

*“La unión de lo rural y la mujer es un binomio imprescindible en el contexto mundial que hay que preservar, empoderar y poder cuantificar con estadísticas fiables, entre otras cosas porque su representatividad es importante”.*

**Ana Castelló Puig**

Profesora Departamento de Geografía y Ordenación del Territorio  
Universidad de Zaragoza

*“Las emprendedoras del siglo XXI en el medio rural son conscientes de que no tienen horarios de oficina para sacar adelante sus proyectos, sino que éstos requieren de una dedicación completa para ser competitivos. Sin embargo, y a diferencia de sus progenitoras, quienes trabajaban con muchas ganas aun cuando ya no quedaban ganas, ellas sí que han sabido organizarse para poder disfrutar de algún tiempo libre en el que descansar, formarse o hacer otras actividades al margen de su trabajo”.*

**María Inmaculada Hervás Moreno**

Doctoranda Departamento de Geografía y Ordenación del Territorio  
Universidad de Zaragoza



# EMPRENDEDORAS EN EL MEDIO RURAL. LA VISUALIZACIÓN DE LA MULTIFUNCIONALIDAD DEL TERRITORIO

Ana Castelló Puig<sup>1</sup>

María Inmaculada Hervás Moreno<sup>2</sup>

## El camino hacia la multifuncionalidad

Después de varios siglos de indiferencia e incluso de olvido del medio rural, el proceso de globalización actual se presenta como una oportunidad y un reto, que las zonas rurales están aprovechando para estar presentes en el contexto mundial, con nuevas formas de innovación y de participación económica, social, cultural y ambiental.

Hasta finales del siglo pasado, lo rural y todo lo que lleva consigo, incluida la población y por supuesto las mujeres, ha sido sinónimo de atraso, desequilibrio, pobreza, marginación..., porque en el modelo imperante, nacional –y podemos decir que mundial y global–, derivado de las políticas macroeconómicas con base en la industria y en las ciudades, predominaban las políticas sectoriales, los procesos de decisión descendentes, centralizados, que han discriminado y marginado a una parte de la población y generado periferias y zonas excluidas del desarrollo, con los consiguientes resultados de despoblación, desequilibrio poblacional y territorial y pérdida de identidad.

Ha sido un modelo incapaz de resolver los problemas de “todos” los habitantes poniendo de manifiesto su debilidad como modelo de desarrollo, al ignorar a la mayoría de la población e incluso marginarla, aunque no sea de manera premeditada.

1. Profesora Titular en el Departamento de Geografía y Ordenación del Territorio. Universidad de Zaragoza.

2. Doctoranda Departamento de Geografía y Ordenación del Territorio. Universidad de Zaragoza.



El punto de inflexión en la revalorización del medio rural y también de la mujer en general, se produce al final del siglo pasado, década de los 80, cuando se inicia el debate del cambio de paradigma hacia el modelo de desarrollo humano y sostenible. Se cambia la consideración del medio rural identificado sectorialmente con la actividad agraria por una nueva conceptualización multifuncional, y el territorio es algo más que el soporte-espacio sobre el que se asientan las diversas actividades. De esta forma, el territorio es considerado un agente más del desarrollo, resultado de la integración del espacio, los agentes sociales, los mercados, las políticas públicas y la gente en general, con una singular caracterización fruto de la organización propia y de la cohesión entre todos los elementos participantes en su construcción territorial.

La Comisión Europea toma conciencia de la importancia del medio rural e inicia un proceso, en 1986, con la publicación de *El futuro del mundo rural* donde considera la diversidad de los espacios rurales, más allá de una simple delimitación geográfica, con un tejido económico y social que comprende actividades muy diversas. Esta conceptualización se va enriqueciendo en distintos momentos con la declaración de CORK, en 1996, la Agenda 2000 y la actual programación de acuerdo con la Estrategia Europea 2020. Y esto es así porque la UE se da cuenta que no puede consentir la existencia de un mundo rural vacío y abandonado. Las áreas rurales son consideradas patrimonio colectivo a preservar y de ahí que sea imprescindible programar políticas públicas de desarrollo rural. Es una cuestión de solidaridad interterritorial para que no queden abandonadas y fuera del proceso de desarrollo general.

Hay que recuperar la autoestima que nunca se debió perder y favorecer, en definitiva, la superación de la exclusividad del trabajo agrario por la multifuncionalidad. Así, el medio local se incorpora al sistema global, como un eslabón más, perfectamente interconectado entre las distintas redes territoriales y las mujeres son el pilar fundamental que está haciendo posible la interconexión local-global.

La política europea comunitaria está impregnada de esta filosofía. El cambio hacia el Desarrollo Local se inicia cuando se añade a lo económico la dimensión social, la cultural y la medioambiental y las propuestas van encaminadas a los temas de Desarrollo Humano y Desarrollo Sostenible.

Así el espacio físico, el territorio, pasa a ser espacio vivido, sentido, creado y recreado. Significa tener en cuenta las necesidades inmateriales, no cuantificables y de carácter social, cultural, mental y psicológico; toda la dimensión humana. Se



debe recordar que la calidad de vida de los ciudadanos, sigue dependiendo de la situación de su entorno local más inmediato y si se procura el desarrollo de las personas se obtiene el respectivo de los pueblos y países, pero no al revés. La propuesta sobre Desarrollo Humano defiende el protagonismo de la persona, del “ciudadano del siglo XXI”, visionario para anticipar acciones y con ilusión para cambiar la realidad que le disgusta, responsable, para asumir y compartir los resultados de las acciones colectivas y emprendedor con capacidad para aprender y reciclarse continuamente, que entiende el cambio como una oportunidad y no como una amenaza (RODRÍGUEZ-FERRARA, J. C., 1997). Todas las personas son necesarias y todas tienen que participar. Por eso el protagonismo de la mujer ha ido creciendo día a día. Estamos ante una nueva sociedad, una nueva forma de pensar y actuar que garantiza el desarrollo de todas las personas sin exclusión.

En estas nuevas propuestas las mujeres son protagonistas indiscutibles, con un bagaje de experiencia que se debe poner en valor en el entorno más inmediato para el trabajo colectivo que supone avanzar y actuar en acciones comunes en el ámbito donde están viviendo. Y sobre todo se ha demostrado imprescindible la participación de la mujer en la propuesta de Desarrollo Sostenible, que es el contexto donde mejor se materializa el Desarrollo Local, porque hay que actuar movilizand o todos los recursos materiales y humanos, reales y potenciales, con acciones durables, que no hipotequen el futuro de las generaciones venideras.

No se trata de sustituir a nadie, ni de sobredimensionar las potencialidades de las mujeres. Antes no teníamos tanto protagonismo porque el modelo establecido era centralizado y estaba carente de valores democráticos que hicieran posible la participación. A ello cabría añadir, además, la tradicional condición de marginación por cuestiones religiosas, culturales, familiares, el predominio y especialización de la actividad agraria, con poca o nula diversificación, etc. Ahora, en este nuevo modelo se ha introducido el humanismo, se ha reinterpretado lo local y se han democratizado las actitudes, la multifuncionalidad es posible y deseable, las nuevas tecnologías de la información y comunicación, que nos conectan con todo el mundo son una realidad, nuestros estilos de vida y de consumo han cambiado y han dado un giro de 360°. Pero, sobre todo, la valoración de la persona y la difusión de los valores de la mujer han contribuido a cambiar la tradicional asignación social de los papeles que le atribuían en razón del género.

La prioridad en la mayor parte de los países europeos, entre ellos el nuestro, es conseguir la integración de la igualdad de oportunidades entre mujeres y



hombres en el desarrollo local y regional. Y para ello han proliferado propuestas y objetivos para conseguir la integración de la mujer en los procesos de desarrollo.

La Comisión Europea adoptó la decisión de integrar la política de igualdad de oportunidades entre hombres y mujeres en el conjunto de políticas comunitarias e insta a los gobiernos, instituciones académicas, ONG's y colectivos en general que celebren actos para conmemorar el día de la mujer en sus diferentes facetas.

Por lo que se refiere al desarrollo rural en general, no ha habido políticas específicas al margen de las destinadas al sector agrario; y, las primeras medidas de apoyo al medio rural, priorizando la actividad emprendedora de la mujer, se han producido con las Iniciativas Comunitarias, fundamentalmente LEADER, acrónimo de las iniciales de su denominación en francés, Liaisons Entre Activités de Développement de l'Économie Rurale (Relaciones entre Actividades de Desarrollo de la Economía Rural), en sus diferentes periodos de programación, desde 1991 hasta la actualidad, ya que la PAC es sectorial y LEADER es territorial y afecta a toda la sociedad en general y revaloriza todos los recursos endógenos materiales e inmateriales presentes y potenciales.

La Ley de Desarrollo Sostenible (Ley 45/2007) incluye como medida para incentivar la diversificación económica del medio rural "establecer programas específicos de apoyo a las iniciativas locales de desarrollo rural", según el enfoque LEADER, que contempla como beneficiarios prioritarios a las mujeres y jóvenes; y lo mismo la programación 2014-2020 dentro de las prioridades y especificidades ha tenido en cuenta el medio rural y la población en general incluidas las mujeres.

*La Estrategia Europa 2020* señala que el núcleo de la próxima Europa debería estar constituido por tres prioridades: crecimiento inteligente, es decir, desarrollo de una economía basada en el conocimiento y la innovación; crecimiento sostenible, o lo que es lo mismo, promoción de una economía que utilice más eficazmente los recursos, que sea verde y más competitiva; y, crecimiento integrador, fomentando una economía con un alto nivel de empleo que redunde en la cohesión económica, social y territorial.

La unión de lo rural y la mujer es un binomio imprescindible en el contexto mundial que hay que preservar, empoderar y poder cuantificar con estadísticas fiables entre otras cosas porque su representatividad es importante.

Más del 91% del territorio de la UE es rural y más del 51% de la población de la UE-27 vive en zonas rurales y hay que preservar su heterogeneidad, la variedad



de paisajes, de lenguajes, de culturas..., de los que se derivan diferentes hábitos de consumo, de efectos esenciales para el desarrollo de determinados sectores de producción, transformación, distribución de alimentos (agroindustria en general). Y en el caso de Aragón, el 97'12% del territorio y el 40% de su población se considera rural (GA, 2014).

Ante esta situación, como ciudadanas interesadas por la situación del mundo global, es decir, por la localidad, comarca, región, nación y el mundo en general, hay que seguir el consejo de un antiguo ejecutivo de UNICEF (JAMES GRANT) que al ver lo preocupados que estaban todos los mandatarios por el futuro del mundo les dijo: "En lugar de preocuparnos por el futuro vamos a trabajar para crearlo". Esto es emprender, trabajar cada una en su entorno según sus posibilidades, habilidades y circunstancias y compartir entre todas por un futuro mejor con sus éxitos y sus fracasos. Caminar y avanzar supone siempre asumir riesgos y la posibilidad de cometer errores; es natural, el que no hace nada seguro que no los comete.

El ejemplo de las emprendedoras que analizaremos en las páginas siguientes es fiel reflejo de esta filosofía.

La relación con el territorio y con los recursos endógenos es primordial en todos los casos; han unido el saber hacer tradicional de las generaciones anteriores con las oportunidades que les ha brindado el territorio en la actualidad y todo ello impregnado de la filosofía de la metodología LEADER.

En los tres proyectos hay un denominador común que hace referencia a la condición de exclusión histórica del medio rural en el que se insertan; el proceso dominante de desarrollo neoliberal que ha impuesto sus reglas hasta fechas muy recientes y que intenta recuperar posiciones en la actualidad, dio la espalda a las zonas rurales, con claros objetivos sectoriales y cuantitativos.

En los tres casos de empresas que vamos a presentar, el objetivo ha sido construir un proyecto de desarrollo local a través de acciones económicas pero también sociales, culturales y ambientales, de acuerdo con una nueva manera de concebir el desarrollo rural con enfoque integral aprovechando los recursos endógenos y cuidando la calidad de las acciones y de las relaciones con los demás. Se trata, en definitiva, de poner un granito de arena en la construcción del capital social, para facilitar el desarrollo de sinergias que hagan posible la gestación de otras actividades empresariales que contribuyan a fijar la población e incluso a incrementarla a medio y largo plazo en sus respectivos territorios.



## Las enseñanzas de la metodología LEADER

Para la puesta en marcha de los tres proyectos ha sido de gran ayuda contar con el asesoramiento de los respectivos Grupos de Acción Local y de la ayuda asignada a través de LEADER, puesto que esta Iniciativa europea ha introducido una metodología de trabajo, compatible con la diversidad del medio rural, para conseguir que lleguen a él las oportunidades de trabajo. Después de más de veinte años de recorrido, ha demostrado su eficacia sobradamente porque los resultados son satisfactorios en la gran diversidad de zonas rurales europeas, españolas y, en nuestro caso, aragonesas.

Junto con otras Iniciativas Comunitarias, nace con la reforma de los Fondos Estructurales (1989-1993) y marca el inicio del enfoque territorial, que supone la elaboración de estrategias a partir de la consideración de todos los componentes que conforman el capital territorial, con el enfoque ascendente (*bottom-up*) para elaborar el “proyecto de territorio”, que es la piedra angular de la metodología LEADER.

LEADER ha contribuido a introducir en el mundo rural una nueva forma de hacer, de pensar, de relacionarse la gente porque en su enfoque de desarrollo aglutina conceptos procedentes de las corrientes alternativas de desarrollo en plena efervescencia en los años noventa del siglo pasado y desde sus orígenes en 1991, (LEADER I) va perfeccionando el método hasta llegar a considerar el desarrollo humano y sostenible como meta fundamental a conseguir en el desarrollo rural.

El planteamiento ascendente, el enfoque territorial, multidimensional, descentralizado, integral innovador, cooperativo,... es un enfoque innovador que según FARELL (2003) aglutina o se resume en dos ideas principales: la proximidad y la creación de enlaces y redes. La proximidad a los territorios (enfoque territorial), a las personas (enfoque desde abajo), a las actividades (descentralización de decisiones y de financiación); y en cuanto a la creación de enlaces, éstos se establecen entre los territorios (redes), entre los ciudadanos y las organizaciones (asociación público-privada y creación de los GAL) y entre las actividades (método integrado o multisectorial).

Para gestionar todos los proyectos se han puesto en marcha los Grupos de Acción Local (GAL), que ha sido uno de los logros más importantes porque ha favorecido la cooperación público-privada, que ha logrado movilizar el capital



privado de manera sorprendente, la generación del capital social en los territorios y una gobernanza territorial, que no hubiera sido posible sin esta metodología de trabajo, y que ha sido exportada a otras comarcas no beneficiarias de la Iniciativa LEADER.

Para corroborar lo que hemos expuesto y constatar la realidad con la implementación de proyectos concretos en el territorio, vamos a exponer tres casos elegidos, uno en cada provincia de la Comunidad Autónoma de Aragón, que no quieren ser el ejemplo de todo el territorio, entre otras cosas porque los proyectos de desarrollo local en el medio rural no son extrapolables, son singulares e irrepetibles porque singulares y diferentes son todas las zonas rurales; hay que planificar en el territorio donde se actúa y con los habitantes que son a la vez beneficiarios. No es volver al pasado recordando tradiciones; es poner en valor las especificidades propias, por parte de la sociedad local, pensando en el futuro, que tiene que apostar por la transformación y la innovación, valorando y creyendo en sus propios recursos e incluso convertir en recurso algo que no se tenía como tal. En los ejemplos que se presentan en la Jornada sobre mujeres en el día de la mujer rural, los tres proyectos responden a esta manera de actuar; aprovechando el saber hacer, la tradición del pasado, han innovado y reinventado el proyecto propiciando el desarrollo local, en plena sintonía con las exigencias del futuro en un mundo globalizado.

### El perfil de las emprendedoras<sup>3</sup> del siglo XXI

Tres mujeres diferentes, tres territorios aragoneses distantes entre sí (norte, centro y sur) y tres proyectos vitales hechos realidad. ¿Puntos en común? Dos principalmente. El primero, que las tres mujeres forman parte de ese grupo de emprendedoras que eligieron la calidad de vida que ofrece el medio rural frente al bullicio de la gran ciudad; y en segundo lugar, que las tres, a través de sus actividades económicas, han contribuido al desarrollo del medio rural aragonés y con su presencia en el mismo ejemplifican la viabilidad de esta nueva concepción

3. La información de este apartado se ha obtenido de las respectivas entrevistas en profundidad realizadas a las representantes de los tres proyectos de empresa rural presentados. Las emprendedoras son: Marisa Plaza Grau, proyecto: *Hotel rural Plaza Pirineos* (Castejón de Sos, Huesca). Entrevista realizada en mayo de 2014. [MER-1]; Evelyn Celma Esteve, proyecto: *Cosmética Bio-Oliva Matarrania* (Peñarroya de Tastavíns, Teruel). Entrevista realizada en mayo de 2014. [MER-2]; y, Ana y Laura Marcén Murillo, proyecto: *Panadería y molinería Ecomonegros 03* (Leciñena, Zaragoza). Entrevista realizada en mayo de 2014. [MER-3].



del medio rural cada vez más diversificado económicamente debido a la asignación de las nuevas funciones para estos espacios ancestrales.

Ellas son una ínfima muestra del amplio colectivo de emprendedoras en el medio rural que hay en Aragón, y que con la puesta en marcha de su proyecto económico, no sólo les ha servido para incorporarse al mundo laboral siendo sus *propias jefas*, sino también para dinamizar los pueblos y las zonas en las que se han instalado. Además, son el reflejo de la importancia que tienen las iniciativas europeas en nuestra Comunidad Autónoma puesto que, en mayor o menor medida, las tres han contado con alguna ayuda económica para la materialización de su proyecto personal a través de los programas LEADER, ayuda que siempre es bienvenida ya que las emprendedoras tenían claro su objetivo. De ahí que las tres reconocen que *«poca o mucha, siempre es bienvenida una ayuda en los inicios»*.

Así pues, analicemos ahora la trayectoria personal y profesional de estas tres emprendedoras del siglo XXI que viven y trabajan en el medio rural.

En líneas generales podemos decir que tienen una media de 40 años, con un nivel de estudios medio-alto, que han vivido tanto en el campo como en la ciudad, con poca descendencia todavía (dos hijas entre las cuatro emprendedoras, lo que nos da una ratio de 0,5 hijos/mujer), y que les gustan, valoran y trabajan con las nuevas tecnologías de la misma forma que respetan, practican y ensalzan los valores aprendidos de sus progenitoras, madres y abuelas.

Ellas son Marisa Plaza Grau (MER-1)<sup>4</sup>, propietaria del alojamiento de turismo rural *Hotel Plaza* de Castejón de Sos, ubicado en el Pirineo de Huesca en la comarca de La Ribagorza, una actividad familiar en la que ella representa la tercera generación de mujeres que está al frente del negocio. Evelyn Celma de *Matarrania Cósmetica Bio* (MER-2), empresa ubicada en Peñarroya de Tastavins en el Matarraña turolense y dedicada a la fabricación y venta de productos cosméticos realizados a partir del aceite de oliva como principal ingrediente. Y, Ana y Laura Marcén, de *Ecomonegros 03* (MER-3), empresa instalada en Leciñena, en los Monegros zaragozanos, dedicada a la elaboración de pan y bollería íntegramente ecológicos.

La realización de estos tres proyectos personales, tan distintos y tan distantes, nos permiten afirmar que cualquier actividad económica que sea original y, sobre todo,

4. Mujer Emprendedora Rural, en adelante MER.



respetuosa con el medio ambiente, tiene posibilidades de prosperar en el medio rural puesto que la naturaleza y el entorno ayudan a que sean factibles. Estamos hablando de la nueva economía multifuncional del medio rural donde tienen cabida tanto el turismo como los productos de calidad que surgen del territorio y que están relacionados con la agroalimentación y la salud, entre otros aspectos.

Como señala ALARIO (2009), el salto al trabajo productivo de las mujeres del mundo urbano –especialmente a partir de la década de los noventa– no ha estado exento de dificultades, derivadas, especialmente, de la rigidez de los mercados laborales, que siguen manteniendo muchos estereotipos sobre trabajos “femeninos” y “masculinos”; problemas que se agravan en el medio rural donde las propias características sociales (familiares, formativas, económicas...) de las mujeres y la estrechez de un mercado laboral restringido a actividades con escasa generación de empleo, acentúan sus limitaciones para acceder a un trabajo dignamente remunerado. De ahí que, cada vez con más frecuencia, las mujeres que libremente han decidido vivir en el medio rural, opten por el emprendimiento como forma de hacer compatible su estancia en él a la vez que se desarrollan profesionalmente:

*“El deseo de vivir en el pueblo, tener un trabajo que englobara todos los valores que tengo y la recuperación del trigo Aragón 03, fueron las claves para poner en marcha Ecomonegros 03”. (MER-3).*

*“Me apasiona el uso sostenible de las comunidades rurales y su respeto al entorno. Para mí el medio rural es el lugar apropiado para desarrollar mi vida familiar y profesional, más que la ciudad. Además aquí, puedo contar con los excelentes recursos naturales del aceite de oliva D.O. Bajo Aragón y la tradición popular relacionada con el uso de las plantas”. (MER-2).*

Por otra parte, estas tres emprendedoras viven en núcleos cuyo promedio de habitantes no llega al millar (824 hab.), lo cual no les ha impedido en ningún momento darse a conocer en el mundo entero gracias y a través de las nuevas tecnologías, TICS que definen entre «importantes» y «fundamentales» dependiendo de la actividad que desarrollan. Es más, están convencidas, y la realidad así se lo demuestra día a día, que se puede competir con otras empresas similares “siempre y cuando tu producto sea mejor y sepas venderlo a través de una buena comunicación; porque el éxito o el fracaso no está en donde resides o en donde haces el producto, sino en la calidad del mismo”.

A este respecto, en lo concerniente a la implantación y desarrollo de las nuevas tecnologías, según el informe del Gobierno de Aragón presentado ante la



Comisión Europea el pasado mes de julio para la programación *Aragón 2014-2020*, la brecha digital en la Comunidad aragonesa sigue existiendo, aunque a lo largo de la década se han reducido las distancias entre el medio rural y el urbano. En 2013, el 67,7% de los hogares aragoneses disponían de conexión a internet frente al 69,8% del conjunto nacional. En el mencionado Informe se reconoce que en las zonas rurales persisten las deficiencias en la red de telecomunicaciones que dificultan el acceso a las TIC y su uso intensivo, y la conveniencia de invertir más en solucionar este problema.

*“Creo que las nuevas tecnologías son muy importantes, pero no fundamentales. Nosotras las utilizamos todo lo que podemos. Este año tenemos previsto actualizar la página web y pasarla a tienda on-line, y acabamos de instalar unos terminales de punto de venta. Además, tenemos presencia en Twitter, Facebook e Instagram. No obstante, nosotras pensamos que lo importante es vender y para eso se necesita algo más que un ordenador conectado al mundo. Necesitas tener un buen producto. Pero sí que es cierto que, aunque todavía no tengamos calculado el porcentaje de impacto a través de internet, muchos clientes nos encuentran a través de las nuevas tecnologías”.* (MER-3).

*“Creo que las nuevas tecnologías son básicas y fundamentales al cien por cien. De hecho, el 95% del total de mi actividad está vinculado a internet”.* (MER-1).

*“Para mí son fundamentales. Podría decirte que el 95% de las ventas las realizo a través de internet”.* (MER-2).

Sin embargo, si entramos a analizar el terreno de las ayudas familiares para facilitar y/o mejorar el trabajo doméstico, el resultado es bien distinto. Así como ellas cifran en un alto porcentaje la ayuda recibida a través de las TIC's, otro balance bien distinto surge cuando hablamos del reparto de las cargas familiares. En este tema, y sobre todo si la pareja tiene hijos, son ellas las que tienen que adecuar sus horarios laborales al de los niños que están en la escuela. «*El reparto es regular, pero si le pido ayuda, la tengo*», o «*Me ayuda pero no de forma natural ni espontánea*» siguen siendo las frases que se repiten cual mantra, década tras década. En el caso de no tener hijos, la respuesta puede ser «*el reparto es lo más equitativamente posible*», o «*reparto al 50%*», lo que nos indica que, aunque poco, algo se ha avanzado en la corresponsabilidad familiar; independientemente de si la pareja vive en el medio rural o en el medio urbano.



En el aspecto de las identidades, tienen claro que vivir en el medio rural *ni les impide ni les condiciona* para considerarse *mujeres modernas y jóvenes*, defendiendo algunas abiertamente que son mujeres rurales que han vivido en la ciudad sin perder su arraigo: *«una de las pocas cosas que tenía claras antes de comenzar la carrera, era que quería vivir aquí; emprender este proyecto fue el medio para conseguirlo»*. Una identidad forjada al calor de sus madres y abuelas a quienes consideran *«grandes mujeres, con un espíritu luchador incansable. Buenas transmisoras de unos principios rectos y justos»* (MER-3); y *«mujeres que han vivido en el medio rural más duro, pero que no eran mujeres rurales tal y como se entiende generalmente, ya que eran mujeres de mentes claras y abiertas»* (MER-1).

Las emprendedoras del siglo XXI en el medio rural son conscientes de que no tienen horarios de oficina para sacar adelante sus proyectos, sino que éstos requieren de una dedicación completa para ser competitivos. Sin embargo, y a diferencia de sus progenitoras, quienes *«trabajaban con muchas ganas aun cuando ya no quedaban ganas»*, ellas sí que han sabido organizarse para poder disfrutar de algún tiempo libre en el que descansar, formarse o hacer otras actividades al margen de su trabajo:

*“Mi tiempo libre lo dedico al negocio de mi pareja, en costura, a la fotografía, en estar con los amigos”*. (MER-3).

*“Intento hacer la mayor vida social posible y relajarme el resto del tiempo”*. (MER-3).

*“Sólo tengo tiempo libre cuando es temporada baja y me voy de vacaciones que es dos veces al año. Entonces me dedico a viajar que es mi pasión, y también a leer, aunque esto lo hago con más frecuencia que viajar obviamente”*. (MER-1).

Aunque el tiempo libre también depende de si hay hijos o no:

*“Casi no tengo tiempo libre, y el poco que tengo lo dedico a mis hijos, y un poco para mí”*. (MER-2).

Todo el esfuerzo que realizan estas emprendedoras, además de la satisfacción personal de haber hecho realidad sus sueños, en la mayoría de las ocasiones, se ve recompensado por la aceptación personal tanto de su actividad como de ellas mismas, aunque, a veces, la falta de capital social en el pueblo, no se lo ha puesto fácil.



Por último, en el terreno de la implicación local, tampoco quieren quedarse al margen, quieren sumar. A este respecto, una de ellas ya ha experimentado la responsabilidad política al estar durante ocho años en su ayuntamiento de concejala:

*“Cuando decidí implicarme en la vida local lo hice porque pensé que era interesante (y así fue) participar de las decisiones del progreso de mi pueblo”.*

Las otras, todavía no lo han hecho pero...

*“No he estado nunca en política porque no he tenido tiempo pero me gustaría”.*

*“Todavía no, pero ¿quién sabe?”.*

Quizá el ejemplo de estas mujeres anime a otras a seguir éstas u otras huellas porque el medio rural necesita de hombres y de mujeres que amen, entiendan y respeten el medio rural y lo defiendan. Se trata de rehacer el medio rural, de luchar por él, desde dentro.

## Los ejemplos de buenas prácticas en territorios LEADER<sup>5</sup>

### Hotel Plaza Pirineos, Castejón de Sos (Huesca), en territorio CEDESOR

Este proyecto es el resultado de la revalorización y adaptación de otro anterior iniciado a mitad del siglo pasado y que desde finales de los 80 está en manos de Marisa Plaza Grau, en Castejón de Sos, municipio de 731 habitantes en la comarca de La Ribagorza. Para la gestión de los programas de desarrollo rural depende del Centro de Desarrollo de Sobrarbe y La Ribagorza (CEDESOR), escenario de la primera experiencia piloto de la provincia de Huesca, en 1991, con LEADER I.

El ámbito territorial de actuación de CEDESOR son las comarcas de Sobrarbe y La Ribagorza, ubicadas ambas en el Pirineo central, en la zona nororiental de Aragón, con una extensión superficial de 4.663 km<sup>2</sup>, 20.663 habitantes entre las dos y una densidad de población de 4´3 hb./km<sup>2</sup>, una de las más bajas de España.

5. La información aquí expuesta ha sido consultada en las páginas de las actividades de las emprendedoras así como en los portales de las comarcas de Aragón, <http://www.comarcas.es/>, la Red Aragonesa de Desarrollo Rural <http://aragonrural.org/>, y el Gobierno de Aragón. <http://www.aragon.es/>





**CENTRO PARA EL DESARROLLO  
DEL SOBRARBE Y LA RIBAGORZA**

CEDESOR gestiona el programa LEADER en un territorio compuesto por los siguientes términos municipales: Abizanda, Aínsa-Sobrarbe, Bárcabo, Bielsa, Boltaña, Broto, Fanlo, Fiscal, La Fueva, Gistaín, Labuerda, Laspuña, Palo, Plan, Puértolas, Pueyo de Araguás, San Juan de Plan, Tella-Sin, Torla, Arén, Benabarre, Benasque, Bisaurri, Bonansa, Campo, Capella, Castejón de Sos, Castigaleu, Chía, Estopiñán del Castillo, Foradada de Toscar, Graus, Isábena, Lascuarre, Laspaúles, Monesma y Cajigar, Montanuy, Perarrúa, La Puebla de Castro, Puente de Montañana, Sahún, Santa Liestra y San Quílez, Secastilla, Seira, Sesué, Sopeira, Tolva, Torre La Ribera, Valle de Bardají, Valle de Lierp, Veracruz, Viacamp y Litera y Villanova.

La ubicación en zona de montaña le confiere una caracterización socioeconómica apoyada en el sector primario, de ahí que haya sido considerada desde los inicios como un excelente laboratorio donde poder experimentar la metodología LEADER, para promover el desarrollo rural mediante la diversificación de las actividades económicas y la revalorización y promoción del medio natural. En este último aspecto ha sabido poner en valor los recursos naturales y ha sido pionera en España en lograr la catalogación de un espacio natural, en 1918, como Parque Natural, ampliado y recalificado en 1982 a la actual figura de Parque Nacional de Ordesa y Monte Perdido, considerado Patrimonio de la Humanidad. Además cuenta en su territorio con una parte del Parque Natural de la Sierra y los Cañones de Guara y Posets-Maladeta, excelente escenario para los amantes de los deportes de aventura en sus diferentes modalidades. También gozan de especial protección los últimos glaciares pirenaicos, declarados monumentos naturales en 1990.

Esta riqueza natural ha sido aprovechada de manera muy eficaz, para poner en valor los recursos y transformarlos en actividad económica, a través de iniciativas empresariales diversas, relacionadas con la práctica de los deportes de aventura, ya que cuenta con unos escenarios idóneos que atraen a los visitantes a lo largo de todo el año, ávidos de riesgo y emociones. Las posibilidades son muchas con la vela, el windsurf, el ski acuático, el simple paseo en canoa o el descenso de aguas bravas, la espeleología, la escalada, el barranquismo, el puenting, los planeadores sin motor, los ultraligeros o, para los más arriesgados, saltar en parapente desde



cualquiera de las numerosas zonas de lanzamiento que rodean Castejón de Sos y que convierten a esta localidad en una de las más importantes de todo el Pirineo en esta actividad. Y junto a estas actividades persiste la oferta invernal del esquí alpino, nórdico, de fondo, de travesía o hacer recorridos con raquetas para nieve... en la zona de montaña.

Estas actividades del sector terciario han irrumpido con bastante vigor en las comarcas montañosas y ya es una realidad la diversificación económica, con base en las prácticas de la economía tradicional, destacando especialmente la transformación de los derivados de la ganadería porcina, con varias empresas agroindustriales dedicadas a la elaboración de embutidos y otros productos derivados del cerdo, del vacuno y del ovino con los quesos como producto principal.

Las grandes posibilidades que ofrece para realizar actividades con el medio natural como principal recurso endógeno han sido un incentivo para la implantación de actividades empresariales de restauración, alojamientos, hospedaje en general, para acoger a los numerosos visitantes que acuden a lo largo del año atraídos por la diversidad de actividades que se pueden practicar al aire libre en contacto con la naturaleza privilegiada.



El **Hotel Plaza** es una iniciativa empresarial que resume la historia de la actividad del hospedaje en la comarca de La Ribagorza desde la primera mitad del siglo pasado. Su propietaria Marisa Plaza Grau, representa la tercera generación que regenta el negocio iniciado en los años cuarenta por su abuela María Rosa, en casa Morancho, como casa

de comidas; en los años sesenta, toma el relevo generacional el hijo José Plaza y su mujer Ramoneta, que amplían el negocio y lo convierten en la *Fonda Plaza*, complementando la hospedería con la restauración ejerciendo ya la multiactividad,



sin ser conscientes de ello al compatibilizar la actividad en el sector servicios con la dedicación tradicional a la ganadería.

Según comenta Marisa Plaza, sabores y aromas de cocina casera recibían antaño a los tratantes de ganado, funcionarios de paso, y también a los primeros veraneantes atraídos por los tresmiles del Valle de Benasque, franceses buscando las truchas del río Ésera y familias que buscan el fresco verano del Pirineo..., en definitiva los iniciadores del turismo rural, que han hecho posible que la gente pueda ejercer una actividad, el turismo de interior de calidad y especializado, convertido en uno de los medios de vida de las zonas rurales, especialmente en la montaña.

En los inicios, en el momento de coger ella las riendas a mediados de los años 80, Marisa sabía que para sobrevivir necesitaba adaptar la empresa a los nuevos tiempos. No tenía claro casi nada, excepto que lo suyo no eran los pucheros, ni el viejo hostel como lo tenían sus padres. También pasa por su cabeza la posibilidad de unirse a otras mujeres de su generación y emigrar en busca de un porvenir diferente, pero en su ánimo pesa mucho la responsabilidad de seguir conservando el negocio familiar, poniendo todo el esfuerzo posible para que, sin perder la esencia de los orígenes, estuviera a la altura de lo que se exige en este tipo de actividad en el siglo XXI. Y vistos los resultados, en verdad que lo ha conseguido.

El nuevo concepto de alojamiento, con atención individualizada a la medida del cliente, ha cambiado la fisonomía del edificio y la manera de regentar el negocio. Las puertas se abren para clientes, visitantes y lugareños, que pueden disfrutar de un entorno privilegiado y participar en las numerosas actividades que se planifican en el Hotel Plaza. Son ya un referente en la zona las Jornadas Culturales organizadas en el verano por los clientes y amigos del hotel, en las que la unión de la lectura, el teatro, la música y el contacto con la naturaleza sorprende a los nuevos visitantes y no deja a nadie indiferente. Toda una rebeldía que sus padres encajaron con gran generosidad, al permitir la transformación del patrimonio que ellos habían forjado y mantenido. Es un gran ejemplo de sostenibilidad en el medio rural en el más amplio sentido de la palabra que ha sabido mantener las señas de identidad cultural y económica de familia, pero ofertándolas ataviadas con nuevos ropajes, que encandilan a los clientes que demandan un servicio de calidad en el remozado Hotel Plaza.



## Ecomonegros 03, Leciñena (Zaragoza), en territorio de LOS MONEGROS

La empresa Ecomonegros 03 está instalada en el municipio de Leciñena, municipio de 1.263 habitantes, en la provincia de Zaragoza y en la Comarca de Los Monegros, que gestiona el territorio LEDAER del mismo nombre; se sitúa en la parte central del valle del Ebro a caballo entre la provincia de Huesca y Zaragoza; se extiende a ambos lados de la Sierra de Alcubierre, abarcando una superficie de 2.764 km<sup>2</sup> y 20.172 habitantes, cuatrocientos menos que en el último Censo de 2011 y una densidad de población de 7 hb./km<sup>2</sup>.



El Centro de Desarrollo Rural Monegros (CEDER MONEGROS) se constituye en 1996 para la planificación, gestión y evaluación de la Iniciativa LEADER desde la segunda edición (LEADER II). El territorio de actuación incluye los siguientes términos municipales:

Albalatillo, Albero Bajo, Alberuela de Tubo, Alcubierre, Almuniente, Barbués, Capdesaso, Castejón de Monegros, Castelflorite, Grañén, Huerto, Lalueza, Lanaja, Peñalba, Poleñino, Robres, Sangarrén, Sariñena, Sena, Senés de Alcubierre, Tardienta, Torralba de Aragón, Torres de Barbués, Valfarta, Villanueva de Sigena, La Almolda, Bujaraloz, Monegrillo, Farlete, Leciñena y Perdiguera.

La seña de identidad más característica de Los Monegros ha sido siempre la aridez del clima, que ha condicionado la actividad del sector primario. Los agricultores monegrinos tenían que optar por el cultivo de variedades adaptadas a la escasez de agua de lluvia. La política de colonización con la puesta en regadío de numerosas hectáreas cambia el paisaje de manera radical y ante la posibilidad de disponer de agua de riego se introducen nuevos cultivos, que van desplazando poco a poco las variedades tradicionales menos rentables. Éste es el caso del trigo llamado caspino, variedad autóctona de Monegros, cultivado tradicionalmente en la comarca por ser una variedad muy adecuada para los secanos y que ante la introducción de nuevos cultivos de regadío empieza a descender su producción hasta casi desaparecer por completo. Una familia de Perdiguera, municipio vecino de Leciñena, conserva la semilla y la sigue cultivando año tras año para evitar su desaparición y, en los años sesenta, el Centro Regional de Investigaciones y Desarrollo Agrario nº 3 de Zaragoza hizo una selección del mismo y lo patentó con el nombre de Aragón 03.



El Aragón 03 es un trigo blando, de poco rendimiento por hectárea, resistente a la falta de humedad en la tierra, de fácil encamado lo que dificulta su recolección mecánica, pero muy apreciado por sus cualidades nutricionales (alto valor proteico) y organolépticas y la industria agroalimentaria lo utiliza habitualmente para mejorar las harinas procedentes de otras variedades de trigo blando.

Esta variedad se ha utilizado tradicionalmente en la elaboración del pan, aportando al mismo un sabor y unas cualidades nutricionales imposibles o muy difíciles de conseguir con las harinas procedentes de otros cereales; pero en una época en la que ha primado más la cantidad que la calidad, su baja rentabilidad y las dificultades del laboreo pesaron más en su contra que todas las virtudes que aportaban a los productos elaborados con la harina procedente de su transformación. Actualmente, han cambiado los hábitos de consumo, lo ecológico es un valor en alza y la calidad se va imponiendo poco a poco en la preferencia de los consumidores. Esta posibilidad ha sido aprovechada por la familia Marcén para revalorizar el trigo Aragón 03, sacando de él el máximo provecho, transformado en una amplia gama de productos, en la sede de su obrador de Leciñena.



**Ecomonegros 03 S.L.** es la empresa familiar instalada por la familia Marcén Murillo, en el año 2006, en la que trabajan 5 miembros de la misma familia. Para su puesta en marcha se acogieron a una ayuda del CEDER Monegros en la fase de programación del LEADER Plus, dentro de la Medida 105: Valorización de Productos Locales Agrarios, como obrador ecológico de panadería y repostería. En esta medida el efecto multiplicador ha sido

importante porque de cada euro de dinero público se ha obtenido una inversión privada de 2'85 euros. El recurso endógeno que han revalorizado ha sido la variedad de trigo blando Aragón 03, un cereal autóctono de Aragón y en especial de la comarca de Los Monegros y que lo cultivan de forma totalmente ecológica.

El objetivo del proyecto consiste en recuperar la calidad del pan que tradicionalmente se elaboraba con harina derivada del citado cereal; y la síntesis del mismo la resumen sus promotoras: *“Hemos creado un proyecto que nos enorgullece ya que engloba muchos otros proyectos como crear empleo en el medio rural (autoempleo) estable y de calidad, fomentando al mismo tiempo el desarrollo*



*sostenible y la consolidación de la agricultura ecológica, ofertando además en el mercado una variedad de productos propios de la tierra de gran identidad local comarcal a partir de una materia prima autóctona, el trigo Aragón 03. Además conseguimos mejorar los precios, ya que no hay intermediarios que los incrementen. En un principio no había mucha gente que confiara en este proyecto. Sin embargo eso nos daba más fuerza para seguir. Por lo que hemos visto después, cuando alguien se embarca en una labor así, se ve bastante incomprendido". (<http://www.ecomonegros.com>).*

Ecomonegros es la fase final de un proyecto más amplio consistente en la recuperación de valores y tradiciones populares, especialmente las semillas antiguas. Por fortuna, la familia Laviña de Perdiguera (Zaragoza), seguía cultivando Aragón 03 y reutilizaba sus propias semillas en cada cosecha; conocedor de ello, un vecino de Leciñena, Juan José Marcén, les convenció para que proporcionaran semillas a otros agricultores de la zona y así empieza su recuperación en pequeña escala en la comarca. El proyecto pretendía completar todo el ciclo de producción, transformación y elaboración de productos derivados, pero su desaparición en el año 2000 trunca la iniciativa de manera momentánea; es entonces cuando en su recuerdo se crea en Leciñena el Grupo Forcañada que agrupa a los agricultores que cultivan el trigo Aragón 03 con el propósito de continuar con la labor iniciada por Marcén e intentar "promover el desarrollo en los Monegros, de determinadas prácticas tecnológicas y para la recuperación y difusión de los cultivos locales, en primer lugar el trigo Aragón 03".

La empresa Ecomonegros 03 realiza el ciclo completo de recuperación desde la producción, cultivando el trigo de forma biológica, la transformación en harina con molino de piedra, la elaboración de productos derivados íntegramente ecológicos y su distribución en el mercado a través de tiendas propias y otros establecimientos en las tres provincias aragonesas. En el proceso interviene toda la familia: Daniel (padre), cultiva y muele el trigo, Ana y Jesús (hijos) elaboran los productos, y Mercedes (madre) y Laura (hija) los venden en sendas tiendas en Leciñena y Zaragoza.

La producción actual es totalmente ecológica y elaboran varias variedades de pan, magdalenas, pastas de té y de mantequilla, bizcochos, bollos suizos, tarta de almendras, de manzana y galletas galánicas de Aragón; además en su tienda colaboran en la venta y difusión de otros productos ecológicos de cercanía y también de la harina integral ecológica y el trigo Aragón 03 para hacer germinados. Toda una gama completa de productos ecológicos en un afán por mejorar la calidad alimentaria de los consumidores y el desarrollo sostenible de la comarca.



El objetivo de recuperar la semilla lo han cumplido con creces porque además la transforman y comercializan los productos fabricados con su harina; al mismo tiempo han creado empleo y han contribuido a favorecer el desarrollo rural sostenible en la localidad y en la comarca.

El espíritu emprendedor de la familia Marcén se aprecia en el buen hacer de la actividad agroindustrial y también en la influencia que ha ejercido en estos territorios la puesta en práctica de las recomendaciones y enseñanzas de la metodología LEADER, que han favorecido la generación de actitudes y modos de actuar diferentes.

Ecomonegros ha establecido redes de contacto e intercambio de experiencias, se sirve y utiliza las nuevas tecnologías para difundir los valores de la empresa y de los productos que fabrica, trabaja junto con otras empresas en la consecución de valores sostenibles y contribuye así a conectar el mundo rural y el global; es socio de Slow Food y dentro de esta asociación es una de las *Comunidades del Gusto de Aragón* a través de la cual se proyecta internacionalmente<sup>6</sup> y la trayectoria de su buen hacer ha sido reconocida con numerosos galardones nacionales, regionales y comarcales. La siguiente relación es solo una muestra de una realidad fructífera en premios y en realización de actividades diversas, en las que participan cooperando o bien organizando actividades relacionadas con las buenas prácticas de la actividad agroindustrial, con la sostenibilidad como seña de identidad. Entre los primeros reconocimientos se encuentran en 2007 el premio al “Proyecto Joven” impulsado por el Instituto Aragonés de la Juventud y, el premio al mejor productor de alimentos ecológicos, en la convocatoria nacional “Alimentación ecológica y biodiversidad 2007” organizado por la Fundación Biodiversidad, en colaboración con el Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación y la Sociedad Española de Agricultura Ecológica. Y, entre las últimas menciones, el premio *Desarrollo Sostenible 2011* concedido por la Fundación Ecología y Desarrollo (ECODES), reconociendo el trabajo de la empresa en la sostenibilidad y el premio *Medio Ambiente 2014* del Gobierno de Aragón.

6. El movimiento Slow Food se inicia en Italia contra la comida basura en 1989 y está presente en más de 150 países. En España existen 30 Convivium de los que 3 están en Aragón (Convivium Ínsula Barataria de Zaragoza, Convivium Osca y Convivium Teruel). Tiene varios proyectos: Arca del gusto, Baluarte, Tutelado y Comunidades de Alimentos.



## Matarrania Eco Cosmetics, Peñarroya de Tastavins (Teruel), en territorio Bajo Aragón Matarraña

La empresa Matarrania Eco Cosmetics tiene su sede en la localidad de Peñarroya de Tastavins, localidad de 480 habitantes en la comarca del Matarraña en la provincia de Teruel. El Grupo de Acción Local que actúa en este territorio es OMEZYMA (Organización para el Desarrollo del Mezquín Matarraña y Bajo Aragón), que trabaja en las comarcas de Bajo Aragón y Matarraña y, se constituyó en 1996 para gestionar el LEADER II a iniciativa de la Mancomunidad de Municipios del Mezquín, actualmente en la comarca del Bajo Aragón. Entre ambas comarcas ocupan 2.237'20 km<sup>2</sup> y suman una población de 38.505 habitantes; los límites por el sur y por el este la ponen en contacto con la Comunidad Valenciana y con Cataluña respectivamente. Todo el conjunto del territorio está considerado como "zona desfavorecida".



La zona de actuación del GAL Omezyma incluye los siguientes términos municipales: Aguaviva, Alcañiz, Alcorisa, Belmonte de San José, Berge, Calaceite, Calanda, La Cañada de Verich, Castelserás, La Cerollera, La Codoñera, Foz-Calanda, La Ginebrosa, Mas de las Matas, La Mata de los Olmos, Monroyo, Los Olmos,

Las Parras de Castellote, Seno, Torre de Arcas, Torrecilla de Alcañiz, Torrevelilla, Valdealgofra, Valdeltormo, Arens de Lledó, Beceite, Cretas, Fórnoles, La Fresneda, Fuentespalda, Lledó, Mazaleón, Peñarroya de Tastavins, La Portellada, Ráfales, Torre del Compte, Valderrobres y Valjunquera.

Al igual que en las comarcas anteriores su perfil demográfico responde a una zona envejecida, con muy baja densidad de población principalmente en la zona montañosa, siempre con cifras inferiores a 10 hb./km<sup>2</sup>, aunque la media de todo el territorio eleve estos valores hasta los 17 hb./km<sup>2</sup>, debido a la influencia de la ciudad de Alcañiz que, con 16.384 habitantes, introduce cierta distorsión en los datos globales, especialmente a la hora de considerar la densidad de población.

La base de su economía descansa en el sector primario, agricultura con cultivos mediterráneos: olivo, almendro y en menor medida viñedo y la ganadería con predominio del porcino, seguido del ovino, la cunicultura y la avicultura. En ambos



casos ha favorecido la existencia de una agroindustria importante con la fabricación de aceite de oliva y venta de aceituna negra de aderezo y en los derivados de la ganadería con el jamón de D.O. como producto principal.

El excelente aceite de oliva de la comarca y la gran variedad de plantas y flores silvestres han sido una base primordial para el desarrollo de la empresa Bio Cosmetics instalada en la comarca, con la ayuda del Centro de Desarrollo Omezyna a través de la Iniciativa Comunitaria LEADER. Su promotora ha sido Evelyn Celma Esteve que, desde 2007, elabora y comercializa cosmética natural ecológica, primera y única marca española de cosmética certificada ecológica por la Organic Soil Association<sup>7</sup>.

Es una cosmética sin agua, concentrada y efectiva con todos los ingredientes certificados ecológicos. La marca comercial es Matarrania Eco Cosmetics y es fruto de un proyecto personal de autoempleo en el medio rural, consistente en valorizar los saberes populares relacionados con el conocimiento de las plantas silvestres y sus aplicaciones para determinados usos tópicos. Cosmética Ecológica con Aceite de Oliva es un concepto diferente de cosmética, basada en una formulación ancestral, que compagina las necesidades de la cosmética actual con la sabiduría popular rural y el uso de ingredientes vegetales y ecológicos.



El proceso de producción empieza con la recolección de las plantas silvestres, que una vez limpias pasan al laboratorio donde se maceran con aceite de oliva virgen extra del Bajo Aragón y se mezclan con cera de abeja orgánica, certificada por ECOCERT, aceite de almendras, sésamo o rosa mosqueta.

El protagonista de MATARRANIA es el excelente aceite de oliva virgen extra de la comarca, de producción ecológica, obtenido por procedimiento mecánico, del primer prensado en frío y certificado por el Consejo Aragonés de Agricultura Ecológica.

7. La Organic Soil Association es un organismo certificador de agricultura natural y cosmética natural y ecológica, con sede en el Reino Unido; existen otros organismos certificadores en Bélgica, Italia, Francia y otro más reciente a nivel europeo, con sede en Bruselas.



La apuesta por el desarrollo local es la premisa fundamental ya que todos los productos son de la zona y de acuerdo con la filosofía de la cosmética ecológica o ecocosmética está exenta de sustancias químicas. Su contribución a la economía de proximidad se basa en utilizar todos los servicios de la zona, desde la provisión de materia prima, la gestión administrativa y el diseño de la publicidad, sin abusar ni especular con los agricultores o proveedores favoreciendo el comercio justo y provocando el mínimo impacto ambiental.

La gama de productos elaborados es bastante amplia: cremas regeneradoras celulares, hidratantes específicas para las distintas partes del cuerpo, para pieles sensibles a la cosmética tradicional, piel irritada, dañada o quemada... todas ellas elaboradas con el aceite de oliva virgen extra ecológico como base y otros aceites vegetales y distintas plantas, según la finalidad y la parte del cuerpo a la que va destinada la crema; abunda la rosa canina, lavanda, salvia, manzanilla, aloe vera, laurel, aceite de almendras y avellanas, todo elaborado de manera magistral en los laboratorios de Evelyn.

Al igual que las anteriores empresas tiene una página Web muy desarrollada donde se pueden conocer todos los productos, las localidades y comercios donde se pueden adquirir en toda España y la tienda on-line para adquirirlos con comodidad desde el propio domicilio.

## Anotaciones finales

La sociedad rural se ha transformado y, en consecuencia, también hemos cambiado nuestra forma de mirarla, de analizarla y de vivirla.

Emprender en el medio rural, sin ser por ello una garantía plena de éxito, ha dejado de ser a priori una locura para pasar a ser una alternativa a considerar a la hora de plantearnos nuestro futuro personal, familiar y laboral. Los tres ejemplos analizados en este artículo nos dan buena cuenta de ello. Proyectos únicos en territorios diversos que han sabido aunar sinergias para encajar en ellos.

El turismo, la agroalimentación y la salud son tres sectores (entre otros) que se han desarrollado bien en la sociedad rural del siglo XXI cada vez más globalizada, sí, pero también más respetuosa con el medio ambiente, más multifuncional, pluriactiva y equitativa.

Proyectos y territorios cuyo principal activo está en el capital humano, mujeres y hombres, que con su implicación en los mismos consiguen evitar el desmoronamiento y la desaparición de la sociedad rural a la que estaba abocada hace poco más de medio siglo. Las nuevas propuestas de futuro han de contar inexorablemente con las personas.



## Bibliografía

- ALARIO TRIGUEROS, M. (2009): Estereotipos de género en la segregación laboral de las mujeres rurales. En *Agricultura Familiar en España 2009*. Madrid, Fundación de Estudios Rurales, pp. 116-121.
- COMISIÓN EUROPEA (2010): *Una Estrategia para un crecimiento inteligente, sostenible e integrador*. Bruselas, COM (2010), 2020 final.
- FARELL, G. (2003): El valor añadido de LEADER. *LEADER Magazine*, 23: 8-21, disponible en [www.rural-europe.aeidl.be/rural-es/biblio/activ/contents.htm](http://www.rural-europe.aeidl.be/rural-es/biblio/activ/contents.htm)
- GOBIERNO DE ARAGÓN (2014): Propuesta de Programa de Desarrollo Rural de Aragón, 2014-2020. Zaragoza (4 de marzo de 2014).
- JÄGER, H. (1995): El futuro de los servicios en el mundo rural. En Los servicios a la población rural. *LEADER Magazine*. Nº 9. Disponible en <http://ec.europa.eu/agriculture/rur/leader2/rural-es/biblio/activ/art01.htm>
- RODRÍGUEZ-FERRARA, J. C. (1997): *La economía mundial y el desarrollo*. Ed. Acento. Madrid.

## Entrevistas

- Entrevista en profundidad a Marisa Plaza Grau. Proyecto: *Hotel rural Plaza Pirineos* (Castejón de Sos – Huesca). Entrevista realizada en mayo de 2014. [MER-1].
- Entrevista en profundidad a Evelyn Celma Esteve. Proyecto: *Cosmética Bio-Oliva Matarrania* (Peñarroya de Tastavíns – Teruel). Entrevista realizada en mayo de 2014. [MER-2].
- Entrevista en profundidad a Ana y Laura Marcén Murillo. Proyecto: *Panadería y molinería Ecomonegros 03* (Leciñena – Zaragoza). Entrevista realizada en mayo de 2014. [MER-3].

## Páginas web

- <http://www.hotelplazapirineos.com/es/>
- <http://www.ecomonegros.com/>
- <http://www.matarrania.com/>
- <http://www.cedermonegros.org/>
- <http://www.cedesores/>
- <http://www.omezyma.es/>
- <http://www.comarcas.es/>
- <http://aragonrural.org/>
- <http://www.aragon.es/>

