

Chelo Gámez, um sonho ibérico com assinatura



Senior Social Entrepreneurship

A Comissão europeia apoia a produção desta publicação, mas não se responsabiliza pelos seus conteúdos, que refletem a visão dos autores não sendo a Comissão Responsável pelas informações aqui contidas.



TURKU AMK



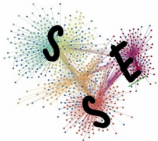
e-c-c

Boa Prática 1

Chelo Gámez, um sonho ibérico com assinatura

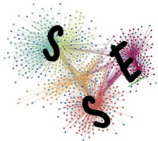
Pontos-chave

- Implementar um modelo de negócio amigo do ambiente.
- Gerar emprego e recursos económicos na região.
- Saber como gerir o contributo da administração pública.
- Adaptar rapidamente a crises e tirar proveito das mudanças para melhorar a empresa.
- Entender a importância de definir papéis e tarefas dentro da família empresarial.

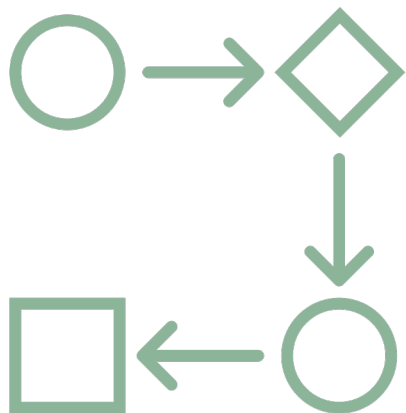


1. Chelo Gámez informação geral

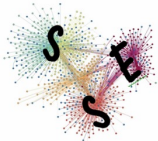
- **Nome do Empreendedor Sénior:** Consuelo Gámez Amián
- **Nome da Empresa:** La Dehesa de los Monteros
- **Local:** Málaga, Espanha
- **Actividade:** Criadora de Porcos Ibéricos de raça pura. Produtora de Presunto Ibérico e enchidos de alta categoria.
- **Informação de Contacto**
 - Web: <https://dehesalosmonteros.com/>
 - email: comercial@dehesalosmonteros.com



2. Como descreve o processo de criação da sua empresa?



- O processo de criação da empresa foi gradual ao longo do tempo e estudado com muito cuidado, pois eu estava numa área que era totalmente desconhecida para mim.
- Selecionei a raça ibérica com a qual queria trabalhar. Para fazer isto, contactei as empresas de Raça Ibérica e estudei as características organolépticas de cada raça.
- Dehesa de los Monteros continuará a crescer enquanto encontrar terras com características específicas da Serranía de Ronda.
- Para continuar a crescer preciso incorporar trabalhadores de alto profissionalismo e níveis específicos na empresa.



3. Qual foi a maior vantagem competitiva que motivou a sua ideia de negócio?

- A maior vantagem competitiva do nosso produto é a diferenciação.
- A única forma de competir com uma pequena produção num mercado maduro, como o mercado Ibérico, é oferecer o elemento diferenciação.
- Na nossa empresa trabalhamos com variedades ibéricas puras e seleccionadas.
- Os nossos porcos são verdadeiros atletas, subindo e descendo as encostas íngremes, o que significa que o ácido oleico produzido pela ingestão de castanhas e bolotas produz uma infiltração intramuscular muito forte que é uma característica distintiva do nosso gado.



4. Qual o desafio ou ameaça que o seu projeto encontrou na suas fases iniciais de desenvolvimento? Como as ultrapassou?



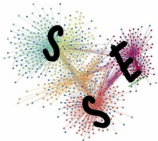
Oportunidades

- Preencher um nicho de mercado vazio, oferecendo um produto único no mercado ibérico de enchidos.
- Gerar mudanças estruturais no mercado pecuário que se caracteriza por ser imobilista e machista.
- Gerar emprego nas localidades onde os porcos são criados e onde é feita a produção de enchidos Ibéricos.
- Recuperar a raça autóctone da Serranía de Ronda tal como o porco “rubio dorado”.
- Preservar o ambiente na área e promover o mercado de bolotas e castanhas, como alimentação principal do porco Ibérico.



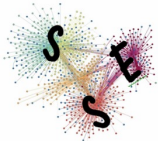
Ameaças

- A falta de conhecimento sobre o funcionamento do sector de enchidos ibéricos, que tem uma longa tradição comercial.
- Entrar num mercado altamente competitivo, onde há empresas muito bem estabelecidas.
- Relutância dos criadores de gado em ver uma mulher mais velha como líder.
- A rejeição pelos criadores locais das inovações propostas por uma mulher de negócios.
- A falta de apoio da administração para o reconhecimento de criadora de porcos “rubio dorado”.



5. Que apoio recebeu da administração pública para a criação da empresa? (financeiro, mentoria...)?

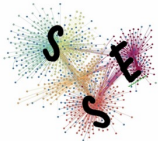
- Apoio da Organización Comercial Agraria de la Serranía de Ronda no aconselhamento legal e técnico para o desenvolvimento de propriedades rurais.
- Ajuda da Diputación de Málaga para a marca promocional Sabor a Málaga, na participação em feiras nacionais e eventos para promover os produtos.
- Ajuda da Junta de Andalucía sobre o Covid-19.
- Não recebemos ajuda do governo para a recuperação da raça de porco “rubio dorado”, enquanto criadores.



6. Pode uma crise como a Covid-19 fazer a diferença no planeamento de uma empresa social?



- A pequena escala da empresa e a exclusividade dos produtos permitiu uma rápida adaptação à nova realidade.
- As operações internas da empresa, empacotamento, compra e envio foram melhoradas.
- Reinventámo-nos e focámos os nossos esforços nas vendas online ao comprador final.



Referências e leituras futuras

- *ABC Andalucía*. “Dehesa de los Monteros: el cochino «rubio» andaluz que conquista China viene de Málaga”. <https://bit.ly/2O3FyBx>
- *Canal Sur*. “Campechanos”. https://www.youtube.com/watch?v=YTPVLcSjh_A
- *Canal Sur*. “Tierra y mar”. <https://www.youtube.com/watch?v=vM4dgaGBDV0>
- *Diario Sur*. “Promueven la creación de una D.O. para los jamones de la Serranía de Ronda”. <https://bit.ly/3syWSxg>
- *El Economista*. “El cerdo dorado vuelve al mercado”. <https://bit.ly/2Pk0Zi9>
- *El País*. “Jamones ibéricos rubio dorado, un capricho asiático”. <https://bit.ly/3w6eJxD>
- *La Dehesa de los Monteros*. <https://dehesalosmonteros.com>
- *Málaga Hoy*. “Los líderes del pata negra”. <https://bit.ly/39l5BeD>

