

# Gute Praxis

Chelo Gámez, ein Iberischer Traum mit Unterschrift

---



---

Senior Social Entrepreneurship European Project



# Chelo Gámez

Pensionierte Dozentin an der Universität von Malaga und Senior-Unternehmerin.

**Name:** La Dehesa de los Monteros

**Ort:** Malaga, Spanien

**Aktivität:**

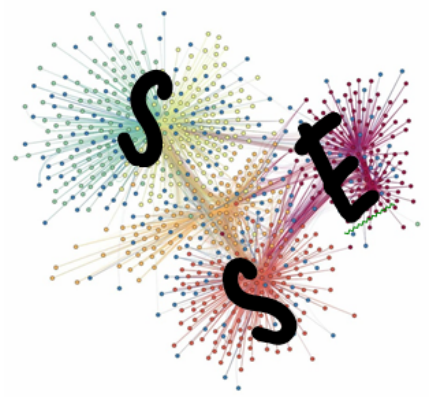
Züchter von reinrassigen iberischen Schweinen.  
Hersteller von iberischem Schinken und Wurstwaren der Spitzenklasse.

**Kontakt:**

**Web:** <https://dehesalosmonteros.com/>

**email:** [comercial@dehesalosmonteros.com](mailto:comercial@dehesalosmonteros.com)

**Phone:** +0034 669 583 357



Senior Social Entrepreneurship

---

## Mehr über unser Projekt:

Besuchen Sie die Website



Besuchen Sie Social Media



---

## Partnerschaft

Velenje, Slowenien



Wien, Österreich



Žilina, Slowakei



Athen, Griechenland



Évora, Portugal



Turku, Finnland



# "La Dehesa de los Monteros ist ein Unternehmen, das nach den Prinzipien der sozialen Ökonomie und der Pflege der Natur geführt wird"

**Chelo Gámez, die erste Professorin an der Universität von Málaga, tauschte das Klassenzimmer gegen die üppigen Landschaften des Genal-Tals. Im Jahr 2008 gründete die heutige Viehzüchterin La Dehesa de los Monteros, ein Unternehmen, das sich der Zucht von 100 % iberischen Schweinen widmet. Die Produkte von La Dehesa de los Monteros sind bei den exklusivsten Köchen der Welt gefragt. Chelos iberischer Traum wird jedoch wahr, wenn die Herkunftsbezeichnung des in der Serranía de Ronda heimischen Rubio Dorado anerkannt wird.**



Chelo Gámez with a rubio dorado piglet

## **Was ist La Dehesa de los Monteros?**

La Dehesa de los Monteros ist ein Familienunternehmen, das im Jahr 2008 gegründet wurde und in dem heute meine drei Söhne mitarbeiten. Einer als kaufmännischer Leiter, einer als Marketing- und Werbeleiter und der andere als Leiter der Verwaltung und Computerisierung des Unternehmens.

La Dehesa de los Monteros ist ein Unternehmen, das auf einigen grundlegenden Prinzipien der sogenannten Sozialwirtschaft basiert. Der Gewinn sollte nicht nur den Eigentümern oder Aktionären des Unternehmens zugute kommen, sondern auch den Arbeitern und anderen Partnern,

## Wie würden Sie den Prozess der Gründung Ihres Unternehmens beschreiben?

Der Prozess der Gründung meines Unternehmens war ein langsamer, schrittweiser Prozess, bei dem ich jeden einzelnen Schritt sehr sorgfältig durchdacht habe, ein Prozess des Ausprobierens, bei dem ich von Experten der Universität Córdoba beraten wurde und bei dem ich mich intensiv einarbeiten musste, da ich mich in einem für mich völlig unbekanntem Bereich befand.

Das erste, was ich tat, war, die iberische Rasse auszuwählen, mit der ich arbeiten wollte. Dazu besuchte ich die iberischen Zuchtbetriebe, studierte die organoleptischen Eigenschaften der einzelnen Rassen und entschied mich für die Rasse Entrepelada oder Retinta.

Die Dehesa de los Monteros wird weiter wachsen, solange sie Betriebe mit den spezifischen Eigenschaften der Serranía de Ronda findet. Um weiter zu wachsen, ist ein weiteres Problem, dass ich spezialisiertes, qualifiziertes Personal brauche. Ich bekomme Außendienstmitarbeiter, aber ich muss weitere Mitarbeiter mit einem hohen professionellen und spezifischen Niveau in mein Unternehmen integrieren.



Chelo Gámez in der Trocknungshütte



Der Entstehungsprozess wurde sehr genau studiert, da ich mich in einem für mich unbekanntem Bereich befand





## Was ist der wichtigste Wettbewerbsvorteil, der Ihre Geschäftsidee motiviert hat?

Der wichtigste Wettbewerbsvorteil ist, dass uns von Anfang an klar war, dass der Wettbewerbsrahmen die Differenzierung sein würde, der einzige Weg, um mit einer kleinen Produktion in einem so reifen Markt wie dem iberischen Markt zu konkurrieren.



In diesem Unternehmen arbeiten wir mit reinen, ausgewählten iberischen Stämmen. Ich sage immer, dass unsere Schweine echte Athleten sind, die die steilen Hügel rauf und runter laufen, was bedeutet, dass die Ölsäure, die durch das Fressen von Kastanien und Eicheln produziert wird, eine sehr starke intramuskuläre Infiltration erzeugt, was eine Besonderheit unserer Schweine ist.



“Differenzierung ist die einzige Möglichkeit, mit wenig Produktion in einem so reifen Markt wie dem iberischen Schweinemarkt zu konkurrieren

## **Auf welche Herausforderung oder Bedrohung sind Sie bei der Entwicklung Ihres Projekts gestoßen? Und wie, wenn überhaupt, haben Sie es geschafft, diese zu überwinden?**

Die größte Herausforderung, der ich mich stellen musste, war, ein Produkt zu schaffen, das auf Unterschieden basiert. Das zwang uns, unsere Schweine anders zu füttern und aufzuziehen, als es in der Gegend üblich war, was in einem so unbeweglichen Markt Misstrauen gegenüber Innovationen erzeugte. Dies war die erste Herausforderung, der ich mich stellen musste.

Auf persönlicher Ebene schuf die Leitung eines landwirtschaftlichen Unternehmens, in einem eminent unausgebildeten und eher traditionellen und machohaften Sektor, für mich als Frau, die weder aus den Bergen noch vom Lande kam, Einstiegshürden in Bezug auf Ausbildung und Arbeitsweise. |





## **Welche Unterstützung haben Sie von den öffentlichen Verwaltungen bei der Gründung des Unternehmens erhalten?**

Ich habe ständige Unterstützung von der Organización Comercial Agraria de la Serranía de Ronda erhalten. Sie hat technische und rechtliche Beratung für die Entwicklung der Landgüter, in Übereinstimmung mit der aktuellen Gesetzgebung, und technische Beratung, um die Landgüter in Einklang mit den aktuellen Vorschriften zu bringen.

Mit Ausnahme einiger Zuschüsse der Werbemarke der Diputación de Málaga, Sabor a Málaga, für die Teilnahme an nationalen Messen und Werbeveranstaltungen für die von ihr geförderten Produkte und eines aktuellen Zuschusses der Junta de Andalucía für Covid-19, habe ich von der Verwaltung wenig oder gar keine Unterstützung erhalten, vor allem bei der Wiederherstellung des Goldenen Blondes, wo wir uns völlig allein und isoliert gefühlt haben, um den endgültigen Anstoß zu seiner Wiederherstellung zu erhalten, den wir jetzt brauchen.



**Wie hat sich die Covid-19-Pandemie auf den Betrieb des Unternehmens ausgewirkt und welche Entscheidungen haben Sie getroffen, um mit dieser Situation umzugehen?**

Unsere geringe Größe und die Exklusivität des Produkts, das wir herstellen, haben es uns ermöglicht, uns sehr schnell an die neue Realität anzupassen, um die starken Rückgänge im Horeca-Bereich zu kompensieren und so unsere Konten auszugleichen.

Um uns an die neuen Kanäle anzupassen, waren wir gezwungen, die interne Funktionsweise des Unternehmens zu verbessern, die Verpackung zu verbessern, die Einkaufs- und Versandprozesse zu optimieren. Die Krise, die Pandemie, war für uns eine Chance, ein besseres Unternehmen zu sein.

“

Die Krise, die Pandemie, war eine Chance für uns, ein besseres Unternehmen zu sein

Wir mussten uns neu erfinden, wie zum Beispiel den Online-Verkauf an Privatpersonen. Wir hatten ein signifikantes Wachstum, sowie zum ersten Mal eine Präsenz im Luxus-Gourmet-Vertrieb von El Corte Inglés in verschiedenen Städten Spaniens, was das Gewicht jedes Kanals am Gesamtumsatz komplett verändert hat..







**Social Senior Entrepreneurship Project**