

Educación, formación y comunicación: claves para aumentar el necesario empoderamiento de la mujer agroprofesional



El *II Foro Nacional Business Agro – Mujeres Agroprofesionales* se ha celebrado esta mañana en Toledo bajo el lema 'la igualdad es una tarea de tod@s', con un enorme éxito de afluencia, y una innegable concienciación social en favor de la igualdad de oportunidades y la diversidad en el sector agroalimentario.

Una sesión donde han participado los principales agentes implicados en este contexto, iniciativa de la agencia de comunicación Siete Agromarketing, que ha contado con la colaboración de: Cooperativas Agro-alimentarias de España, Fepex, la Asociación 5 Al Día, D.O. Valdepeñas, y las principales asociaciones profesionales: UPA, COAG y ASAJA, junto a sus respectivas asociaciones, FADEMUR, CERES y AMFAR. Y con el patrocinio de: ANSEMAT, Syngenta, Liberbank, Covap, Adama, Caser Seguros, Onuba Fruit, John Deere, IM Integral Media (Digital

Partner) y Castilla-La Mancha, Ayuntamiento de Toledo e Instituto de la Mujer de Castilla-La Mancha (Colaboradores Institucionales). El evento ha sido seguido en redes sociales con el hashtag: **#mujerAGRO**.

Una dinámica sesión de información, concienciación y *networking* bajo el lema 'la igualdad es una tarea de tod@s', iniciativa de Siete Agromarketing

La **inauguración oficial** de la jornada ha corrido a cargo de: Gissele Falcón, directora general de Siete Agromarketing, agencia de comunicación impulsora de la iniciativa; Charo Navas, directora del Instituto de la Mujer en Toledo; Carolina Gutiérrez Ansótegui, subdirectora general de Innovación y Modernización del Medio Rural, D.G. de Desarrollo Rural y Política Forestal MAPA; y Juana Velasco Mateos-Aparicio, secretaria general de la Consejería de Agricultura, Medio Ambiente y Desarrollo Rural MAPA.



Durante su intervención, Gissele Falcón ha destacado que: *“Con la colaboración de todos, este Foro ya se ha posicionado como un indiscutible espacio para el networking en todos aquellos aspectos que giran en torno a la igualdad de oportunidades en la cadena agroalimentaria. Hemos conjugado valores diversos que tienen que ver con el emprendimiento, la innovación y las últimas tendencias, para abarcar el interés de todos los que tienen un rol bien definido en este contexto, desde directivos hasta profesionales y empresarios, sin olvidar en ningún caso a los emprendedores”*.

Charo Navas ha explicado que: *“Tiene todo el sentido desarrollar este foro en nuestra tierra, en Castilla-La Mancha, una región eminentemente rural y una región donde es prioridad absoluta para el Gobierno regional la atención del medio rural y las políticas de igualdad”*.

Para Carolina Gutiérrez: *“Gracias a Siete Agromarketing por invitar al Ministerio y por hacernos partícipes de estar aquí todos juntos hablando de la mujer agroprofesional. Es más que evidente que el Ministerio de Agricultura debe seguir prestando su apoyo a la mujer agroprofesional. La*

justificación me la dan los datos que tenemos a día de hoy. Algunos no son muy halagüeños y es verdad que algunos han mejorado, pero son los datos los que demuestran que debemos seguir trabajando. En lo que se refiere a la mujer en el medio rural, estamos muy bien y la representación es casi igualitaria. La mujer, a día de hoy, representa el 49% de la población que vive en el medio rural, con lo cual, la representación estaría igualada”.

En opinión de Juana Velasco: *“Este foro me parece fundamental para ir quitando piedras de los caminos en los que nos encontramos y que, además, sean hablando ya del mundo agrario, las semillas que tienen que dar un fruto que todos esperamos y que es deseable, que es, a mi modo de ver, la visualización de la mujer y el empoderamiento de la mujer. Porque las mujeres, en la actualidad y en la realidad tienen un papel determinante en todas las explotaciones, sean más o menos visibles, que es en lo que estamos: en visibilizar ese trabajo que determina la viabilidad de una explotación. Porque su trabajo, su enfoque, su aportación silenciosos se tienen que terminar y se tiene que dar el papel importante que tiene la mujer, porque es así en la realidad”.*

Cuatro mesas de debate del máximo interés y actualidad

El periodista agroalimentario Álvaro Báñez, colaborador de distintos medios, y secretario ejecutivo de la Asociación de Periodistas Agroalimentarios de España (APAE), ha moderado las cuatro mesas de debate que se han celebrado, y ha destacado durante la presentación que: *“Toledo es una comunidad donde el sector agroalimentario tiene un peso importante. Desde el punto de vista de la administración, se está apostando por la igualdad, y prueba de ello es la próxima puesta en marcha del estatuto de las Mujeres Rurales”.* Y es que, también a nivel nacional, el país se encuentra en un momento histórico que se caracteriza por el camino decidido hacia la paridad con el primer Gobierno español con más mujeres que hombres, además de la recuperación del Ministerio de Igualdad.

La primera de las mesas de diálogo, bajo el título **“Camino al emprendimiento. Impulsando el talento”**, se ha centrado en dar a conocer y poner en valor iniciativas que se están desarrollando para favorecer el emprendimiento entre las mujeres en el ámbito agroalimentario. Ha contado con las intervenciones de: María Lucendo Díaz, Servicios Técnicos [ASAJA](#) Toledo; Carmen María García, presidenta de la Fundación Woman’s Week; Marta Gálvez-Cañero, directora Académica de Aliter, Escuela Internacional de Negocios; y Lola Martín Morcillo, coordinadora de [FADEMUR](#) Castilla-La Mancha.

En opinión de María Lucendo Díaz: *“Además de asesoramiento y tramitación, estamos impartiendo desde ASAJA, en nuestras oficinas, cursos de formación para los jóvenes y, dentro de esos jóvenes, cada vez hay mayoría de mujeres. Y también se participa en programas que incentivan la motorización de la tecnología, por ejemplo, ahora se ha a celebrar el Quinto Certamen Nacional del Joven Agricultor, un concurso en el que se va a premiar un proyecto empresarial presentado por chicos y chicas, sobre todo son jóvenes con menos de 40 años, cuyo proyecto tenga una innovación tecnológica y que sea sostenible económica y socialmente”.*

Para Carmen María García: *“En Fundación Woman’s Week intentamos cada año que esta semana sirva para incidir en el problema de la igualdad de género que todavía exis*



te en nuestra sociedad, y para lograr que tanto el mundo empresarial como las administraciones, el mundo de la cultura y el tejido social en general, se conciencien sobre él y logremos alcanzar de una vez por todas el cambio necesario, derribar el techo de cristal y acabar con los estereotipos de la imagen de la mujer en la cultura, los medios de comunicación, el deporte, etc. Para ello, contamos siempre con los mejores expertos que debaten y visibilizan los problemas a los que la mujer se enfrenta cada día en su ámbito laboral y personal”.

Marta Gálvez-Cañero ha señalado que: *“Sin duda, lo más importante es integrar al hombre en la realidad, ya que vamos a dos velocidades diferentes y de lo que se trata es de unir, y no de dividir. Por eso prefiero hablar de igualdad de oportunidades, más que de igualdad. Además, es muy importante que las mujeres jóvenes piensen antes en la ‘carrera de la vida’ que en la carrera profesional. Por su parte, es prioritario eliminar el 25% de banda salarial existente entre hombre y mujeres y, por qué no, hacer loby. De hecho, en el caso del movimiento ‘Me too’ se ha demostrado que ha funcionado”.*

Para Lola Martín Morcillo: *“Desde Fademur, lo que estamos haciendo con el talento, que en el medio rural no solamente es agricultura y ganadería, sino que hay mucho más talento, hay verdaderas iniciativas de mujeres que cubren todas las actividades empresariales y comerciales. Lo que hacemos con ellas es empoderarlas, muchas veces para que den valor a lo que hacen y a lo que saben hacer porque, desgraciadamente, hace unos años y todavía sigue sucediendo, a la pregunta de: ¿y tú qué haces? La respuesta ha sido ‘nada, yo soy ama de casa, yo trabajo en la explotación, yo atiendo el comercio de mi familia...’ Entonces, lo que luchamos es contra eso”.*

Durante la segunda mesa, bajo el título **“Yo soy mujer agro, ¿y tú? Experiencias”**, el objetivo ha sido dar a conocer experiencias de mujeres que vienen destacando en el sector agroalimentario, y aquellas que juegan un papel de representatividad de la mujer en el ámbito rural ante la sociedad. Ha estado compuesta por: María Fernanda Campa, directora del Departamento de Calidad de Greenyard Fresh; Lola Merino, presidenta de AMFAR; Julia Pérez Correa, presidenta de Mujeres Progresistas de Alcalá de Henares; y Noelia Serrano, presidenta de CERES Castilla-La Mancha.

Para María Fernanda Campa: *“Las mujeres llevan aportando a la agricultura y su negocio desde los ancestros tenacidad, resolución y eficacia. España es un gran matriarcado donde las gestoras de las pequeñas explotaciones han sido siempre las mujeres, colaborando con todas las labores y comercializando los productos desde el origen del ‘trueque’. Han sido y son también las grandes contables e inversoras de dichas explotaciones y las que tenían una visión a largo plazo, ya que manejaban la supervivencia de sus herederos. El hombre, por su parte, guerreaba, vivía la política, cazaba o, simplemente, trabajaba sin la carga de esta gestión. Debo añadir que las mujeres, en todos los tiempos, crían a sus hijos y llevan la logística y necesidades del hogar, paralelamente a esta labor”*.

Por su parte, Lola Merino ha señalado que: *“ANFAR es una federación nacional que lleva defendiendo los derechos de las mujeres rurales españolas casi 30 años. En la actualidad tenemos implantación en todo el territorio nacional, tenemos casi 90.000 afiliadas en toda España y tenemos representación en todos los ámbitos, es decir: desde el ámbito nacional, con una interlocución directa tanto con el Ministerio de Agricultura como con el Ministerio de Igualdad; somos miembros del Consejo Estatal de ONGs, donde está una representación de cada uno de los colectivos españoles”*.

En lo que respecta a Julia Pérez Correa, ésta ha indicado que: *“Creo que la agenda de la igualdad está abierta a diferentes realidades y prioridades, según los países y continentes a los que miremos. Por ejemplo, en España las mujeres rurales se encuentran sometidas a las dobles jornadas, menores ingresos, menor capacidad de cotizar para sus pensiones, menor capacidad de conciliación y, hasta hace poco, se les negaba la copropiedad de la tierra y explotaciones familiares. En otros países del mundo, las mujeres trabajan la tierra, pero no acceden a la propiedad, ni cuando se quedan viudas, son expulsadas de sus propiedades por los familiares de su marido, no tienen derecho a heredar. Además, las mujeres rurales tienen muy poco acceso a la atención médica, se tienen que desplazar muchos kilómetros para tener asistencia prenatal o en el embarazo, y se producen muertes por complicaciones en el parto. En todos los países está la lacra de la violencia de género que afecta, según Naciones Unidas, a una de cada tres mujeres en el mundo”*.

Por último, durante su intervención, Noelia Serrano ha indicado que: *“Con el tiempo, he ido fortaleciéndome en el ámbito agrícola. En mi familia, desgraciadamente, conocimos la ruina por el sector agrícola, pero después de un tiempo yo, la más pequeña de la casa, decidí que para mí eso no iba a ser un lastre, que a mí me gusta mucho el campo y a mí eso nunca me ha dado miedo y, por lo tanto, decidí apostar de nuevo por la agricultura”*.

Después de la pausa para el café y *networking*, la tercera de las mesas se ha desarrollado bajo la temática **“Importancia de la comunicación como medio de cambio”**, con el propósito de dar a conocer qué se está haciendo y qué se puede hacer desde los medios de comunicación para conseguir la igualdad de género en el mundo agroalimentario. Ha contado con las intervenciones de: Soledad de Juan Arechederra, presentadora del Programa Onda Agraria; Humberto del Horno,

periodista delegado de Europa Press Castilla-La Mancha; Yolanda Monje, subdirectora de Informativos de CMM Media; y Rubén Villanueva, responsable de Comunicación de COAG Nacional.

Para Soledad de Juan Arechederra: *“Desde hace tres o cuatro años, creamos una sección específica en el programa, que se llama ‘Mujer Rural’, con muchísimo cariño y como una ventanita que abrimos a la mujer emprendedora. Recogemos testimonios de mujeres, por ejemplo, en un pueblecito de Zamora o de Alicante, que emprenden. Hablamos también con las asociaciones y con las organizaciones de las medidas que toman, los planes que inician o las jornadas que hacen pero, sobre todo, hablar con la protagonista: con esa mujer que ha decidido empezar a hacer mermeladas en un pueblecito de la provincia de Ciudad Real, y hablamos con ella para conocer su testimonio, que nos cuente cómo empezó y cómo surgió”.*

En opinión de Humberto del Horno: *“Siempre resulta interesante hablar, no solo del papel de los medios, sino también de la necesidad de que las entidades representativas del sec*



tor den a conocer sus actividades y ‘sepan venderlas’, de cara a llamar la atención de los medios para, entre todos, conseguir hacer un hueco en la mujer agro en la agenda de los medios”.

Por su parte, Yolanda Monje ha señalado que: *“Represento a la televisión y la radio autonómica de Castilla-La Mancha y creo que, sin duda, esto tiene mucho más recorrido, porque el consumidor, todo lo que os pasa a vosotros y todas vuestras preocupaciones, inciden en ellos. Hay una parte, abrir esa información que es especializada y que tiene que seguir siéndolo, nosotros creemos que sí. De esa forma, el consumidor conocerá mucho más esa realidad y será más sensible a ella”.*

Además, Rubén Villanueva ha explicado que: *“Las mujeres rurales tienen un comportamiento mucho más activo en las redes sociales, las usan más y son más participativas que los hombres. Por eso, creo que son ellas las que van a marcar tendencias ya que, en términos generales, se*

han adaptado más y mejor a la tecnología. Iniciativas como la de ‘Ganaderas en Red’, reflejan el dinamismo de la mujer en este sector. A nivel de [COAG](#) y CERES, organización de mujeres rurales vinculada a esta organización agraria, las redes sociales han servido para visibilizar la presencia de miles de asociadas tras nuestras siglas. Siempre han estado, pero nunca han sido tan visibles gracias a nuevos canales como los social media, movimiento que ha aflorado en todo el sector agrario para dar luz al imprescindible trabajo de la mujer en el campo, que ha sido invisible históricamente”.

Para terminar, la cuarta y última de las mesas de debate se ha focalizado en dar a conocer cuál es la visión de la igualdad de género y qué se puede aportar desde el sector agroalimentario de cara a conseguirla, desde la perspectiva de la alta dirección. Bajo el título: **“La igualdad es tarea de tod@s: El papel de la mujer en el sector agroalimentario”**, han participado: Victoria Ruiz, responsable de Desarrollo de ANSEMAT; José Luis Rojas, director de Cooperativas Agroalimentarias Castilla-La Mancha; Pilar Giménez, directora de Asuntos Corporativos y Reglamentarios de Syngenta; y María Soledad García Bermúdez, Directora de Negocio Agroganadero de Liberbank en Castilla-La Mancha Oeste.

Para Victoria Ruiz: *“La evolución que ha experimentado el acceso de la mujer a las diferentes Comisiones de Trabajo de [ANSEMAT](#) es proporcional a la que las propias Comisiones, y hasta la propia Asociación, han experimentado en los últimos años. A lo largo de este tiempo, nuestro afán ha sido posicionar a la Asociación, a través de las Comisiones de Trabajo, dentro de un marco actual, no solo conforme a las exigencias del mercado, sino también buscando que aquellos que participan en ellas vean representados los intereses de sus empresas y la propia labor que desde ellas desempeñan. Por ello, sería imposible pretender que, en el contexto actual en el que la mujer forma parte activa del desarrollo de nuestro sector, ocupando diferentes cargos de responsabilidad, no fuera partícipe de las Comisiones de Trabajo de ANSEMAT, entendidas como uno foro de encuentro en el que confluyen el análisis, intercambio y diálogo, como herramientas dinámicas que construyen el futuro de nuestro sector”.*

En opinión de José Luis Rojas: *“Las últimas cifras que manejamos establecen que tenemos asociadas en las 435 cooperativas de Castilla-La Mancha, de interés social y económico relevante, porque luego hay otro tipo de asociacionismo más familiar. Los estudios que hacemos los separamos porque tienen una consideración diferente. Esas cooperativas tienen asociadas 162.000 socios y socias; el porcentaje de socias ronda el 24%, es decir, 39.000 socias tenemos en Castilla-La Mancha, a nivel de titulares. Es un número teórico, porque luego muchas socias están asociadas como mecanismo para que la explotación circule a nombre de la mujer, cuando quien lleva de verdad las riendas de la explotación es el marido”.*

Pilar Giménez ha manifestado que: *“Mi experiencia es desde la empresa, una empresa que se dedica a suministrar productos y servicios a los agricultores y el mundo rural. Lo que sí puedo decir es que, desde mi experiencia, y llevo más de 30 años trabajando en el sector, he visto una evolución tremenda, tanto internamente en el ámbito de la empresa, como en el*



mundo rural, agrícola per se”.

Por último, María Soledad García Bermúdez ha opinado que: *“Dentro de nuestra entidad, lo que es el sector agroalimentario es lo más importante, porque estamos en los territorios que son eminentemente agrarios. En Castilla-La Mancha el peso de la agricultura es fundamental, el motor de Castilla-La Mancha es la agricultura. Donde yo me muevo, siempre intentamos poner todo el peso, poner personas especialistas en el tema agrario. A niveles de PAC, somos líderes en el sector, con una cuota de un 25% , tenemos unas 900 oficinas en todo Liberbank, dentro de las cuales 300 son en Castilla-La Mancha y la mayoría están en el medio rural”.*

Crece el número de iniciativas que animan a las mujeres a empoderarse en el medio rural

Pese a que durante los últimos años distintas entidades relacionadas con el sector agroalimentario han venido organizando jornadas puntuales en las que se ha destacado el papel de la mujer en el ámbito rural, ningún medio de comunicación había enarbolado esa bandera, reuniendo a todas aquellas organizaciones y entidades de diversa índole y orientación que tienen algo que aportar a este debate. *“Ese fue precisamente el motivo del éxito de la primera edición de #mujeragro, y creo que lo hemos conseguido repetir en esta segunda edición”*, ha explicado Gissele Falcón.

Por su parte, Álvaro Báñez ha señalado cinco conclusiones clave: *“Educación, formación e información, esas tres palabras son fundamentales para la consecución de la igualdad de oportunidades. Hay que involucrar al hombre en la igualdad. Tenemos que pasar del protagonismo del discurso al protagonismo de la Política Agraria Común. En comunicación muchos sabéis, y os lo reitero, que si no comunicas no existes. Quizás hay que jugar a dos bandas entre el empoderamiento y la normalización, quizás ahora sea ese momento. Y, como también se ha comentado durante la mañana, es interesante crear vínculos y networking, y no solo entre las mujeres, sino también entre mujeres y hombres, precisamente para llegar a esa igualdad”.*

(*) Media Partners: Fruit Today, Interempresas Media, Mercados y CMM (Castilla La Mancha Media).

TAMBIÉN TE PUEDE INTERESAR:

[??'La igualdad es una tarea de tod@s': Toledo acogerá el II Foro Nacional Business Agro – Mujeres Agroprofesionales](#)

