



► 14 Marzo, 2016

SECTORES

Cómo triunfar con una pyme rural

La iniciativa **Nansaemprende** ofrece financiación y formación para crear una empresa que aproveche el valor del entorno natural del valle del Nansa (Cantabria).





► 14 Marzo, 2016

SECTORES | PROGRAMAS

Descubra las claves del éxito para las pymes rurales

La iniciativa **Nansaemprende** ofrece formación y financiación para crear una empresa en el valle del Nansa, en Cantabria. Los proyectos premiados aprovechan el valor del entorno natural y mantienen las tradiciones de la zona.

Ignacio Bolea. Madrid

Tras trabajar durante varios años para empresas públicas del sector primario, Jordi Díez y Armando Palacín fundaron en 2011 la consultora Medio Rural Activo. A través de esta compañía ayudan a los ganaderos a modernizar sus instalaciones, por ejemplo con un robot que ordeña a las vacas o sembrando los territorios de pasto con un tractor de agua.

Al igual que este caso, son muchas las personas que durante los últimos años han optado por poner en marcha empresas en el entorno rural. Pese a ello, "sigue habiendo una diferencia importante, superior a la de otros países, entre el nivel de desarrollo entre zonas rurales y urbanas", recuerda Íñigo Sáenz de Miera, director general de la Fundación Botín, que organiza el programa Nansaemprende. Esta iniciativa proporciona formación a emprendedores de la zona del valle del Nansa y Peñarrubia y las comarcas de Saja-Nansa y Liébana (Cantabria) que quieren crear su propio negocio. Además, los proyectos premiados reciben también una ayuda económica destinada a cubrir los gastos del lanzamiento de la compañía. Las empresas surgidas a partir de este concurso ofrecen las principales claves de éxito para una pyme rural:

• **Sectores.** Las actividades tradicionales del entorno rural, agricultura y ganadería, están ya muy saturadas y resulta difícil abrirse un hueco. Sin embargo, en varios casos están algo atrasadas y necesitan modernizarse, por lo que una opción interesante es crear una compañía que les apoye en este proceso.

Otra oportunidad de negocio ha surgido con el aumento en los últimos años de los consumidores que valoran la importancia de una alimentación sana y natural. Algo similar sucede con los productos artesanos, que son muy apreciados por su tradición.

Por último, hay que tener en cuenta el importante impacto que el turismo tiene en la mayoría de estas áreas. Desde alojamiento y alimentación hasta ejercicios de ocio y aventura, cualquier actividad puede ser válida para captar a este tipo de clientes.



La artesanía y los alimentos naturales son dos sectores en alza en los últimos años

Se debe analizar el entorno y buscar la colaboración de otras empresas de la zona

cómo encajen en el entorno en el que se ubican. Para ello, habrá que prestar atención a los puntos fuertes de la zona, los habitantes y sus necesidades y el tipo de turismo que suele acudir. Es recomendable buscar la colaboración de las autoridades locales y otras compañías, con las que se pueden organizar actividades conjuntas o compartir servicios.

• **Promoción.** Si los clientes son habitantes de la zona, el boca a oreja y los folletos informativos son la publicidad más efectiva. Cuando el negocio se dedica a una actividad muy específica, como un deporte, hay que introducirse en los canales de información de los aficionados. Para captar turistas es importante tener una web que ofrezca información detallada sobre el servicio que se les ofrece y cómo hacer la reserva. Por último, no hay que olvidar el efecto que tienen las imágenes y vídeos del entorno natural para los urbanitas que navegan a través de las redes sociales o visitan la página de la compañía.

• **Tamaño.** Debido a que al principio estas pymes suelen estar dirigidas a un mercado con pocos clientes, lo mejor es ser cauto con las previsiones iniciales. A medida que el negocio se vaya dando a conocer y amplie su base de consumidores, será el momento de aumentar la plantilla y realizar apuestas más arriesgadas.

• **Sinergias.** La viabilidad de los proyectos depende en muchos casos de

MÁS INFORMACIÓN

Inscripción en el programa Nansaemprende.
www.fundacionbotin.org

Mermeladas a la antigua usanza

El Invernal de San Ignacio ofrece **nueve sabores de mermeladas** elaboradas siguiendo el estilo tradicional. "Utilizamos la fruta natural y no le añadimos ningún aditivo artificial, sólo zumo de limón y pectina de manzana, para dar espesor. El proceso de cocción dura hasta cuatro horas y la temperatura supera los 100 grados, para conseguir así más densidad", detalla Elisabeth Rubio, fundadora de la compañía. Ella y su hijo pequeño son los encargados de realizar las mermeladas, mientras que otros tres familiares se reparten el resto de tareas. Su marido se ocupa de diseñar las etiquetas y la publicidad, además de fabricar los exposidores de madera característicos de la

empresa. El hijo mediano es el responsable de ventas y el mayor es el experto en redes sociales y otros asuntos informáticos.

Para dar a conocer su producto, los fines de semana acuden a diversas ferias que se celebran en el norte de España. "En el último año visitamos más de 150", asegura Rubio. Para destacar "no basta sólo con la calidad sino que también hay que cuidar mucho las etiquetas y el resto de la presentación". Pero el importante esfuerzo que esto implica tiene su recompensa. Actualmente, sus mermeladas se pueden encontrar en los mostradores de numerosas tiendas gourmet de Madrid, Cantabria y Asturias.



Elisabeth Rubio, fundadora de El Invernal de San Ignacio, exponiendo sus mermeladas.



► 14 Marzo, 2016

Aventura en la montaña

Las zonas de montaña son el entorno ideal para los deportes de aventura como la escalada, el esquí de travesía, el excursionismo o el *running* por las cumbres. "Los Picos de Europa ofrecen un paisaje único a todos los aficionados", explica Oscar Sebrango, fundador de Picos Xtreme, compañía que ofrece rutas guiadas con diferentes niveles de difi-



Oscar Sebrango, fundador de Picos Xtreme.

cultad. Aunque estudió ingeniería, Sebrango decidió dedicarse a la que había sido su gran pasión desde que era pequeño.

Una de las claves para la buena marcha de la empresa es la localización de su sede física, en el pueblo anterior al Teleférico de Fuente Dé, uno de los puntos más visitados de la cordillera. Igualmente importante es su posicionamiento web, que le permite captar a aficionados de otros países (sobre todo ingleses, franceses y estadounidenses). Los espectaculares vídeos e imágenes de estos deportes tienen mucha difusión a través de las redes sociales.

Picos Xtreme también realiza acciones promocionales, como organizar el Campeonato de España de Raquetas de Nieve en sus últimas dos ediciones. El único inconveniente, apunta Sebrango, es que "no se puede hacer nada contra el clima, que es decisivo para el éxito de estas actividades".

Relajación en la naturaleza

Natalia García y Guillermo Calvo se fueron de Madrid en busca de una vida más tranquila en contacto con la naturaleza. Una filosofía que trasladaron a su nueva empresa, Nansa SUP Paradise. Su principal línea de negocio son las clases y la venta de material de *paddle surf*. Según asegura Calvo, "este deporte es muy reciente pero se está extendiendo rápidamente gracias a su sencillez". "Es más fácil de aprender que el surf tradicional, ya que se realiza de pie sobre la tabla y con un remo. Al no necesitar olas, se puede practicar en los ríos situados en el corazón de las montañas".



Una de las clases organizadas por Nansa SUP Paradise.

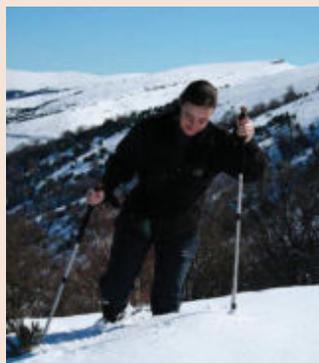
A sus cursos acuden desde jóvenes adolescentes hasta mayores de 60. Aunque la mayoría residen en los alrededores, cada vez consiguen captar a más turistas. Además, venden material, organizan cursos de monitor y asesoran a gimnasios y centros deportivos de otros lugares de España que quieren

implementar este deporte en sus piscinas, ríos o embalses.

La compañía también ofrece clases de yoga y pilates, que se realizan sobre un tatami acuático. "Practicar esta actividad sobre el agua y tener la naturaleza alrededor permite canalizar la energía mucho mejor", concluye Calvo.

Nuevas experiencias rurales

Nansa Natural ofrece tres días de experiencias rurales para conocer el entorno del valle del Nansa, descubrir su cultura y patrimonio y conocer las profesiones típicas de la zona. "Los diferentes paquetes de actividades, dirigidos a grupos de entre dos y diez personas, permiten que cada cual pueda elegir la opción que le resulta más atractiva", explica Susana Pacheco, gerente de la empresa. Una de las opciones más innovadoras consiste en experiencias sensoriales que están especialmente dirigidas a los invidentes. Para organizar estas rutas y las tareas que realizarán los visitantes, Nansa Natural colabora con otras compañías y asociaciones dedicadas a la artesanía, la restauración, la gastronomía o el cicloturismo. Pacheco destaca que "a través de esta forma de turismo sostenible se contribuye a la dinamización económica de la zona y se pone de relieve el valor del entorno".



Susana Pacheco, gerente de Nansa Natural.



Marta Cosío, junto al horno de la panadería.

Cafés, panes y pasteles

Cuando adquirió la Panadería del Nansa de unos dueños que se iban a jubilar, Marta Cosío decidió ampliar el negocio. Empezó a elaborar diferentes tipos de pan y otros productos de repostería, como magdalenas, bizcochos, pastas y varios tipos de tartas. Su especialidad son las soplaucas, unas pastas típicas del valle del Nansa que se elaboran a partir de la harina de maíz.

"Estos nuevos productos permitieron ganar nuevos clientes en varios pueblos de la zona, a los que se atiende gracias a dos repartidores que realizan un recorrido diario", explica Cosío. Además de estos encargados, en la compañía también trabajan otros tres panaderos y su hija.

Durante los últimos meses del año pasado, Cosío reformó el punto de venta para hacer también una cafetería. "Ahora viene mucha gente para desayunar, merendar, jugar a las cartas y al parchís o simplemente disfrutar de un rato de tranquilidad", asegura. Según señala, el establecimiento se ha hecho especialmente popular entre las mujeres -que lo perciben como un entorno más amigable que los bares tradicionales- y los más jóvenes.

Para confirmar que ha acertado con este cambio, Cosío espera captar a muchos de los turistas que acuden a la zona durante el verano. Su afluencia es tal que normalmente duplican las ventas de la panadería.

La tradición de hilar la lana

La asociación La Hila demuestra que una actividad tradicional de la zona, como es el hilado a mano de ropa y peluches, también puede ser una fuente de negocio, cumpliendo además con un importante rol ecológico.

"Muchos ganaderos no saben qué hacer con la lana que esquilan a sus ovejas, pues no se puede tirar a la basura debido a que es un material que tarda mucho en desaparecer", explica María Bulnes, una de las fundadoras de la compañía. Ella y sus tres compañeras se encargan de recoger los grandes vellones y, en verano, los llevan al río para poder tintarlos en bruto. Luego hay que desenrollar los hilos uno a uno. "Para sólo 100 gramos, este proceso puede llevar entre cuatro y cinco horas", destaca Bulnes.

Con esta lana tan laboriosamente obtenida, tejen muñecos -con forma de hadas o animales- bufandas, collares, gorros o broches. El producto estrella son las ovejucas, un peluche solidario, pues un euro de cada venta se destina a apoyar a los ganaderos. Las ferias les ayudan a llegar a sus clientes, personas que valoran los productos ecológicos y hechos a mano.



María Bulnes, con algunas de las niñas interesadas en sus productos.

La empresa también ofrece cursos de hilado a adultos interesados en aprender a tejer y campeonatos de una semana para que los niños se inicien durante sus vacaciones. Bulnes asegura que los más pequeños "son muy imaginativos para diseñar y tejer sus propios muñecos, que luego se llevan a casa de recuerdo". Además, añade, "disfrutaban muchísimo de la libertad y el contacto con la naturaleza que les ofrece este entorno".