabajos académicos relacionados con la Comarca; Banco del Conocimiento. (Capital Humano / Cultural)
- VII. Apoyo a la adquisición de experiencia laboral en la comarca o fuera de ella en sectores de negocio con potencial para el territorio (Capital Humano / Cultural)



9. Ideas para la acción (3/7)

I. Consenso y Acuerdo Inter-institucional sobre un Plan de Acción Juvenil (Capital Social)

- Un territorio que pierde el 24% de sus jóvenes en la última década, y lo hace a un ritmo mucho mayor que otras zonas del entorno, tiene un grave problema. Este handicap, una vez asumido por Ayuntamientos, Mancomunidad, Grupo de Desarrollo Rural (GDR), Institutos, asociaciones de padres, asociaciones de empresarios y otras instituciones locales, debe favorecer la reflexión conjunta, el diseño y la puesta en marcha de actividades sencillas, basadas en: i) los **recursos disponibles**, y no en la solicitud de fondos externos o adicionales, ii) la **concertación** y apoyo al trabajo de las instituciones de enseñanza secundaria de la comarca, iii) la definición de **objetivos** alcanzables, así como metas e **indicadores** realistas y pertinentes, iv) el monitoreo de las actividades, y la **evaluación** de su resultado, v) la **difusión** más amplia posible de la información generada durante todo el proceso.
- El **Plan de Acción** consensuado debe establecer el marco de coordinación de las diferentes instituciones locales involucradas, además de asignar tareas concretas y responsabilidades entre las mismas, destacando entre ellas las de liderazgo y monitoreo del proceso.

II.a) Fortalecimiento y/o revitalización de asociaciones juveniles locales / comisiones estudiantiles (Capital Social)

Más allá de una actividad concreta, el dar espacio y protagonismo a los jóvenes es ante todo una **actitud**, que debe expresarse de forma transversal en las decisiones cotidianas de alcaldes, gerentes o técnicos. Sin esa premisa, es difícil que surjan liderazgos juveniles, o que estos se interesen con un sentido amplio (y no solo individual), en el desarrollo de sus pueblos.



- **Identificación** de los grupos y asociaciones juveniles de los diferentes pueblos de la comarca, así como caracterización de su grado de actividad y representación. Esta tarea debe ser impulsada por los concejales y/o técnicos de juventud de Ayuntamientos y Mancomunidad.



9. Ideas para la acción (4/7)

II.b) Fortalecimiento y/o revitalización de asociaciones juveniles locales / comisiones estudiantiles (Capital Social)

- El carácter comarcal de los tres institutos de Huéscar, facilita la creación de grupos o **comisiones de estudiantes** con afinidades concretas; ambientales, artísticas, culturales, deportivas, etc, con independencia del pueblo de origen. De este modo, se propicia el surgimiento de aquellas iniciativas que a nivel local serían inviables por el escaso número chicos/as que en un solo pueblo compartan una vocación o afición determinada. Los profesores de diferentes áreas podrían ser los facilitadores para la creación de grupos, los cuales pueden encontrar para la organización de actividades el apoyo del GDR, Ayuntamientos y otras asociaciones. Este respaldo se podría traducir por ejemplo en la adquisición de un pequeño equipo o bibliografía para el grupo, la visita a una iniciativa de interés, la asistencia a conferencias o un congreso regional sobre la especialidad de interés, etc.
- Ante la carencia de fondos públicos, debe animarse (y facilitarse), a los grupos de jóvenes para que pongan en marcha pequeñas iniciativas de generación de ingresos que sostengan sus proyectos; venta de productos con visibilidad, organización de eventos, ayuda en recolecciones agrarias... y en definitiva el uso de la imaginación
- Animar por parte de los Ayuntamientos a las asociaciones juveniles o comisiones estudiantiles para que participen en la **organización de actividades** concretas en el marco de; fiestas locales, jornadas o veranos culturales, competiciones deportivas, y aquellas otras que surjan por propia iniciativa de los jóvenes
- Solicitar formalmente a asociaciones juveniles su **opinión** sobre temas de interés municipal que requieran la toma de decisiones por parte del Ayuntamiento.



- Invitar a representantes de asociaciones juveniles a **participar** en Plenos de Ayuntamientos, reuniones vecinales o asambleas de otras asociaciones locales.
- Apoyo a la participación de asociaciones juveniles en acciones de voluntariado, así como su **integración en redes** de trabajo juveniles o sectoriales de alcance provincial, regional, nacional y/o internacional.
- Publicitar del modo más amplio posible aquellas **convocatorias o informaciones** que puedan ser de interés para los jóvenes.
- **Representantes** juveniles de la comarca deben de tener un papel fundamental en las reuniones que implique el diseño y seguimiento del eventual Plan de Acción Juvenil.



9. Ideas para la acción (5/7)

III. Apoyo a los servicios de **orientación académica** de los institutos

- Asesoría y provisión de información por parte de GDR, asociaciones de empresarios, ALPEs u otros, a los orientadores académicos sobre **sectores económicos** y profesionales con mayor potencial de desarrollo en la comarca de Huéscar.
- Identificación (GDR-orientadores), de la **oferta académica** (universitaria y formación profesional), que mejor puede cubrir los perfiles profesionales requeridos en los sectores de mayor potencial.
- Organización de charlas en los institutos con empresarios y/o profesionales locales (o de otros territorios), que han puesto en valor en la comarca (u otros territorios), la cualificación especializada que adquirieron previamente.
- Organización de visitas con alumnos a aquellos centros universitarios o de formación profesional cuya oferta académica mejor pueda contribuir al desarrollo local.
- Identificación y difusión de **oferta formativa on line** y semi-presencial en aquellos ámbitos con potencial para el desarrollo de la comarca. Esta oferta puede ser de gran interés para el 15% de los jóvenes que permanecerán en sus pueblos una vez concluida la formación secundaria.

IV. Apoyo a actividades extra-escolares que favorezcan el **conocimiento de la comarca** por parte de los jóvenes y su identificación con ella

- Organización de **visitas guiadas** a enclaves naturales, e histórico-arqueológicos de la comarca.
- Difusión y acceso a bibliografía específica generada sobre la comarca y sus pueblos, así como material audiovisual y creaciones artísticas.
- Organización de visitas, charlas y provisión de bibliografía especializada sobre la comarca **a profesores** de enseñanza primaria y secundaria, en coordinación con los centros de formación del profesorado.
- Organización de charlas y encuentros de jóvenes con **personas significativas y de gran valía** que residan o sean originarias de diferentes pueblos de la comarca; profesionales, artesanos, profesores, artistas, empresarios.
- Provisión a los estudiantes de secundaria de **guías turísticas** (manuales), de la comarca, material publicitario diverso y de visibilidad con marca o emblemas comarcales.
- Celebración anual y nombramiento a los egresados de los institutos como *Embajadores Comarcales*.



9. Ideas para la acción (6/7)

V. Apoyo a actividades extra-escolares que favorezcan el conocimiento de **experiencias y/o territorios emprendedores**

- Apoyo a la **creación virtual de empresas** y/o elaboración de **planes de negocio**, como actividad extra-escolar o ligada a alguna asignatura. Las ideas de emprendimientos propuestas por estudiantes también pueden canalizarse a través de un Concurso Anual de Ideas de Negocio (**Banco de Ideas**).
- Concurso de ideas empresariales que pongan en valor recursos de la comarca, cubran necesidades locales o permitan la producción de bienes o servicios que desde la comarca pueden proporcionarse a mercados externos.
- Incorporación en los viajes de estudios de **visitas** a territorios rurales que destaquen en el contexto español y europeo por su capacidad de **innovación y desarrollo socio-económico**, así como el papel desempeñado por PYMES, cooperativas, asociaciones o centros de investigación.
- **Intercambios de estudiantes** de la comarca de Huescar con sus homólogos de otros territorios rurales caracterizados por un gran dinamismo socio-económico (véase punto anterior).
- En función de que viajes de estudios e intercambios incorporen la variable de conocimiento de territorios dinámicos y competitivos, estas iniciativas podrían contar con el apoyo de GDRs, Ayuntamientos, etc, o con los recursos movilizados por los propios jóvenes.

VI. Apoyo a la elaboración de trabajos académicos relacionados con la Comarca (**Banco del Conocimiento**)

- Recopilación y clasificación de toda la **información** oficial relevante, estadísticas, estudios académicos diversos, artículos científicos, y/o cartografía, generados sobre los municipios de la comarca. Este proceso priorizará la información en formato digital, y deberá ser impulsado por técnicos municipales, dado que estos tienen acceso a la información local disponible. Sería de gran importancia sumar a la iniciativa profesores con interés, y otras personas significativas de cada pueblo que dispongan y faciliten la información con la que cuentan. La coordinación del *Banco del Conocimiento* debería realizarse a través del GDR, Mancomunidad, u otro actor con carácter supra-municipal y capacidad de coordinación.
- **Difusión** de la existencia del *Banco del Conocimiento*, dirigido especialmente a estudiantes universitarios, para facilitar que estos hagan uso del mismo a la hora de realizar trabajos o estudios en sus respectivas carreras. Como contrapartida, se les solicitará que los trabajos que hayan producido sobre la comarca, y que tengan un mínimo de calidad e interés, pasen a formar parte del *Banco*.
- Selección anual de **líneas de investigación** preferente para el desarrollo de la comarca. Estas líneas de estudio serían difundidas como potenciales temas para proyectos finales de ingeniería, trabajos finales de master (TFM) o tesis de grado. Los estudiantes dispondrían de información secundaria previa, orientación para la realización del trabajo, contactos con personas e instituciones clave, difusión de su trabajo una vez concluido.



Los Jóvenes de la Comarca de Huéscar (Granada)

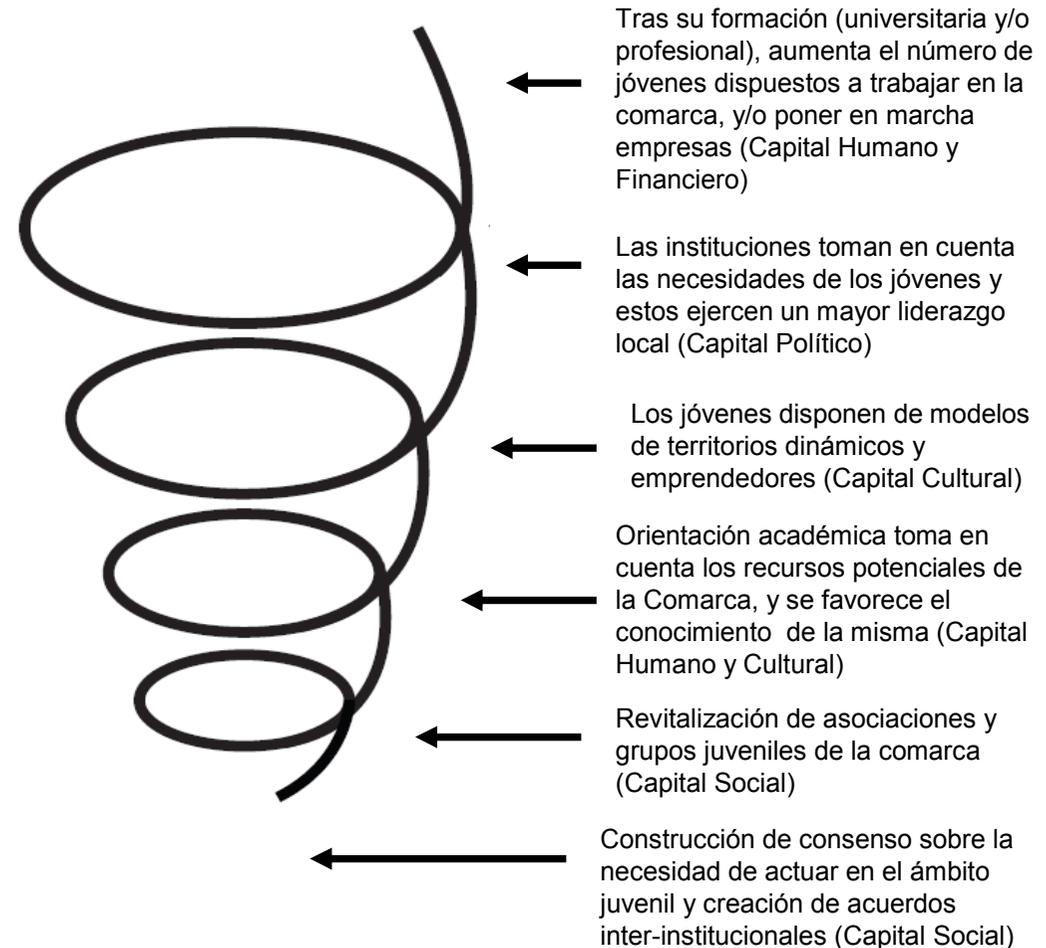
9. Ideas para la acción (7/7)

VII. Apoyo a la adquisición de **experiencia laboral** en la comarca o fuera de ella en sectores de negocio con potencial para el territorio

- Animar a empresarios locales y/o asociaciones en aquellos sectores de mayor potencial, para ofertar puestos de **prácticas** dirigidas a estudiantes universitarios o de formación profesional de la comarca.
- A través de GDRs u otros actores socioeconómicos de la comarca, se puede establecer una red de prácticas de empresa en otros territorios rurales (España y Europa), que permita a los universitarios locales con formación en un sector con potencial, adquirir experiencia que más adelante les sea de utilidad, bien para poner en marcha su propio emprendimiento en la comarca, o para aportar su experiencia a empresas locales ya en marcha.

Es importante resaltar que el trabajo con jóvenes debe ser más amplio e ir más allá del arraigo, la orientación académica o la cultura emprendedora. Esta propuesta se centra en esos sectores, pero debe integrarse y/o propiciar otras iniciativas

Espiral de capitalización de la Comarca de Huéscar, a través de la iniciativa de trabajo con jóvenes



(Basado en Emery and Flora 2006)

10. Bibliografía (1/4)

- Adedokun, O. A. and M. A. Balschweid (2008). "Investigating Community Factors as Predictors of Rural 11th-Grade Agricultural Science Students." *Journal of Agricultural Education* 49(4): 10.
- Afonso, A., J. M. Díaz-Puente, et al. (2011). "¿ Por qué se decide no emigrar?: un estudio de partida para el diseño de programas de desarrollo rural en la provincia de Cuenca." *Ager: Revista de estudios sobre despoblación y desarrollo rural= Journal of depopulation and rural development studies*(10): 157-181.
- Audretsch, D. B. and E. C. E. Directorate-General (2003). "Entrepreneurship: A survey of the literature". Office for Official Publications of the European Communities.
- Bjarnason, T. and T. Thorlindsson (2006). "Should I stay or should I go? Migration expectations among youth in Icelandic fishing and farming communities." *Journal of Rural Studies* 22(3): 290-300.
- Boisier, S. (1997). "El vuelo de una cometa: una metáfora para una teoría del desarrollo territorial." *Revista de estudios regionales*(48): 41-80
- Bosma, N. y Levie, J. (2010). "Global Entrepreneurship Monitor 2009 - Executive Report". Global Entrepreneurship Research Association (GERA).
- Camarero Rioja, L. A. (2009). "La población rural de España: de los desequilibrios a la sostenibilidad social". Fundación La Caixa.
- Centro de Investigaciones Sociológicas-CIS, (2000). "La Juventud Rural Española. Estudio nº 2.403". Madrid
- Chenoweth, E. and R. V. Galliher (2004). "Factors influencing college aspirations of rural West Virginia high school students." *Journal of Research in Rural Education* 19(2): 19-12.
- Coduras, A. (2006). "La motivación para emprender en España". *Ekonomiaz: Revista vasca de economía*. Nº. 62, págs. 12-39
- Comisión de las Comunidades Europeas (2003). "Libro verde. El espíritu empresarial en Europa". http://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/site/es/com/2003/com2003_0027es01.pdf Consultado en marzo 2012
- Crow, H. 2010. "Factors Influencing Rural Migration Decisions in Scotland: An Analysis of the Evidence". Rural Analytical Unit Rural and Environment Research and Analysis Directorate Scottish Government
- Duxbury, N. and H. Campbell (2011). "Developing and Revitalizing Rural Communities through Arts and Culture." *Small Cities Imprint* 3(1).
- Emery, M. and C. Flora (2006). "Spiraling-up: Mapping community transformation with community capitals framework." *Community Development* 37(1): 19-35.
- Eurostat (2012). Unemployment statistics. http://epp.eurostat.ec.europa.eu/statistics_explained/index.php/Unemployment_statistics. Consultado en marzo de 2012.
- Fernández Tabales, A. and E. Cruz Mazo (2011). "Territorio y actividad constructora: del "tsunami" a la crisis. Factores explicativos y propuesta de indicadores a escala municipal en Andalucía." *Boletín de la Asociación de Geógrafos Españoles*(56): 79-110.

10. Bibliografía (2/4)

Ferry, N. M. (2003). "Adolescents' and Young Adults' Reasoning About Career Choice and Future Employment." Retaining and attracting young adults to the Pennsylvania heartland: 8.

Flora, C. B. (2006). "Are Entrepreneurs Born or Made?". Rural Development News 28(4).

Flora, C.B., Flora, J.L. Spears, J.D. and L.E. Swanson. (2008). "Rural Communities: Legacy and Change". Westview Press. Boulder, Colorado

Gallup Organization (2010). "Flash EB Series #283. Entrepreneurship in the EU and beyond".
http://ec.europa.eu/public_opinion/flash/fl_283_en.pdf Consultado en marzo de 2012

Gómez Benito, C. and C. Díaz Méndez (2009). "La juventud rural en el cambio de siglo: tendencias y perspectivas." Revista de Estudios de Juventud(87): 125-144.

Gustafson, P. (2009). "Mobility and territorial belonging." Environment and Behavior 41(4): 490-508.

Halfacree, K. H. and M. J. Rivera (2012). "Moving to the Countryside... and Staying: Lives beyond Representations." Sociologia ruralis.

Haller, E. J. and S. J. Virkler (1993). "Another Look at Rural-Nonrural Differences in Students." Journal of Research in Rural Education 9(3): 170-178.

Hektner, J. M. (1995). "When moving up implies moving out: Rural adolescent conflict in the transition to adulthood." Journal of Research in Rural Education 11(1): 3-14.

Innes, J. E. and D. E. Booher (2000). "Indicators for sustainable communities: a strategy building on complexity theory and distributed intelligence." Planning theory & practice 1(2): 173-186.

Instituto de Estadística y Cartografía de Andalucía, (2010). "Sistema de Información Multiterritorial de Andalucía (SIMA). Población por origen y grupos de edad registrada en Padrón Municipal". <http://www.juntadeandalucia.es/institutodeestadistica/sima/smind18.htm> Consultado en febrero de 2012

Instituto de la Juventud-INJUVE, (2009). "Emprendimiento económico y social en España. Guía de recursos para jóvenes emprendedores/as". Madrid

Izcara Palacios, S. P. (2002). "Infraclases rurales: Procesos emergentes de exclusión social en España." Revista española de investigaciones sociológicas(97): 127-154.

Jamieson, L. (2000). "Migration, place and class: youth in a rural area." The Sociological Review 48(2): 203-223.

Kirstein, K. and S. Bandranaike (2004). "Rural youth drain: Attitudes, behaviours and perceptions". Paper presented at the Australian Population Association Conference Population and Society: Issues, Research, Policy, Canberra, September 2004

10. Bibliografía (3/4)

Kirzner, I. M. (2009). "The alert and creative entrepreneur: a clarification." *Small Business Economics* 32(2): 145-152.

Lafuente, E., Y. Vaillant, et al. (2011). "El impacto de factores socio-culturales sobre la actividad emprendedora de los jóvenes en España." *Memorias XXI Congreso Latinoamericano sobre Espíritu Empresarial*, Cali.

Lafuente, E., Y. Vaillant, et al. (2007). "Regional differences in the influence of role models: Comparing the entrepreneurial process of rural Catalonia." *Regional studies* 41(6): 779-796.

Lawrence, B. K. and K. Foundation (2002). "Dollars & Sense: Cost Effectiveness of Small Schools". Knowledge Works Foundation.

Lee, E. S. (1966). "A theory of migration." *Demography* 3(1): 47-57.

Lewicka, M. (2005). "Ways to make people active: The role of place attachment, cultural capital, and neighborhood ties." *Journal of Environmental Psychology* 25(4): 381-395.

Malatest, R., J. Barry, et al. (2002). "Rural youth migration: Exploring the reality behind the myths." *Government of Canada*: 1-44.

Nieto Masot, A. (2010). "Consecuencias de las políticas de desarrollo rural LEADER y PRODER: la "estabilidad regresiva" de la población en Extremadura." *Documentos de Trabajo (Centro de Estudios sobre la Despoblación y Desarrollo de Areas Rurales)*(14): 1-38.

Pérez Rubio, J. A. and M. Sánchez-Oro Sánchez (2007). "Aproximación a las percepciones y orientaciones de los jóvenes ante el futuro del medio rural en Extremadura." *Política y sociedad* 44(3): 195-217.

Pretty, G., P. Bramston, et al. (2006). "The relevance of community sentiments to Australian rural youths' intention to stay in their home communities." *American Behavioral Scientist* 50(2): 226.

Shamah, D. (2010). "Looking toward the future: Examining aspirations and sense of purpose among rural youth". Oregon State University.

Schejtman, A., y J. A. Berdegué. (2004) "Desarrollo territorial rural". Santiago. RIMISP.

Schroeder, C., Heinert, L., Bauer, L., Markley, D. and Dabson, K. (2010). "Energizing young entrepreneurs in rural communities". Center for Rural Entrepreneurship RUPRI and Hometown Competitiveness. Nebraska: Heartland Centre Publications

Sher, J. P. and K. R. Sher (1994). "Beyond the conventional wisdom: Rural development as if Australia's rural people and communities really mattered." *Journal of Research in Rural Education* 10(1): 2-43.

Solana, M. (2009). "Nuevas dinámicas migratorias en los espacios rurales: vivienda, cambio social y procesos de elitización. El caso del Empordanet (Gerona)." *AGER. Revista de Estudios sobre Despoblación y Desarrollo Rural* 5: 57-87.

10. Bibliografía (4/4)

Stockdale, A. (2006). "Migration: Pre-requisite for rural economic regeneration?" *Journal of Rural Studies* 22(3): 354-366.

Vaillant, Y. and E. Lafuente (2007). "Do different institutional frameworks condition the influence of local fear of failure and entrepreneurial examples over entrepreneurial activity?" *Entrepreneurship and Regional Development* 19(4): 313-337.

Wiborg, A. (2004). "Place, nature and migration: Students' attachment to their rural home places." *Sociologia ruralis* 44(4): 416-432.



Si tienes cualquier comentario, idea o crítica en relación a este documento, o sobre los procesos de desarrollo socio-económico y ambiental en la Comarca de Huéscar, me encantaría conocer tu punto de vista.

Contacto; miguelgarcarias@gmail.com

Miguel Angel GARCÍA ARIAS

Alumno del Postgrado en Desarrollo Rural de la Universidad de Córdoba
Ingeniero Agrónomo
Licenciado en Ciencias del Mar

