



Universidad
Zaragoza

Trabajo Fin de Grado

La contribución de las mujeres emprendedoras al
desarrollo sostenible local y rural: estudio de caso en las
comarcas del Bajo Aragón y Andorra Sierra de Arcos
(Teruel)

Autora

Candela Lop Felipo

Director

Iván López Pardo

Facultad de Ciencias Sociales y del Trabajo

Año 2021/2022

Repositorio de la Universidad de Zaragoza – Zaguan <http://zaguan.unizar.es>

Gracias a Anna, Isabel, Yla, Belén e Iwona, ha sido muy enriquecedor, a nivel personal y de proyecto, conocer una pequeña parte de vuestra vida. Sois ejemplos de valentía, fuerza y superación.

Resumen

Esta investigación tiene como finalidad analizar cómo las emprendedoras contribuyen al desarrollo sostenible de zonas rurales en tres dimensiones: la económica, social y medioambiental. En concreto, se analizan cinco iniciativas empresariales impulsadas por mujeres en las comarcas de Andorra Sierra de Arcos y Bajo Aragón (provincia de Teruel). Mediante entrevistas en profundidad a estas mujeres emprendedoras, y el análisis previo de la literatura existente, se sitúa el tema y en torno a la noción de desarrollo sostenible y su aplicación empírica al entorno aquí analizado. Los resultados de las entrevistas muestran la presencia de barreras importantes para el emprendimiento en las zonas rurales, sobre todo por el insuficiente apoyo institucional, las dificultades de conciliación de la vida familiar y profesional, o la edad de las mujeres. Así mismo, se trata de iniciativas que contribuyen al empleo digno y al respeto del entorno natural.

Palabras clave

Desarrollo sostenible, medio rural, emprendimiento, mujeres, Teruel

Abstract

The purpose of this research is to analyze how women entrepreneurs contribute to the sustainable development of rural areas in three dimensions: economic, social and environmental. Specifically, five business initiatives promoted by women in the counties of Andorra Sierra de Arcos and Bajo Aragón (province of Teruel) are analyzed. Through in-depth interviews with these women entrepreneurs, and the previous analysis of the existing literature, the subject is situated around the notion of sustainable development and its empirical application to the environment analyzed here. The results of the interviews show the presence of significant barriers to entrepreneurship in rural areas, especially due to insufficient institutional support, difficulties in reconciling family and professional life, or the age of the women. Likewise, these are initiatives that contribute to decent employment and respect for the natural environment.

Key terms

Sustainable development, rural areas, start a business, women, Teruel

INDICE

1. INTRODUCCIÓN.....	4
2. PREGUNTAS, OBJETIVOS E HIPÓTESIS DE LA INVESTIGACIÓN	5
3. METODOLOGÍA	7
4. DESARROLLO SOSTENIBLE: HITOS Y DEFINICIÓN.....	11
5. MEDIO RURAL: situación actual comparada con el medio urbano.....	13
5.1. Dicotomía ciudad-pueblo	13
5.2. Medio rural en Europa y España: desigualdad social y de servicios	14
5.3. Medio rural en Aragón: el caso de Teruel.....	17
6. RESULTADOS DE LA INVESTIGACIÓN.....	19
7. CONCLUSIONES	28
8. BIBLIOGRAFÍA.....	30
9. ANEXOS	32
ANEXO I: GUIÓN ENTREVISTAS	32

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1. Características de la muestra.....	8
Tabla 2. Comparación de población por km ² en las tres provincias aragonesas, en el año 1900 y en 2011 ..	17

1. INTRODUCCIÓN

El desarrollo sostenible es un concepto que cada vez escuchamos más en nuestro día a día. El deterioro del medio ambiente global, la pérdida de biodiversidad, la contaminación atmosférica, el agujero en la capa de ozono y el aumento del nivel del mar son problemáticas que están teniendo lugar a día de hoy y cada vez se hace más difícil revertir (Duarte, 2007).

Para poder, por lo menos, frenar este deterioro del planeta, es importante empezar a tomar acciones ya. Aquí entra en juego el desarrollo sostenible, el cual se asocia a todas aquellas acciones que se pueden llevar a cabo desde diferentes niveles, desde el individual hasta el estatal, que ayuden a paliar y frenar algunos de estos efectos.

Al ser un concepto tan difuso y con dificultad de llevar a cabo, la ONU publicó en 2015 los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS), los cuales contienen más de 150 metas que, como bien dice el nombre de la Agenda, tienen que cumplirse antes del año 2030 para que el planeta no entre en una fase de “no retorno”, es decir, que no haya vuelta atrás y cada vez vayan más en aumento las problemáticas arriba mencionadas (UNICEF, 2015).

Por ello, se tienen que explorar todas las alternativas existentes que ayuden a la contribución del cumplimiento de estas metas, y mejorar también el bienestar social de la población de todo el planeta.

En las últimas décadas, el medio rural global está viviendo una situación de decadencia en relación a la pérdida de población, que se está acumulando en grandes asentamientos urbanos. Por ello, las zonas rurales sufren una gran problemática: la despoblación. Esto hace que cada vez las ciudades sean más grandes, generando que cada vez más personas se acumulen en el territorio (Department of Economic and Social Affairs, United Nations, 2021).

La acumulación de personas en un espacio reducido, con un espacio creado específicamente para la circulación del tránsito rodado, y con modelos de vida que promueven el consumismo hacen que las ciudades, tal y como explica Ernest García en su libro *Medio Ambiente y Sociedad* (2019), con este panorama actual, no sean espacios que se adecúen al logro de las metas de los Objetivos de Desarrollo Sostenible (Departamento de Asuntos Económicos y Sociales, Naciones Unidas, 2021).

Debemos comenzar a crear modelos de ciudades sostenibles, y para ello es necesario vaciarlas y empezar a llenar el medio rural, con modos de vida locales y formas de ocio diferentes. Para llenar las zonas rurales necesitamos que la ciudadanía no renuncie a derechos, oportunidades, servicios e infraestructuras básicas. Vivir en zonas no urbanas no debe ser sinónimo de renuncia a todo esto.

En este estudio se pretende elaborar un estudio del medio rural, con sus desventajas y diferencias respecto al medio urbano, y cómo este puede contribuir a la consecución de las metas antes mencionadas. Dentro de las zonas rurales también existe desigualdad entre las personas que residen en estos. Este estudio se centra en las mujeres, especialmente afectadas por la masculinización del medio rural, que muchas veces tienen que dejar atrás su carrera laboral para ocuparse de trabajos no remunerados ni reconocidos.

Aquí nos centraremos en cinco mujeres emprendedoras de dos comarcas de la provincia de Teruel: Andorra Sierra de Arcos y Bajo Aragón. Las cinco han creado un emprendimiento que apuesta por la calidad y no por la cantidad, por la conservación del medio ambiente y el bienestar personal y no por el máximo beneficio económico. Son un ejemplo de que el medio rural no tiene por qué ser sinónimo de pérdida de oportunidades laborales y de que, con ganas, se puede.

2. PREGUNTAS, OBJETIVOS E HIPÓTESIS DE LA INVESTIGACIÓN

- Preguntas de investigación

Pregunta general: ¿Cómo contribuyen las mujeres emprendedoras al desarrollo sostenible local y rural en las comarcas de Andorra Sierra de Arcos y del Bajo Aragón (Teruel)?

En concreto, se pretende conocer cómo estas mujeres contribuyen a la sostenibilidad económica, social y laboral de las zonas donde residen y trabajan, conociendo igualmente qué barreras y oportunidades han tenido para desarrollar su proyecto de negocio. También se quiere llegar a conocer de qué forma se podría fomentar el desarrollo sostenible en las zonas rurales para contribuir a frenar o paliar la despoblación.

Preguntas específicas:

Pregunta específica 1: ¿Cómo contribuyen a la sostenibilidad económica las mujeres emprendedoras de las comarcas del Bajo Aragón y Andorra Sierra de Arcos?

Con esta pregunta se pretende conocer si los negocios objeto de estudio de este trabajo contribuyen a la sostenibilidad económica de sus zonas rurales locales en las comarcas del Bajo Aragón y Andorra Sierra de Arcos, entendiendo la sostenibilidad económica como aquella que hace que los negocios prosperen de forma sostenible, apostando más por el bienestar personal y de la comunidad y por un modelo de negocio que respete el medio ambiente, que por conseguir el máximo beneficio económico. Si lo hacen, conocer de qué forma lo llevan a cabo en sus negocios y que impacto tiene en la población.

Pregunta específica 2: ¿De qué forma contribuyen a la sostenibilidad ambiental las mujeres emprendedoras de las comarcas del Bajo Aragón y Andorra Sierra de Arcos?

Aquí queremos saber que acciones realizan, tanto en sus negocios como personalmente, para contribuir a la mejora o al mantenimiento de las zonas naturales que están próximas a las localidades donde realizan sus actividades laborales, haciendo que no se deterioren y conserven su biodiversidad. También queremos conocer de qué forma aportan al medio ambiente global con sus actividades, ya sea con técnicas de elaboración menos contaminantes, con procesos de transporte más sostenibles o similares.

Pregunta específica 3: ¿Cuál es el papel que tienen las mujeres emprendedoras en relación con la sostenibilidad social y laboral en las comarcas del Bajo Aragón y de Andorra Sierra de Arcos?

Para revertir o frenar la despoblación, las personas necesitan tener ingresos y empleos dignos en las zonas rurales locales, sobre todo, a personas que estén en una situación de vulnerabilidad o desigualdad dentro de estas zonas, como son las mujeres, que les permitan tener un nivel de vida decente y que puedan desarrollarse laboral y personalmente. Por ello, la sostenibilidad económica de la zona es importante para lograrlo. Queremos conocer así de qué forma estos emprendimientos generan empleos de calidad, de forma directa o indirecta. También conocer si realizan algún otro tipo de acciones relacionadas con el bienestar social de la población rural local.

- Objetivos de la investigación

Objetivo general:

Con este TFG se pretende elaborar un estudio para conocer si el medio rural puede ser un factor clave para la consecución de los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS). El objetivo es analizar la contribución de mujeres emprendedoras al desarrollo sostenible local y rural en las comarcas de Andorra Sierra de Arcos y del Bajo Aragón (Teruel), incorporando casos de estudio con experiencias reales.

Objetivos específicos:

Objetivo específico 1: Identificar la contribución de mujeres emprendedoras a la sostenibilidad económica en las comarcas del Bajo Aragón y de Andorra Sierra de Arcos.

Objetivo específico 2: Describir la aportación de las mujeres emprendedoras a la sostenibilidad ambiental en las comarcas del Bajo Aragón y de Andorra Sierra de Arcos.

Objetivo específico 3: Analizar el papel de las mujeres emprendedoras a la sostenibilidad social y laboral en las comarcas del Bajo Aragón y de Andorra Sierra de Arcos.

- *Hipótesis de la investigación*

Hipótesis general:

La situación actual del medio rural es favorable en cuanto a modelos de consumo y producción locales y menor contaminación que en el medio urbano, lo que facilita el logro de los objetivos de la Agenda 2030 y aumenta la calidad de vida de las personas, pero existen problemáticas que hacen que la población rural esté en situación de desigualdad respecto a la urbana, por lo que, en diversas ocasiones, elegir residir en el medio rural es sinónimo de renuncia a derechos y oportunidades. Además, dentro del medio rural también existe desigualdad y discriminación entre las personas que allí conviven, como es el caso de las mujeres, que son las que sufren la masculinización de este medio.

Hipótesis específicas:

Hipótesis específica 1: Los emprendimientos son por modelos de negocio que apuestan por el crecimiento sostenido a largo plazo y que no solamente se centran en el máximo beneficio económico, por lo que contribuyen de manera positiva al crecimiento económico sostenible dado que generan actividad económica a pequeña escala, directa e indirectamente, respetando los tiempos de fabricación y elaboración de sus productos y servicios, y esto les hace ser iniciativas innovadoras en el territorio.

Hipótesis específica 2: Estos negocios tienen como prioridad la conservación del medio ambiente global y local, y realizan acciones para favorecer esta conservación que repercuten en su negocio, en el entorno natural local y global. Este compromiso va más allá de su negocio y realizan actividades de concienciación a la población local y global, para modificar estilos de vida que sean más favorables a la sostenibilidad ambiental.

Hipótesis específica 3: La sostenibilidad social y laboral es importante para sus negocios ya que, sin población local, no podrían desarrollarlos. Por ello llevan a cabo medidas que favorezcan el bienestar social y general empleo directo e indirecto en la localidad y cercanías, como realizar actividades que dinamicen el territorio, centrar sus productos en especificidades del territorio para que se conozcan o similares.

3. METODOLOGÍA

La metodología utilizada ha sido la cualitativa. Para comprender la situación del medio rural mundial respecto al medio urbano y conocer sus aportaciones y contribuciones al desarrollo sostenible se ha realizado una revisión de la literatura existente al respecto. Se trataba de identificar las nociones clave, recoger información estadística, identificar estudios o investigaciones relacionadas. La información se ha recabado, ante todo, de entidades como Naciones Unidas que aporta una visión global con estadísticas y contextos mundiales en relación al medio rural y al desarrollo sostenible.

En segundo lugar, para comprender de primera mano cómo se vive la ruralidad siendo emprendedora y relacionada con el desarrollo sostenible, se han realizado entrevistas en profundidad a cinco negocios emprendidos por mujeres que residen en las comarcas del Bajo Aragón y Andorra Sierra de Arcos. Se han diseñado a partir un primer análisis de las iniciativas a incluir en la muestra y con revisión de la literatura relacionada con el medio rural, el desarrollo sostenible y la mujer.

Se buscaba variedad de emprendimientos y actividades diferentes a la agricultura y la ganadería tradicional, actividades especialmente relacionadas con el medio rural, con el propósito de obtener una visión más amplia de oportunidades de negocio en la zona objeto de análisis. Para elaborar las preguntas se realizó una revisión bibliográfica sobre emprendimiento femenino en el medio rural en diversas zonas del mundo y un estudio sobre la información que existe de los negocios en redes sociales, páginas web y noticias. Se trabajó cuatro versiones de guion de entrevista y, una vez realizada la primera, se hizo una nueva versión donde se incluyeron dos preguntas adicionales.

La entrevista se estructuró por bloques según los objetivos de la investigación. Las preguntas 1 hasta la 9 están enfocadas a conocer más en profundidad el negocio y la decisión personal de emprender en el medio rural. La última pregunta se realiza para conocer la opinión subjetiva de estas emprendedoras sobre su futuro (ver Anexo I).

La muestra del estudio ha sido la siguiente:

Tabla 1. Características de la muestra

COMARCAS	PUEBLOS	NEGOCIOS	PAÍS DE ORIGEN	PRODUCTOS/SERVICIOS
BAJO ARAGÓN	Alcorisa	Chocolates Artesanos Isabel	España	Chocolates artesanos ecológicos y de comercio justo desde el haba
		Umami Ethical Food	España	Quesos veganos con productos ecológicos y de cercanía
	Calanda	Iwonatura	Polonia	Cosmética y cremas ecológicas y realizadas de forma artesanal
ANDORRA SIERRA DE ARCOS	Ariño	Lavandanna	España	Rancho de lavanda (y más plantas) cultivados con permacultura
	Alloza	El Morral de la Ojinegra	España	Restaurante ecológico con productos locales, de temporada y de comercio justo

Las características que tienen en común todos los negocios es que están emprendidos por mujeres en el medio rural, además de modelos de negocio que, aunque con diferencias en su actividad, apuestan por contribuir al desarrollo sostenible y local. Todas ellas han sido madres. Actualmente, excepto Anna de Lavandanna que tiene una hija de 20 años que también forma parte del negocio, tienen menores a su cargo. Isabel y Anna son familias monomarentales, el resto tienen pareja. Otra característica importante que aumenta la diversidad de la muestra es que la emprendedora de Iwonatura procede de Polonia, aunque ya lleva más de 10 años viviendo en Calanda. La edad de las entrevistadas comprende entre los 30 y los 50 años. Iwona es menor de 35, Isabel e Yla se encuentran entre los 35 y los 45, y Anna y Belén tienen más de 45.

Chocolates Isabel es una chocolatería de comercio justo y local. La información de interés social relevante para integrar este negocio en el estudio fue que favorece la conciliación de sus trabajadoras. Sólo da trabajo a mujeres del medio rural, ofrece descuento a familias monomarentales y numerosas, forma parte de OXFAM y trabaja con ATADI (asociación de atención a personas con necesidades de apoyo en la provincia de Teruel). La información de interés ecológico/medioambiental que ofrecía Isabel era que poseían sello certificado ecológico, sello FSC, envases respetuosos, la energía que utilizan en la tienda y en el obrador es renovable, colaboran con una ONG de reforestación (*Plant for the Planet*), sus productos de limpieza son biodegradables, sus utensilios no tienen impacto en el medio ambiente y compensan su huella de carbono.

Iwonatura es una empresa de cosmética natural que elabora artesanalmente sus productos y de forma tradicional. La información relevante de interés social es que crea sus productos en base a las necesidades

que demandan sus clientas/es, por lo que, aunque tenga una línea fija, está en constante renovación de productos. La información de interés medioambiental hace referencia a que sus productos no contienen derivados del petróleo, ni colorantes sintéticos, ni perfumes artificiales, ni experimentación en animales. Sus materias primas son naturales de plantas certificadas, los aceites esenciales y vegetales son ecológicos de primera presión en frío.

Umami Ethical Food es un emprendimiento que elabora, de forma artesanal, quesos veganos ecológicos. El interés social de este emprendimiento es que intenta promover el movimiento vegano y el consumo responsable y ético. El interés ecológico es que es un producto RAW, que pretende fomentar y promover el movimiento plant-based.

La Ojinegra es una casa rural y restaurante que se lleva a cabo en una casa de labradores del año 1880, restaurada pero sin modificar su estructura original. En este emprendimiento trabajan con pequeños agricultores y ganaderos locales que proporcionan al restaurante alimentos libres de organismos modificados genéticamente, de variedades y razas autóctonas para preservar la biodiversidad. Es un restaurante ecológico, con ingredientes igualmente ecológicos, certificados, de cercanía y de comercio justo.

Por último, Lavandanna está dentro del sector de la agricultura y el turismo, ya que es un huerto ecológico que apuesta por la conservación de la biodiversidad y el cultivo a través de la permacultura. En su emprendimiento enseñan a los visitantes a crear productos directamente desde el campo, difundiendo la permacultura, talleres ecológicos y los beneficios de los productos sostenibles.

El proceso de captación de las mujeres participantes se ha llevado a cabo de manera directa, contactando con los cuatro primeros emprendimientos mediante *Instagram*. Chocolates Isabel fue la primera en ser contactada, el 17 de enero, para realizar una entrevista informal donde se pudiese conocer un poco más de su negocio y así saber cómo poder enfocar las entrevistas. Se contactó a Lavandanna, Umami Ethical Food y la Ojinegra el día 12 de abril. Se pretendía realizar todas las entrevistas durante la festividad de Semana Santa, pero la mayoría de no pudieron, por lo que se volvió a la zona objeto de estudio más adelante. Por último, Iwonatura fue contactada mediante número de teléfono, conseguido gracias a conocidos en común.

La realización de las entrevistas se hizo así: cuatro de las entrevistas se han realizado de forma presencial, cara a cara, y una de ellas online. Dos de las entrevistas presenciales, la de Chocolates Isabel y la de la Ojinegra, se han realizado en los emprendimientos; la de Umami Ethical Food se realizó en la vivienda de la entrevistada y la de Lavandanna tuvo lugar en el balneario de Ariño. La entrevista online con Iwonatura se ha realizado vía *Google meet*. La primera entrevista se realizó a Lavandanna el día 18 de abril de 2022 a las 5 p.m, con una duración de 37 minutos. La segunda y tercera entrevista, a Umami Ethical Food y Chocolates Isabel, respectivamente, se realizaron el 30 de abril de 2022. La de Umami Ethical Food se realizó a las 12 a.m, con una duración de 36 minutos, y la de Chocolates Isabel a las 6 p.m, con una duración de 21 minutos. La entrevista a la Ojinegra se realizó el 1 de mayo a las 5 p.m y duró 57 minutos. Por último, la entrevista a Iwonatura se realizó el 17 de mayo a las 11:30 p.m y duró 1 hora y 22 minutos.

Todas fueron grabadas con el consentimiento de las participantes, únicamente para poder transcribirlas más literalmente, no tienen ninguna otra finalidad ni van a ser compartidas. Se mantiene en todo momento la confidencialidad y no se ha incluido en las entrevistas aquello que han pedido que no se incluya. Las grabaciones en audio de las entrevistas se han transcrito a texto para su análisis detallado. Así, se ha dividido el análisis según los apartados temáticos de las preguntas, identificando las ideas y nociones principales, diferenciando las respuestas entre todas las entrevistadas, pero también realizando una

comparación entre ideas similares que tenían entre ellas. Finalmente, se envió el apartado de estudio de caso a todas las entrevistadas antes de la publicación del proyecto para modificar, eliminar e incluir todo aquello que ellas considerasen relevante.

4. DESARROLLO SOSTENIBLE: HITOS Y DEFINICIÓN

La Revolución Industrial representa el inicio del cambio global, y no hizo falta mucho tiempo para que la ciencia pusiera de relieve el deterioro medioambiental que la industrialización causaba en el planeta. En 1987 la Comisión Brundtland puso énfasis en la dicotomía existente entre desarrollo y medio ambiente, e iniciaron la visión de ‘medio ambiente para el desarrollo’. Se acuña por primera vez el concepto de Desarrollo Sostenible como la *“capacidad de satisfacer las necesidades del presente sin comprometer la capacidad de las generaciones futuras para satisfacer sus propias necesidades”* (GEO-4, 2007).

En el 2000, en Nueva York, tuvo lugar la Cumbre del Milenio, donde las Naciones Unidas se agruparon en Asamblea General. Se proclamó la Declaración del Milenio, que pretendía lograr un futuro común para todas las personas basado en la inclusión y la equidad. Esta Declaración pone énfasis en los Estados Miembros de las Naciones Unidas para lograr un mundo más pacífico, próspero y justo, manifestando que *“el principal reto de hoy es hacer de la globalización una fuerza positiva para todos, reconociendo que hasta ahora, sus beneficios y costos no están repartidos de forma equitativa”* (Asamblea General de la ONU, 2000). En esta Cumbre también se establecieron unos objetivos que tenían como fecha límite el año 2015: los denominaron Objetivos de Desarrollo del Milenio (ODM).

Naciones Unidas se reúne de nuevo en 2012 para celebrar el 20 aniversario de la Cumbre de Río y comienzan a gestarse nuevos objetivos. No fue hasta el año 2015, durante el Acuerdo de París, cuando salieron a la luz los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS).

Las diferencias se pueden resumir en cinco cuestiones que nos indica UNICEF (2015). En primer lugar, los ODS ponen en relieve que el modelo actual es insostenible, incorporando muchas otras facetas para conseguir el desarrollo sostenible que no tienen que ver con el medio ambiente. En segundo lugar, los ODM no contaban con las realidades de las comunidades más vulnerables y los ODS cuentan con más parámetros que reflejan esta realidad. En tercer lugar, los ODM sólo los tenían que cumplir los países en desarrollo, pero los ODS se plantean para llevar a cabo a nivel mundial. Los ODS comprometen por primera vez a todos los países del mundo. Por último, los ODM eran 8, los ODS son 17, con 169 metas.

Los ODS tienen como plazo el año 2030. Desde la ONU advierten que, si continuamos así no vamos a cumplirlos. Del informe del año 2020 y del de 2021, donde se señalan además las diferencias pre y post pandemia, podemos sacar algunas conclusiones relacionadas con el tema de la investigación.

Se habían logrado avances en igualdad de género (objetivo 5 de los ODS), pero no eran suficientes. El confinamiento empeoró la situación de las mujeres en todo el mundo, aumentando el riesgo de sufrir Violencia de Género y teniendo todavía más carga en el hogar. La pandemia ha aumentado el trabajo no remunerado en el hogar y de cuidados, lo que excluye a las mujeres del mundo laboral. Se estima que las mujeres dedican 2,5 veces más que los hombres a esos trabajos.

Las pequeñas industrias (objetivo 5 de los ODS) antes de la COVID-19 sufrían escasa y un lento crecimiento de inversiones en I+D. Se indica en el informe que mejorar la conectividad de las carreteras rurales podría reducir la pobreza ya que, de los 520 millones de habitantes de las zonas rurales en el planeta, casi 300 millones no tienen buen acceso a carreteras en 25 países.

En lo relativo a las comunidades sostenibles (objetivo 11 de los ODS), antes de la pandemia la población urbana asentada en barrios marginales aumentó un 24% en el año 2018. Sólo la mitad de la población urbana mundial tiene un buen acceso al transporte público. Además, el aire contaminado urbano causó 4,2

millones de muertes prematuras en 2016. Sólo el 47% de la población vive a menos de 400 metros de distancia de espacios públicos abiertos.

La utilización sostenible de recursos (objetivo 12 de los ODS) ha ido en decadencia. Combatir el cambio climático (objetivo 13 de los ODS 13) es difícil ya que la comunidad mundial rehúye el compromiso para hacerlo. Este continúa aumentando a grandes niveles, siendo cada vez más frecuente y grave los desastres naturales derivados de este.

El concepto de desarrollo sostenible es complejo y ambiguo porque si admitimos que el desarrollo tiene que ser sostenible, estamos diciendo que ahora no lo es, que algo no funciona en el modelo actual. Lo que contradice esta afirmación es que, al proponer prolongar el desarrollo, se está diciendo que vamos a continuar con el modelo social y desarrollo actual, propio de la economía de mercado.

Hay que matizar el término de sostenibilidad medioambiental que se define como *“la capacidad de prolongación en el tiempo de un sistema socioeconómico que no mine catastróficamente la capacidad de la naturaleza para mantenerlo”* (García, 2019). Esta definición es insuficiente y deja atrás muchas otras variables. Si añadimos la variable tiempo, vemos que cualquier tipo de proceso material es incapaz de sostenerse infinitamente. De ahí que, cuando hablamos de sostenibilidad medioambiental, la acepción más correcta sería ‘cuasisostenibilidad’ o hablar de “más sostenible que”.

La problemática que predomina para lograr los ODS es el concepto de ‘progreso’, ‘avance’ y ‘desarrollo’. Con el auge de la industrialización y del sistema productivista esos tres conceptos significaban alcanzar el máximo beneficio económico, buscando innovaciones tecnológicas que agilizaran el aumento de capital. Lo que no importaba era todo lo que se tenía que explotar para conseguirlo. El “avance” en el sector económico implicaba ‘retroceso’ en calidad de vida de las generaciones futuras y en disminución de recursos naturales. La relación entre medio ambiente y la sociedad actual es por conflictiva y contradictoria.

En base a lo expuesto y a las definiciones de desarrollo sostenible, podríamos hablar de que sería interesante introducir la ‘cultura de la suficiencia’ para el logro de los ODS. Esta se define como *“el sistema de valores, normas y estilos de vida que pretende reelaborar culturalmente el significado de la reproducción, envejecimiento y muerte; no acepta que algo deba hacerse sólo porque sea técnicamente posible; fluye y genera sus efectos fuera del mercado [...] y, por último, no cree que, si algo es bueno, más de lo mismo sea mejor”* (García, 2019).

5. MEDIO RURAL: situación actual comparada con el medio urbano

5.1. Dicotomía ciudad-pueblo

Uno de los efectos que ha generado la industrialización ha sido el aumento de población que vive en ciudades y su extensión. El incremento del éxodo rural tuvo lugar tras la revolución industrial. Muchas personas migraban de zonas rurales a zonas urbanas en búsqueda de un futuro mejor, pero creándose a su vez escenarios sin precedentes de precariedad laboral, condiciones de vida nefastas y escasa movilidad social.

Tal y como explica García (2019), para conocer la viabilidad de las ciudades tiene que analizarse su organización interna y relaciones con el mundo natural exterior. La dimensión material de esas relaciones puede describirse como ‘metabolismo’. Este funciona así: *“las entradas son procesadas para reproducir la población y los artefactos asociados a ella, pero esto genera residuos que hay que dar salida”* (García, 2019). El metabolismo de las ciudades modernas ha tendido a extenderse, consumiendo y produciendo más desperdicios, y de manera exponencial, más alejado de la circularidad de los ciclos de materiales en la biosfera.

En resumen, para que un asentamiento humano pueda ser viable su metabolismo tiene que ser pequeño y circular. El medio rural tiene un metabolismo sostenible. Las entradas de recursos son de espacios mucho más cercanos que en las ciudades gracias a la agricultura y ganadería que les rodea. Ello implica que también se produzcan muchos menos residuos ya que no se necesita envase en los productos ni excesivos medios de transporte, porque van del campo a la mesa, sin intermediarios.

En el informe de Naciones Unidas *World Social Report 2021: Reconsidering Rural Development* se indica que el Desarrollo Rural es imprescindible si queremos lograr los ODS. El concepto debe ser redefinido, dejando de ser una ‘consecuencia’ del desarrollo urbano y empezando a verse como el punto central del Desarrollo Sostenible. También las zonas rurales son imprescindibles para la ecología y el medio ambiente de un país.

Continuando con el informe de Naciones Unidas (2021), una dificultad que existe es la distinción entre zonas rurales y urbanas. Lo que más se utiliza para diferenciarlos son el tamaño y densidad de población. El problema deriva en que lo que se considera denso o pequeño en un territorio, puede no considerarse así en otro. Otro criterio es la actividad económica predominante, siendo las zonas rurales mayoritariamente agrícolas y las zonas urbanas más comerciales e industriales. El criterio que se vislumbra como adecuado en el informe es el económico. Queda explicado así: *“las áreas mayoritariamente agrícolas necesitan estar escasamente pobladas porque la actividad agrícola requiere gran parte de las tierras. En lo urbano, el comercio y la industria necesitan que muchas personas trabajen en espacios muy pequeños”* (Department of Economic and Social Affairs, United Nations, 2021).

La Comisión de Estadística de las Naciones Unidas acuñó en 2020 el término ‘Grado de urbanización’ para distinguir lo rural y lo urbano, diferenciando tres tipos de asentamientos según su densidad de población: ciudades, pueblos y zonas semidensas, y zonas rurales.

El informe del año 2021 continúa mostrando los diferentes modelos de urbanización a nivel mundial. El primero lo denomina como ‘clásico’, donde la urbanización se da mediante la migración. Aquí, las ciudades ya existentes aumentan su tamaño para ser centros urbanos más grandes. El otro modelo se denomina *Greenfield*, que apunta al crecimiento de nuevas ciudades a través de la conversión de zonas anteriormente rurales. Estos modelos son antiguos y representan la urbanización en su sentido estricto. Ha surgido un

nuevo modelo, *In situ*, de desarrollo rural, y hace referencia a la mejora del nivel de vida de la población rural que iguale a la de las zonas urbanas sin la necesidad de migrar ni convertir las zonas rurales en zonas urbanas.

En otro informe de Naciones Unidas de 2021, *Sin dejar a ningún pueblo atrás*, encontramos también varios aspectos relevantes. Aunque la actividad predominante en el medio rural sea la agricultura, mejorarla no es suficiente para una buena transformación rural. Hay que añadir el reforzamiento de los vínculos entre los diferentes sectores para que los beneficios de la agricultura se transfieran al resto de actividades no agrícolas.

Las mujeres del medio rural, continúa el informe, son más vulnerables en el acceso a la educación que los hombres rurales o las mujeres urbanas. También tienen menos nivel de propiedad y control de los activos y menor acceso al empleo remunerado y a los servicios públicos. Se indica que cuando las mujeres están activas en la agricultura tienen explotaciones agrícolas más pequeñas y utilizan más recursos medioambientalmente sostenibles que los hombres rurales. Esto supone que las mujeres rurales agrícolas produzcan menos que los hombres.

En la encuesta de la FAO (Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación y la Agricultura, 2022) se nombra que los derechos de propiedad y la titularidad de la tierra son mayormente masculinas, reduciendo la independencia femenina y aumentando el poder de sus parientes masculinos en la economía y en el hogar. Tener tierras en propiedad aumenta las posibilidades de las mujeres de acceder a cuentas bancarias, realizar inversiones y ampliarlas, y unirse a organizaciones de productores.

5.2. Medio rural en Europa y España: desigualdad social y de servicios

La historia del desarrollo rural en Europa podemos decir que inició en el año 1988, con el informe “El futuro del mundo rural”. Después, en 1991, se puso en marcha la Iniciativa Comunitaria LEADER, y en 1996 se redacta la declaración de Cork como conclusión de la conferencia sobre desarrollo rural, titulada “La Europa rural: Perspectivas de Futuro”.

El 90% del territorio es rural, pero solamente un 27,8% de personas vive en estas zonas. Es un factor clave para no continuar con la masificación de las ciudades y la explotación urbanística. Así, desde finales de los años 80 la UE pretende revitalizar y asentar población en las zonas rurales, con programas y proyectos comunitarios para el desarrollo de actividades en estos territorios, que no se limiten a la agricultura y a la ganadería. Apuesta por la diversificación y el aumento de iniciativas innovadoras en las zonas rurales que contribuyan a asentar la población, a aumentar la participación ciudadana y a cooperar entre territorios.

Hablando ahora de la juventud, la Red Española de Desarrollo Rural (REDR), debido a que el 2022 es el Año de la Juventud, ha realizado un informe sobre este grupo poblacional a nivel europeo, nacional y regional. Se expone que, a parte de la problemática del envejecimiento, otra a la que se enfrenta la población juvenil es el éxodo hacia las ciudades. Las cifras que se ofrecen son que un 41% de esta población juvenil reside en regiones urbanas, un 40% en intermedias y, los restantes, en regiones rurales. Las zonas rurales de la Unión Europea componen más del 80% del territorio, con casi un 30% de población residiendo ahí. Estas zonas son muy diferentes entre sí, por lo que, tal y como se indica en el informe, es necesario dar respuestas y soluciones adaptadas a cada territorio que se realicen a nivel local.

Al igual que la creación de los ODS se han elaborado para lograr el Desarrollo Sostenible, la Unión Europea ha elaborado la “Estrategia de la Unión Europea para la Juventud 2019-2027” para hacer frente a varios de

los retos antes mencionados. Las 11 metas de esta Estrategia están muy ligadas con los ODS, pero la que interesa en este proyecto es la número 6, que se denomina “Impulsar a la Juventud Rural”. En el informe de la REDR se explica que el 9 de junio de 2020 se publicaron las Conclusiones de la reunión del Consejo y los Representantes de los Gobiernos de los Estados miembros en el Consejo sobre el fomento de las oportunidades para las personas jóvenes en áreas rurales y remotas. En el tratado se reconocen los problemas de despoblación y los de desigualdad de oportunidades que existen. Además, impulsan a los Estados a realizar acciones como *“promocionar enfoques multisectoriales a la hora de desarrollar políticas de juventud y estrategias encaminadas a la reducción de desigualdades, fortalecer la participación de los jóvenes rurales en procesos de toma de decisiones”* (Red Española de Desarrollo Rural, 2022).

Vemos que, desde hace más de 15 años, en España se lleva gestando el Desarrollo Sostenible del Medio Rural, aunque todavía las acciones llevadas a cabo desde las Administraciones y entidades privadas no hayan tenido suficiente repercusión. Haciendo referencia a esto, podemos mencionar la Ley 45/2007 para el Desarrollo Sostenible del Medio Rural.

Para conseguir un desarrollo sostenible rural, primero tenemos que conseguir asentar a la población. En España, según el censo de 2020, el número de personas empadronadas en municipios rurales, aquellos que tienen menos de 30.000 habitantes y cuya densidad poblacional es inferior a 100 habitantes por km², es de más de 7,5 millones de personas. Esto representa el 15,9% de la población española. Las áreas rurales ocupan un 84% de la superficie de España. La población rural y urbana está totalmente descompensada.

Además, dentro de las zonas rurales españolas, también existen diferencias entre la población. Ya hemos explicado antes que existe una masculinización del medio rural global. Según datos de la REDR, en 2020 la tasa de ocupación masculina era del 50,5% en el medio rural, pero la de las mujeres era del 38,3%. La tasa de paro para los hombres rurales es del 12,8%, y para las mujeres del 17%. En la encuesta sobre la estructura de las explotaciones agrarias del 2016 vemos que solamente un 23% de mujeres son jefas de explotación agraria, concretamente, 213.030. Existen disparidades entre Comunidades Autónomas, ya que, por ejemplo, en Aragón únicamente lo son el 15%. Las mujeres jóvenes rurales, tal y como menciona el informe de la REDR (2022), tienen el peso de los cuidados no remunerados a personas dependientes, lo que todavía las hace más vulnerables. No tienen una vida laboral computable ni experiencia dentro del mercado laboral, por lo que tienen que depender de su pareja o familiares.

Otra problemática que acecha a las mujeres de todo el mundo es la violencia de género. En las zonas rurales este tipo de violencia es todavía más complicada ya que muchas mujeres tienen miedo a denunciar lo que sufren porque la comunidad rural no les suele apoyar. En el Resumen Ejecutivo del Estudio “Mujeres víctimas de Violencia de Género en el Mundo Rural”, realizado por la Federación de Asociaciones de Mujeres Rurales (FADEMUR) se indica que las mujeres no suelen denunciar ni acabar con la relación porque *“Razones como la dependencia económica, el miedo al qué dirán, el miedo a la reacción del maltratador, el férreo control social y familiar, el desconocimiento de los recursos de protección y atención, o la desconfianza hacia la efectividad de los mismos, son algunos de los argumentos que explican la larga permanencia en esta situación de maltrato.”*

La población no heteronormativa también sufre distintas formas de discriminación propias en el medio rural. Desafiar la masculinidad hegemónica no solamente es cosa de las mujeres, es todo aquello que diside de lo cis-heterosexual. El sentimiento de sentirse excluidas, diferentes e incomprendidas hace que estas personas migren a las ciudades. Allí también pueden sufrir violencias, pero van a encontrarse a más población LGTBI+, y la gente no les va a juzgar por la calle por su forma de vestir o ser. Este fenómeno se denomina “sexilio rural” y fue acuñado en 1997 por el sociólogo Manolo Guzmán.

En relación con la juventud rural española, según datos del Instituto de la Juventud (INJUVE, 2020), los/as jóvenes que residen en municipios con menos de 2.000 habitantes son el 5%. En los datos del informe de la REDR se ve que hay varios aspectos que sólo afectan a la juventud española, como la inestabilidad del mercado de trabajo y de la vivienda. Como vemos, este éxodo rural se debe entonces a la falta de oportunidades y a la desigualdad en la calidad de vida de las personas jóvenes.

La población migrante es clave en la revitalización de las zonas rurales actuales. Gracias a ellos, la densidad de población no ha bajado de forma tan drástica. Eso sí, esto tiene una doble cara: la población migrante que reside en zonas rurales tiene empleos más precarios y se dedican a aquello que la población autóctona no quiere, como se menciona en el artículo de Tolosa (2021). Por esto no generan arraigo con la zona, y también porque no existen planes de inclusión. A la larga, sus hijos e hijas no querrán quedarse en esas zonas a no ser que hayan generado un vínculo muy fuerte por lo que, al igual que los demás jóvenes, querrán marcharse a la ciudad en busca de un futuro mejor.

En materia de sanidad, desde la crisis de 2008 y después de la pandemia COVID-19, la sanidad pública en España ha sufrido grandes dificultades. Antes de esto, la sanidad pública en el medio rural ya pendía de un hilo, pero a día de hoy la situación ha empeorado. Como vemos en informe de la juventud, la atención especializada en zonas rurales es casi inexistente y así, en ocasiones se centraliza en cabeceras de comarca, pero en muchas otras no existe ni eso.

A su vez, la educación rural dista mucho de la educación que existe en el medio urbano. En muchos pueblos las escuelas tienen que cerrarse por falta de niñas y niños, lo que hace que estos tengan que desplazarse a otras localidades para recibir educación primaria. En algunos municipios el número de estudiantes es tan escaso para formar clases de una sola edad que en la misma clase se juntan el número total de estudiantes, sean del curso que sean, lo que hace que no puedan recibir los contenidos educativos correspondientes a su nivel de estudios. Lo positivo de estas escuelas rurales, que vemos mencionado en el informe de la juventud, es que pueden introducir muchas metodologías de enseñanza innovadoras. Además, tener un número reducido de niños y niñas hace que se les pueda atender de forma más personalizada.

En el informe de la juventud exponen que en la educación primaria se estima que existen unos 120.000 niños y niñas matriculados en escuelas rurales. En la educación secundaria, solamente un 50% de alumnas y alumnos pueden matricularse en los centros de su municipio de residencia. El otro 50% debe desplazarse para recibir esta formación. El porcentaje de alumnos que deben desplazarse aumenta todavía más en FP y bachillerato. Esto saca a relucir que, además de la escasez de recursos y plazas, también existe escasez de oferta formativa.

En la formación terciaria o universidad, la necesidad de desplazamiento es todavía mayor. Además, la escasez de puestos de trabajo especializados en su lugar de origen hace que no vuelvan después de finalizar sus estudios. Esta problemática, que se denomina 'fuga de cerebros' no tiene lugar de la misma forma en las mujeres que en los hombres ya que ellas son más propensas a abandonar el medio rural.

Las personas que necesitan servicios sociales en las zonas rurales tienen una problemática seria ya que muchas veces no existen los servicios que necesitan en zonas cercanas y tienen que desplazarse a más de 100 kilómetros. Esto hace que muchas personas dependientes, con diversidad funcional o similar, tengan difícil desarrollarse en el medio rural y, en algunos casos, sus derechos llegan a ser vulnerados por esa falta de servicios.

Por último, en relación a la brecha digital, en el informe de 2021 de la Secretaría de Estado de Telecomunicaciones e Infraestructuras Digitales se menciona que las zonas rurales siguen teniendo menor acceso a banda ancha.

5.3. Medio rural en Aragón: el caso de Teruel

Aragón es una de las Comunidades Autónomas de España con una estructura territorial muy dispar. Esta Comunidad es la 11ª en el *ranking* de población en España. Sin embargo, Zaragoza la capital aragonesa es la quinta más poblada del país, más grande que las capitales de otras Comunidades con mayor número de población que Aragón.

Esta Comunidad, según lo que encontramos en la web de Comarca a Comarca, registra 47.719,2 km². De estos, 17.274,3 km² son de la provincia de Zaragoza; 15.636,2 km² son de Huesca, y 14.808,7 km² de Teruel. Podemos ver que no existe tanta disparidad en el reparto del territorio. Sin embargo, según las cifras que aparecen en la noticia de elDiario.es, el 84,7% del territorio tiene menos de 12,5 habitantes por kilómetro cuadrado. En total, Aragón tiene 28 habitantes/ km², lo que significa que la mayoría de población se concentra en un trozo relativamente pequeño de territorio, menos del 22% del total¹.

Si lo desglosamos por provincias, aunque el dato más reciente es de 2011 en el Instituto Aragonés de Estadística (IAEST), vemos lo siguiente:

Tabla 2. Comparación de población por km² en las tres provincias aragonesas, en el año 1900 y en 2011

Provincia	Población por km² año 1900	Población por km² año 2011
Teruel	17	9,7
Huesca	16,2	14,5
Zaragoza	24,4	56,5

Fuente: elaboración propia a partir de la información del Instituto Aragonés de Estadística (2011)

Teruel ha reducido en un siglo casi la mitad de su población, Huesca ha perdido pero tampoco excesivamente, y Zaragoza ha aumentado en más del doble. En total, según las cifras del Instituto Aragonés de Estadística y el Padrón el 1 de enero de 2021 (Gobierno de Aragón, 2022), en Aragón residen 1.326.261 personas, de ellas 655.248 son hombres, y 671.013 son mujeres. Lo llamativo viene cuando vemos las cifras de población de las tres provincias: Teruel tiene 134.545 habitantes, con 68.287 hombres y 66.258 mujeres; Huesca cuenta con casi el doble, 224.264 habitantes, 113.607 hombres y 110.657 mujeres; y ahora viene Zaragoza, con 867.452 habitantes, 473.354 hombres y 494.098 mujeres.

Según estas cifras, vemos que la provincia de Zaragoza cuenta con el 75% de la población total aragonesa. También vemos otra cifra muy llamativa: hay más hombres en las zonas rurales, y más mujeres en las urbanas.

Esto no sólo queda en las provincias: la segunda población con más habitantes de Aragón es Huesca, con 53.429 habitantes. Sin embargo, la más poblada, con mucha diferencia, es Zaragoza, con 675.301 habitantes. El municipio de Zaragoza, por sí solo, ya tiene más del doble de los habitantes de su provincia. Vemos aquí el fenómeno desigualitario aragonés: casi la mitad de la población aragonesa vive, no en la provincia, sino en la localidad de Zaragoza.

¹ Disponible en: https://www.eldiario.es/aragon/sociedad/desarticulacion-aragon-escasa-poblacion-84-7-territorio-12-5-habitantes-kilometro-cuadrado_1_7238764.html (Acceso en junio de 2022).

Centrándonos ahora en Teruel, se ha visto antes que es la provincia con menor población de Aragón, la cuarta provincia con menor población de España, delante de Ceuta, Melilla y Soria, y superada por poco por Zamora, Segovia y Palencia.

Continuando con los datos del padrón, dentro de Teruel la población también se reparte de forma muy variopinta. Los dos municipios más poblados son la capital, con 35.994 habitantes, y Alcañiz, con poco más de 16.000 habitantes. El siguiente municipio más poblado es Andorra, con 7.327 habitantes. Vemos que, aunque sean los más poblados, entre ellos se llevan casi la mitad. El pueblo con menos habitantes de Aragón también se encuentra en Teruel, se llama La Zoma y cuenta con 31 habitantes. Lo mismo ocurre con la comarca menos poblada: se encuentra en Teruel y es el Maestrazgo, que cuenta con 3.213 habitantes.

Las comarcas que se analizan dentro de este proyecto son Bajo Aragón y Andorra Sierra de Arcos. La primera cuenta con 28.710 habitantes, donde más de la mitad viven en Alcañiz (16.000 habitantes), y los siguientes pueblos donde mayor cantidad de habitantes se concentran son donde se encuentran las iniciativas empresariales de este trabajo: Calanda (3.753 habitantes) y Alcorisa (3.293 habitantes). Los casi 5.000 habitantes restantes se reparten entre los 20 pueblos restantes. La comarca de Andorra Sierra de Arcos cuenta con 9.736 habitantes, distribuidos en seis municipios. La capital, Andorra, tiene 7.327 habitantes. Los dos pueblos que se analizan en este proyecto, Ariño y Alloza, tienen 685 y 577 habitantes, respectivamente.

Actualmente, la provincia de Teruel está teniendo diversas movilizaciones sociales para frenar o iniciar proyectos que se quieran llevar a cabo en la zona. Una de ellas ha surgido a raíz de los aerogeneradores, los cuales pretenden instalarse en la comarca del Maestrazgo, donde se sitúa uno de los mayores patrimonios naturales de la Comunidad Autónoma. Además, la energía generada pretende distribuirse a Madrid y Barcelona, no sería para el territorio. El partido político Teruel Existe también nació debido a un importante movimiento social en la provincia.

6. RESULTADOS DE LA INVESTIGACIÓN

El análisis de los resultados se va a realizar siguiendo los apartados temáticos de las entrevistas: inicio del emprendimiento, dificultades y apoyos, aspectos positivos y negativos de emprender, aspectos innovadores de la iniciativa, divulgación del emprendimiento, percepción de las mujeres de su entorno laboral, medio natural y emprendimiento, medio social rural y perspectivas de futuro del emprendimiento.

- Inicio del emprendimiento

En la *primera entrevista*, realizada a la empresa Lavandanna, explicó que el Rancho Río Martín es una Asociación sin ánimo de lucro que comenzó en 2020. Dentro de este Rancho está la marca Lavandanna. Comenzó como proyecto de cultivo de lavanda y a lo largo de los años se ha convertido en multicultivo. También tiene un bosque comestible, un trozo de terreno donde hay bayas, frutos secos y frutas de hueso. Ahí la gente da vueltas y puede ir comiendo lo que haya plantado según la época del año. Es una barrera que hace que no le dé el viento a la huerta, hecho en espiral.

El Rancho se basa en la permacultura, una clase de agricultura permanente, circular. No hay máquinas. Para no segar hierbas, tienen cabras que se las comen, y a la vez abonan el terreno. Las gallinas se comen los desperdicios de la huerta. Su modalidad de cultivo es el huerto circular: en vez de hacer caballones tradicionales, se hace de forma circular y se aprovecha más terreno. También hacen compost recogiendo residuos de los vecinos de Ariño que igualmente sirve para nutrir el terreno. Intentan que sea todo lo más circular posible. En un principio la idea fue crear un monocultivo con lavanda y venderla, pero en base a las formaciones que ha tenido y fijándose en otros modelos de negocio, ha acabado siendo de otra forma.

Ella ya había emprendido en otras zonas del mundo y ha viajado mucho, pero lo que le motivó a iniciar este proyecto en Ariño es que quería poner en valor su territorio, ya que ha nacido, se ha criado y toda su familia es de esa localidad. Otro de los aspectos que le ha motivado a emprender ha sido que es mayor de 45 años, mujer y tiene mucha dificultad para entrar en empresas, por lo que casi se ha visto obligada. Ha necesitado mucha formación para poner en marcha el Rancho, y continúa formándose. Ahora mismo está realizando fitoterapia para hacer un laboratorio cosmético.

La *segunda entrevista*, realizada a Umami Ethical Food, nos cuenta que su negocio consiste en elaborar quesos vegetales, principalmente con anacardos ecológicos y almendras del Bajo Aragón, origen local. Le gustaría poder ampliar a carnes vegetales y postres saludables, enfocados al pueblo y alrededores, porque ella es vegana y ve que no existe oferta en la zona. Su negocio comenzó en 2019, apuntándose a un curso online de elaboración de quesos veganos. Sigue en formación continua para mejorar sus productos y ampliarlos.

La motivación para iniciar fue aportar al resto de la gente que le rodea con las buenas acciones, ofreciendo una alimentación vegetal e intentando cambiar las conciencias. Le ha desarrollado profesionalmente, siempre ha trabajado en hostelería en Tarragona, en un sitio vegano y aprendió cómo responde la gente a estos productos. Quería dejar de trabajar en hostelería y por eso inició este proyecto. Ella inició en Tarragona, pero cuando se quedó desempleada, y viviendo su pareja en Alcorisa, tomó la decisión de estabilizarse en lo personal/laboral e irse allí. También ve más facilidades para desarrollar su emprendimiento, sobre todo porque ella es de Alcorisa y tiene a redes familiares y amistades que le facilitan, tanto a nivel laboral como personal, el desarrollo de la iniciativa.

Es la primera vez que emprende, y se ha dado cuenta de que las expectativas que tenía no se ajustan a la realidad. Ahora tiene una niña, y pensaba que iba a ser más fácil conciliar. También tiene mucha esperanza en que la gente compre sus quesos y entienda el concepto (alimentación vegana para sostenibilidad

ambiental), pero puede que no tenga éxito y no se entienda. La gente que ha probado los quesos les gusta, pero no lo han entendido como un “cambio en su dieta”, sino un alimento más que puedan incorporar.

La *tercera entrevista* se realizó a Chocolates Isabel. Ellas producen chocolate artesano desde el haba, con certificado ecológico y de comercio justo. Hacen todo lo que tienen que ver con el chocolate: venden desde la semilla hasta tabletas, cremas, bombones, turrónes.... Su proyecto inició en 2014. La formación que ha necesitado es bastante específica. Ella tenía el grado medio en pastelería, lo único que hay en España, pero para especializarse en chocolates ha tenido que hacer en París el grado superior de chocolatería, y luego en Canadá hizo chocolatería *bean to bar*. Desde que inició el proyecto ha seguido formándose en el cacao y en el chocolate.

La motivación para emprender fue que siempre ha sido consumidora de productos de comercio justo y ecológico. En su antiguo negocio se preocupaba por las materias primas que compraban, condiciones, qué había detrás, cómo vivían las personas, cómo trabajaban. Esa era la idea: hacer un producto, no sólo que estuviese bueno o que fuese estéticamente bonito, sino que además tuviese una visión más global de lo que es la calidad. Como ella misma dijo: “calidad también es el impacto que tiene en las personas, en el medio ambiente y en el entorno”. Otra razón fue el hecho de poder quedarse en su pueblo, en Alcorisa, haciendo lo que a ella le gusta y poder conciliar, es familia monomarental. Aunque empezó en una pastelería tradicional, siempre tuvo esta chocolatería en mente, pero no tenía claras las posibilidades de éxito.

La Ojinegra, la *cuarta entrevista*, comentó que su negocio tiene tres líneas: alojamiento sostenible, restauración ecológica y formación. La primera línea fue con la que comenzó el proyecto, es un pequeño alojamiento, y al igual que el restaurante, está certificado con la ecoetiqueta europea, ya que tanto la energía, como los productos y el inmobiliario que allí tienen son ecológicos, reutilizables y renovables. La segunda línea complementa a la primera. Es un restaurante rural pequeño donde tienen más o menos cuarenta plazas, pero sólo reservan para, aproximadamente, veinte personas. Cubren lo que ellos pueden abarcar, como ella misma dijo: “nunca se sobresaturan, para tener más calidad”. El restaurante se basa en la: alimentación ecológica, comercio justo y de economía social. Su base es la economía circular: todo es producido en la provincia de Teruel, y si no se produce no suelen salir de Aragón. Trabajan para la red de mercados Agroecológico, así consumen variedades y razas autóctonas, para preservar la biodiversidad. Por último, la formación se dirige a talleres de sensibilización ambiental, sobre todo para enseñar a las personas a consumir productos locales.

El proyecto comenzó en 2002. En ese año compraron la casa y la fueron rehabilitando. Tenían menos de 30 años entonces, por lo que iniciaron el proyecto muy jóvenes. Como la casa es bioconstrucción y construida conforme al feng-shui, muchos de los albañiles que de la zona (porque querían generar empleo local) no sabían hacerlo. Tuvieron que tener paciencia en explicar, formar y traer gente de fuera que les formase. Más o menos fue en 2005 cuando abrieron. Cuando llegaron a Teruel, porque estaban en Cataluña, todo esto era muy desconocido y sacaron mucha legislación hacia delante.

El negocio lo formó junto a su marido, aunque en los inicios estuvo sólo ella como autónoma porque no podían pagar la tasa de autónomos de ambos y los gastos del proyecto no podían gestionarse solamente con los ingresos que daba. Tenían claro que la idea de negocio iba a ser esa. Sus hijos, aunque todavía son pequeños (11 y 13), también forman parte del negocio. Ella cogió unas becas que ofrecía la Fundación Biodiversidad, unos Fondos Verdes provenientes de Europa, para estudiar cocina ecológica y macrobiótica. Tienen bastante formación en restauración ecológica y alojamiento sostenible. Están en continua formación para que el negocio continúe innovando y sea más sostenible. Lo que le motivó a iniciarlo fue que ella y su marido querían ser dueños de su vida y tener más calidad de la misma, hacer una crianza vinculada a la naturaleza y a su ritmo y al de sus hijos, y porque ven más viable una relación de pareja en el

medio rural que en la ciudad (por los tiempos, en la ciudad todo es más rápido, necesitas dedicar más tiempo a otras cosas). Cuando ambos acabaron de estudiar, tenían claro que querían ese modelo de vida. Es más, ambos estaban fijos en Barcelona, pero decidieron que eso no era lo que querían. Eligieron Alloza porque ella tiene a su familia allí y ha ido siempre a veranear, por lo que ya tenían vínculo con el pueblo y les gustaba.

Por último, en la *quinta entrevista*, a Iwonatura, comentó que fabrica y vende, a tiendas y directamente al cliente final, cosmética natural y ecológica. Actualmente tiene 30 productos, pero está creando más. Son productos para el cuidado de la piel, crea productos específicos para diferentes problemáticas/tipos de pieles, pero también tiene otros productos como repelentes, etc. Comenzó este proyecto hace nueve años, pero antes ya realizaba cremas para sí misma.

Ella es de Polonia, y allí estudió la carrera de Tecnología Química, con especialidad en Tecnología de los Cosméticos y Productos Químicos del Hogar, durante cinco años. En España se lo han convalidado como Química. Allí le enseñaban cosas que no tenían nada que ver con lo natural, por lo que lo ha ido aprendiendo con libros, cursos y haciendo pruebas. Les enseñaban a utilizar químicos artificiales y estaba muy enfocada a fabricar cantidades industriales en marcas grandes, no a realizar pequeñas cantidades, de forma natural y artesanal. Sigue en continua formación. Actualmente está matriculada en cursos de psicología, ya que ha descubierto que, a parte de los productos, nuestro estado mental influye mucho en los problemas de la piel, por lo que comenzó a interesarse por la psicología a raíz de eso. De hecho, está pensando en matricularse en la carrera.

Lo que le motivó a iniciar este negocio fueron circunstancias personales y económicas/laborales. Ella llegó a Calanda porque su hermana, a través de una ETT de Polonia, empezó un verano a trabajar en los campos de melocotón. Al año siguiente fue con su hermana, y comenzó a ir todos los veranos durante la carrera. Se llevó muy bien con la gente, conoció al que ahora es su marido, y se quedó a vivir. Comenzó a tener problemas de piel que le llevaron a comenzar a crear este tipo de cosmética. En lo laboral una vez acabó en los campos de melocotones, decidió aprovechar el tiempo que tenía cobrando el paro para pensar en que trabajar. Estas dos circunstancias hicieron que comenzase a vender estos productos que creaba.

- Dificultades y apoyos para emprender

Las respuestas se asemejan bastante en relación con la burocracia, aunque cada una tiene dificultades y apoyos específicos. Lavandanna explica que tuvo muchísimas dificultades. Todo comenzó con la pandemia así que tuvo que ser vía online. Con la financiación, al ser un proyecto que no existe en España, los bancos no confían, por lo que ha sido propia. Mencionó que las ayudas y subvenciones prácticamente “no existen”, que las subvenciones requieren tanto papeleo que muchas veces son imposibles de llevar a cabo. También dijo que ella, por ejemplo, necesitó 10.000 euros de inversión inicial los cuales puso de su bolsillo y de sus padres, y 3.000 de esos 10.000 fueron para burocracia. Las Redes Sociales, que son lo que le dan publicidad, han sido complicadas para ella.

Para afrontarlas ha tirado de contactos: hablar con gente que ya lo ha hecho, aunque algunos no te quieren ayudar porque piensan que serás competencia; ir a conferencias, etc. También fue a UAGA, un sindicato de agricultores, con su hija, y les trataron de malas maneras, les desmotivaron, incluso su hija estuvo a punto de dejarlo. Al tener tan pocas hectáreas se rieron de ellas, y el hecho de ser mujer tampoco ayuda en un mundo de hombres. Lo que más le ayudó fue ser cabezota y contar con más mujeres, como ella misma dice: “nos ayudamos más entre nosotras”. Esos apoyos fueron: Evelyn de Cosméticos Matarraña; todas las mentoras de Gira Mujeres de Coca Cola; Alma Natura; el IAF, que gracias a ellos pudo hacer cosas online; Olga del instituto Ítaca de Andorra le está ayudando casi diariamente llevando a grupos de gente al rancho, invitándola a dar ponencias, etc.

Para Umami Ethical Food la principal dificultad es la burocracia, las normativas sanitarias. Opina que son demasiado exigentes y rigurosas, no se adaptan al espacio ni al tipo de negocio. Cuando ha buscado asesoramiento/información en sanidad u otras administraciones, ve que dan su opinión personal. Por ejemplo, les expone: “¿puedo hacer quesos en un piso donde solo se destine a esa actividad?” y contestan: “no, no puedes”, aunque ella sabe que sí que puede porque ha visto otros negocios, se ha documentado y ha visto que está permitido. Vuelve a llamar y a insistir, y pasado mucho tiempo le dicen: “es verdad, sí que se puede”. No es que le contesten sin saber, es que aportan su opinión antes de saber o ni si quiera se esfuerzan en buscar información. Ha llamado para preguntar algo relacionado con el espacio de trabajo y le dicen: “oye, pero no puedes decir que haces quesos porque no llevan leche”, sin que ella les esté preguntando nada relacionado con eso. Pregunta la misma duda a dos personas diferentes y cada una le dice una cosa.

Otro ejemplo es que llamó para preguntar si podía realizar un espacio de coworking, y le respondieron: “no, esto es Aragón y aquí no está permitido”. Sin embargo, ella vio que había un espacio de coworking en Huesca, y directamente les llamó a ellos para preguntar cómo se hacía. Un problema que le pusieron desde la administración era que no podía haber dos registros en el mismo espacio. Siguió llamando y le decían lo mismo, hasta que un día le dijeron: “vaya, resulta que sí que se podía”. Se ha dado cuenta de que, si no eres insistente, abandonarías el proyecto porque no te ponen facilidades y la que tienes que buscar e indagar eres tú. Parece que, en vez de facilitar la puesta en marcha de tu negocio, te quieran entorpecer.

Un factor más que le paraliza es el económico. No puede avanzar porque no tiene dinero. Aunque hay ayudas, tienes que reunir una serie de condiciones demasiado difíciles y además, ella que tiene 37 años, parece que está dentro de un limbo que hay entre los 35 y los 45 con el tema de las subvenciones.

Ha tenido diferentes apoyos para estos inconvenientes. Ella quiere alquilar un local en Calanda donde también hay una empresa de melocotones, y su dueño le ha ayudado mucho. OMECYMA es un grupo de acción local que ayuda a emprendedores en las comarcas del Bajo Aragón y del Matarraña, de ahí también le han ayudado. “Pon Aragón en tu Mesa” le ha apoyado, querían iniciar un proyecto de tutorías con emprendedores y han aprovechado su situación para hacer una prueba del proyecto. Fueron todos juntos a Calanda para ver ese espacio de coworking, ver los problemas que ponía sanidad y cómo solventarlos.

Participar en la gira mujeres Coca-Cola le ayudó también a centrar el negocio. En las tutorías le explicaban muchas cosas y muy imprescindibles para montarlo y desarrollarlo. Además, al ganar el proyecto le dieron una cuantía de 5.000 euros que le ha permitido empezar a comprar materia prima, instalaciones, etc.

Las dificultades que encontró Chocolates Isabel son que en España el tema de la agricultura ecológica y comercio justo no era muy conocido, por lo que tuvieron que empezar a vender fuera del país porque no se “apoyaban” este tipo de iniciativas, o no se conocía por qué el producto era un poco más caro. Encontrar materias primas adecuadas también fue problemático porque había muy poca certificada por comercio justo o ecológico, tuvo que empezar a cambiar fórmulas de realización de chocolates donde pudiese introducir materias ecológicas/comercio justo, porque con las materias primas que se necesitaba en las fórmulas que ella había aprendido, no existía ninguna así.

Encontrar a gente para trabajar con la formación necesaria también fue, y es, una dificultad. Con la burocracia tuvo los problemas normales al iniciar un emprendimiento, que, comparado con otras personas, no fueron para tanto. Tuvo muchos miedos al iniciar el proyecto, no sabía muy bien si funcionaría. Por eso empezó a vender fuera de España, porque ella trabajaba fuera y tenía más contactos. Los apoyos que tuvo fue acogerse a una subvención LEADER. A nivel de personas no tuvo apoyo porque no había, ni hay, nadie que realice un proyecto similar.

La que más dificultades encontró fue la Ojinegra, porque además de todos los factores que comparten los emprendimientos anteriores, se le sumo el factor de la época en la que inició. El hecho de que Teruel estuviese muy abajo en el nivel europeo en relación con medio ambiente no hizo que las cosas fuesen fáciles, y hubo mucho contraste porque ellos venían super formados, estaban muy por encima de ese nivel. También se estaba llevando a cabo el proceso de comarcalización, lo que complicaba los registros.

No sabían dónde informarse: pidieron un préstamo para comprar la casa y les dijeron que tenían que tener un aval y un proyecto del negocio, cosa que no sabían cómo hacer ni a quién pedir asesoramiento. Fueron a la Cámara de Comercio y les dijeron lo que les hacía falta, pero no dónde conseguirlo. Era así todo el rato. Además, muchas distancias: tuvieron que ir a Alcañiz, luego a Zaragoza, luego a Teruel... allí, en Alloza, no podían hacer nada y tampoco había nuevas tecnologías. Fue mucho tiempo invertido en conseguir asesoramiento sobre dónde conseguir esos papeles, burocrático. Como les fue tan difícil conseguir apoyo económico, decidieron hipotecarse, hipoteca normal y corriente. Esto de no conseguir información les ha repercutido mucho. Por ejemplo, empezaron a obrar y vieron que había un grupo de acción local que les podía ayudar con subvenciones europeas, pero para eso necesitaban que la obra no se hubiese empezado, así que no pudieron acogerse a ella.

Tuvieron que pedir otra hipoteca para muebles, porque todo lo que ellos hacían no entraba en subvenciones. Si tenían muebles antiguos y los restauraban, no entraba en subvención. Tampoco contaban con ayudas para autónomos ni una fiscalidad adecuada para el medio rural. Existe una problemática que ella menciona: “aunque realmente vivan menos de 200 personas, en el censo puede salir que viven más de 600 porque se empadrona gente de ciudades que quiere pagar menos impuestos. Así se discrimina al medio rural. Si el medio rural se muere es porque no se ajustan las necesidades”.

Un problema actual, que se ha convertido en una oportunidad de sostenibilidad, es que tienen que servir agua del grifo embotellada porque el camión que reparte las botellas de agua no quiere subir hasta su restaurante por la ubicación. Los productos que venden allí, la mayoría son locales así que se los lleva el agricultor/ganadero, pero los que tienen que comprar de otras partes vienen con transportista contratado por ellos para que se los lleve a la puerta del alojamiento. Lo bueno es que ahora ya saben un montón de cosas y asesoran a gente que quiere iniciar un proyecto similar. Fue el primer restaurante que se ha adaptado a la legislación europea y fue porque la técnica de turismo y su marido lo sacaron adelante en las Cortes. Trabajan mucho en red y cooperan con otras casas rurales. Lo que les ha pasado a ellos no quieren que le pase a nadie más. Al no tener subvenciones ni ayudas económicas, necesitaban que uno de los dos tuviese un sueldo fijo al final de mes para poder pagar la hipoteca. La familia sí que le apoyó muchísimo, y los amigos también. Les ayudaron con las restauraciones, pintando habitaciones, etc. Es decir, todo el apoyo fue informal.

Iwonatura explica que algunas materias primas las consigue en Granada, otras en Bélgica, pero como tardaban mucho en llegar los productos, ha buscado por España y también compra en Barcelona. Le cuesta encontrar lo que necesita en España. Al principio no tuvo problemas con esto porque si quería comprar envases para los productos en España, los envíos eran de 6.000 unidades, demasiadas para ella, por lo que empezó comprándolos en Polonia. Desde Sanidad se trata a la cosmética natural como si fuese convencional, y le exigen los mismos requisitos, siendo que es muy difícil adecuarse a ellos. Al principio, con sanidad de Teruel, que se comunicaba con una persona que le decía todo muy claro y las cosas funcionaban, pero luego, cuando empezó a ir en serio, quitaron el departamento, y tenía que llamar directamente a Madrid. Allí nadie sabía nada, le pasaban a mucha gente y no solucionaba nada. Hasta que daba con la persona que le podía atender, pasaba mucho tiempo. Sanidad te pedía unos papeles, ella pensaba que te los enviaban para rellenarlos, pero no fue así. No enviaban nada, la plantilla de todos los controles que tiene que hacer en su negocio la tenía que crear ella, según su propio criterio, rellenarla y enviarla.

Otro problema es que, aunque hablase español muy bien, había mucha nomenclatura nueva que tuvo que aprender y estudiar para solucionar el tema burocrático. Convalidarse la carrera también fue problemático por el tiempo, un año, y porque aquí no existe esa carrera, pero sin la carrera no podía iniciarlo porque tenía que tener algún tipo de titulación que acreditase que estaba capacitada para realizar esos productos. Si no, tendría que haber contratado a alguna Técnica de Laboratorio.

También la inversión inicial en muestras y materias primas. Toda la parte burocrática se la llevaba una gestoría, pero ella estaba muy pendiente de todo. Por ejemplo, ella se leyó los requisitos de una subvención y les tuvo que decir a los de la gestoría que podía acogerse a ella, porque a ellos se les escapó. No contó con apoyos porque quería hacerlo todo sola, para crear un proyecto completamente nuevo, pero se fijó en Matarraña Cosmética, que está en un pueblo cercano a Calanda y su modelo de negocio se asimilaba a lo que ella tenía en mente.

- Aspectos positivos, negativos e innovadores de emprender

Todas coinciden en lo mismo cuando hablamos de lo positivo: ser tu propia jefa. Ser la dueña de tu vida y tu tiempo, y realizarte como persona. También coinciden en lo negativo: nunca dejas de trabajar. Siempre te vas con trabajo a casa, aunque sea en la cabeza.

Lavandanna considera que lo más innovador es la permacultura y el multicultivo. Umami Ethical Food el realizar productos veganos. Chocolates Isabel explica muchas cosas: hacer chocolate desde la semilla, cuando empezaron, no había nadie en España que lo hiciera, y ahora mismo hay sólo 5. Trabajarlo de forma más sostenible también, todavía hoy siguen siendo las únicas en España que trabajan en ecológico y de comercio justo. Normalmente nadie elabora el chocolate desde el haba, en Aragón ni si quiera Lacasa, compra la pasta de cacao. La forma de hacerlo también es innovadora, porque normalmente se hace a nivel industrial, nunca se hace a nivel pequeño. Incluso tuvo que encargar maquinaria a EEUU para poder hacerlo.

La Ojinegra cuenta que todo su negocio es innovador porque está en constante evolución. Menciona la forma que tienen para adaptarse al territorio y a las circunstancias. Cuando van a dar charlas, hacen un estudio poblacional, con los recursos y productores que existen en la zona, para intentar fomentar las ventas del producto local, sea donde sea. Un ejemplo que explica es que, con el COVID, con todas las restricciones que existieron después del confinamiento, se adaptaron. Hicieron una cocina portátil (homologada) con ruedas que se podía llevar a cualquier exterior para que las personas no se tuviesen que juntar. Iwonana explica que lo más innovador es que muchos de sus productos los realiza específicamente para los clientes, ajustándose a sus necesidades.

- Divulgación y concienciación

Todas están bastante activas por redes sociales y suelen dar charlas de forma puntual. Coinciden en que ninguna realiza estas acciones para publicitar el negocio, siempre lo hacen con finalidad divulgativa, que fue uno de sus compromisos iniciales. La labor de su emprendimiento no es el beneficio económico, sino explicar estilos de vida sostenibles. Iwonatura y Umami Ethical Food actualmente no realizan acciones divulgativas porque no tienen tiempo, pero lo ven como una parte fundamental que quieren realizar en cuanto puedan.

- Percepción de las mujeres de su zona rural a partir el emprendimiento

La percepción de las mujeres se puede dividir en tres: la de Umami y Chocolates Isabel, la de Lavandanna y la Ojinegra, y la de Iwonatura. Las primeras opinan que las mujeres están en situación de discriminación respecto a los hombres. Además, no tienen suficiente información para desarrollarse a nivel personal y

profesional, y conciliar es muy complicado. Isabel dice: “veo un cambio de mentalidad en las mujeres, pero si no va acompañado de más servicios, no puede haber un cambio en las actitudes. Muchas quieren trabajar, pero si no tienen guardería, al final son ellas las que se quedan cuidando y no desarrollan su carrera laboral”. Ambas opinan que las mujeres son las que cubren los servicios que la Administración no ofrece en los medios rurales.

La opinión de Lavandanna y la Ojinegra es diferente por la situación histórica de su comarca, que ha dejado de ser exclusivamente minera hace menos de veinte años. Lavandanna menciona que las mujeres de más de 40 están buscando un puesto de trabajo porque nunca han tenido, siempre han trabajado como amas de casa porque el sueldo del marido minero era suficiente, y ahora lo tienen muy difícil. Sobre todo, lo quieren para tener una buena pensión cuando se jubilen. No hay iniciativa de ningún tipo. Sólo quieren un futuro económico asegurado. Están muy adaptadas al medio rural. Parece que algo cambia con las jóvenes. Las que estudian fuera y vuelven al pueblo tratan de hacer cosas, pero vuelven más chicos que chicas. En el sentido del papel tradicional de la mujer, sigue siendo igual: están hechas para tener hijos y cuidar la casa. La mujer deja de trabajar/hacer lo que le gusta sólo por cuidar a la pareja/hijos/dependientes. Cree que a nivel legal las mujeres no están discriminadas, pero a nivel interno sí, existe una brecha enorme. Ella dice textualmente: “las mujeres son las que desarrollan”.

La Ojinegra dice que las mujeres de la zona: “son mujeres fantásticas, pero son un colectivo definido como “soy mujer de minero”, están en otra onda a la no llevo, ni soy afín, ni nada. También tienen un arraigo muy terrenal de “sus ancestros”, una filosofía de vida muy de “esto siempre se ha hecho así”, y ahí están. No cambian sus acciones ni su forma de ser”. Cuando llegó a Alloza no había colectivos o asociaciones en red de mujeres que apoyasen su negocio. En el pueblo sólo estaban las amas de casa, un formato muy antiguo y aunque se hizo de la asociación para no estar excluida, no participaron en su emprendimiento ni querían cambiar su dinámica actividades. Seguían haciendo una merendola al trimestre en el campo y ya está, nada fuera de ahí.

Sí que hay mujeres que han emprendido, pero el resto, dice: “son muy comodonas, por la filosofía de vida que llevan. Como los mineros se prejubilaban y cobran unas pensiones importantes, no quieren emprender porque no les hace falta”. Desde la Ojinegra propusieron a las mujeres hacer un obrador compartido para hacer algo, y lo rechazaron. Ni si quiera sabían que era un obrador, y lo de compartir no les sonó bien. Quieren estabilidad y comodidad, trabajar, si trabajan, por cuenta ajena. También, si las mujeres tienen hijos, es muy difícil conciliar. Por ejemplo, tanto ella como su marido, necesitan a parte de la familia o gente del pueblo que esté con sus hijos. Si les pasa algo a sus hijos y están hospitalizados, se tienen que dividir, porque el banco no va a entender que este mes no ha pagado la hipoteca porque ha tenido que estar un mes con su hijo en el hospital.

Iwonatura cuenta que, según su opinión, al principio cuando iba a Calanda le gustó mucho el ambiente que había, pero luego, cuando quiso emprender el proyecto, le molestaban mucho las mujeres que iban al bar y eran muy escandalosas, ellas estaban en la plaza del pueblo pasándoselo bien, y ella estaba pensando en el trabajo, le molestaba ese comportamiento. No eran todas, pero eran las que más se veían. También dice que esto puede ser porque se centraba demasiado en el trabajo, y que puede ser que necesitase estar también un poco como ellas. Conoció a más chicas como ella y se llevó muy bien. Ve que hay mujeres que trabajan y llevan la casa, que siempre han hecho lo mismo, y están sobre saturadas, no tienen tiempo para ellas, pero cuesta mucho cambiarlo. Muchas mujeres no dejan ni enseñan a sus hijos a hacer nada en casa, y a sus hijas les enseñan a hacerlo todo. Cuando sus hijos se casan y su mujer les dice que hagan cosas en casa, la propia madre es la que se queja porque los hombres no deberían hacer eso.

También dice que las mujeres juegan un papel importante. Son las que cuidan, organizan y hacen muchas cosas. Se mueven mucho más que los hombres y tienen capacidad para realizar diversas tareas, aunque no se ve.

- Entorno natural y emprendimiento

Todas coinciden en que una ventaja que aporta el entorno natural local a sus negocios es el turismo que atrae, el poder desconectar y tenerlo cerca. El entorno natural juega un papel primordial en Lavandanna. Ella quiere hacer todo lo que se pueda para contribuir a su medio natural directo, pero este también le proporciona beneficios en su negocio. La Ojinegra explica algo similar, ella aporta al entorno natural, pero este también le aporta a ella. Habla con los forestales para preguntar dónde puede ir a recoger biomasa para su negocio, y así también limpia los bosques para prevenir incendios. También hacen paseos etnobotánicos, para reconocer plantas medicinales del entorno y volver a la tradición de la fitoterapia, promueven el agroturismo, los paseos por la naturaleza, entre otros, y también que sea inclusivo.

Umami y Chocolates Isabel no ven ninguna ventaja que el medio natural local aporte directamente a su negocio. Lo que ellas aportan al entorno natural, aunque no sea al entorno natural directo, son varias cosas. Umami menciona que su proyecto ayuda a que nos paremos a pensar en cosas como la deforestación. Ese es uno de los objetivos que persigue el movimiento vegano.

Chocolates Isabel explica que la energía que utiliza en el obrador/tienda es de origen 100% renovable (se la proporciona Gesternova) y está certificada con EkoEnergía (primera etiqueta internacional que certifica este origen), aprovecha la luz natural mediante tubos solares (llevan luz solar donde no se pueden instalar ventanas), los envases no tienen plástico y los que usa son bioplásticos-PLA (biodegradable y compostable), en días concretos realiza acciones para conservar el medio ambiente (por ejemplo, el 26 de noviembre, en vez de celebrar el Black Friday y fomentar el consumismo, celebra el Green Friday, y por cada pedido que se realiza, planta un árbol en colaboración con Plant for the Planet), etc. Siempre mira la forma de cultivo del cacao, que sea sostenible, y también va a las zonas donde el cacao se cultiva para explicar cómo hacerlo de una forma más respetuosa con el medio ambiente.

Iwonatura dice que las ventajas que el entorno natural le aportan son sobre todo a nivel personal, pero también laboral, ya que todos sus productos vienen del entorno natural, algunos del local y otros no. También ella ayuda a la conservación del entorno natural global porque la elaboración de sus productos, las materias primas y los envases, son sostenibles y respetuosos con el medio ambiente.

- Entorno social rural y emprendimiento

Todas coinciden en que aporta tranquilidad. Para Lavandanna, es un lugar donde se está feliz y se tienen menos gastos que en una ciudad. Cree que es el futuro, es necesario vaciar las ciudades para que se cumpla el desarrollo sostenible. Eso sí, opina que se está deteriorando porque todavía no se han dado cuenta de que está pasando.

Umami cree que vivir en el pueblo es calidad de vida. Sí que se da cuenta de que faltan servicios (por ejemplo, ella que es vegana tiene muy difícil salir a tomar un café). Chocolates Isabel también opina que el medio rural se está deteriorando, sobre todo con lo que ha ocurrido con la central térmica de Andorra (Teruel) y la problemática de los parques eólicos.

Las ventajas o desventajas que la población rural aporta a su negocio son diferentes para cada una. Lavandanna explica que al inicio le faltó apoyo de la gente del pueblo y del Ayuntamiento porque no creían en ella. El Ayuntamiento ya ha cedido un poco y le ha dado tierras, pero 4 años después. La Ojinegra cree que hay más apoyo social en el pueblo para que el negocio salga adelante que si estuviese en una ciudad.

De hecho, durante la pandemia (post-confinamiento), la gente del pueblo fue a consumir a la terraza del bar aunque hiciese mucho frío. También han cuidado un montón y cuidan a sus hijos. Los inconvenientes que menciona es que se sabe todo, que como alguien te coja manía/te encasille/mote feo (si eres de fuera) ya no tendrás buen recibimiento y te costará más integrarte.

Chocolates Isabel y Umami mencionan que en Alcorisa hay mucho movimiento asociativo y se realizan muchas actividades muy diversas, por lo que en ese sentido se puede decir que el pueblo tiene mucha vida.

Lo que los negocios aportan al medio rural también es muy diferente. Lavandanna pretende ampliar el negocio y que haya más puestos de trabajo para personas del pueblo, sobre todo mujeres. En la Ojinegra quieren pueblos vivos, llenos de cultura, por eso las actividades que hacen están abiertas a todo el mundo y no sólo a clientes. También, en las charlas que hacen en ciudades, intentan compartir y transmitir el sentimiento de amor a lo rural, para captar a más población para que vaya a vivir. Generan empleo de forma indirecta y apoyan las nuevas iniciativas: montan una nueva panadería en el pueblo, compran pan ahí.

Umami busca hacer talleres o catas de degustación que mueva a la gente a salir, a traer a gente de otros sitios y juntarse. También tiene planeado contratar a gente de la localidad en su emprendimiento. Chocolates Isabel crea puestos de trabajo, sólo contrata a mujeres de zonas rurales. La tienda física en Alcorisa tiene señalización en braille, colabora con RedEM+ (asociación que facilita el acceso al mercado laboral a mujeres con diversidad funcional en el medio rural), las personas de ATADI de Alcorisa (Asociación de personas con diversidad funcional de Teruel) realizan el montaje de las cajas de uno de sus productos. También contribuye a mejorar el entorno social en general mediante otras acciones. Por ejemplo, en la tienda online aplica descuentos del 20% a familias monomarentales/parentales, la web tiene un formato de accesibilidad para personas con discapacidad visual. Al trabajar certificadas en Comercio Justo mejoran también las condiciones de vida de las personas de países del sur que cultivan las materias primas que utilizan. Aunque el negocio esté situado en una zona rural pequeña, no significa que solamente pueda a mejorar el entorno social de allí.

Iwonatura cree que Calanda es una zona que no se está deteriorando porque hay muchas oportunidades laborales y porque está cerca de Alcañiz, donde hay muchos servicios. También explica las desventajas que el medio rural le aporta. La gente del pueblo no le compra productos. Además, mucha gente es reacia a probar cosas nuevas, o dejar de utilizar cosméticas/productos convencionales por cosas naturales y más sostenibles. No intenta cambiar a la gente porque es muy difícil esforzarse y ver que no te hacen caso, eso la desmoralizaría. Persiste mucho el dicho de: “así se ha hecho siempre”. Los precios tampoco ayudan, porque es verdad que son más caros que los productos convencionales, pero hay un matiz importante. Lo explica poniendo un ejemplo de cuidado capilar: “las marcas te venden el champú, la mascarilla, el acondicionador y más productos para dejarte un pelo estupendo. Todos son baratos, pero tienes que comprarte todos para que hagan efecto, por lo que al final te gastas 50 euros o más”. Ella sin embargo vende un champú que hace todo eso, y lo vende por 15 euros y claro, en comparación con el otro champú, es más caro, pero no ven que en realidad es un ahorro. A veces ella, que echa aceite esencial a su hijo cuando se hace alguna herida, y la ve otra madre, le grita: échale mercromina o agua oxigenada, no eso. Ella sabe que va mejor, sino no se lo pondría, pero no se mete a discutir porque no sirve para nada.

- Expectativas de futuro de la iniciativa emprendedora

Todas confían en que el futuro va a ser mejor, que la gente va a estar más concienciada sobre la repercusión de sus acciones, sobre todo en el consumo. Un matiz que señala Iwonatura es que si esto tiene lugar bajarán los precios de la materia prima y se podrá vender más y más barato.

7. CONCLUSIONES

La conclusión que extraigo después de las entrevistas es que se confirma la hipótesis: las iniciativas empresariales de estas mujeres contribuyen de manera relevante al desarrollo sostenible local y rural. También, después de la revisión bibliográfica se confirma que el medio rural es un factor clave para la consecución de los Objetivos de Desarrollo Sostenible, gracias a diversos motivos que se señalan dentro de los documentos de Naciones Unidas. Realizar acciones que fomentan y favorecen el desarrollo sostenible es más sencillo en zonas rurales que en zonas urbanas, tales como la economía circular, consumir productos de cercanía, reducir los residuos, entre otros. Como se ha señalado, el metabolismo de los asentamientos humanos es lo que genera mayor o menor cantidad de contaminación, y en las zonas rurales es mucho menor.

Desgraciadamente, tal y como vemos en el apartado que habla del medio rural en España, también se cumple la parte negativa de la hipótesis: existe escasez de infraestructuras y servicios. Tal y como queda reflejado en los resultados de la investigación, siguen persistiendo las barreras tradicionales del medio rural para el desarrollo de la población. Esto hace que las personas que decidan vivir en el medio rural tengan que renunciar a diversos aspectos como salud, educación, servicios sociales o conexiones, entre otros. Residir en el medio rural también es sinónimo de desigualdad respecto al medio urbano. También hemos visto que dentro del medio rural existen desigualdades sociales entre sus habitantes. Por tanto, hay personas residiendo en estas zonas que pueden sufrir varias desigualdades: las causadas por la escasez de servicios e infraestructuras, y las causadas por ser mujer, queer, dependiente o migrante, entre otros.

Por esta razón, las iniciativas estudiadas tienen especial valor, y las mujeres que las emprenden, porque han sido ejemplos de personas que han podido derribar estas barreras y han sabido aprovechar el potencial de las zonas rurales. También son fundamentales porque pueden contribuir, en el medio plazo, a que las administraciones públicas implementen más políticas públicas adecuadas a este espacio, porque como vemos, han tenido muchas dificultades a la hora de iniciar su emprendimiento, y la mayoría están relacionadas con la administración, la poca adaptabilidad que tiene tanto al medio rural como a iniciativas innovadoras. Aunque medioambientalmente el medio rural sea un factor clave para la sostenibilidad, estas desigualdades hacen que muchas personas no puedan disfrutar de la calidad de vida que ofrecen las zonas rurales.

Centrándonos en la situación de las mujeres, ya hemos hablado de que, según datos de la REDR, la tasa de ocupación masculina del medio rural era 12,2 puntos mayor. Esto ocurre porque, tal y como menciona también la REDR, las mujeres son las encargadas de cubrir aquello que los servicios públicos no cubren. Muchas mujeres del medio rural tienen trabajo, pero no todas tienen empleo porque este trabajo no remunerado es demasiada carga. Aquí recalcamos de nuevo la importancia de las mujeres de esta investigación: rompen con el papel tradicional de la mujer rural, abriendo camino a futuras generaciones de mujeres rurales para el emprendimiento desde el empoderamiento.

También podemos encontrar aquí la explicación a las cifras tan dispares que hemos visto de mujeres residiendo en zonas rurales y urbanas, en este caso en Aragón. En toda la Comunidad, residen más hombres que mujeres, exceptuando la ciudad de Zaragoza. Esto puede significar que las mujeres ven que la única forma que ven para desarrollarse personalmente está en la ciudad, porque en las zonas rurales tienen demasiados impedimentos.

Las conclusiones socioeconómicas de las entrevistas podemos centrarlas en el empleo. Por una parte, estos negocios contribuyen al mantenimiento de empleo estable y con crecimiento sostenible en el tiempo, ya que empezaron siendo muy pequeños y han ido creciendo poco a poco. El empleo es un factor económico pero también es un factor social, de integración o exclusión. En este caso, los emprendimientos de las

mujeres autóctonas generan empleo directo e indirecto en la zona, y se preocupan mucho por esto. Así, contribuyen a la integración de muchas personas que residen en las zonas cercanas a sus negocios, pudiendo tener ingresos a fin de mes que les permita tener un nivel de vida digno, favoreciendo la sostenibilidad social y económica local. Iwonatura no puede generar empleo local porque su modelo de negocio todavía no le permite contratar a más personal, y tampoco existen materias primas en su zona más próxima que se adecúe a lo que ella necesita para hacer los productos de forma natural y sostenible. También es la que ha dicho con más claridad que las personas que viven en las zonas rurales son complicadas de atraer para consumir de forma diferente a la tradicional, que tienen un modelo demasiado centrado en el “siempre se ha hecho así”, y que no apoyan mucho las iniciativas innovadoras.

Sus actividades, como se ha dicho, son innovadoras en el territorio, por lo que abren nuevas oportunidades de negocio en el mismo, generando impacto social. Las personas que tengan en mente un proyecto diferente a lo tradicional pueden fijarse en estos modelos de negocio como base de que se puede crear algo que no se haya hecho nunca, y que tenga éxito. Ellas piensan en el legado. Belén comentó que inició el proyecto en el 2002, cuando no se conocía qué era el desarrollo sostenible y todavía menos en Teruel. Absolutamente nadie apostaba por ella y su burocracia todavía fue más complicada, pero a día de hoy se siente muy orgullosa de haber allanado el camino a generaciones venideras para poder crear un negocio igual o similar al suyo. Todas están dispuestas a asesorar o echar una mano a quien necesite para poder emprender. Lo hacen, sobre todo, porque piensan en aportar a la sostenibilidad social de la zona, en este caso a la comunidad, porque saben que, si no, el territorio está condenada a morir. Tienen claro que competir para ver quién es mejor, o eliminar a negocios similares para tener un monopolio es un error. Ahora mismo la zona necesita emprendimientos, y, sobre todo, apoyarse las unas a las otras para que funcione, porque como hemos visto, a veces es complicado que la población rural apoye estas iniciativas, siguen teniendo un pensamiento demasiado tradicional.

Esta afirmación se confirma también con los datos que hemos visto sobre los jóvenes en España y Europa. La mayoría de los jóvenes se ven obligados a migrar a zonas urbanas por la escasez de oportunidades laborales y en el mercado de la vivienda de alquiler. Este motivo hace que sea importante apoyar las iniciativas de los jóvenes, para conseguir que se asienten en el medio rural y atraigan a más población, favoreciendo también la sostenibilidad social de las zonas rurales y que se revierta o se frene la despoblación. Otra parte importante que menciona la mayoría de las entrevistadas es que el apoyo familiar ha sido indispensable para poner en marcha su negocio, y sigue siendo fundamental para mantenerlo. Vemos que la familia en las zonas rurales es importante para facilitar la puesta en marcha de proyectos.

En relación con la sostenibilidad medioambiental, todas las entrevistadas lo ven como un factor transversal en su negocio. Por eso no se limitan a conseguir solamente beneficio económico con su negocio, priorizan el respeto al medio y a la naturaleza mediante sus productos y servicios, pero también con la divulgación. Por ejemplo, Lavandanna actualmente no gana dinero con el rancho. Es más, ella trabaja de otra cosa y parte de sus ingresos los está destinando a este proyecto, pero para ella esto merece la pena por todo lo que aportará cuando esté finalizado. Aunque cueste, ellas apuestan por este modelo de negocio, y luchan por conseguirlo.

En definitiva, el medio rural es importante para la sostenibilidad en el sentido amplio de la palabra, pero no podemos empujar a la gente a vivir en zonas sin infraestructuras ni servicios, o donde no puedan realizar su proyecto laboral y personal con mayor dificultad que en zonas urbanas. La gente tiene que poder decidir entre vivir en una zona rural y en una zona urbana, pero esa decisión no se tiene que ver condicionada por la disminución de calidad de vida en todos los sentidos. Si esto sigue así, el reclamo hacia las zonas rurales va a continuar siendo inútil. Las zonas rurales son clave para el medio ambiente, pero la igualdad de derechos y servicios entre las personas es primordial para revitalizar y hacer un reclamo a que la gente resida en estas zonas.

8. BIBLIOGRAFÍA

- Agudo, A. (25 de septiembre de 2020). Nada que celebrar y todo por hacer en el quinto aniversario de los Objetivos de Desarrollo Sostenible. *El País*. Obtenido de https://elpais.com/elpais/2020/09/23/planeta_futuro/1600877986_943837.html
- Asamblea General de la ONU. (13 de septiembre de 2000). *Declaración del Milenio*. Obtenido de <https://www.un.org/spanish/milenio/ares552.pdf>
- Comarca a Comarca. (s.f). *Situación, límites y extensión*. Obtenido de Geografía de Aragón: <https://www.comarcaacomarca.com/geografia-de-aragon/situacion>
- Comisión Económica para América Latina y el Caribe (ONU). (2017). *Objetivos, metas e indicadores ODM*. Obtenido de Objetivos, metas e indicadores oficiales: <https://www.cepal.org/es/temas/objetivos-de-desarrollo-del-milenio-odm/objetivos-metas-indicadores-odm#ODM1>
- Departamento de Asuntos Económicos y Sociales, Naciones Unidas. (19 de mayo de 2021). *Sin dejar a ningún pueblo atrás*. Obtenido de Noticias: <https://www.un.org/development/desa/es/news/policy/world-social-report-2021.html>
- Department of Economic and Social Affairs, United Nations. (2021). *World Social Report 2021, Reconsidering Rural Development*. ONU. Obtenido de https://www.un.org/development/desa/dspd/wp-content/uploads/sites/22/2021/05/World-Social-Report-2021_web_FINAL.pdf
- Duarte, C. M. (2007). *Cambio global: Impacto de la actividad humana sobre el sistema tierra*. Madrid, España: Editorial CSIC.
- García, E. (2019). *Medio Ambiente y Sociedad*. Madrid, España: Alianza Editorial.
- GEO-4. (2007). *Perspectivas del medio ambiente mundial*. Roma: rganización de las naciones unidas para el Medio Ambiente.
- Gobierno de Aragón. (21 de enero de 2022). *Información estadística del padrón, estimaciones y proyecciones de la población y censos de población*. Obtenido de Datos de población y censos demográficos: <https://www.aragon.es/-/cifras-de-poblacion-y-censos-demograficos>
- Instituto Aragonés de Estadística. (2011). *Indicadores demográficos. Densidad de población*. Obtenido de https://aplicacionesportalaragon.aragon.es/tablas/iaest/areas-tematicas/02-demografia-y-poblacion/02_indicadores_demograficos/densidad_poblacion.html
- Naciones Unidas. (2015). *Objetivos de Desarrollo del Milenio, Informe de 2015*. Nueva York: Naciones Unidas. Obtenido de Objetivos de Desarrollo del Milenio: <https://www.manosunidas.org/sites/default/files/informe2015-odm.pdf>
- Naciones Unidas. (2020). *Informe de los Objetivos de Desarrollo Sostenible 2020*. ONU. Obtenido de https://unstats.un.org/sdgs/report/2020/The-Sustainable-Development-Goals-Report-2020_Spanish.pdf
- Naciones Unidas. (2021). *Informe de los Objetivos de Desarrollo Sostenible 2021*. ONU. Obtenido de https://unstats.un.org/sdgs/report/2021/The-Sustainable-Development-Goals-Report-2021_Spanish.pdf

- Naciones Unidas. (s.f.). *Conferencia de las Naciones Unidas sobre el Medio Humano, 5 a 16 de junio de 1972, Estocolmo*. Obtenido de Conferencias | Medio ambiente y desarrollo sostenible: <https://www.un.org/es/conferences/environment/stockholm1972>
- Naciones Unidas. (s.f.). *La Agenda para el Desarrollo Sostenible*. Obtenido de Objetivos de Desarrollo Sostenible: <https://www.un.org/sustainabledevelopment/es/development-agenda/>
- Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación y la Agricultura. (2019). *Indicadores*. Obtenido de Objetivos de Desarrollo Sostenible: <https://www.fao.org/sustainable-development-goals/indicators/5a1/es/>
- Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación y la Agricultura. (2022). *Indicador 5.a.1 - (a) Proporción del total de la población agrícola con derechos de propiedad o derechos seguros sobre tierras agrícolas, desglosada por sexo; y (b) proporción de mujeres entre los propietarios o los titulares de derechos sobre tierras agr.* Obtenido de Objetivos de Desarrollo Sostenible: <https://www.fao.org/sustainable-development-goals/indicators/5a1/es/>
- Portal Europeo de la Juventud. (2018). *Capacitar*. Obtenido de Estrategia de la UE para la Juventud: https://europa.eu/youth/strategy/empower_es
- Portal Europeo de la Juventud. (2018). *Conectar*. Obtenido de Estrategia de la UE para la Juventud: https://europa.eu/youth/strategy/connect_es
- Portal Europeo de la Juventud. (2018). *Involucrar*. Obtenido de Estrategia de la UE para la Juventud: https://europa.eu/youth/strategy/engage_es
- Portal Europeo de la Juventud. (2018). *Metas de la juventud europea*. Obtenido de Estrategia de la UE para la Juventud: https://europa.eu/youth/strategy/european-youth-goals_es
- Red Española de Desarrollo Rural. (2022). *La juventud es más que una palabra, Diagnóstico, políticas y oportunidades para la juventud rural en España*.
- Tolosa, L. (18 de septiembre de 2021). La juventud migrante renueva la España rural despoblada. *El País*. Obtenido de <https://elpais.com/espana/2021-09-18/la-juventud-migrante-renueva-la-espana-rural-despoblada.html>
- UNICEF. (2015). *5 diferencias entre los Objetivos de Desarrollo del Milenio y los Objetivos de Desarrollo Sostenible*. Obtenido de UNICEF: <https://www.unicef.es/noticia/5-diferencias-entre-los-objetivos-de-desarrollo-del-milenio-y-los-objetivos-de-desarrollo>
- Universidad de Las Palmas de Gran Canaria. (1 de 1981). *Biblioteca Universitaria*. Obtenido de Estrategia mundial para la conservación : la conservación de los recursos vivos para el logro de un desarrollo sostenido: <https://mdc.ulpgc.es/cdm/ref/collection/aguayro/id/1922>