



Milhulloo



1. Descripción del proyecto empresarial.

“No somos agricultoras, aunque un poco sí, no somos sólo empresarias, pero también un poco sí, no sólo trabajamos en el campo, que a veces es duro, a veces trabajamos en gestión, y cuando nos satura la cabeza, pues ahí tienes el campo, no somos vendedoras, pero un poco sí, sobre todo al comienzo de la empresa, en las ferias y cuando íbamos de bar en bar. También estamos con gente, esto es lo más valioso de nuestro trabajo, haciendo los obradoiros, nos ayudamos constantemente con toda la gente de producción ecológica que nos resulta muy atractiva. Esto nuestro es más que un trabajo; es ya un modo de vida.” Carmele.

“Yo no sé si soy empresaria o agricultora, soy Millhulloo, y eso es todo. Hacemos de agricultores, transformadores, profesores, comerciales y de investigadores”. Chusa.

A través de estas palabras, Carmele y Chusa las dos socias fundadoras de la cooperativa Millhulloo, expresan la dificultad de definir de forma precisa su tarea, y cuentan cómo su trabajo cambia y no está sometido a una rutina constante. Esto mejora la creatividad y le otorga un sentido distinto al habitual. Indica cómo, a través de extender el margen de decisión en sus tareas, han logrado trascender el control “fondista” de la producción dotando a su actividad de una autonomía económica y laboral. Esta forma de producir se ha convertido, como ellas mismas dicen, en un modo de vida.

El sentirse fuera de las categorías económicas clásicas, el participar de ellas, pero poderlas vulnerar, romper, trascender en cualquier momento supone incluir la dimensión humana en esta empresa. Y la inclusión de este aspecto supone a su vez trascender, de algún modo, la misma idea habitual de trabajo.

Millhulloo es la única cooperativa gallega que se dedica al cultivo ecológico de plantas medicinales, aromáticas y hortalizas desde el año 2001. Además es la primera que desde el año 2004 produce grelo deshidratado de alta calidad. Este producto ha recibido una des-



tacada atención por parte del mercado, como producto novedoso y es una de las causas de los numerosos premios que esta cooperativa ha logrado desde esa fecha.

El proyecto empresarial de “Millhulloa” se ha ido fraguando, poco a poco, entre dos amigas. Carmele, estudiante de Biología y Chusa, estudiante de Farmacia no encontraron trabajo duradero al final de sus estudios, y después de probar en varios sitios, y recorrer distintos lugares decidieron emprender algo juntas con ayuda de otros socios que, con el tiempo y por distintas circunstancias, se han ido quedando en el camino.

La precariedad e inestabilidad del mercado laboral empujaron a las dos recién licenciadas a la realización de un curso de creación de empresas para mujeres emprendedoras organizado por la Consellería de Familia de la Xunta de Galicia. *“Ahí se dispara la cosa”*, nos comenta Carmele.

Chusa disponía, desde el principio, de un terreno de 10ha. que se encontraba unido a una casa familiar. El terreno, abandonado desde hace tiempo y sin cultivar, era la imagen de una Galicia envejecida en sus localidades rurales y carente de población joven que lograra revitalizar la comarca de Ulloa.

Gracias al curso y a un fuerte impulso personal decidieron, en primer lugar, llevar a cabo un proyecto de autoempleo en el medio rural gallego, junto al transitado durante siglos camino de Santiago.

“Si hacemos el curso es para llevar la empresa adelante, aunque mi idea primera no era en absoluto ni trabajar en el campo, ni volver al pueblo. Mi idea primera era volver a Santiago que era la ciudad donde estudié, pero aquí estoy y me siento más libre que en cualquier otro trabajo”. Carmele

Esta decisión personal, no exenta de riesgo, supuso, a nuestro juicio, dotar al proyecto de un importante valor humano al fomentar la autonomía y el autoempleo. Actualmente Millhulloa es una cooperativa estudiada como ejemplo de autonomía y empleo rural en diversos centros educativos. (Durante nuestro trabajo de campo una veintena de alumnos de un Centro de Formación Profesional de A Coruña visitaron el campo y la industria secadora acompañados de varios de sus profesores). Lo humano, en este contexto, aparece como una dimensión emancipatoria frente a un mercado laboral inestable, inseguro, depauperado y, en muchas ocasiones, hostil con el trabajador y como un rasgo de la nueva economía de base humana.

En segundo lugar decidieron también, a través del proyecto, darle vida a un paraje abandonado, recuperando las especies autóctonas que, por distintas circunstancias, (entre ellas la recolección masiva para la venta a empresas farmacéuticas) habían desaparecido, hacerlo sostenible y procurar que la producción fuera encaminada hacia aspectos que pudieran mejorar la vida de las personas.

Y, sobre todo, en último lugar decidieron llevar a cabo un proyecto con la intención de innovar en la agricultura a través de métodos distintos a los tradicionales, aprovechando los



conocimientos adquiridos y fomentando una forma de trabajar basada en la experimentación y creatividad.

2. Identificación y caracterización del modelo de negocio

“Esto era una cuadra de vacas y empezamos a restaurarlo. Vinieron algunos amigos a ayudarnos, pero aquí estuvimos nosotras también dando masa o lo que hiciera falta. Teníamos la tierra e hicimos la inversión más fuerte en la cámara de secado”.
(Carmele)

La llegada a la finca de Millhulloa sorprende. Sólo un pequeño cartel anuncia la actividad que se realiza en la finca. A esta se accede de un modo abierto, no hay verja, ni pared, ni timbre. Al comienzo de la finca se sitúa un tradicional hórreo gallego y una casa familiar, al fondo unas antiguas cuadras reconvertidas en oficina, laboratorio, almacén, zona de secado y una pequeña zona de venta. En el extremo más apartado de la finca se encuentra el terreno donde se cultivan los grelos, a la derecha de la casa el invernadero unido al lugar del cultivo de las plantas aromáticas, y, junto al camino de Santiago, las plantas más curativas, las tradicionales medicinales.

Sabemos que estamos en el lugar adecuado porque vemos en un panel en la entrada la marca de la empresa: Millhulloa. Un feliz hallazgo del que sus socias se sienten orgullosas; con más motivo ahora que el nombre está acompañado de un diseño llamativo realizado por la tercera de las socias actuales de la cooperativa, experta en diseño gráfico. En el nombre condensan muchos de los objetivos. En primer lugar las plantas que posibilitan el cuidado del cuerpo muchas empiezan por “mil” y, entre todas ellas, la más significativa del lugar, “la milenrama”. En segundo lugar la innovación aplicada a la transformación de estas plantas cultivadas ecológicamente para la obtención según distintas recetas de aceites y fragancias. Es lo que indica la “h”, del título, la transformación química y su uso farmacéutico. Y en tercer lugar, la tierra; la vuelta a un lugar para, a través de la actividad productiva, darle vida: la comarca de “Ulloa”. Así se define Milhulloa S. Coop. Galega, este proyecto está basado en tres pilares que lo definen, en principio está basado en la recuperación de la tierra, de una tierra que ha tenido memoria y que se encontraba baldía. El segundo pilar es lo ecológico, trabajar la tierra no puede hacerse de cualquier modo, sino que ha de hacerse de un modo especial, respetuoso, y potenciar lo autóctono, y, por último, es un proyecto que se basa en lo humano. La idea de la cooperativa da forma a este lado humano que tiene, además en la ayuda mutua una de sus principales expresiones.

Las líneas de actuación en las que se mueve actualmente la cooperativa son:

1. La producción. Es la línea principal, pero a veces no han conseguido salir adelante sólo con esta actividad, y al mismo tiempo es uno de los factores limitantes de su crecimiento. En algunos casos el clima, en otros la inexperiencia y en otros el mercado han situado a la cooperativa en situaciones límites, salvadas en el último momento por los premios. Estos, por regla general, bien dotados económicamente han sido una constante en los últimos años de actividad. La dificultad de encontrar abonos naturales en



cantidad suficiente para seguir manteniendo la producción del grelo es el principal factor limitante del crecimiento productivo en la empresa.

2. Los procesos de deshidratación de hortalizas, verduras, frutas y, sobre todo algas, para otros productores. Esta línea de negocio se encuentra en pleno proceso de expansión, y, en algunas ocasiones interfiere con las labores propias de la producción colapsando temporalmente otras actividades. (Al día siguiente de nuestro trabajo de campo recibían 1000 kg. de algas para su proceso de deshidratación, secado y posterior envasado, y, debido a esto no podían limpiar las malas hierbas de las plantas aromáticas, cuestión también importante)
3. La formación e información. Las tres socias de la cooperativa imparten cursos financiados por distintas instituciones en las localidades cercanas a los propios habitantes interesados y a distintos productores ecológicos. En algunos momentos de la empresa han supuesto un importante balón de oxígeno económico. También son un buen escaparate que cumple las funciones de la publicidad, de la que la empresa carece.

En estos momentos, (el trabajo de campo se realizó en Mayo del 2011) la empresa es relativamente conocida. Sobre ella se han elaborado varios documentales y se publican con frecuencia artículos en periódicos locales, y sus socias consideran que están teniendo un desarrollo exitoso. Pero los comienzos no fueron fáciles. El principal problema en el inicio del proyecto fue financiero.

“Los problemas al principio fueron financieros. Nosotros no teníamos nada, y el banco no nos quería dar el dinero. No le gustaba la fórmula cooperativa, no le gustaba la producción ecológica, no le gustaban las plantas medicinales, no les parecía algo viable”, nos cuenta Carmele. Al ser una empresa de producción, los resultados de esta han condicionado desde el principio la relación con el banco convencional, a veces la producción no era la deseada, otras veces los clientes no pagaban a tiempo y, estos contratiempos estuvieron a punto de dar al traste con la empresa.”

En el momento en el que tienen noticia de la creación de la cooperativa Coop57 se ponen en contacto y reciben su apoyo desvinculándose en ese momento de los bancos tradicionales. Las dos socias principales muestran un especial alivio al recordar esta posibilidad de ser financiadas de una forma distinta, más flexible, y más adecuada a las características de su negocio. De hecho, desde hace dos años, la cooperativa financiera se ha formado en Galicia y también forman parte de ella. Se sienten orgullosas pudiendo ayudar a otros emprendedores a empezar con un respaldo económico más flexible.

Otro problema fundamental a lo largo de este tiempo ha sido la producción. La recolección no se puede llevar a cabo de una forma mecánica y tiene que ser recogida a mano. Las plantas tienen que ser limpiadas de malas hierbas lentamente y con mucha paciencia. Estas limitaciones de partida las han suplido con ayuda y apoyo de dos ámbitos; del conocimiento tradicional que les han aportado los vecinos y productores locales, y, a la vez, del obtenido a través de la cooperación con la Universidad de Santiago con la que mantienen, desde el principio de la empresa, una estrecha relación. Esta es una de las caracte-



rísticas más llamativas de este proyecto; el conocimiento obtenido a través del saber más tradicional y guardado durante siglos se combina con las innovaciones más creativas sobre los procesos de deshidratación de hortalizas, vegetales y frutas.

No fue fácil tampoco la introducción de los productos “Millhulloa” en un mercado dominado por las grandes empresas. Por eso han trabajado desde el principio por tener una relación diferente con los clientes. Han buscado una venta directa, cara a cara y cercana. Debido a esto son numerosos los compradores que se abastecen directamente en la finca. Han prescindido, de forma generalizada, de una distribuidora para sus productos, e incluso han rechazado ser marca blanca en alguno de sus productos para la empresa El Corte Inglés.

“Nosotras cogimos maletín, y de bar en bar, sobre todo en aquellos que nos conocía. Así fuimos extendiendo nuestros productos”. Chusa

Empezaron vendiendo a través de alguna tienda pequeña de productos ecológicos, y cafeterías en Santiago de Compostela y Lugo. Más adelante la venta se fue extendiendo a la costa en las rías bajas a causa del turismo y al esfuerzo institucional por promocionar los productos gallegos que fomentó la aparición de tiendas especializadas. Desde hace algunos años se ha incrementado significativamente la venta, tanto a través de Internet como también “in situ” aprovechando las numerosas visitas que reciben de distintas universidades, institutos, colegios, asociaciones, etc. Actualmente los productos de Millhulloa llegan a toda Galicia, en cada provincia hay al menos un punto de venta. También en muchos pueblos. Los productos pueden encontrarse en Madrid, Barcelona, Sevilla y otras grandes ciudades a través de las cooperativas de consumo. Se extienden a casi todos los lugares donde hay gallegos, especialmente en Valencia y Baleares. Han llegado también a Rusia, y venden también en México.

Cada una de las fundadoras de la cooperativa considera que su trabajo es satisfactorio y no lo cambiaría en este momento. El secreto del éxito es que han logrado desarrollar una actividad como trabajo que resulta de la combinación de distintos procesos. Y han ido ampliando, con el tiempo, el valor de su actividad en cada uno de estos pasos, hasta controlar el proceso productivo completo de un modo artesanal.

El paso germinal de este proceso generador de valor se encuentra en la adquisición de las semillas. Los primeros años no lograron autoabastecerse y se vieron en la necesidad de comprar semillas a un productor externo andaluz. Esta compra encarecía el producto final.

“Las semillas en el inicio muchas las comprábamos a un productor de Córdoba. Después él también nos conoció y quería también que le vendiéramos semilla, y nos propuso que le vendiéramos semilla de laurel. Cogimos semilla de laurel aquí en cantidad, pero nos quedamos sorprendidas, porque por la semilla que nos compraba a nosotros nos pagaba muy poco dinero, y por la semilla que le comprábamos a él teníamos que pagar muchísimo más. Y esto vimos que era porque él era productor de semillas y nosotras no. Para esto se necesita un registro, de modo que nos dimos de alta y ahora las vendemos tanto a él como a otros a un precio igual, porque no es fácil encontrar semilla de producción ecológica” (Carmele)



A partir de la semilla, siembran según la demanda del año anterior y cuidan la producción y la recolección en función de la época del año. Cuando el trabajo se acumula entonces cuentan con colaboradores con los que se encuentran unidos por vínculos de amistad, y que colaboran generalmente sin remuneración económica. En muchos casos funciona entre ellos la reciprocidad. Cuentan con una red significativa de empresas, algunas de ellas también cooperativas, que intercambian en momentos muy puntuales para sus distintos procesos productivos manos para trabajar, sin ser fuerzas productivas al uso.

“La importancia de la red creada a través de estos años es tan fundamental, que no podría ahora ya salir de ella porque ya se han creado unos fuertes sistemas de ayudas mutuas bajo lazos de intercambio, como si fuera un trueque”. (Chusa)

En este sentido podemos decir que Millhulloa contribuye a crear y aprovechar el capital relacional con otros productores, clientes, comunidad rural y la sociedad gallega en general, de tal forma que han constituido un entorno colaborativo del cual todos los miembros se benefician. Logran aumentar, por tanto, el valor del trabajo y el valor de los productos. El factor humano de la empresa cooperativa permite, como hemos visto, aprovechar de un modo exitoso las redes sociales que se han constituido a su alrededor, y contribuir, junto con todas ellas, a la riqueza de la zona a partir de esta dimensión humana.

A continuación se lleva a cabo el proceso de secado, y envasado en el mismo lugar y con las mismas manos. La red de relaciones ha colocado los productos de la empresa en el mercado y, sin distribuidora, los venden. Primero en ferias y, de bar en bar, y ahora a través de la web.

Como complemento a su tarea en la tierra acumulan conocimiento y lo transmiten a través de la realización de talleres u obradoiros: son muy importantes como lugares para la generación de novedades y suponen importantes ingresos para la empresa. Forman parte de la diversificación de la tarea y suponen claramente otro tipo de esfuerzo.

- Estos talleres son muy diversos. Se realizan en escuelas de capacitación agraria y en cooperativas agrarias generalmente con grupos de mujeres de 30 hasta los 60 años.
- También han participado asociaciones de vecinos, grupos ecologistas, grupos de consumo, agricultores de la comarca, institutos, colegios, etc.
- Se han convertido en un mecanismo también de experimentación y de innovación, como fue el penúltimo curso impartido sobre plantas aromáticas para cosméticos, nueva posible línea de trabajo para los próximos años.

3. El papel de la innovación

La innovación ha sido una constante en el recorrido de la cooperativa y ha ido marcando las distintas etapas productivas. Se trata, sobre todo de novedades en los productos que elaboran, y en la forma de transformación. También está presente la creatividad en la ela-



boración de las distintas recetas para la elaboración de aceites aromatizados, así como en el número significativo de nuevos proyectos que relatan con ilusión, algunos llevados a cabo con éxito, y otros que se mantienen como metas a conseguir, si logran ampliar el capital humano. Aún siendo importantes las plantas medicinales y aromáticas, la gran innovación llegó a través de la deshidratación de algunas hortalizas, que permitía su consumo fuera de la temporada, en concreto el grelo.

“Nosotras invertimos mucho en la cámara de secado, pero las plantas acaban en Octubre y luego está vacío el secadero. Y entonces ocurrió que a un compañero nuestro, productor de hortalizas no le compraron un año las hortalizas, se le pasó un poco las espinacas y el comprador no las quiso comprar, porque estaban un poco pasadas. Pero la espinaca estaba perfectamente, entonces las metimos en la cámara de secado y tuvimos éxito, de modo que probamos con más, y escogimos el grelo porque era una hortaliza de aquí.” (Carmele)

Recopilación de los remedios que se usaban en el camino de Santiago a través de la visita a los distintos monasterios. En el penúltimo Xacobeo desarrollaron un refresco revitalizante a base de algunas plantas aromáticas que lograron vender masivamente a muchos de los peregrinos que pasaban junto a la finca. El proyecto del embotellado y la comercialización se mantiene para el futuro.

En los talleres u obradoiros que llevan a cabo a lo largo del año han comenzado a experimentar con una línea de productos cosméticos, algún tipo de crema con los productos de aquí. Desarrollan de forma personal en un pequeño laboratorio cremas nuevas cada año.

“Siempre estamos buscando cosas nuevas, pero sólo lo hacemos en los talleres, porque no tenemos registro para cosméticos”. (Chusa)

Este mismo año han comenzado a secar algas procedentes en su mayoría de las rías bajas gallegas y por encargo de otros productores, fruto de un gran crecimiento en la demanda.

4. La cultura corporativa

En la forma de trabajar en la empresa Millhulloa prima la condición artesanal de su producción, el control completo del proceso, la sostenibilidad del mismo y el cuidado con el que transforman el medio de un modo colaborativo.

Se encuentra basada también en la creatividad, experimentación y aprendizaje, así como en la apertura en la difusión de los conocimientos adquiridos. Priman las relaciones personales a cualquier otro aspecto como por ejemplo el beneficio, la publicidad o el reconocimiento. Estas relaciones han marcado desde el inicio las decisiones sobre quién ha de formar parte de la empresa cuando alguno de sus miembros ha decidido dejarlo. En las dos ocasiones en las que esto ha ocurrido las socias fundadoras han preferido a personas conocidas y amigas aunque no fueran tan expertas en la producción como otras. Esta relación previa condiciona la cultura de la empresa, así como los tiempos en los que se tratan los



asuntos relacionados con el trabajo. Tanto Carmele como Chusa nos comentan que intentan no tratar asuntos laborales en el horario de ocio, pero en muchos casos es inevitable. Durante mucho tiempo comparten los mismos espacios y hay que aprender a convivir.

Artesanal y ecológico:

“nosotros plantamos en ecológico por convicción personal por supuesto, pero también porque no teníamos alternativa porque esto llevaba muchos años sin utilizarse y, yo soy de aquí y sé que mi familia no usaba ningún tipo de pesticidas, y además para el mercado era una puesta en valor de cualquier producto que saliera de aquí”.
(Chusa)

Colaborativa: no existen especialistas en la empresa, las ideas fluyen de forma natural entre las socias en cualquier lugar, incluso fuera del trabajo. Pero no sólo se comparten las ideas sino también las faenas.

“Hay trabajos que tenemos que estar todas a cañón, por ejemplo vaciar el secadero que lo hacemos siempre entre varias, también llenar el secadero, repartimos también las charlas. Depende de la disponibilidad pero todas hacemos todo”. (Chusa)

Creatividad e investigación.

“Nosotros investigamos. Aquí viene alguien y le hacemos un estudio completo. Nos dice, mira quiero secar estas algas o quiero Mirabeles. Nosotros te hacemos un estudio completo, lo que te cuesta, las horas de secado y las bolsas que sacas al mercado. Mucha gente produce pero no puede llegar al consumidor final y por eso acude a nosotros, le decimos cuánto tiempo de caducidad, qué tipo de bolsa tiene que tener para la luz no la estropee. Hacemos investigación sobre algún producto novedoso”.
(Chusa)

Relaciones personales.

“Nosotros nos aprovechamos mucho de los amigos, porque Millhulloa no sería lo que es sin nuestros amigos. Para nosotros el proyecto tiene sentido como una economía social. Aquí hay amigos que se quedan sin trabajo y viene a trabajar con nosotros durante tres días, o más”. (Carmele)

5. Configuración organizativa

La empresa está formada en la actualidad de esta investigación por tres personas, las dos socias fundadoras que continúan, Carmele y Chusa y una diseñadora gráfica que se ha incorporado recientemente a la cooperativa. No existe de un modo determinado una división en el trabajo, si bien, se aprovechan las distintas especialidades de cada miembro y sus especiales habilidades para ser más eficaces.



Las tareas que son más duras y requieren más trabajo son realizadas por todos los miembros de la cooperativa. En cambio cuando se trata de impartir cursos o realizar obradoiros tienen en cuenta la especialización de cada una de ellas. Carmele se encarga de los cursos relacionados con la plantas y Chusa con los referidos a los cosméticos. Además lo relacionado con las semillas es trabajo de Carmele y la persona que se acaba de incorporar a la cooperativa se encarga sobre todo de la producción, de la comercialización de los productos en las ferias, así como de todo aquello que está relacionado con el diseño, tanto de la página web como de los logos de la empresa.

6. Consecuencias estratégicas y económicas del modelo de negocio. (premios)

El proyecto de Millhulloa ha pasado por distintas fases. Una fase inicial muy dificultosa donde todavía no habían adquirido la suficiente información y conocimiento sobre la producción y el mercado. Las dificultades económicas fueron muchas hasta tal punto de tener que pensar en abandonar.

“De las plantas medicinales no podíamos vivir, eso estaba claro, entonces fue ahí en el by-pass gordo del 2005 cuando sacamos el grelo al mercado y vimos que fue un boom. Pero a punto de cerrar varias veces apareció la mano divina de los premios. A partir de los premios pudimos ir subsistiendo, logramos introducir en el mercado el grelo. Recuerdo un fin de semana de cerrar, y pensar que tendríamos que dedicarnos a otra cosa, y el lunes al venir a recoger nos llaman para decir que nos acababan de dar un premio. Esto nos dio fuerza para seguir. Y ahora hemos encontrado un camino de éxito”. (Chusa)

La innovación a través del uso novedoso del secadero con las hortalizas ha mejorado la situación de la empresa y ha permitido la diversificación de la actividad basada en la optimización de la tecnología, y en la apertura a nuevos productos. Ahora consideran que los peores tiempos han pasado e incluso están pensando en crecer.

En esta nueva fase positiva para la empresa los premios y reconocimientos han sido fundamentales. Destacan de todos ellos el primero por el giro que supuso para la empresa en un momento de falta ahogamiento económico antes de contar con el apoyo de la cooperativa Coop57.

- “II Premios Agrarios de Galicia”. “Consellería de Política Agroalimentaria e Desenvolvemento Rural”. 1º premio en la modalidad de mujer rural emprendedora del año 2003.

Junto a este han recibido premios por la aportación a la innovación y a la forma de organización cooperativa. Destaca sobre todo el último de los premios recibidos, que ha servido de un gran empuje económico.



- “Feria Internacional Semana Verde de Silleda”. Accésit en la modalidad de innovación. Mayo 2004.
- “IV Premios a la Cooperación”. Premio a la promoción del cooperativismo. “Consellería de traballo”. Diciembre 2005.
- “1º Premio de Excelencia e Innovación para mujeres rurales en el 2010. Ministerio de Agricultura.

Y, en último lugar, hay que considerar los premios recibidos por su implantación territorial en el desarrollo rural, y por su implicación con el itinerario cultural europeo del Camino de Santiago, tal y como ponen de manifiesto los siguientes premios:

- “Premios AGADER”. Edición 2006. 3º premio a las iniciativas de desarrollo rural.
- “Premio al Desarrollo Comercial”: otorgado por la Asociación de Empresarios Terra de Melide, en el año 2006.
- “Primer Premio a las actividades productivas en el medio rural por su contribución y puesta en valor del territorio histórico del Camino Francés 2007

7. Claves de éxito

Si tomamos como referencia la lista de premios que hemos citado debemos decir que Millhulloa es una empresa de base humana exitosa, sus trabajadoras se encuentran a gusto, no cambiarían en estos momentos su actividad por otra, y tienen posibilidades y perspectivas de crecer, tanto en variedad de productos, en cantidad de producción como en personal, a pesar de algunos factores limitantes.

Después de la visita y las entrevistas realizadas resaltaríamos como claves de su éxito los siguientes elementos.

1. En primer lugar es fundamental en estos momentos el control total del proceso de producción, desde la selección primera de las semillas hasta la distribución al consumidor final. Este control artesanal se encuentra estrechamente unido con la calidad, que es el signo distintivo del valor de la empresa.

“cuando nuestros clientes han probado Millhulloa, no quieren otra cosa, y por eso vienen desde muy lejos incluso para llevar nuestras bolsas de infusión”. (Carmele)

Pero llegar hasta este control completo del proceso productivo no ha sido fácil. Ha sido el producto de varios años de aprendizaje a través del conocimiento ya adquirido por los campesinos más mayores de Melide, y a través del propio aprendizaje diario. El aprendizaje constante unido con una fuerte flexibilidad para ir modificando los procesos ineficaces han sido las claves de su éxito.



Pero creemos que aún hay algunas otras importantes.

- 2 En segundo lugar es frecuente en Millhulloa la combinación de los procesos habituales y que mantienen buena aceptación en el mercado con la experimentación innovadora del secadero a través de nuevos productos, fruto de la imaginación y la creatividad con la mirada puesta en la generación de nuevos mercados. Así nos lo relataba Chusa:

“Empezamos por las frutas, las hemos hechos casi todas. Empezamos por los frutos pequeños como frambuesas, moras, etc. porque pensábamos sacar el tema de los mueslis y luego plátano, manzana, naranja, que esto cuando tengamos un poco más de tiempo lo sacaremos porque para los colegios o institutos pueden venir bien en lugar de las gominotas. Pero ahora no damos más de sí. La otra idea es plantar trigo para hacer espaguetis con las verduras deshidratadas, pero está ahí el proyecto esperando a que tengamos más tiempo y más gente. También tenemos un proyecto para hacer quesos con nuestras plantas cerca de aquí y todo en ecológico. Nosotros hemos ido dando ideas a la gente y parece que se van acordando de ellas y las vamos retomando”. (Chusa)

- 3 En tercer lugar hemos observado la identificación del trabajo con un proyecto vital. Cabe considerar esta relación también como un factor de éxito. Así nos lo han repetido una y otra vez en las entrevistas. Esto es por tanto un elemento humanizador del trabajo, que no llena todo el tiempo vital, pero desde luego enriquece el dedicado a la producción, aporta algo al proyecto vital del trabajador y no resta como en otros procesos productivos. A lo largo de los diez años de presencia en la empresa han aprendido de forma muy importante a convivir y destacan como lo más importante el factor humano de esta actividad productiva.

“Ya lo vimos en otras empresas en las que hemos trabajado antes, que iban muy bien de dinero pero que se fueron al traste por cuestiones personales, de convivencia humana, en cambio, esto parece ser al revés, casi se va al traste por cuestiones de dinero, pero en cambio se mantienen muy fuertes las relaciones personales que se unen con la voluntad y el empeño”. (Chusa)

En último lugar ha sido exitosa en el proyecto la creación de sinergias y de participación en redes con otros productores de la zona. Cuando Millhulloa comenzó solamente había tres empresas en la comarca creadas por jóvenes emprendedores, y en el momento de la realización de este trabajo su número había ascendido hasta dieciocho. Existe, por tanto, una pertenencia no regulada a una comunidad que va creciendo no sólo en número, sino también en ideas y proyectos innovadores que implican a más de una empresa. La cercanía y la pertenencia a esta red es también uno de los factores de éxito de Millhulloa.