



Macarena Pérez de Albéniz, ayer, en el Parque de la Media Luna de Pamplona con el ordenador del que no se separa.

CALLEJA

Pamplona, trampolín digital de la artesanía centroamericana

Macarena Pérez de Albéniz ha desarrollado una estrategia para 15 mujeres empresarias

El proyecto, del organismo internacional ITC, busca mejorar la presencia de estas empresas en redes

ION STEGMEIER
Pamplona

La entrega del testigo será entre esta semana y la que viene. La pamplonesa Macarena Pérez de Albéniz Bergasa, de 30 años, traspasará el control de las redes sociales a quince mujeres y sus empresas de artesanía de Costa Rica, El Salvador, Guatemala, Honduras, Nicaragua y Panamá, después de haberles diseñado desde Pamplona una estrategia para mejorar su presencia digital en redes sociales. A partir de entonces serán ellas quien gestionen esas cuentas, aunque Pérez de Albéniz les dejará una guía con la que poder resolver dudas y se reunirá con ellas por *skype*.

Pérez de Albéniz, que estudió Publicidad y Relaciones Públicas en la Universidad de Navarra, un Máster sobre eventos y protocolo en la Universidad Camilo José Cela y otro en ESIC -Pamplona sobre Gestión comercial y dirección de marketing, siempre ha creído que su área no debía ser una herramienta exclusiva del capitalismo rampante. Este proyecto es la demostración. "Oímos *marketing* y pensamos que es al-

go de las grandes empresas, pero no; en la carnicería en la que entras y te saludan por tu nombre y saben qué pieza prefieres, y te la tienen guardada, ese carnicero está haciendo marketing y a lo mejor ni lo sabe", expone. Ella siempre ha trabajado en eventos y publicidad, pero sin dejar a un lado el interés social.

Hace unos meses decidió que quería trabajar para sí misma y fundó Macarena Marketing. Estaba mentalizada de que los proyectos tardarían en llegar, pero en los primeros días de su trayectoria en solitario un amigo le habló de un proyecto de ITC (International Trade Centre), una agencia conjunta de la Organización Mundial del Comercio y las Naciones Unidas con sede en Ginebra que se dedica a apoyar la internacionalización de las pequeñas y medianas empresas en países en desarrollo. Ella les hizo una propuesta, le citaron en un *skype*, se entendieron bien y a los pocos días, el pasado octubre, estaba hablando por Internet con estas mujeres centroamericanas, para entender lo que hacían, qué buscaban, y trazar un plan para mejorar su marca.

El proyecto ayuda en total a dos centenares de empresas a comerciar con su artesanía, pero luego se divide en distintas secciones: está la parte de la web, la de la tienda de eBay, y está la de Macarena Pérez de Albéniz, la estrategia en redes sociales, que en este caso se centra en quince empresas. Algunas son mujeres que están solas en su proyecto, también hay algunas que han creado cooperativas —todas las empresas están dirigidas por mujeres pero en estas últimas también hay hombres trabajando— que se

dedican a recoger técnicas de toda la vida y productos que están cayendo en el olvido para hacerlos interesantes en el mercado actual. "Las telas lenca, por ejemplo, son las que han tenido desde siempre para vestirse, son telas muy coloridas, un tejido fuerte, a día de hoy a lo mejor no nos vestiríamos con ellas, sin embargo la aplican a detalles dentro de una blusa, o realizan pendientes con ellos, o collares, es una manera de mantenerla viva", explica.

Otra empresa investiga acerca de los materiales. La fibra de palma, por ejemplo. "Es una fibra muy resistente y se puede hacer con ella desde un salvamanteles hasta un cenicero, están probando la flexibilidad, todas las propiedades que tiene el material, y a través de eso ayudar a las personas a que lo apliquen a muchísimas más cosas de las que están haciendo, esta empresa en concreto hace cojines para el hogar", apunta.

Son productos de gran potencial porque tienen que ver con su identidad cultural, pero también con conceptos hoy en boga como la sostenibilidad. Una de las empresas se dedica, de hecho, a producir bisutería sostenible. "A través de semillas, de piedras, de materiales que se pueden encontrar

en la playa, los transforma y crea bisutería que tiene el valor añadido que son piezas únicas, el pendiente izquierdo a lo mejor es distinto del derecho, es una tendencia ahora ser algo único, la *slow fashion*, algo por lo que apuestan estas empresas", comenta. Todas tenían ya Facebook e Instagram, pero la estrategia empresarial va un poco más allá. "El texto, los *hashtags*... todo eso se prepara mensualmente, yo lo mandaba y ellas lo adaptan a un público que conocían mejor", explica.

Es pronto, pero ya se van viendo algunos resultados, hay más interacción, hay más seguidores, más mensajes preguntando por los objetos. Se dirigen a un público internacional. El proyecto hablaba inglés cuando se dirigía a Ginebra, y español cuando lo hacía a América. En redes sociales se emplean los dos idiomas.

"Hasta ahora una empresa de Guatemala vendía a Guatemala y quizá, si tenía contactos, en alguna tienda de alguna ciudad de Estados Unidos, pero algo muy pequeño, se trataba de dar el salto a través de esa tienda online, de eBay, de redes sociales, de hacer alguna promoción pagada en redes sociales, pero hay que ir poco a poco", explica.

Han aprovechado el tirón de la Navidad, pero tiene claro que los beneficios no serán inmediatos. "Cada vez somos menos impulsivos en la compra, nos informamos más, si vemos algo nos encanta pero decimos 'otro día lo vuelvo a mirar', hay que tener en cuenta ese proceso", añade. "Lo primero es que nos conozcan, luego les tenemos que gustar y después vendrán las ventas", detalla, utilizando ya el plural mayestático.

FRASES

"Lo primero es que nos conozcan, luego les tenemos que gustar y después vendrán las ventas"

Centenario de la 'Exposición de Arte Retrospectivo'

• El Archivo de Navarra dedica su microexposición de febrero al acontecimiento que tuvo lugar hace un siglo

DN Pamplona

El Archivo Real y General de Navarra dedica su microexposición de febrero la Exposición de Arte Retrospectivo de 1920, una enorme exhibición de objetos de arte navarro procedentes de todos los puntos de la geografía de la provincia que se celebró hace un siglo. La Exposición de Arte Retrospectivo que tendría lugar en 1920 se gestó como una actividad complementaria a la celebración en Pamplona del II Congreso de Estudios Vascos. Tanto la Diputación Foral y Provincial de Navarra como el Ayuntamiento de Pamplona, así como el Cabildo de la Catedral mostraron su apoyo a la iniciativa. La exposición fue concebida como una muestra capaz de reunir el mayor número de objetos histórico-artísticos nunca antes expuestos, que permitirían dar a conocer la trayectoria patrimonial y cultural de Navarra de manera cronológica y temática.

Mesa redonda sobre mujer y ciencia, hoy en el Planetario

• Comunicadoras, ingenieras y responsables de gestión pública hablarán sobre cómo hacer el mundo de la ciencia más igualitario

DN Pamplona

Hoy se celebra en el Planetario de Pamplona a las 19.30 horas la mesa redonda *Con mirada de mujer* en la que se abordarán realidades y propuestas de futuro para hacer "el mundo de la ciencia, la tecnología y la innovación más igualitario, participativo y diverso".

En el acto participarán Maruxa Arana Remírez, gestora de proyectos en la corporación ADItech, María Beúnza Mijimolle, profesora de innovación en la Universidad de Navarra, M. Karmele Gomez Garmendia, coordinadora de Planeta STEM en el Planetario, Agurtzane Martínez Ortigosa, física y directora general de Innovación del Gobierno de Navarra y Gurutze Pérez Artieda, profesora de la UPNA y directora de su Cátedra de Mujer y Ciencia. Modera Pampa García Molina, física y periodista científica. El debate está organizado por la Consejería de Universidad, Innovación y Transformación Digital del Gobierno foral y el Planetario.