

ENCUENTRO SECTORIAL

Innovación en agricultura: el cultivo de luffa. Lucía Sánchez de Yo soy tierra

INFORME TEMÁTICO

INTRODUCCIÓN

Continuando con los encuentros temáticos organizados en el marco del programa Desafío Mujer Rural, del Instituto de las Mujeres, y cofinanciado por el Fondo Social Europeo, se celebró el 23 de septiembre de 2022 la sesión online "Innovación en agricultura: el cultivo de luffa. Lucía Sánchez de Yo soy tierra". En ella Lucía Sánchez compartió su experiencia al frente de Yo Soy Tierra, proyecto dedicado al cultivo y comercialización de luffas, esponjas naturales utilizadas para cosmética natural y limpieza.

DESARROLLO DEL ENCUENTRO

- **Origen de la actividad de Lucía Sánchez en la agricultura**



Lucía desarrolla su proyecto junto con su pareja en Carcabuey (Córdoba), donde nació. Siempre quiso continuar la tradición familiar vinculada a la agricultura. Tras una etapa dedicada profesionalmente a otros sectores, compaginando trabajo con formación en diversos ámbitos, en 2020 comenzó *Yo Soy Tierra*, un proyecto **innovador, sostenible, circular y que no genera residuos**, y con el que también busca dignificar la figura de la agricultura y defender el futuro en el medio rural.

Su espíritu inquieto le permite detectar las oportunidades cuando se presentan. Estudió varias opciones, pero vio esa oportunidad en el cultivo, transformación y venta de luffas (esponjas vegetales), una idea que, a día de hoy, está siendo replicada por otras personas.

- **Evolución: Cultivo y comercialización**

La **fase del cultivo** ha sido un aprendizaje continuo, un proceso de prueba-error constante. Comenzó con una **prueba piloto**, cultivando un terreno pequeño con

40 plantas de luffa (actualmente ya tiene 800) en una estructura portátil, que permite trasladar el proyecto a cualquier otro territorio.

Basado en la **economía circular**, en el proyecto ha utilizado abonos naturales y un método de riego por goteo, a través de una acequia de la que obtienen agua determinados días. El agua utilizada para la transformación se volvía a utilizar después como riego para membrilleros.

Ha utilizado el ingenio para resolver algunos inconvenientes o problemas que iban surgiendo, por ejemplo, que jabalís y otros animales se acercaban al terreno por las noches y dañaban las plantas, problema que solucionó poniendo la radio y con algunas telas.



Tras la prueba piloto llegaba el momento de escalar la producción y vender el producto. Necesitaba saber si era un proyecto viable y buscó apoyo para saber cómo materializarlo. Para la **fase de comercialización** solicitó **asesoramiento** a través de varias vías: Desafío Mujer Rural, el CADE (Centro Andaluz de Emprendimiento) y FADEMUR (Federación de Asociaciones de Mujeres Rurales).

Decidió aprovechar la época navideña para lanzar el producto. Esto le sirvió para **tomar decisiones** sobre su plan de precios, el alta en el régimen de personas autónomas, calendarización y facturación, entre otras cosas.

En cuanto a la **financiación**, contaba con el terreno para cultivar y el proyecto no requería mucha inversión. Utilizó ahorros y pudo impulsarlo con el premio de la Beca CLEA otorgado por FADEMUR.

- **Canales de comercialización**

A la hora de comercializar sus productos, descartó tener una tienda física porque consideró que el alquiler suponía mucho presupuesto y no era tan necesaria para dar salida a su producción. En su lugar, ha establecido **colaboraciones con ocho comercios que funcionan como puntos de venta físicos**, donde le ofrecen o alquilan un espacio para sus productos y tiene un acuerdo económico con las personas propietarias por el que reciben una comisión por venta. Con estas sinergias se benefician ambas partes.

Además, **vende en modalidad online a través de su página web y sus redes sociales**.

- **“Sin redes sociales no soy nada”**

Con esta frase Lucía resume su gestión del **marketing y la comunicación**. Tiene claro que sin las redes sociales no puede darse a conocer, y ha aprendido que

no sólo debe mostrar los productos, sino a ella misma hablando de ellos. Cuando ella aparece en publicaciones, estas tienen más rendimiento, al personalizar los mensajes el público ve quién hay detrás del producto, conoce mejor su valor añadido, y entiende la conexión entre este y los ideales del proyecto.

Con elementos como el logotipo, el lema (“Pequeños cambios, grandes gestos”, el *packaging* (envoltorio natural y compostable) y productos de *merchandising* (como camisetas con el logo), Lucía ha creado una imagen de marca trabajada y cuidada, que transmite esa premisa y los valores corporativos del proyecto y favorecen su comercialización.

Sus productos van acompañados de una descripción de sus características, de manera que las personas consumidoras saben bien que lo que están adquiriendo son productos naturales, biodegradables, veganos artesanales, etc. (palabras gancho para atraer clientela).

- **No diversificar también es una opción**



En el caso de *Yo Soy Tierra* no quisieron diversificar. Si bien al principio vendía también cepillos de dientes de bambú, cuando le han sugerido vender más cosas en su tienda online, decidió que no quería convertir su tienda online en un *market place* donde se puede encontrar muchas cosas que no han sido producidas por *Yo Soy Tierra*, y de los que a veces se puede desconocer el proceso productivo. Decidió centrarse en sus productos que, aunque sean pocos, tienen el valor diferenciador de ser producidos de forma sostenible.

- **Premios y reconocimientos**

Ha recibido varios premios y reconocimientos por su proyecto emprendedor: fue la primera ganadora del Proyecto CLEA de FADEMUR al mejor emprendimiento femenino en el medio rural, recibió el Premio Nacional “Mujeres que emprenden en rural”, concedido por AFAMMER, y el premio local “Valores de la Subbética”, entre otros.

- **Dignificar la figura de la agricultura**

Cuando era más joven Lucía sentía como una carga el “ser de pueblo” y la presión de que había que irse fuera para estudiar. Ella reivindica la actividad agraria, y en particular la de las mujeres en un medio donde es menos frecuente que ellas asuman determinadas tareas, como es el hecho de conducir un tractor y participar en todas las actividades necesarias para sacar el producto al mercado. También lucha contra la idea de que “*el campo es para quien no sirve para estudiar*”. Enfatiza que para trabajar en el sector agrícola hay que estudiar y saber

muchas cosas y muy diversas, la formación y el aprendizaje son continuos, al igual que lo son los avances que se producen en el sector y la necesidad de conocer muchas veces lo que se ha hecho tradicionalmente.

- **La formación y el aprendizaje continuo**

Reconoce que **la formación en saberes y habilidades aparentemente no relacionadas con la agricultura ha sido muy útil** para ella. Además de su faceta emprendedora, está vinculada profesionalmente con la Administración municipal y con una ONG, lo que le ofrece otro tipo de aprendizajes que puede aplicar a su proyecto.

- **Pros y contras**

Para Lucía, algunos de los **beneficios** que aporta el proyecto son la posibilidad de conectar con la naturaleza, de crear oportunidades para otras personas (*community manager*, diseñadora, proveedora de material, etc.) y convertirse en un referente al mostrar a otras personas que es posible desarrollar una idea de negocio en el medio rural, sea del sector que sea.

Por otro lado, algunos **obstáculos** que se ha encontrado en el camino son la burocracia, la dificultad con la contabilidad, la falta de información sobre cuestiones específicas y el hecho de que el campo es un trabajo que requiere una dedicación diaria de muchas horas.

COLOQUIO

Las participantes en el coloquio se interesaron por varios temas. Uno de ellos el de la **burocracia asociada a los proyectos y productos ecológicos** o con propósitos sostenibles medioambientalmente. Lucía reconoce que es muy complejo cumplir la normativa y requisitos para que un proyecto sea "ecológico", motivo por el que decidió que *Yo Soy Tierra* no buscaría el sello ecológico.



O la lucha por mantener un proyecto medioambiental en un contexto donde proliferan ejemplos aparentemente "verdes", pero que no son realmente sostenibles. Que no es el caso del cultivo de sus luffas y su procesamiento, ya que en su caso se trata de un proyecto circular en el que todo sale de la tierra y vuelve a ella sin generar residuos.

Otros comentarios giraron en torno a **cuestiones más técnicas sobre tipos de**

riego, tamaños de las plantas, etc. En este sentido, el estudio, la búsqueda de información, la investigación personal o el preguntar a otras personas con experiencia ayuda mucho.

El trabajo en **el campo ofrece oportunidades infinitas**: La clave para Lucía está en prestar atención para identificarlas, innovar y saber dar valor añadido a las ideas para adaptarlas al mercado. **Se trata de innovar, mejorar, creérselo y contarle (saber venderse).**

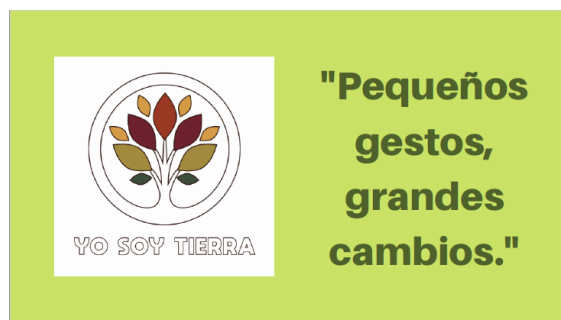
La distribución fue otro de los temas a debate **¿Cómo llegar directamente a las personas consumidoras finales sin intermediarias?** Es un tema algo complejo a nivel normativo, con variables a tener en cuenta como el envasado del producto y el etiquetado, si el producto es alimentario o no, si se tiene tienda propia, etc.

Sobre la representación de mujeres y hombres en el campo, Lucía cree que, si bien parece que hay mayor representación masculina, en realidad **hay tantas mujeres como hombres, solo que su trabajo no es visible**. En Carcabuey, apenas existen altas en el registro de Titularidad Compartida, por lo que desde el Ayuntamiento se están realizando acciones para dar a conocer el tema y **promover la Titularidad Compartida**.

CIERRE DE LA SESIÓN

Por cuestiones personales, Lucía ha tomado la decisión de no continuar con el proyecto. Pese a que el proyecto funcionaba, **en ocasiones hay decisiones difíciles** de tomar, pero necesarias, y esta ha sido una de ellas. Emprender requiere estar en el momento adecuado. El proyecto es viable, no quiere dejarlo morir y ha tomado la decisión de **"realizar un traspaso"** para que alguien pueda dedicarle el esfuerzo y darle el impulso que requiere. Para ello está en el proceso de hacer su **valoración económica y emocional** y, puesto que la estructura de la plantación es movable, el proyecto puede trasladarse a otro territorio.

La experiencia en *Yo Soy Tierra* le ha aportado a Lucía un aprendizaje inmenso y la oportunidad de conocer a muchas personas y organizaciones del sector.



De las palabras de Lucía se pueden extraer las **siguientes recomendaciones** para otras mujeres con interés en emprender en el sector agrícola:

- Creer en el producto. Una idea simple puede salir adelante.
- Informarse e investigar. Preguntar a personas con experiencia en el sector y que tienen muchas ganas de compartir su sabiduría.
- Buscar apoyo en servicios de emprendimiento, en organizaciones que ofrecen asesoramiento, en asociaciones de mujeres, donde hay personas dispuestas a ayudar, presencial o virtualmente.
- Analizar bien si es necesario para el proyecto diversificar. Puede que desarrollar una pequeña línea de productos sea lo adecuado.
- Comunicar lo que se hace. De nada sirve tener un buen producto si no se cuenta y no se sabe vender.
- Estudiar cuáles son los canales de venta que el proyecto necesita.

CONCLUSIONES

Las principales conclusiones del encuentro son las siguientes:

1. Una idea sencilla puede ser viable. Hay que estar atenta a las oportunidades y saber desarrollarlas.
2. Tan importante como el producto es saber venderlo. Una comunicación e imagen de marca cuidadas aportarán valor al producto.
3. En el sector agrícola realizar una prueba piloto a pequeña escala permite ver la viabilidad del proyecto y detectar errores para corregirlos.
4. El ingenio y, la creatividad, son grandes aliados para la solución de problemas.
5. No solo es importante informarse, investigar el mercado y el sector, si no también, buscar apoyo de asesoramiento de servicios públicos y organizaciones para aclarar dudas o aprender de otras mujeres.
6. Las redes sociales son imprescindibles para dar a conocer el producto y lo que hay detrás y muy útiles como canal de venta.
7. Hay que tener visión empresarial: la diversificación no siempre es la mejor opción. Si se tiene un producto sencillo con gran valor agregado, hay que saber comunicar el valor diferencial.
8. "Ser de pueblo" no es un estigma. Las mujeres en el medio rural, y en concreto las mujeres agricultoras, siempre han aportado su esfuerzo, sus

conocimientos y la innovación necesaria, por ello hay que visibilizarlas y animarlas a que estén en puestos de toma de decisiones de las cooperativas.

9. Es importante pensar en la sostenibilidad del entorno y, éste siempre “suma”, si sabemos cuidarlo y aprovecharlo.
10. En ocasiones hay que saber tomar decisiones difíciles que nos beneficiarán a largo plazo.