

## ENCUENTRO SECTORIAL

Experiencias de emprendedoras rurales en la economía social, verde y circular.  
Aplicando los ODS.

### INFORME TEMÁTICO

#### INTRODUCCIÓN

Desde el programa Desafío Mujer Rural, del Instituto de las Mujeres, y cofinanciado por el Fondo Social Europeo, se llevó a cabo el 24 de febrero de 2023 el encuentro sectorial *Experiencias de emprendedoras rurales en la economía social, verde y circular. Aplicando los ODS*. La sesión, celebrada a través de la Plataforma de Formación Desafío Mujer Rural, contó con la participación de dos empresarias: Laura Gutiérrez Buendía, que desde Cahecho (Cantabria) impulsa MIGA, COSTURA SOSTENIBLE; y Ana María Lus Santiesteban, que desarrolla el proyecto ALPACANA en Guriezo (Cantabria).

Con sus proyectos, tanto Laura como Ana **contribuyen al cumplimiento de los Objetivos de Desarrollo Sostenible ODS5** (Igualdad de género) y **ODS12** (Producción y consumo responsables). Ambas priorizan la colaboración con mujeres y velan por la reutilización de los residuos.

Tras la presentación de sus proyectos, se realizó un coloquio con las emprendedoras y empresarias del medio rural participantes, que pudieron comentar y compartir sus dudas e impresiones.

Este informe recoge los temas que se abordaron en la sesión, las principales conclusiones y las recomendaciones ofrecidas por las protagonistas a las participantes.

#### DESARROLLO DEL ENCUENTRO

- **Origen de los proyectos**

Si bien **Ana María Lus** nunca se planteó una carrera como emprendedora, y trabajó inicialmente como administrativa en diversos sectores profesionales, sabía que quería dedicarse a algo que aunara sus conocimientos e intereses con el amor por su tierra. Tras asistir a unas charlas sobre emprendimiento le surgió la inquietud de crear algo y, **en un ejercicio introspectivo y buscando ideas**, tuvo noticias de una granja de alpacas. El día que la visitó lo tuvo tan claro que decidió centrarse en ello y en 2015 tomó la decisión. A partir de ahí empezó un **proceso formativo**, realizando cursos sobre distintas áreas relacionadas con lo que una granja de alpacas podía ofrecer: ganadería extensiva, tejer en telar, hilar

con huso, etc. **Antes de arrancar la actividad de ALPACANA quería empaparse de todo.**

En 2016 se embarcó en la complejidad de **solicitar una subvención** del 50% a la primera instalación de joven agricultora. Con ella pudo comprar las alpacas: siete hembras y dos machos. Se trata de una especie de la familia de los camélidos, que tienen una lana muy apreciada a nivel mundial, similar al cachemir. Es una **lana con muchas ventajas** frente a las fibras naturales, entre ellas, las medioambientales, ya que **no contamina**, además de sus propiedades térmicas, de durabilidad y su versatilidad.



Aunque **Laura Gutiérrez Buendía** tampoco se imaginó como emprendedora, quizás para ella el reconocimiento de su idea de negocio llegó de forma más natural debido a que proviene de una familia de artesanas y artesanos de la marroquinería. Tras haber estudiado Comunicación Audiovisual y trabajado en el sector en Brasil, quiso volver a su "tierruca", y estando durante la pandemia por Covid-19 en Cahecho (Cantabria), el pueblo de su padre, decidió quedarse y dar forma a una idea que le rondaba la cabeza desde hacía años: **profesionalizar su vocación.**

Esta idea se materializó en **MIGA Costura Sostenible**, un proyecto de elaboración de bolsos y mochilas fabricados **artesanalmente** desde el Valle de Liébana, **con materiales reciclados y sostenibles** y con estampados propios.



El proceso hasta lanzar su marca y su primera colección, en diciembre de 2022, estuvo marcado por pasos firmes. Participó en varios **programas formativos** de emprendimiento que le ayudaron a definir su plan de negocio. En uno de ellos obtuvo un reconocimiento en metálico, un "capital semilla" que, le permitió invertir en materiales y procesos.

MIGA es el resultado de su herencia familiar, de sus vivencias alrededor del mundo y de sus **valores**: la colaboración entre mujeres, la puesta en valor del trabajo artesanal y el respeto por las personas y el entorno.

## • Superando obstáculos

En el camino, el proyecto ALPACANA ha enfrentado **varios retos**. El primero de ellos, el de encontrar en España una empresa que **procesara su materia prima** a pequeña escala (unos 20 kg de lana al año) en ovillos o lana para diferentes usos. Al no encontrarla en España (porque se ha perdido la tradición lanar de la que fue potencia mundial), estuvo a punto de cerrar trato con una empresa inglesa, pero el Brexit hizo inviable el acuerdo por los costes que suponía. Finalmente encontró una empresa española que está revalorizando la lana nacional y procesa su lana mezclada con merino.

Tanto el Brexit como la Pandemia (que hizo que descartara en ese momento sus planes de organizar visitas guiadas a su explotación) fueron **oportunidades para reinventarse**, “la vida te pone obstáculos y tienes que adaptarte”.

**Transformar obstáculos en oportunidades** no es algo desconocido para Laura, que al encontrarse junto a su familia en Cahecho durante la pandemia, supo ver que era el lugar donde quería desarrollar su proyecto, **conectada al mundo rural** del Valle de Liébana.



## • Diversificación

ALPACANA es hoy en día un negocio diversificado. Produce **lana para diferentes usos** (mechas para hilanderas y filtradoras, venta de madejas en diferentes colores, venta de otras fibras naturales, kits de diseño y bolsos tejidos artesanalmente), ofrece venta de alpacas, servicio de monta natural y, ya superada la pandemia, **visitas** individuales y colectivas a centros educativos, asociaciones, etc.



Además, está participando en **ferias nacionales e internacionales** para dar más visibilidad y abrir vías de negocio. En ellas aprovecha para transmitir la **historia que hay detrás de sus madejas**, que son un **valor agregado**. Así, en una feria nacional en Cabanas (Orense), en 2022, comenzó a vender la madeja “Marichu”, en honor al nombre de su abuela, que fue

de quien aprendió a tejer. Este año ha participado en una feria europea en Madrid en la que comercializado también la “Menchu”, la madeja de merino que lleva el nombre de su madre.

- **Dos apuestas sostenibles**

Uno de los objetivos de Ana y Laura con sus proyectos es el de **contribuir a la sostenibilidad** del planeta. Eso lo logran de varias formas:

Ana se preocupa porque su modelo de negocio siga un proceso de **economía circular**. Aprovecha toda la lana de las alpacas (para hilar, para filtrar o como relleno), la empresa que trata la lana emplea un **proceso de transformación ecológico** hasta crear las madejas, la alpaca es un animal que no agrede el terreno, no necesita grandes extensiones para pastar y sus excrementos son reutilizados como abono. Cuando recibe sus madejas las tiñe utilizando la menor cantidad posible de agua y con tintes no contaminantes.

EL PROCESO – TRAZABILIDAD DESDE ORIGEN



Afirma con orgullo que su proyecto genera **cero residuos** y que garantiza la **trazabilidad del producto 100% nacional**.

Por su parte, en la propuesta de valor de Laura se encuentra parte de su esencia: “MIGA nace de mi **voluntad de fabricar mis propios diseños en un mundo saturado de cosas**”. Ha dedicado mucho esfuerzo y tiempo en buscar los materiales idóneos para las piezas que quería fabricar. Su conclusión es que **los materiales más sostenibles son los que ya existen** y que es imprescindible priorizar su uso a la hora de confeccionar accesorios de moda, por lo que emplea una lona hecha a partir del reciclado de botellas de plástico y otros materiales orgánicos. Los estampados de sus piezas hacen referencia al paisaje y personas del valle, como una forma de **revalorizar el patrimonio de su entorno**.

Bolsos y mochilas que cuentan historias  
Fabricados con materiales y procesos sostenibles



Para Laura, otra forma de hacer sostenible su proyecto es garantizar que los procesos que ella controla sean sostenibles, empezando por ella misma, **no “auto-explotándose”** a ella o a otras personas. Prefiere vender un bolso a un precio justo que vender tres a un precio menor, si eso significa hacer que ella u otras personas no puedan conciliar.

- **Crear una red de colaboración y delegar**

Otro aporte a la sostenibilidad de ambas es la priorización del trabajo con **colaboradoras locales**, y más concretamente, con mujeres.

Laura considera fundamental **rodearse de personas colaboradoras que aporten** una visión diferente a la propia. Profesionales con una filosofía parecida que cree en el proyecto y lo enriquece. Ha integrado en sus piezas los diseños de una ilustradora y de una estampadora cántabras. **Delega** la comunicación a una agencia especializada en proyectos del medio rural, la gestión administrativa a otra persona y **busca ayuda** en los servicios públicos al emprendimiento o a las asociaciones de desarrollo local cuando tiene dudas. **Ha perdido el miedo a preguntar y hablar del proyecto.**

Como buena tejedora que es, Ana detectó la utilidad de bolsos específicos para tejedoras. Había conocido a Laura en un programa de emprendimiento y le planteó la idea, así que Laura diseñó una bolsa para tejedoras y un ovillero realizados con materiales reciclados. También colabora con otras mujeres, diseñadoras, artesanas o ilustradoras, para sus kits de diseño, los cuencos ovilleros, las cajas y los marcadores.

- **Slow fashion**



Otro elemento en común entre Ana y Laura es su interés por **realizar las cosas en los tiempos necesarios**. Por ejemplo, para Ana, si una persona busca una lana en algún color específico que no tiene disponible en ese momento, ofrece teñirla ella misma, pero al ritmo que ella considera que corresponde al proceso. Igualmente, Laura

trabaja bajo demanda para evitar acumulaciones de stock y, dado el meticuloso trabajo que requieren sus piezas, se toma el tiempo necesario para su fabricación.

- **Comercialización**

Ambas comercializan su trabajo por internet principalmente y en algunas tiendas con las que cada una comparte valores y filosofía. Ana ha conseguido la subvención del **kit digital** y con ella está creando su página **web**.

Laura cuenta con una página web que también es **plataforma de comercialización**. Entiende que **su clientela, segmentada en dos tipos** de público, no está necesariamente en su entorno más cercano.

Ana, se reúne con mujeres para tejer. Esto tiene mucho que ver con la búsqueda de espacios para una misma. Le gusta experimentar y cada día se asombra con nuevos resultados, por ejemplo, al teñir las fibras.

- **Entender el marco normativo del sector**

Es necesario conocer las leyes que regulan la actividad. Por ejemplo, la recién aprobada **Ley de Bienestar Animal** podría afectar a la dinámica de explotación de alpacas de Ana. Por ello, Ana es consciente de que tiene que ponerse al día para ver si tiene que realizar alguna adaptación para cumplir con la Ley.

Lo mismo ocurre con la **burocracia en torno a las subvenciones**. Es necesario conocer bien los requisitos para ver si es viable solicitarlas y cumplir con los compromisos que conllevan. El camino puede ser farragoso. En el caso de la PAC en el sector agrario y ganadero, se puede buscar **apoyo técnico** en los **sindicatos agrarios** o en **asociaciones de desarrollo rural**.

- **Incorporación de las TIC**

Planteada la cuestión del miedo existente a las tecnologías y la automatización de procesos en proyectos artesanales, ambas empresarias tienen claro que son necesarias. Para Ana, que está en el proceso de realizar su web, es importante trabajar con alguien que no solo sepa de **digitalización**, sino también **entienda el medio rural** para saber cómo llegar al público potencial.

Para Laura la tecnología tiene toda la importancia y entiende que es algo que puede requerir **inversión**, el cuidado diseño de su página web así lo demuestra. También es importante invertir en aquellas herramientas que puedan facilitar el proceso de elaboración de los productos, por ejemplo, ha adquirido recientemente un cutter eléctrico y Ana próximamente adquirirá una máquina para torsionar la madeja. Con estas herramientas evitarán lesiones y acelerarán el proceso de producción sin que este deje de ser artesanal.

- **Ejercicio de divulgación**

Una de las participantes del encuentro señaló la falta de conocimiento del público sobre el trabajo que hay detrás de cada producto. Para Ana es imprescindible hacer un ejercicio de educación y divulgación. "Si no cuentas tu historia a la gente no va a saber el trabajo que hay detrás" por eso es muy importante la tarea de **visibilizar el trabajo**, publicar en redes sociales y "vender" no solo el producto, sino **la historia detrás del mismo, crear un storytelling**.



Laura coincide con Ana y, de hecho, en su web “se desnuda”, contando aspectos que considera más personales, pero que **dan valor a sus productos**.

- **“Matar a la voz interior” y adoptar “la postura de Superman” (o Superwoman).**

Otra participante planteó la duda de cómo superar los momentos de desánimo y cómo no dejarse llevar por las inseguridades que a veces surgen. En este sentido, para Ana es necesario “matar a la voz diabólica” que dice a las emprendedoras que no valen y las limita.

Laura considera que es útil apoyarse en la red de colaboración que cree en el proyecto. También compartió un creativo consejo que recibió en un taller: ante estos momentos en los que se experimenta el “**síndrome de la impostora**”, hay que colocarse en “la postura de Superman”, que viene a ser auto concienciarse del poder propio, creer en una misma. Y si se pierde esa creencia, seguir trabajando cada día.

Al hilo del coloquio, otra emprendedora apuntó que este síndrome de la impostora forma parte del **sistema patriarcal al que hay que vencer** abriendo puertas a las siguientes generaciones de mujeres, vencer los temores y ser referentes para las niñas y jóvenes que, si quieren ser agricultoras o dedicarse a actividades tradicionalmente masculinizadas, sepan que pueden hacerlo.

- **El plan de negocio, clave para prever resultados**

Ante la pregunta de cuándo empieza un negocio a ser rentable, Ana asegura que el plan de negocio y de viabilidad es imprescindible para **prever los escenarios** posibles. Pese a que puede haber imprevistos (como la pandemia), el plan facilita unas estimaciones más reales. Por otra parte, es necesario **ponerse un sueldo**.

Laura añade que el plan debe incluir la **conciliación**, para establecer la línea divisoria entre el trabajo y la vida persona/familiar. También es necesario **ponerse un horario**.



## CIERRE DE LA SESIÓN

---

Como colofón de la sesión, Ana y Laura aportaron algunas **recomendaciones** o aprendizajes útiles para las participantes:

- Laura insiste en la necesidad de **crear una red** de personas y empresas colaboradoras que acompañen y aporten en lo que una no puede por falta de conocimiento o de tiempo.
- Ana recomienda **buscar actividades alternativas** con las que cada una se sienta bien. En su caso, dos veces al mes se reúne con mujeres de todas las edades para tejer juntas mientras charlan. Un tiempo de evasión, un respiro necesario.

## CONCLUSIONES

---

De las intervenciones de Ana, Laura y las participantes en el encuentro se pueden extraer varias **conclusiones**:

1. Un factor decisivo en el éxito de un emprendimiento es sentirse bien con el tipo de actividad del proyecto (diseñar, coser, elaborar lana y tejer, etc.).
2. Hay que conocer la legislación del sector para adaptarse a ella.
3. El plan de negocio y viabilidad es imprescindible para establecer estimaciones, prever escenarios y estar preparada frente a imprevistos.
4. Hay que formarse continuamente. Tanto en lo relativo a la actividad del negocio como en lo que tiene que ver con emprendimiento.
5. La divulgación del trabajo, especialmente contando historias que aportan valor agregado a los productos o servicios es crucial. Para ello, es importante definir el público objetivo al que dirigirse.
6. Es muy complicado y desgastante hacer todo sola. Se debe valorar delegar algunas actividades en otras personas y establecer una red de colaboración.
7. Es necesario invertir en tecnología para mejorar los procesos de fabricación, automatización, divulgación, gestión o comercialización. La incorporación de nuevas tecnologías (NNTT) facilita la gestión y comercialización en la empresa, sin que por ello se pierda la diferenciación artesanal, y libera tiempo.
8. Marcarse un horario contribuye a conciliar la vida laboral con la personal y familiar.
9. Hay que ponerse un sueldo. Separar los ingresos personales y del proyecto.
10. Hay que perder el miedo a ser emprendedora, creyendo en lo que se hace y buscando apoyo, ya sea de personas que conocen el proyecto o de herramientas personales.