

ENCUENTRO SECTORIAL

Ganadería/Avícola: Una granja de aves sostenible: Noelia García, de "PitaSana"

INFORME TEMÁTICO

INTRODUCCIÓN

Como parte de los encuentros temáticos organizados en el marco del programa Desafío Mujer Rural, del Instituto de las Mujeres, y cofinanciado por el Fondo Social Europeo, tuvo lugar el 15 de julio de 2022 la sesión online "Ganadería/Avícola: Una granja de aves sostenible: Noelia García, de "PitaSana". Durante el encuentro, Noelia García compartió su experiencia al frente de PitaSana, una granja avícola ecológica situada en Armal, Boal (Asturias).



DESARROLLO DEL ENCUENTRO

- Origen de la actividad avícola de Noelia García**



Procedente de una familia emprendedora, Noelia García estudió Artes, Imagen y Sonido y trabajó durante diez años en el ámbito de las artes escénicas. Con la crisis de 2008 se replanteó un cambio de rumbo y se formó en Organización y Gestión de Recursos Naturales y Paisajísticos, donde abordó la gestión de explotaciones y, tras esbozar tres ideas de negocio y valorar su viabilidad, decidió crear PitaSana, una granja avícola artesana, ecológica y diversificada con la que retomaba su vínculo con el medio natural.

- Evolución y diversificación**

PitaSana es un proyecto que comenzó centrado en la cría de gallinas para producción de huevos ecológicos, que ha evolucionado con nuevas líneas de negocio, incluyendo el cultivo de hortalizas y otros alimentos, actividades de

educación ambiental y culturales.

En conjunto, toda la actividad de la granja responde a unos **valores**: la ecología, la educación medioambiental, la soberanía alimentaria, la sostenibilidad y la diversificación y la biodiversidad.

Es un proyecto **diversificado** porque, partiendo de **la gallina como protagonista** de la granja, alrededor de ella se ha ido construyendo una red de diferentes actividades que hacen **más viable** la granja. Así, cultiva el alimento de las gallinas (berzas, maíz, y girasoles autóctonos). Esto hace que la producción se encarezca y, por tanto, que los huevos tengan un **precio** mayor que los que normalmente se encuentran en el mercado. Noelia se dio cuenta de que era un precio que muchas personas no estaban dispuestas a pagar, debido en buena parte al desconocimiento sobre la calidad del producto y el coste de producción. Por ello, aunque empezó a darse a conocer en mercados locales y por el boca-oreja, se dio cuenta de que su principal clientela era urbana y decidió organizar visitas a la granja para dar a conocer la producción del huevo ecológico.



- **Contratación de terceras personas o empresas**

La granja requiere mucho trabajo y la realización de **tareas de diversa índole** (logísticas, administrativas, reparto, el cuidado del gallinero, la huerta, etc.). Al principio lo llevaban todo Noelia y su marido, pero a la vez que el proyecto crecía, se hacía también menos abarcable para ambos. A todo este trabajo se suma la crianza de su hijo y el hecho de que en esa zona de Asturias existe una limitada red de apoyo institucional para **gestionar los cuidados**. En un momento dado todo ello afectó a la salud de Noelia, por lo que **contrató a un colaborador** en nómina. Por un lado, esto aligeró algo la carga de Noelia en el tema de reparto y ella podía dedicarse más a las labores de huerto, oficina y cuidados, mientras que, por otro, la contratación a media jornada del colaborador suponía un coste alto que no era viable. Tiempo después encontró una solución intermedia que resolvía la gestión del reparto, consistente en la **subcontratación de una empresa** para el reparto.

- **La normativa**

Cumplir con todos los requisitos legales que requiere un proyecto ecológico es laborioso. La normativa no está adaptada para proyectos de economía sostenible

y circular y se encuentra en desventaja en **un mercado donde tiene que competir con empresas industriales**. El Consejo de la Producción Agraria Ecológica del Principado de Asturias (COPAE) es el organismo autonómico que vela por ese cumplimiento y al principio fue difícil para Noelia cumplir con los **requisitos para obtener el sello de ecológico**. Fue complicado, sobre todo, porque la falta de conectividad a internet impedía que la trazabilidad del producto se hiciera de **forma digital**. La gestión analógica de la trazabilidad dio lugar a algunos errores humanos y, por ende, no pasaron algunas inspecciones. Hoy en día la zona cuenta ya con mejor conectividad y Noelia lleva la **trazabilidad** de forma **online** y los albaranes desde el móvil.

- **Luchar desde dentro**

Cuando PitaSana arrancó fue un ejemplo en su entorno de cómo podían hacerse las cosas de otra forma, de manera sostenible. Posteriormente han surgido proyectos similares a los que Noelia está dispuesta a ayudar. Ella forma parte ahora de la **junta directiva** del COPAE con voluntad de contribuir desde dentro al avance de los proyectos pequeños.

Dado que surgieron otras granjas avícolas, Noelia se planteó **formar una cooperativa** junto a otras tres granjas para crear una marca de huevo ecológico de Asturias y gestionar varios procesos conjuntamente y repartirse tareas específicas. Se informaron, pero el mínimo es de seis granjas, así que no era viable.



En este sentido, otro inconveniente que enfrenta Noelia es el de estar en un terrotirio de Asturias muy próximo a Galicia, lo que dificulta algunas cuestiones en alianza con empresas gallegas, al estar cada una regida por normativa autonómica específica.

- **Síndrome de la impostora**

Entre las dificultades que Noelia, como mujer, ha encontrado, está la de dudar de sus capacidades para llevar adelante el proyecto. Esto es lo que se conoce como el síndrome de la impostora, y que hace pensar a muchas mujeres, a pesar de su preparación y conocimientos, que no están lo suficientemente capacitadas. Los obstáculos con la Administración, la falta de tiempo o la falta de red de cuidados contribuyeron a al estrés de Noelia. Fue entonces cuando **pidió ayuda** y recurrió a su tía, también emprendedora del medio rural, con la que **aprendió** a gestionar algunas tareas administrativas de forma tecnológica.

- **La comunicación y el marketing**



Noelia es consciente de que para vender su producto necesita darlo a conocer a su público potencial, para lo que se apoya en las herramientas del marketing y la comunicación. Su página web y sus perfiles en Instagram y Facebook presentan información sobre sus productos y actividades disponibles, pero también contenido que transmite los valores y esencia del proyecto. PitaSana también está presente en Youtube, donde Noelia comparte, entre otras cosas, ideas y reflexiones sobre emprendimiento en el mundo rural que pueden ser útiles para otras personas.

COLOQUIO

Una de los temas que salieron en el debate es el de los cambios de lote de las gallinas. Noelia explicó que una de las dificultades que enfrenta un proyecto avícola ecológico está asociada con el **ciclo de vida de las gallinas**. Cuando llegan a una edad **no se permite que sean reutilizadas para carne**, sino que deben ser sacrificadas, pero en su zona no hay ningún **matadero** y los mataderos móviles requieren lotes mínimos de 6.000 gallinas. Así que la única opción por ahora es sacrificarlas con gas (que asumen los propietarios de las gallinas, lo que tiene una gran carga emocional) y luego ser incineradas, un método que no es sostenible ni circular, **muy caro y contaminante**.

Otra de las cuestiones que salieron a la luz fue la de cómo **visibilizar** un proyecto y un producto. Para Noelia **la clave de la diferenciación** de un proyecto pequeño ecológico de uno industrial está en moverse en un ámbito de distribución pequeño, donde se da un contacto directo entre la persona

productora y la consumidora final (venta directa, mercados locales, grupos de consumo). Puesto que PitaSana se ubica en el occidente de Asturias, en una tierra un poco "de nadie", entre Asturias y Galicia, su principal clientela es de ciudad, concienciada con lo ecológico. Esto se sale del ámbito local en el que a Noelia le gustaría moverse, lo que tiene un efecto sobre sus gatos en distribución. Además, **es imprescindible el marketing**, transmitir la propuesta de valor, utilizar la imagen para comunicar.

Respecto a las **alianzas**, tema que también surgió en el debate, Noelia las considera imprescindibles "si no se tienen, hay que buscarlas desde el principio del proyecto". Estas pueden darse **con otras granjas** para tener a quién recurrir cuando la producción se queda corta y no cubre la demanda o cuando hay excedente; para la gestión conjunta de la compra de piensos o envases, de la distribución, para organizar la venta en grupos de consumo, etc. También pueden generarse alianzas **con mataderos**.

Preguntada por su percepción sobre la participación de mujeres y hombres en el sector avícola, Noelia percibe que hay un **alto porcentaje de mujeres cuando se trata de pequeñas granjas**, mientras que en el ámbito industrial predominan más los hombres. En su opinión, las mujeres han aportado un carácter más sostenible y familiar.

CIERRE DE LA SESIÓN

A lo largo de la sesión, Noelia compartió **algunas recomendaciones** para emprender una granja avícola:

- Conocer a la clientela potencial y estar abierta al cambio para adaptarse a sus necesidades.
- Dado que la producción de huevos ecológicos tiene bastantes obstáculos en cuanto a normativa, se puede valorar comenzar con la una granja de gallinas camperas, que tienen menos requisitos y un mercado diferente.
- Criar gallina rosa y gallina blanca y, por tanto, mezclar huevos blancos y morenos, que aporta diferenciación al mostrar un toque más artesanal, en contraposición con los huevos industriales, que son todos iguales.
- Cuidar la comercialización, priorizando la venta directa e innovar, por ejemplo, organizando visitas a la granja con escuelas o grupos grandes, en las que se ofrezca degustar los huevos para atraer clientela.
- Formarse y buscar asesoramiento. Noelia ahora está en la Escuela de Emprendedoras de Somiedo gestando un giro a su proyecto.

- No perder la ilusión y aprender de las caídas, que son la mejor escuela.
- Ser flexible para adaptarse a los cambios y ser capaz de reinventarse.

Por último, Noelia compartió que el proyecto está evolucionando, de manera que cesará la comercialización de huevos y se orientará más en la realización de actividades de educación medioambiental, culturales y de convivencia artística.

El proyecto que está gestando actualmente es fruto de la evolución natural de PitaSana, recoge su experiencia en el ámbito del teatro y el espectáculo y la traslada a la granja, dándole una orientación cultural y artística. Convertirá uno de los gallineros en espacios de mediación, formación y creación artística y cultural, y el pajar en una residencia artística. Se ofrecerá alojamiento turístico donde la gente podrá experimentar la vida autosuficiente de una granja o podrá formar parte de un coliving para residencias artísticas y formación.



Una de las actividades a desarrollar es el **Pita Festa**, un festival cultural en el rural de tres días donde se habla de la vida en el campo con charlas, talleres, actividades intergeneracionales, gastronomía, poesía y música, con posibilidad de acampada.

CONCLUSIONES

Las principales conclusiones del encuentro son las siguientes:

1. Es fundamental hacer un **plan de negocio y de viabilidad** para tener en cuenta todos los escenarios posibles antes de emprender. Y tomar las decisiones que se adapten a las posibilidades financieras, territoriales, etc.
2. La **normativa** puede hacer que el proyecto enfrente muchos obstáculos. Antes de lanzarse es imprescindible conocerla a fondo para valorar la pertinencia del proyecto.
3. La **diversificación** es una vía para rentabilizar un proyecto de emprendimiento ya que permite darse a conocer ante la clientela

potencial y otros públicos.

4. Se debe dotar al proyecto de unos **valores** y estos deben transmitirse a través de herramientas de marketing y comunicación. Conviene diferenciarse de lo que hacen otros negocios del sector.
5. Sin perder de vista la idea central del proyecto, es importante estar abierta a cambios, **ser flexible** para adaptarse a nuevas circunstancias u obstáculos.
6. La contratación de personas, la subcontratación de algunos servicios o la gestión conjunta de algunas tareas a través de **alianzas** es algo que debe valorarse para facilitar la gestión diaria del negocio y aligerar la carga de quienes emprenden.
7. La **formación** es clave para saber gestionar un negocio, tanto en sus aspectos técnicos, operativos como administrativos, pero también lo es el aprendizaje a través de la experiencia propia o de la observación del entorno.
8. A la hora de emprender pueden surgir dudas e inseguridades. Es importante **pedir ayuda** para la gestión del mismo, tanto operativa como emocional.