

Los jóvenes de Elda y Petrer valoran más tener calidad de vida que un mejor sueldo

13/02/2024



Imagen de archivo de jóvenes en Elda | Archivo Valle de Elda JC.

El sector del calzado en Elda y Petrer no encuentra relevo generacional a pesar de que su historia se remonta más de dos siglos atrás en el tiempo. **Las crisis, la globalización y la precariedad laboral asociada al sector hacen que cada vez sea más difícil encontrar jóvenes dispuestos a trabajar en esta industria.** Por ello, el programa europeo de emprendimiento para mujeres, The Break Vinalopó, gestionado a través de la empresa local Genion y con el impulso de la Escuela de Organización Industrial, han llevado a cabo la primera encuesta realizada a los propios jóvenes de entre 15 y 29 años, concretamente, a 300 estudiantes de los centros de FP Valle de Elda y los institutos Monastil, Melva y Azorín.

El estudio lo han desarrollado las 52 mujeres que

conformaron The Break Vinalopó durante dos años, y arroja información sobre los intereses laborales de 300 jóvenes de Elda y Petrer. Los resultados indican que **muy pocos muestran interés por trabajar en la industria del calzado**, lo que contrasta con su **deseo de crear su propio negocio y emprender**. El 70% de los encuestados tienen entre 15 y 19 años.

Llama la atención que ante la pregunta **“¿Cómo de importantes son estos aspectos para ti en el trabajo?”**, el más valorado, con 4,7 sobre 5 puntos, es el equilibrio entre trabajo y vida personal, es decir, disponer de tiempo libre para la familia o el ocio. Le sigue con 4,5 la seguridad y las condiciones laborales, y el ambiente en el trabajo con 4,2 puntos. El sueldo no es

lo más importante para los jóvenes, pues el salario se encuentra en cuarto puesto con 4 puntos sobre 5. Por detrás quedan los principios éticos de la empresa con 3,8, el ascender en la empresa con 3'3 y expresar creatividad con 3 puntos.

La tendencia de los jóvenes por buscar trabajos alejados de la industria del calzado se plasma en que de los 300 jóvenes encuestados, el **87'2 por ciento nunca ha considerado trabajar en cualquier puesto del sector**, pese a que la familia del 81'5% de ellos trabaja en el calzado, en su mayoría en la producción, ya sea trabajo en fábrica o en casa. Su visión de la industria es negativa, pues **el 50'7% no la ve nada atractiva, el 44'3 por ciento la ve poco o medianamente atractiva** y solo el 5% la ve algo o muy atractiva.

Si se viesan obligados a trabajar en el calzado, el 30'5 por ciento preferiría encargarse del marketing digital aplicado a la industria, el 28'8 del diseño y creación de productos y el 14'8% del diseño 3D. El resto en robótica, sostenibilidad y gestión eficiente, trabajo artesanal desde casa o trabajo artesanal en una fábrica.

De los 300 encuestados, al 30'2 por ciento le encantaría tener su propio negocio, frente al 16'1 por ciento, que tiene claro que nunca serían empresarios. Además, **solo al 17'8 por ciento de los encuestados le gustaría hacer su vida en Elda-Petrer**, mientras que el 37'9 por ciento admite que no le importaría quedarse, aunque preferiría marcharse, y el 28'2 por ciento prefiere salir de la zona.

Una de las fundadoras de Genion, **Esther Navarro**, señala que "este proyecto estaba enfocado en la moda y contó con el apoyo de Inescop y Avelcal. Así, las emprendedoras pudieron conocer el sector y ofrecer su visión globalizada". Destaca la importancia de atraer a los jóvenes a través de un enfoque diferente como ofrecer incentivos para su vida personal, mayor flexibilidad, así como la relevancia de Elda como población modélica con FP, pues "es la clave para cubrir puestos, ofrecer cursos para formar". Tras este estudio resalta que "esta es una muestra pequeña que plasma el origen del problema, no se busca ser catastrofista sino hacer un estudio real, pues nunca se había preguntado a los jóvenes".