

# FARMINFIN



Farming concepts and innovative  
funding/financing

## CASO DE ESTUDIO

---

**Anton Dapont**



# INTRODUCCIÓN

Anton Dapont ha cambiado de profesión por la agricultura. Fundó su granja en 2009 y se centró en preservar lo antiguo y crear lo nuevo. Quiere abrir nuevos caminos en la agricultura y volver a poner en primer plano la agricultura ecológica. Detrás hay un concepto holístico de agricultura-naturaleza-animal-humano-cultura, en el que se incluye a los clientes y socios. La granja consigue crear redes regionales de éxito. Además del enfoque empresarial y la voluntad del director de la granja, la piedra angular del éxito de la granja es su forma de trabajar en cooperación. El Hausberghof es una granja catalogada de 350 años de antigüedad, en Rottal. La granja se remonta probablemente a la época romana y fue adquirida por Anton Dapont en 2004. En los años siguientes renovó primero la casa residencial y luego los almacenes y el granero, utilizando materiales de construcción antiguos y naturales. Entre otras cosas, el Sr. Dapont ofrece ahora el arrendamiento de animales para comercializar sus cerdos, ovejas, vacas y gansos.

## 1. DATOS PERSONALES DEL AGRICULTOR/A



- ▶ **Nombre:** Anton Dapont.
- ▶ **Año de nacimiento:** 1960.
- ▶ **Sexo:** Hombre.
- ▶ **Formación:** Fabricante de herramientas, escuela nocturna de Ingeniería mecánica, luego técnico y capataz industrial, después capataz y formación adicional en QM, más tarde jefe de la división industrial.
- ▶ **Ocupación:** Agricultor a tiempo completo.

## 2. DATOS DE LA EXPLOTACIÓN

- ▶ **Localización de la finca:** Hausberghof, Haag 10, 84385 Eggldham.
- ▶ **Superficie de la finca en ha:** 20 ha, de las cuales 17.5 ha son arrendadas.
- ▶ **Descripción de la finca:** El empresario Anton Dapont, al cambiar su profesión por la agricultura, se planteó una nueva visión de la misma. El empresario Anton Dapont, al cambiar de profesión en la agricultura, se planteó una nueva visión de la misma. Pensó en cómo podía ganarse la vida con unas pocas hectáreas de tierra. Pensó en contrastar la orientación hacia el “más grande y más” con una orientación hacia el acceso directo al mercado y la creación de valor. Apuntó a una producción de nicho de alta calidad para mantener la mayor parte del valor añadido de sus productos dentro de la empresa. Hoy ofrece lo siguiente en Hausberghof:

- Arrendamiento de animales (vacuno, porcino, ovino, gansos), incluido el asesoramiento a los clientes desde la cría hasta el engorde y el sacrificio.
- La colaboración con el carnicero llega hasta acordar y seleccionar un plan de despiece individual para la carne.
- Agroturismo con vacaciones en la granja.
- Puesto de pan con productos propios como la carne de cerdo, cerveza ecológica regional y vino ecológico.
- Venta de tocino secado al aire.
- Cooperación con otras granjas ecológicas de la región en una red de arrendamiento de animales.

Las distintas partes de la explotación trabajan juntas para formar un sistema de explotación circular.

En la actualidad se crían entre 20 y 25 bovinos, 45 ovejas, 34 cerdos y 20 gansos. Junto con el socio colaborador, se mantienen unos 80 cerdos en el marco del arrendamiento de animales. El arte y la cultura son también una parte importante e integral de la granja, además de la agricultura operativa. El movimiento slow food y las iniciativas regionales, como la Genusgemeinschaft Städter & Bauern, son antecedentes importantes. El deseo del Sr. Dapont con Hausberghof es preservar los antiguos bienes culturales y, al mismo tiempo, crear algo nuevo. Quiere mantener los principios de la agricultura ecológica, la permacultura, las razas de animales resistentes, estar en armonía con la naturaleza, los animales y los seres humanos, y también utilizar y emplear el arrendamiento de animales para este fin.

### **3. FINANCIACIÓN Y ACCESO A LA FINANCIACIÓN**

Gracias a las ganancias de su anterior ocupación, el agricultor pudo construir y ampliar la explotación a tiempo parcial y paso a paso. Ahora, él y su socio viven íntegramente de los ingresos de la agricultura. Para hacerlo posible, tuvo que crear una granja rentable desde cero. Restauró los edificios, aprovechando las reservas existentes.

La naturaleza, la tierra y los animales están en el centro del interés del agricultor. Está cerca del movimiento slow food y ofrece oportunidades de alta calidad para experimentar el placer de la comida. Para ello, fue pionero en ofrecer a los consumidores la posibilidad de participar en la producción lo antes posible: el arrendamiento de animales. El término está ahora bien establecido, aunque sea algo engañoso. El arrendamiento de animales es, de hecho, un contrato de engorde. El consumidor compra un lechón, una oveja, un ternero o un ganso joven, y paga por el cuidado del animal, que a partir de ese momento queda a cargo del Sr. Dapont. Él es muy cauto en cuanto al desarrollo de la empresa. No quiere crecer demasiado rápido ni acelerar los procesos. El crecimiento lento y orgánico le conviene a él y a sus clientes, y es también una clave importante para la comunicación y el éxito. La gente y los clientes potenciales buscan este tipo de islas de retiro del agitado mundo moderno. Los clientes se acercan a la agricultura de la granja a través de sus productos y procesos y aprecian los productos. El trabajo del empresario es muy valorado y sus clientes son, en su mayoría, clientes a largo plazo. Esto es el resultado de la alta calidad de los productos y de la relación con el agricultor, su trabajo y su negocio. Dentro de la oferta de arrendamiento de animales, el ganadero quiere crecer exclusivamente a través de la calidad y la exclusividad (razas especiales, cría especial). Con ello ha conseguido lo siguiente:

- Ingresos mensuales estables y fijos.
- Fidelización de clientes.
- Agradecimiento.
- Atención suprarregional e imitadores, que el Sr. Dapont apoya explícita y activamente.

El emprendedor está muy satisfecho con lo que se ha conseguido.

**“¡Piensa en la independencia con respecto al mercado y al comercio, y si tienes posibilidades en la red o en la cooperación para desvincularte de forma rentable del mercado mundial y encontrar juntos accesos al mercado que sean lucrativos!”**

**“¡Piensa en trabajar con otros antes de invertir tú mismo sin límites!”**

**“¡Trabajar con la sociedad y sus deseos! ¡Piensa en el movimiento slow food y en los pensamientos que hay en él!”**

**“¡Piensa en la calidad de tus productos! ¡Y en lo que puedes hacer exactamente con esta raza especial y la calidad especial de los productos!”**

## **4. NECESIDADES DE FORMACIÓN Y CONCLUSIÓN**

► **Experiencias de formación y lagunas:** Al ser una persona que ha cambiado de profesión por la agricultura, no estaba “preprogramado” con respecto a la creación de la granja. Se mostró abierto a la hora de planificar y a lo que podía esperar de su explotación. Gracias a su anterior profesión, tenía muy buenos conocimientos y experiencia en el oficio. Conocía los enfoques adecuados. Sabe que el trabajo de oficina es una parte importante de la gestión de una empresa agrícola de éxito.

Anton Dapont tiene una gran formación, fuera de la explotación. Además, su aprendizaje se ha basado en la práctica y, sobre todo, en la observación de los animales y la naturaleza en la granja.

El agricultor es muy hábil en la comunicación con los clientes y tiene una buena relación con los medios de comunicación. Por eso le resultó fácil generar interés por sus ideas innovadoras no sólo a nivel regional. Ofrece apertura y transparencia en todos sus procesos operativos.

El agricultor ve los siguientes factores de éxito para su concepto:

- Alto nivel de exigencia y ambición.
- Curiosidad y creatividad.
- Paciencia y perseverancia.
- Orientación a los objetivos.
- Comunicación y transparencia (entre socios y hacia los clientes).

Para utilizar un medio de financiación innovador, aconseja a otros agricultores que intercambien ideas directamente con las explotaciones existentes o con expertos de probada eficacia.

Para que un agricultor tenga éxito hoy en día, es fundamental tener muy buenos conocimientos y habilidades tanto agrícolas como comerciales.

Cuanto más cerca esté el agricultor del cliente con su producto o medio de financiación, más importante es mantener excelentes relaciones basadas en la comunicación, la apertura y la transparencia.

► **Consideraciones finales:** Anton Dapont tenía muy claro el gran reto que supone construir poco a poco una empresa en un nicho de mercado. También lo que significa producir alta calidad, comunicarlo e implicar tanto a los clientes como a los socios comerciales. Hoy en día, la operación también es económicamente sostenible y posible a largo plazo.

El objetivo general y el factor de éxito es crear confianza con los clientes y acercarlos a la agricultura ecológica. Esto puede lograrse con una cultura y una comunicación abiertas (analógicas y digitales). El empresario quiere reforzar la comprensión de la cría humana de animales y la agricultura ecológica y su valor añadido.

En la comercialización, es importante estar cerca del cliente e incorporar sus deseos. Esto se aplica tanto a la vida de los animales arrendados como al sacrificio y la carnicería a petición del cliente.

La cooperación con el carnicero ofrece aquí un gran valor añadido y es tan adecuada para la diferenciación en el mercado como las razas especiales y la cría especial de animales.

En el marco del agroturismo y la gastronomía en la granja, se puede experimentar la agricultura ecológica de primera mano, o simplemente disfrutar de unas vacaciones en el campo.

Al igual que hace con sus clientes, el Sr. Dapont mantiene un enfoque muy abierto y la mayor transparencia posible en su cooperación con agricultores, carniceros y productores regionales.

Además de las cooperaciones ya existentes con otras granjas ecológicas de la región para el engorde de cerdos, el Sr. Dapont ha creado una red más amplia en el ámbito del arrendamiento de animales.

Tiene una idea clara del gran reto que supone construir un negocio en un nicho de mercado. También de lo que significa producir alta calidad, comunicarlo e implicar a los clientes y a los socios comerciales.





# SOCIOS

---

**HOF UND  
LEBEN**

Hof Und Leben (HuL), Alemania  
[www.hofundleben.de](http://www.hofundleben.de)



On Projects Advising (OnP), España  
[www.onprojects.es](http://www.onprojects.es)



Folkuniversitetet (FU), Suecia  
[www.folkuniversitetet.se](http://www.folkuniversitetet.se)



Agricoltura E' Vita (AéV), Italia  
[www.agricolturavita.it](http://www.agricolturavita.it)



Asociace soukromého zemědělství ČR  
The Association of Private Farming of Czech Republic (APF CR),  
República Checa  
[www.asz.cz](http://www.asz.cz)



Union de agricultores y ganaderos - jóvenes agricultores de Jaén (COAG-Jaén), España  
[www.coagjaen.es](http://www.coagjaen.es)

## Redes Sociales

Facebook: [@farminfin](https://www.facebook.com/farminfin)  
Twitter: [@farminfin](https://twitter.com/farminfin)

## Web del proyecto

[www.farminfin.eu](http://www.farminfin.eu)

## COORDINADOR DEL PROYECTO

---



The European Council of Young Farmers (CEJA), Bélgica  
[www.ceja.eu](http://www.ceja.eu)



Cofinanciado por el programa Erasmus+ de la Unión Europea

Financiado por la Unión Europea. El apoyo de la Comisión Europea a la producción de esta publicación no constituye una aprobación del contenido que refleja únicamente las opiniones de los autores, y la Comisión no puede ser considerada responsable del uso que pueda hacerse de la información contenida en ella. Proyecto n° 2019-1-BE01-KA202-050397