



Raising Employability of Women
through entrepreneurial Activities
fostering Rural Development

CASO DE ESTUDIO

PILAR ORELLANA PÉREZ
Orellana Perdiz

INTRODUCCIÓN

Orellana Perdiz es una granja multifuncional que es propiedad y está administrada por tres hermanas en el norte de la provincia de Jaén, en una finca donde se encuentran las ruinas del Castillo que dio nombre a la Batalla de las Navas de Tolosa, situadas entre unas antiguas minas de plata y plomo. La actividad principal de la granja es la cría de toros de lidia, toros bravos, que se crían en la finca de 300 ha, 100 ha para las vacas y 200 ha para los toros. Además, las hermanas también tienen actividades diferenciadas que complementan sus actividades agrícolas principales, esto incluye turismo, restaurantes y hoteles.


Sus productos gourmet, como el paté de perdiz y la perdiz en escabeche, son elaborados de forma tradicional y en pequeñas cantidades. Estos se venden en las propias instalaciones y en tiendas gourmet de toda España.


Emplean de 25 a 30 personas en todas las empresas. A través de esas diversas actividades, mantienen el patrimonio cultural de su región y la tierra, como el paisaje, la dehesa. El manejo de la tierra permite la conservación de la dehesa, así como la raza toros bravos.

1. DATOS PERSONALES

 **Nombre:** Pilar Orellana Pérez


 **Rango de edad:** 46 +


 **Formación:** Estudios medios. Master de Administración y Dirección de Empresas.


 **Ocupación:** Pilar dirige la parte de hostelería y según la época y el volumen de trabajo que tengan, participa en las actividades de turismo rural y en la agricultura. También asiste a ferias gastronómicas para presentar sus productos relacionados con la perdiz y con el aceite de oliva.



2. PERFIL DE LA GRANJA


 **Dirección:** Autovía de Andalucía A4 Sur, Km 265, La Carolina (Jaén).

 **Superficie de la granja en ha:** 300 ha en total: 100 para las vacas y 200 para los toros.

 **Fecha desde la cual la mujer empresaria es propietaria/arrendadora de la granja:** En 1948 el padre de Pilar Orellana comenzó con la hostelería y se creó un pequeño restaurante. Posteriormente compró la finca y la ganadería, persiguiendo su sueño.

Nº de trabajadores de la granja:

	A TIEMPO COMPLETO	A TIEMPO PARCIAL/DE TEMPORADA	MUJERES
Miembros de la familia	4		3
Otros miembros no familiares		15-20	

 **Descripción de la granja:** En la finca hay una parte que es de ganadería brava y otra en la que las vacas son de carne, de raza limusina. La ganadería está distribuida en fincas, de distintos municipios de la provincia. Son explotaciones ecológicas a excepción de la parte de vacas bravas que no se puede certificar debido a su alimentación especial, ya que necesitan un aporte extra de pienso. A pesar de ello, su carne es muy natural y apreciada porque están criados en libertad. En las fincas se siembra cebada y además brezo, todas que aporta nitrógeno al suelo. Ajustando la carga ganadera, con el forraje sembrado, se mantiene el ganado. Se realiza la poda de las encinas y con ello se obtiene leña para el negocio de hostelería (chimeneas, hornos, etc.) y además al año siguiente, las encinas no productivas, dan bellota y así se enriquece la dehesa. Se trata de conseguir una economía sostenible.

Dentro de las fincas hay vestigios mineros que pertenecen al Catálogo General de Patrimonio Minero Andaluz, a los que se puede acceder a través de visitas guiadas organizadas por la empresa. También se organizan visitas taurinas en todoterreno para descubrir el mundo del toro. En la finca podemos encontrar las ruinas del Castillo de Las Navas de Tolosa, nombre acuñado por la batalla de Las Navas de Tolosa, donde los cristianos vencieron a las tropas árabes, el 16 de julio de 1212.

Página web y redes sociales:

www.orellanaperdiz.es

Facebook: Orellana Perdiz

Instagram: orellanaperdiz

Twitter: @orellanaperdiz

3. MULTIFUNCIONALIDAD / PATRIMONIO CULTURAL RURAL

La marca es Orellana Perdiz y a partir de ahí se generan todas las actividades. Han conseguido que cada una de las actividades funcione independientemente. Pilar asiste a ferias alimentarias, de ganadería o de cualquier tipo, vende sus productos pero al mismo tiempo está dando a conocer la marca Orellana Perdiz y de camino promocionan el resto de actividades.

De esta forma se le da un conocimiento a nivel nacional y al estar sus instalaciones (restaurante y hotel) junto a la autovía, zona de paso muy transitada, pues también tienen clientela internacional.

Actualmente comenta que se encuentran ante un reto tecnológico y que las empresas tienen que adaptarse porque estamos inmersos en un cambio de modelo de negocio.

Entre las actividades que realiza Orellana Perdiz se encuentran la ganadería, restauración, alojamiento rural, visitas culturales guiadas y elaboración de productos gourmet, con la perdiz como elemento principal de sus productos. Su receta ha sido transferida entre generaciones, un patrimonio al que sólo tienen acceso algunos miembros de la familia, siendo un acontecimiento familiar la transferencia de este legado culinario. Han logrado hacer de su perdiz un nombre de marca y esto se complica por ser una pequeña empresa.

Las visitas guiadas se realizan en todo terreno y hay diferentes paquetes. Unas visitas están más orientadas a conocer el mundo del toro y el entorno natural en el que se crían, la dehesa en este caso, y otras visitas están orientadas al patrimonio cultural de la zona. En las visitas se les explica cómo fue nuestra historia más reciente de la minería, patrimonio minero que está catalogado como patrimonio andaluz y también se habla sobre la Batalla de las Navas de Tolosa, que dio nombre al Castillo ubicado en una de sus fincas.



La principal dificultad está en que nosotras mismas diferenciamos entre hombres y mujeres. En mi sector no es necesario esa diferenciación.

Las mujeres son más detallistas, gestionan mejor los detalles en cuanto a la atención al cliente.



4. CONSIDERACIONES, FORMACIÓN / COMPETENCIAS IMPLICADAS

Consideraciones generales:

Entre los desafíos a los que se enfrentan se encuentra la cuestión económica. Lo que han generado de beneficios siempre lo han invertido en el propio negocio o en las actividades. Les gusta ser serias con los proveedores que son una parte muy importante. Ellas no escatiman en precio pero a cambio tiene que servirles productos de máxima calidad.

Otro problema surge a la hora de organizarse para gestionar todas las actividades porque quizás tengan una estructura pequeña y no saben si deberían aumentarla.

Otro desafío importante es el tema burocrático. Al tener diferentes actividades tienen más trabajo para poder cumplir con toda la normativa, porque les realizan inspecciones, auditorías y tienen que estar pendientes de un gran volumen de documentación y eso consume mucho tiempo. Tienen que tener muy claros sus ingresos, de donde proceden y hacia dónde van; tener una buena gestión en general porque tienen convenios diferentes que hay que cumplir. Tienen asesores legales y laborales pero ellas se encargan de la gestión de todo, se preocupan por conocer la normativa y ello les supone mucho más trabajo.

La edad también influye a la hora de gestionar una empresa y se nota cuando entra sabiduría nueva porque las actividades, los problemas, la burocracia etc., las van agotando.

El patrimonio cultural le aporta a la actividad diferenciación y eso las hace únicas. Todavía les hace falta mejorar en el apartado comercial, porque ponen mucho corazón y tendrían que valorarse más a ellas mismas.

Formación/Competencias (Conocimientos, habilidades, actitudes) especialmente relevantes para el proceso:

Cuando comenzaron con la actividad no tenían formación específica, solo la experiencia obtenida durante los años. Pilar realizó un Master de Administración y Dirección de Empresas y está siempre en continuo proceso de formación, realizando cursos de gastronomía, de aceite, catas, turismo, marketing, castillos y batallas, patrimonio cultural, etc., organizados por diferentes entidades.

Según Pilar las empresas están vivas y es muy fácil conseguir un buen patrimonio pero también es muy fácil perderlo. Influye mucho quien lo gestiona, la voluntad de la persona, el sacrificio. Tienes que tener fe y creer en lo que estás haciendo porque es un proceso largo de varios años y eso va a suponer que te va a quitar gran parte de tu tiempo y de tu dinero.

Hay que luchar porque la vida del empresario sea más fácil. A veces no hay sustitución de padres a hijos porque los hijos han visto sufrir mucho a sus padres a causa del trabajo y no quieren pasar por lo mismo. Por ese motivo se esfuerzan en obtener más formación, realizando una carrera universitaria por ejemplo, para poder vivir mejor.

Actualmente hay muchas normas que cumplir, muchos requisitos, demasiados impuestos y eso hace que a los que vienen detrás, no les interese seguir con la empresa.

Su padre comenzó con la hostelería en 1948 y posteriormente compró la finca y la ganadería. Pilar fue la que orientó el negocio hacia el turismo rural. Fueron pioneros en descubrir ese nicho de Mercado, pero el dedicarse también a la gastronomía, elaborando productos con perdiz, les ha quitado mucho tiempo.

Es un trabajo muy sacrificado. Son una familia de origen muy humilde que se han ido haciendo a sí mismos. La falta de dinero hace que se agudice el ingenio. Son muy inquietos e inconformistas.

Escuchan siempre las opiniones de sus trabajadores y eso les sirve de ayuda. Creen que el personal tiene que estar motivado, involucrado. Le hacen ver al personal que no son personas anónimas, que son importantes para la empresa.

Análisis DAFO:

FORTALEZAS

S

Catálogo de productos integral y coherente.
Combinación de patrimonio cultural, agroturismo y agricultura.
Gestión de proveedores y empleados.
Proactividad, emprendimiento y vanguardia.
Apuesta por la calidad y la gestión del detalle.
Entendimiento en la cooperación familiar.
Ilusión y visión de futuro.
Imagen y marca bien desarrolladas.
Capacidad de sacrificio.
Experiencia y apertura al aprendizaje continuo.

DEBILIDADES

W

Necesidad de mantener un número de líneas de negocio rentable y gestionable.
Mucha diversidad de actividades que dificulta la gestión integral.
Necesidad de mejorar la difusión y las estrategias de comercialización.

OPORTUNIDADES

O

Mayor integración en ofertas nacionales e internacionales de agroturismo y turismo cultural.
Incrementar el apoyo de las instituciones a través de redes, certificaciones y sellos de calidad.
Aumentar la actividad en términos de comercialización y marketing.
Encontrar un nicho de mercado potencial cercano y de valor.

AMENAZAS

T

Complejidad burocrática con múltiples normativas por cada actividad.
Movimientos sociales en contra del toro bravo.
Falta de relevo generacional.

SOCIOS



Association Générale
des Producteurs de
Blé et autres céréales
(Francia)
www.agpb.com



Biotehniški center Naklo
(Eslovenia)
www.bc-naklo.si



Asociace
soukromého
zemědělství ČR

Asociace soukromého
zemědělství ČR
(República Checa)
www.asz.cz



Centrum Doradztwa
Rolniczego w Brwinowie
- Branch in Krakow
(Polonia)
www.cdr.gov.pl



Unión de Agricultores
y Ganaderos – Jóvenes
Agricultores de Jaén
(España)
www.coagjaen.es



European Landowners'
Organization
(Bélgica)
www.europeanlandowners.org



On Projects Advising SL
(España)
www.onprojects.es

CONTÁCTANOS

Twitter: @REWARD_ERASMUS

Facebook: @REWARDERASMUS

Sitio Web: reward-erasmus.eu



Cofinanciado por el
programa Erasmus+
de la Unión Europea

El presente proyecto ha sido financiado con el apoyo de la Comisión Europea. Esta publicación es responsabilidad exclusiva de su autor. La Comisión no es responsable del uso que pueda hacerse de la información aquí difundida.

Proyecto N°: 2018-1-FR01-KA202-047809