



09

Trabajando por tu futuro

Memoria
federación madrileña
de detallistas de la carne



fedecarne
FEDERACIÓN MADRILEÑA
DE DETALLISTAS DE LA CARNE

Hacemos ciudad



mercama**adrid**
internacional

SUMARIO



01

unidos por un objetivo común:
tu presente y tu futuro p.6

02

tiempo de crisis, tiempo de retos,
tiempo de oportunidades p.8



03

caminando más cerca de ti p.10

04

defendemos tus intereses p.14



05

nace el escape digital
de la carnicería-charcutería p.16

06

muévete p.17

07

la carne p.18



08

boletín p.20

09

datos del sector p.22



10

el consumo de carne en España p.25



01

Unidos por un objetivo común: tu presente y tu futuro

D. José Folgado Álvarez
Presidente

Estimad@s amig@s

Aunque no es lo corriente, permitidme que este año comience por lo que suele ser el final en estos casos, y dejadme que os de las GRACIAS a todos.

Gracias por no desfallecer en un año marcado por la desconfianza a nivel social y económico, en el que ha sido complicado mantener la ilusión.

Gracias por acometer el día a día con tesón y seguir trabajando duro apostando por el presente de nuestro sector pero también por su futuro, innovando, creciendo e intentando que la Carnicería-Charcutería siga adelante.

Y gracias una vez más y un año más por la confianza que habéis depositado de nuevo en Fedecarne como aliados y como apoyo para vuestras empresas y actividades.

Es un honor y un orgullo contar con todos y cada uno de vosotros en Fedecarne, porque sin vosotros nada de lo que hacemos tendría sentido.

Esta es la razón de nuestra labor y por ello en Fedecarne todos nuestros esfuerzos se han focalizado durante el año 2009 en estar a vuestro lado, como aliado, defendiendo vuestros intereses, detectando vuestras necesidades, analizándolas y posteriormente creando soluciones y servicios personalizados que significasen ventajas concretas y adaptadas a vuestros requerimientos.

Ciñéndonos a esta premisa la Campaña Muévete que Fedecarne inició en el 2009, tenía como objetivo ahorrar costes innecesarios, agrupando y unificando las gestiones fiscales, legales y sanitarias y ofreciendo más servicios al mejor precio.



La innovación, ha sido y es otro de los pilares de nuestro sector y Fedecarne ha adoptado un compromiso también en esta línea, creando el portal Artesanos del Paladar, una plataforma on line de apoyo y potenciación de la venta por Internet para todos aquellos que ya habéis iniciado vuestra andadura digital y vendéis por Internet y para los que esperáis acometer esta empresa en un futuro próximo.

Y esta estrategia, la de estar a vuestro lado, unidos, y que ha regido nuestras acciones en el pasado, será también la base para trabajar en el presente y en el futuro.

Porque trabajando juntos y aunando intereses lograremos ventajas competitivas reales frente a la competencia y nos proporcionará la posibilidad real de crecer cuantitativa y cualitativamente.

En Fedecarne manifestamos abiertamente nuestro compromiso, el cual es claro y sencillo, seguir implicándonos en vuestro día a día, trabajando por vuestro presente y vuestro futuro y proporcionaros las herramientas necesarias para que el entorno no se os resista.

Y me gustaría invitarte a participar de este objetivo, para que lo logremos juntos y juntos también aprendamos de los errores que podamos cometer, pero también de nuestros aciertos.

Si todos sumamos nuestros esfuerzos y adoptamos estas líneas de actuación, creo poder afirmar que esta etapa la superaremos con creces, saliendo fortalecidos y renovados.

02

2009
tiempo de **crisis**, tiempo
de **retos**, tiempo de
oportunidades

Junta
Directiva



01



02



03



04



05



06



07



08



09



10



11



12

01. José Folgado Álvarez. Presidente

Nuestra estrategia durante el 2009 ha sido estar a vuestro lado, unidos, y ésta será la base para seguir trabajando tanto en el presente como en el futuro.

02. Cesáreo Gómez Sánchez. Vicepresidente

El año 2009 ha sido un año difícil, pero el derrotismo no es solución. Deberíamos por lo tanto pensar en el presente y futuro y enfocar todos nuestros esfuerzos en seguir evolucionando con ilusión y esfuerzo.

03. Javier Morán López. Vicepresidente

Tiempo de crisis, tiempo de reto, tiempo de oportunidades.

Efectivamente en estos momentos es fácil caer en la queja, en el conformismo o incluso en la depresión. Por el contrario, estos tiempos deberían ser acicate para la inversión y la innovación, palabras claves de todo aquel que se considere un empresario.

04. Juan José García Sanz. Vicepresidente

En cierta ocasión asistí a la presentación de un manuscrito que comenzaba de la siguiente manera: un jinete cabalgaba a lomos de su caballo por el desierto..., el ruido del caballo al trotar era todo lo que estaba escrito en las 999 páginas de un total de 1.000. En un momento dado alguien increpó, ¿pero oiga es todo el libro así?, a lo cual el escritor contestó: -no sea usted impaciente, ya llegamos al final. Y al llegar a la última página el libro acababa con el jinete diciendo: ¡soooo caballo!

He recordado este hecho por lo que ha supuesto el año 2009. Éste comenzaba con la palabra crisis, seguía en febrero con crisis y durante todo el año ha estado sonando la misma palabra. E incluso hoy sigue resonando.

Pero pese a que la crisis continúa y nadie ha dicho ¡soooo!, Fedecarne abre puertas al optimismo y se muestra fuerte ofreciendo soluciones para que este año no sea más de lo mismo.

05. Antonio Alonso López-Menchero. Secretario

Ha sido gratificante poder constatar que a pesar de las dificultades, la Federación sigue viendo reforzada su posición dentro del sector, gracias sin duda al esfuerzo y la calidad de todas las empresas que la integran.

06. José F. Bartolomé. Tesorero

El año 2010 presenta ante nosotros un nuevo escenario. Mi empeño personal es transmitir a todos nuestros asociados que debemos ampliar nuestros márgenes de explotación, para poder realizar mejores ofertas como nuestros competidores, los grandes almacenes.

07. José Luis Álvarez Santamaría. Vocal

El año 2009 ha sido el año de comienzo de la crisis, o al menos cuando ha llegado de manera más perceptible a nuestros establecimientos o mercados. Todas las cosas que en mi caso concreto habían funcionado en época de bonanza dejaron de hacerlo, cuando la crisis se instaló de manera palpable en la mente del consumidor. Este tiene miedo y el consumo se retrae.

A este respecto, he intentado observar y analizar las nuevas tendencias de consumo. El consumidor se ha vuelto más infiel, más racional, controla mejor sus impulsos, utiliza productos sustitutos y afila su lápiz buscando lo que más le interesa. En definitiva compara, compara y compara.

El reajuste es vital y yo así lo he hecho, utilizando la forma de pensar del potencial comprador en mi provecho.

08. Juan José Fernández López. Vocal

El 2009 ha sido un año difícil, pero ello más que hundirnos, tiene que servirnos para fortalecernos y mirar hacia delante. Trabajar duro y ver este momento como una oportunidad para introducir cambios y mejoras en nuestro sector y en nuestros establecimientos para, en el momento en el que la situación comience a mejorar, estar absolutamente preparados.

09. Álvaro Jiménez Barbero. Vocal

El año 2009 nos ha enseñado que en el año 2010 hemos obtenido un grado de especialización aún mayor y que tenemos que ser más profesionales que nunca.

10. Luis Martín Sanz. Vocal

El año 2009 ha sido para Fedecarne el de la consolidación como referente claro del Carnicero-Charcutero de la Comunidad de Madrid. A todos los niveles, resolviendo los problemas del día a día, dando los servicios especializados, siendo su representante ante los organismos etc.

Cualquier proyecto de Carnicería-Charcutería con proyección de futuro cuenta con Fedecarne a la hora de dar respuesta a todos los temas que surgen en torno a la venta en cualquier negocio y que resolviéndolos con profesionalidad hacen de nuestro gremio un sector con futuro.

11. Carlos Rodríguez Marcos. Vocal

El año 2009 ha supuesto a nivel personal un reto, ya que independientemente de los objetivos que se establezcan en la empresa, de la coyuntura que vivimos, existen lo que podemos denominar querencias, que te sugieren el camino a seguir, a veces más fácil, en ocasiones más difícil que las alternativas que la lógica y el sentido común imponen.

Estas querencias son muchas veces las responsables de toma de decisiones a nivel empresarial, familiar y de otra índole, que desde fuera difícilmente se pueden explicar si obviamos este aspecto.

Es importante conocer cuáles tenemos, para saber discernir mejor si las decisiones que tomamos son las correctas y estar preparados en caso necesario. Espero que el año 2010 ayude algo más a ver el camino correcto, aunque todos sabemos que quien puede hacer más por nosotros, somos nosotros mismos.

12. Adolfo Vallejo Chozas. Vocal

Ha sido un año lleno de cambios donde la incertidumbre y el miedo parecían querer adueñarse de la situación general. Un año en el que los que trabajamos por la calidad y el servicio hemos cometido equivocaciones y se han puesto de moda los productos de primer precio. Un año totalmente marcado por las dificultades de financiación con los Bancos.

Pero en mi caso también un año lleno de cosas buenas, con un crecimiento pequeño, pero crecimiento al fin y al cabo, eso después de aceptar que tenemos que hacer nuevas cosas constantemente, las que sean con tal de dar vida a nuestra tienda y seguro que toca trabajar más para conseguir lo mismo, y después de un año de crisis y de un coste muy alto en trabajo, preocupaciones y miedos, puedo decir que he aprendido mucho del 2009 y que está muy bien donde está, en el pasado.



Caminando más cerca de ti



Director-Gerente
José Moya Agudo

UNA ORGANIZACIÓN QUE TRABAJA PARA TI. CON OPTIMISMO E ILUSIÓN

Nuestro objetivo es estar más cerca del asociado y de sus necesidades. Y resolvérselas.

Ayudar y favorecer las posibilidades de venta en cada carnicería-charcutería es nuestro ideario.

Para ello, mejoramos los servicios existentes y desarrollamos nuevos servicios personalizándolos a la realidad y necesidades particulares de cada uno de nuestros socios.

Porque tu futuro es nuestro futuro.

03



Adjunta a Gerencia
María Sánchez Ruiz

CONSTRUIMOS RELACIONES DE VALOR

Desde este departamento nos encargamos de mantener el contacto con distintas Organizaciones Sectoriales y Profesionales y también se tramitan y siguen proyectos que impulsen las actuaciones de Fedecarne.

Además le dedicamos una especial atención al ámbito de la carne como alimento imprescindible en una dieta equilibrada, para que todos vosotros dispongáis de la mejor y más amplia información en materia de nutrición.

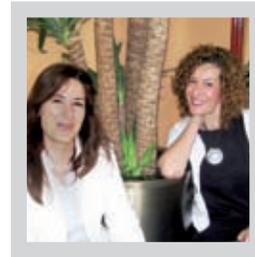


Departamento de Administración
Vicente José Valverde Lapeña

EL CRECIMIENTO SÓLO ES POSIBLE CON UNA GESTIÓN ÓPTIMA DE LOS RECURSOS

El departamento de administración como no podía ser de otra manera es una figura clave para el correcto funcionamiento de cualquier empresa y en nuestro caso de la Federación.

Desde aquí se gestionan óptimamente los recursos económicos y financieros, se preparan los impuestos trimestrales y anuales y se hace el seguimiento de los presupuestos anuales que ayudarán a identificar y medir si se han producido desviaciones para incluir las medidas correctivas oportunas.



Departamento de Comunicación
María Jesús Rodríguez Fernández
Lola Barragán Flores

SI UN ÁRBOL CAE EN EL MEDIO DEL BOSQUE Y NO HAY NADIE, ¿HACE RUIDO?

Comunicarse es importante, pero lo más importante sois vosotros, sin ello daría igual el ruido que hiciésemos.

Nuestro objetivo primordial por lo tanto es mantenernos atentos a todo lo que sucede en el día a día y haceros llegar la información para que estéis totalmente actualizados sobre aquellos temas fundamentales y de interés que afectan directamente al sector y en concreto a tu empresa.



Departamento de Atención al Socio
Ana Cristina Menjíbar García
María del Mar Martín Gómez

CUIDAMOS LOS DETALLES

Tu opinión y sugerencias son las que nos hacen crecer, por eso el Departamento de Atención al Socio es de vital importancia en Fedecarne.

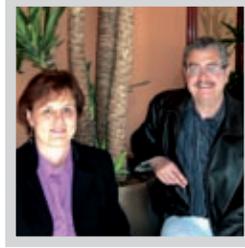
Somos los encargados de canalizar y gestionar las peticiones que nos hacéis llegar diariamente y darles cumplimiento.



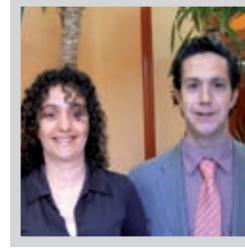
Departamento Jurídico
Fernando Niharra Nava



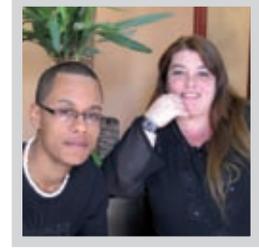
Departamento Fiscal, Subvenciones y Asesoramiento Financiero
María del Mar Molinero Huete



Departamento Laboral
Mª Carmen Villalba Carrasquilla
Antonio Osés Azpilicueta



Departamento Contable
Ana Gutiérrez Valdesueiro
Antonio García Villalba



Servicios Generales
Gregoris Aquino Sánchez
Montserrat García Castro

SERVICIOS PENSADOS EN EXCLUSIVA PARA NUESTRO ASOCIADO

Estar a tu lado para conocer de primera mano tu problemática es una de las máximas de Fedecarne y por extensión del Departamento de Gestión al Socio.

En nuestra filosofía de acercamiento al asociado, este área ofrece un asesoramiento constante y personal, permitiendo el conocimiento de primera mano de tus intereses y ayudándonos a crear nuevos servicios que atiendan a tus necesidades concretas.

Porque te hemos escuchado, hemos reparado en que existía una problemática acusada a la hora de conseguir financiación. Para contrarrestar esta situación, se ha creado el NUEVO SERVICIO DE ASESORÍA FINANCIERA.

Un servicio gestionado por especialistas financieros y pensado para facilitaros la labor ante la dificultad actual que tenéis de conseguir financiación.

La campaña anual de Renta, contratos de trabajo, seguimiento de formación continua de los trabajadores, control y seguimiento de la bolsa de empleo, asistencia en actos de conciliación ante el SMAC, suscripción de acuerdos de colaboración con IBERMUTUAMUR, ASEPEYO y FREMAP o la gestión de subvenciones son las actividades que se desarrollan desde este Departamento.

Una pluralidad de actuaciones para que sientas que en Fedecarne cuentas con el máximo de posibilidades, para ayudarte a crecer y rentabilizar tu negocio.



Departamento de Formación

Cristina Ayala Moya
Mario Canales Dorado
Xiomara St-Vil

FORMACIÓN 360°

Durante el ejercicio 2009 el Departamento de Formación ha formado a más de 500 profesionales en áreas de diferente índole dentro del marco del Plan de Formación dirigido prioritariamente a personas ocupadas en el sector de comercio de productos cárnicos y en los cursos con cargo al crédito formativo de las empresas.

Se ha trabajado sobre la base de la "formación 360°" o lo que es lo mismo, hemos tratado de ofrecer una formación global y una oferta completa y variada especializada en áreas de diferente índole para lograr formar profesionales completos, profesionales 360°.

Nuestros cursos han sido evaluados por vosotros muy positivamente y así lo han certificado los datos de las evaluaciones realizadas por consultoras externas acreditadas.

Actualmente y con una nueva visión formativa, hemos adaptado nuestros cursos a las necesidades reales de vuestras empresas y trabajadores, apostando por el crédito a la formación.

Una vía diferente para formarte en Prevención de Riesgos Laborales, Formación Técnica y Gestión Informatizada sin necesidad de desplazamientos y sin coste efectivo.



Departamento de Calidad y Seguridad Alimentaria

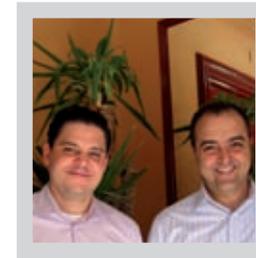
Montserrat Caballero León
Almudena Soriano López
Elena Pino Robles
Julia Rodríguez Antúnez
Paz Merino Agudo

SOLUCIONES ÚNICAS PORQUE TU TAMBIÉN LO ERES

Todos y cada uno de los asociados que formáis parte de Fedecarne sois diferentes y necesitáis implantar las soluciones que os ofrecemos de forma distinta.

El Departamento de Calidad y Seguridad Alimentaria conociendo de la situación, lleva tiempo realizando "trajes a medida".

Aunque existen servicios de consultoría general, éstos no son rígidos, al contrario, son absolutamente flexibles, implantándose fórmulas personalizadas después de realizar una exhaustiva visita al establecimiento, valorando tus necesidades en etiquetado e implantación del Servicio de Autocontrol.



Departamento Comercial

Raúl González Serrano
Guillermo Cadalso Peinador

REGOGEMOS INQUIETUDES Y LAS CONVERTIMOS EN OPORTUNIDADES REALES

El equipo comercial realiza visitas diarias para comunicaros de una manera personal y directa las novedades que se gestan en el seno de Fedecarne, así como detectar las necesidades concretas del sector y recoger vuestras inquietudes para posteriormente devolvéros las en forma de soluciones.

03

04

Defendemos tus intereses

Fedecarne en pro de la defensa de los intereses del sector, es cada día más consciente de que la labor institucional es clave, de ahí su participación en los diferentes organismos e instituciones que defienden y representan los intereses del pequeño comercio en nuestro país. Hemos adquirido fuerza como interlocutores, y tenemos una representación sólida para poder actuar a nivel municipal, regional y nacional.



CEDECARNE
confederación española de detallistas de la carne

CEDECARNE.
Confederación Española de Detallistas de la Carne.

Cedecarne, es la Confederación Española de Detallistas de la Carne, en la cual la Federación como miembro fundador puede participar a través de su incursión en todo tipo de asuntos gremiales, comisiones ministeriales, reuniones, asambleas, organismos interprofesionales y órganos de gobierno.

Además nos ofrece la oportunidad de participar en la CIBC, Confederación Internacional de la Carnicería-Charcutería y obtener toda la información que se genera a nivel europeo.



ceim
CONFEDERACIÓN
EMPRESARIAL
DE MADRID
CEOE

CEIM.
Confederación Empresarial de Madrid-CEOE.

Se trata de la Organización Empresarial más representativa de nuestra Comunidad. Fedecarne forma parte de su Junta Directiva y a través de ella participamos activamente en las diferentes comisiones de trabajo: comercio, fiscal, laboral, formación, medio ambiente, nuevas tecnologías, etc.



CECOMA

CECOMA.
Confederación de Empresarios de Comercio Minorista, Autónomos y de Servicios de la Comunidad de Madrid.

Es la entidad que defiende los intereses del sector a nivel autonómico en cualquier tema relacionado con el pequeño comercio y en la cual Fedecarne ostenta la Vicepresidencia.



CEAT
madrid
FEDERACIÓN INTERSECTORIAL
DE ASOCIACIONES DE AUTÓNOMOS
DE LA COMUNIDAD DE MADRID

CEAT MADRID.
Federación Intersectorial de Asociaciones de Autónomos de Madrid.

La Federación Intersectorial de Asociaciones de Autónomos de la Comunidad de Madrid (CEAT Madrid) se constituyó en 2009 para la promoción y defensa de los valores e intereses que inciden en la actividad económica y social de los empresarios autónomos, contando en la actualidad con 41 Asociaciones, unas sectoriales y otras territoriales. Fedecarne tiene representación gracias a la Asociación de Autónomos de la Carne y otros Productos Alimentarios de la Comunidad de Madrid (ADECARNE), que forma parte del grupo de Asociaciones Sectoriales.



FEDERACIÓN INTERSECTORIAL
DE ASOCIACIONES DE AUTÓNOMOS
DE LA COMUNIDAD DE MADRID

Más de 40 asociaciones de autónomos integradas

Más de 5.000 empresarios autónomos afiliados

www.ceatmadrid.es

Creciendo cada día ...



Nace el escaparate digital de la Carnicería-Charcutería

La iniciativa **ARTESANOS DEL PALADAR** nació en el 2009 con el firme propósito de construir un sólido puente entre los Carniceros y Charcuteros de la Comunidad de Madrid y el consumidor, facilitando a los primeros el acercamiento a sus actuales y potenciales clientes a través del canal on line y a los segundos la posibilidad de poder comprar fácilmente y sin necesidad de moverse de casa en una amplia red de Carnicerías-Charcuterías de siempre.

Como Carnicero-Charcutero dispondrás de una página propia en la que podrás incluir toda aquella información y documentación que consideres relevante para su tienda. Podrás ofrecer a todos los usuarios del portal datos actualizados sobre el sector de la carne, proponerles actividades y promociones que sean de su interés e incluso concursos novedosos, siendo tu quien establezcas el límite, ya que en Artesanos del Paladar estaremos siempre a tu lado para que la relación con tu cliente final sea lo más saludable y robusta posible.

El cliente y consumidor tendrá acceso, a la más amplia red de comercios especializados en Carnicería-Charcutería, cómodamente y sin moverse de su casa, "a tan sólo un click" de distancia. Además el hacer sus compras en **ARTESANOS DEL PALADAR** le supondrá innumerables ventajas y podrá beneficiarse de un gran abanico de promociones y de otras muchas novedades, así como obtener información actualizada del sector.



ARTESANOS DEL PALADAR desea convertirse en el gran **ESCAPARATE DIGITAL DE LA CARNICERÍA-CHARCUTERÍA**, agrupando a la totalidad de los Carniceros-Charcuteros de Madrid que ya han iniciado su aventura en la venta on line y posicionarnos como un colaborador amigo que cree relaciones eficaces y que ayude a la consecución de las necesidades planteadas tanto por el carnicero-charcutero como por el consumidor.

Un proyecto que en el 2010 se convertirá en una realidad que contribuirá a potenciar tus ventas a través del canal on line.

El Proyecto ha sido desarrollado por Fedecarne, con la colaboración de la Comunidad de Madrid y dirigido en exclusiva a vosotros como asociados.

05

ARTESANOS DEL PALADAR cuenta ya con cuarenta tiendas. ¿Eres tú uno de ellos?

06

¡MUÉVETE! Más servicios al mejor precio

En un año que ha sido especialmente dificultoso para el sector, Fedecarne no podía quedarse parado, es más, mirando siempre hacia delante y velando por vuestros intereses, se intensificaron esfuerzos y se creó un nuevo servicio que con el slogan MUÉVETE, pretendía aprovechar las sinergias internas de que disponía la Federación para ofrecerte el máximo de servicios al mejor precio.

¡HAZ CUENTAS! O DISFRUTA DE LAS VENTAJAS DE LA UNIÓN eran algunas de las llamadas a la acción para que aprovecharas la ocasión única de que un profesional unificase las gestiones legales, laborales, fiscales o sanitarias con un ahorro importante.

¡HAZ CUENTAS! O DISFRUTA DE LAS VENTAJAS DE LA UNIÓN

GESTIÓN LABORAL: ¡AHORRA MÁS DEL 20%!

Tráenos tus seguros sociales y...

¡Paga en 2009 sólo 20€ al mes, independientemente del número de empleados que tengas!

¿Qué haremos por ti?

Tus nóminas, contratos de trabajo; asistiremos a las conciliaciones e inspecciones; te asesoraremos; formaremos a tus empleados con contrato de aprendiz... y mucho, mucho más

¡Muévete!
¡Concentra tus servicios en Fedecarne y sube al tren de la oportunidad!

GESTIÓN INTEGRAL: ¡DISFRUTA DEL SERVICIO MÁS COMPLETO CON UN 18% DE DESCUENTO!

Dedicarte a tus clientes y olvídate del resto de los asuntos de tu establecimiento. Te resolvemos todas tus necesidades: contratos, declaraciones de renta e IVA; solicitudes de subvenciones; recursos y defensas ante la Administración.

¡Antes 57€ , ahora 47€*!

¡HAZ CUENTAS, MUÉVETE!

¡No hay trucos! No bajaré la calidad de los servicios, ni tendrás que pagar más por los que ya tienes contratados.

¡En 2009 tendrás más y mejores servicios, y no te costarán más!

* Oferta hasta Junio de 2009 para cambios de plan.

¡TU CONTABILIDAD CON LOS MEJORES EXPERTOS Y AL MEJOR PRECIO DEL MERCADO!

Llevaremos tu contabilidad con la precisión, el rigor y la profesionalidad que avala nuestra dilatada experiencia. Además, gestionaremos tus trámites ante el Registro Mercantil; el impuesto sobre sociedades y te daremos toda la asesoría que necesitas.

¡Todo esto desde solo 175€al mes!**

¡MUÉVETE!

Y SI LA GESTIÓN DE TUS EMPLEADOS YA ESTÁ EN MANOS DE FEDECARNE...

¡Notarás un cambio en tu próxima Factura!

A partir de Enero... ¡No más cuota de empresa, paga únicamente en función del número de empleados que tengas!

¡Queremos maximizar tus beneficios, al mejor precio!

** Precio sujeto a variaciones en función del establecimiento



¡MUÉVETE!

Aumentamos las ofertas
y los servicios

**¡BAJAMOS
LOS PRECIOS!**



07

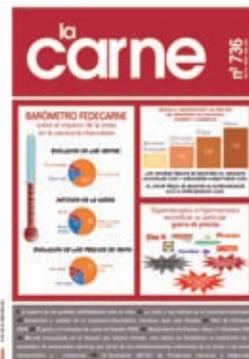
Revista la carne



ENERO-FEBRERO

PORQUE NO ES LO MISMO ALIMENTARSE QUE NUTRIRSE

El consumo y uso inteligentes de la carne para que una dieta sea equilibrada es uno de los valores que desde Fedecarne intentamos fomentar. Desde la sección de Nutrición tratamos de dar una información actualizada, completa y correcta sobre las propiedades nutricionales de la carne, sus valores y cómo comunicarlos.



MARZO-ABRIL MARKETING. LA NUEVA CARNICERÍA- CHARCUTERÍA



El Aula Empresarial, es una sección fija en la revista La Carne, en ella se ofrece una visión comercial o "marketingniana" del sector. Esta sección quiere ser una guía práctica de fácil aplicación en el día a día de cualquier establecimiento.

Para esta ocasión se quiso abordar una cuestión motivo de debate en muchas ocasiones, como es la dualidad entre oficio y empresa, y si debe uno persistir por encima del otro.

En nuestro sector, el oficio de Carnicero-Charcutero se ha ido desdibujando con el paso del tiempo y hoy nuestra actividad hay que entenderla de una forma diferente. Hay que apostar por pensar y actuar en términos de empresa y revisar la forma de abordar las compras, la venta, el concepto de tienda y la gestión general de la misma. Porque no olvidemos que la empresa tiene que transformarse en función de las necesidades y requerimientos sociales. El público ya no piensa como antes, tiene otras aspiraciones, otros requerimientos (demandas y necesidades) y se plantea otros estilos y otras formas de vida. La concepción de la Carnicería-Charcutería como oficio es correcta, pero si se pretende seguir creciendo hay que enfocar el oficio desde un punto de vista mucho más comercial, abandonando viejos clichés, viejas ideas y plantearnos nuevos retos para que la empresa evolucione.



MAYO-JUNIO TOMAMOS EL PULSO A LA SITUACIÓN SOCIAL Y NOS IMPLICAMOS



¿Es aceptable que nuestros proveedores vendan también a nuestros clientes?. Este debate surgió en nuestro sector, al hilo de la aparición de un proveedor en una cadena local, en el cual afirmaba que vendía al consumidor final. Fedecarne se hacía eco de la situación, criticándola, porque en lugar de trabajar todos juntos en aras de promocionar nuestros productos, éste proveedor, no sólo contento con saltar al detallista, se vanagloriaba de ello públicamente.



JULIO-AGOSTO
AYUDAMOS
A VENDER MÁS



Todos y cada uno de los planteamientos de Fedecarne están encaminados a que el comercio minorista de la carne venda más y mejor. Actuando bajo este prisma, en este número expusimos y sometimos a análisis las ventajas de incorporar el sistema de pago con tarjeta en la Carnicería-Charcutería.

El uso e incorporación de sistema de pago con tarjeta, facilita la compra al consumidor, pudiendo éste adquirir el producto de una manera más cómoda y flexible, lo que generará una mayor compra y esto influirá directamente y por ende en unas mayores ventas.



SEPTIEMBRE-OCTUBRE
LA FORMACIÓN: UNA
OPORTUNIDAD PARA
SEGUIR CRECIENDO
PROFESIONALMENTE



La formación es un herramienta fundamental si queremos lograr que el sector siga creciendo e innovando. Tener una óptima preparación, nos permitirá afrontar el presente y el futuro con seguridad, porque seremos mejores profesionales y más competitivos.

Además, la formación no tiene que ser considerada como algo estático. Tiene que ser continua y eminentemente práctica, de manera que aprovechéis al máximo lo aprendido y podáis seguir desarrollándoos y creciendo.

Para mejorar, cambiar y disponer de nuevas oportunidades, la formación debe considerarse como algo necesario y próximo y no como algo distante.



NOVIEMBRE
DICIEMBRE
INNOVACIÓN Y
CAMBIO



En todos los números de la revista La Carne, la sección Innovación y Cambio trata de ser un escaparate de las transformaciones y reformas que algunos de los asociados han acometido a lo largo del año.

Nadie mejor que vosotros para contarnos vuestros objetivos y necesidades al emprender la reforma, sus experiencias y finalmente el resultado de la misma.

Porque una reforma no debe enfocarse con el único propósito de la renovación por la renovación, sino que la innovación que se produce en el comercio minorista de la carne debe basarse en mejorar aquello sobre lo que se ha detectado que existe un problema y solventarlo o aquello sobre lo que tenemos una ventaja y potenciarlo.

28 29 30

08

boletín

ENERO - 2009
BOLETIN INFORMATIVO fedecarne

¡Aumentamos las ofertas y los servicios...No los precios!

En 2009 continuamos con diferentes medidas activas de apoyo. Por ello, queremos que pague menos por los servicios que ya ofrece, y por los que aún no tiene por defecto!

En el próximo año le ofrecemos el servicio de la oferta al productor con el que, con sólo un clic en el ordenador, puede obtener el mejor precio y de él que le interesa. Sin necesidad de viajar a los puntos más lejos del territorio. ¡Pague y Diga en nuestras mesas de día a día de la autoabastecimiento!

Este año, sácale el mejor partido a nuestra Campaña "¡Muévete!"

¡Muévete, salde al bruto de las ofertas!

¡Haz Cuenta!

¡Paga sólo 20€ al mes en 2009, independientemente del número de empleados que tengas.

¡Muévete, salde al bruto de las ofertas!

¡Gestiona Integral! ¡Diferencia del servicio más completo con un 10% de descuento!

47€ Al mes, hasta Junio de 2009. Muévete. Ahora 10€ y distribuye ya de los beneficios

La Compañía de la empresa en meses de los mejores servicios, y el mejor precio!

¡Qué mayor satisfacción que pagar la totalidad de los servicios con un mes de los mejores servicios, y el mejor precio, por un precio reducido!

¡Muévete, salde al bruto de las ofertas!

¡Muévete, salde al bruto de las ofertas!

¡Muévete, salde al bruto de las ofertas!

FEBRERO - 2009
BOLETIN INFORMATIVO fedecarne

¿Ya hiciste cuentas?

Nuestro campo **¡Muévete!** con centros abastecidos en proceso más fuerte. ¿Ya hiciste cuentas?

¡Muévete! Tenemos el mejor gestión técnica, servicios más que completos, formación, todo el soporte y asistencia que necesitas y ayuda más en el territorio, por un precio razonable en el mercado.

¡Concentra tus servicios en Fedecarne y salde al bruto de la oportunidad!

¡Muévete!

¡Beneficiate de las nuevas subvenciones!

La Empresa de Comercio de Madrid ya ha abierto su nuevo Programa de Subvenciones para las Fincas Comunitarias. El objeto principal es ayudar a reducir los costes de explotación en ganadería, mejorar el clima ganadero, en mantener y ampliar el establecimiento, para ser la oportunidad.

Muchas empresas ya se han beneficiado de esta subvención. ¿A qué esperar más? El plazo para presentar las solicitudes es entre el 20 de Mayo de 2009. Los límites podrán ampliarse antes, así que...

¡Ponte en contacto con nosotros.

Te daremos toda la información que necesitas!

¡Cambios en la normativa de etiquetado de vacunos! ¡Ponte al día!

Se ha actualizado el Real Decreto 175/2008 que regula las medidas de control de la carne de vacuno de origen animal, con respecto a la carne de vacuno de origen animal.

¡Muévete! La "Norma Oficial" en carne de vacuno de origen animal, en cuanto a la "Norma", a partir de mayo de 2009, se actualiza entre 10 y 12 meses.

Además, la edad de sacrificio, en animales de hasta 6 meses, no podrá ser superior a la categoría "V", en animales de entre 6 y 12 meses, hasta la categoría "VI". Después de la categoría "VI", el animal de sacrificio, la edad de sacrificio, puede ser superior por otros años.

¡Seguiremos Informándote!

Material de riesgo: ¿Se eleva la edad en Bovinos?

Se ha elevado la edad de los bovinos a 60 meses, en los bovinos de origen animal, con respecto a la carne de vacuno de origen animal.

¡Conoce todas las novedades del sector. ¡Llámanos!

MARZO - 2009
BOLETIN INFORMATIVO fedecarne

¿Has recibido tu Autorización Sanitaria Condicional de la Comunidad de Madrid?

Las empresas de producción cárnicas de la Comunidad de Madrid están pasando por un momento crítico. El sistema de Autorización Sanitaria Condicional a las explotaciones cárnicas de la zona con actividad de sacrificio y abastecimiento territorial, las ayuda a mejorar el establecimiento que parte de los servicios de asistencia del Ayuntamiento de Madrid.

En este apartado, nos ayudamos a completar el establecimiento de los Sistemas de Abastecimiento para mejorar el Subastecimiento Definitivo. Esto incluye asesoramiento, en respuesta a la Ley de 2009 para los establecimientos que operan en el año 2009.

¿Tienes implementado tu sistema de abastecimiento?

¡Seguiremos Informándote!

El Senado insta al Gobierno a modificar el Real Decreto 1375/2003 y permitir a los minoristas el suministro de derivados cárnicos a bares, restaurantes y cafeterías

El Senado del Senado ha aprobado un proyecto de ley que permite a los minoristas el suministro de derivados cárnicos a bares, restaurantes y cafeterías.

¡Seguiremos Informándote!

¡El Gobierno aprueba ayudas a la contratación!

El 10 de marzo se aprobó en el Real Decreto-Ley 1/2009 un conjunto de medidas que permiten a las empresas de origen animal y a las empresas de origen animal, con respecto a la carne de vacuno de origen animal, con respecto a la carne de vacuno de origen animal.

¡Seguiremos Informándote!

31 32 33 34 35 36

ABRIL - 2009

BOLETÍN INFORMATIVO fedecarne

¡Reserva ya tu Cita para la Declaración de la Renta!



Desde el próximo jueves 30 de abril puedes reservar día y hora para realizar convenientemente la declaración de la renta.

Además, consulta información de la documentación que necesitas traer para la declaración.

¡Móvete en Abril!



¡Disfruta de las ventajas de la Federación!

MAYO - JUNIO - 2009

BOLETÍN INFORMATIVO fedecarne

Asamblea 2009

Como ya adelantamos en el pasado boletín, la Asamblea General Ordinaria de la Federación Federativa de Comerciantes de la Carne, tendrá lugar el domingo 31 de mayo a las 10:00 horas en un salón acondicionado a tal efecto en el edificio de la Federación de Comercio de la Ciudad de Buenos Aires.

Orden del día:
1. Lectura y aprobación, en su caso, del Informe Anual y Cuenta de Resultado de la Entidad correspondiente al ejercicio 2008.
2. Informe sobre el desarrollo de la Transición del Régimen de Adquisición de la Carne.
3. Informe Anual.
4. Elección de miembros.
5. Resolución y Cierre.

Nueva edición del Premio Madrid Región Comercial

PLANFICOH

¡Participa!

JULIO - AGOSTO - 2009

BOLETÍN INFORMATIVO fedecarne

Plan IMPULSA Pyme EXPRESS de Avellanidad

Avellanidad es el punto de encuentro de Plan Impulsa Pyme Express, que cuenta con una duración de 10 sesiones de lunes a jueves de las 10:00 a las 12:00 horas en el Centro de Mayor Productividad Avellanidad a partir del mes de julio de la siguiente manera:

Condiciones Prevenciones	
Tasa de interés	Reducción de 0,75 % anual
Cobertura de apertura	0,6 %
Se aplica de acuerdo a los límites de disponibilidad por entidad	Indicador 0,15 % trimestral
Costo de Suministro U.S.B.	
Cobertura de crédito	0,5 %
Costo de Arzo	0,20 % trimestral

Convocatoria del Premio Madrid Región Comercial

¡Nuestros gestiones son, ¡Álzanos!

SEPTIEMBRE - 2009

BOLETÍN INFORMATIVO fedecarne

"No" a la subida del IVA



El ajuste del pequeño y mediano comercio está provocando una situación de mayor incertidumbre, agravada por el aumento de los impuestos. No se debe olvidar que el costo de los insumos, los productos como consecuencia, se están elevando en nuestra actividad.

Desde Fedecarne, también queremos mostrar nuestro apoyo y decir NO ante la subida del IVA.

NOVIEMBRE - 2009

BOLETÍN INFORMATIVO fedecarne

Asamblea General de Fedecarne 29 de NOVIEMBRE Internet: un trampolín para el pequeño comercio

Federación de Comercio de la Carne, que tendrá lugar el domingo 29 de noviembre a las 10:00 horas en un salón acondicionado a tal efecto en el edificio de la Federación de Comercio de la Ciudad de Buenos Aires.

Orden del día:
1. Lectura y aprobación, en su caso, del Informe Anual y Cuenta de Resultado de la Entidad correspondiente al ejercicio 2008.
2. Informe sobre el desarrollo de la Transición del Régimen de Adquisición de la Carne.
3. Informe Anual.
4. Elección de miembros.
5. Resolución y Cierre.

Internet: un trampolín para el pequeño comercio

Internet: un trampolín para el pequeño comercio

DICIEMBRE - 2009

BOLETÍN INFORMATIVO fedecarne

¡Reserva ya tu Cita para la Declaración de la Renta!



¡Reserva ya tu Cita para la Declaración de la Renta!

El boletín es uno de los órganos de comunicación más importantes de Fedecarne para dirigirnos a ti. Dada su periodicidad mensual esta herramienta es perfecta para informarte de una manera rápida, escueta y resumida sobre las ventajas de ser asociado, sobre las novedades económicas del sector, ofrecerte información sobre subvenciones de las que puedes beneficiarte, nuevas regulaciones sanitarias, servicios novedosos y mucho más.



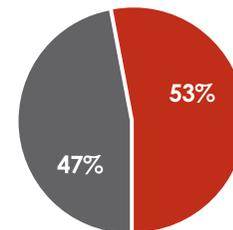
09

Datos del sector

TOTAL ESTABLECIMIENTOS EN LA COMUNIDAD DE MADRID

De los 3.140 establecimientos de Carnicería-Charcutería existentes en la Comunidad de Madrid, el 53% están ubicados en el municipio de Madrid y el 47% en el resto de municipios de la Comunidad.

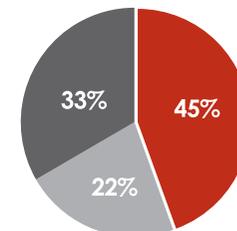
	Nº Establecimientos	%
Madrid Capital	1.673	53
Resto Comunidad	1.467	47
TOTAL	3.140	100



DISTRIBUCIÓN DE LOS ESTABLECIMIENTOS SEGÚN LICENCIAS

El 45% tienen licencia de Carnicería, el 22% de Charcutería y el 33% de Carnicería-Charcutería.

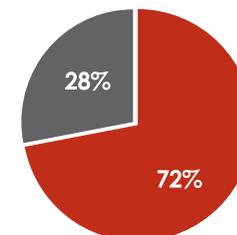
Tipo de Establecimiento	Número	%
Carnicerías	1.400	45
Carnicerías - Charcuterías	1.049	33
Charcuterías	691	22
TOTAL	3.140	100



DISTRIBUCIÓN DE LOS ESTABLECIMIENTOS SEGÚN DOTACIÓN DEL ESTABLECIMIENTO

El 28% de los establecimientos tienen licencia de obrador.

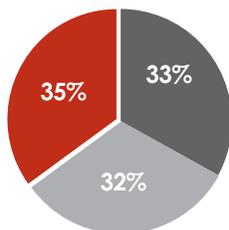
Establecimiento	Titulares	%
Sin obrador	2.255	72
Con obrador	885	28
TOTAL	3.140	100



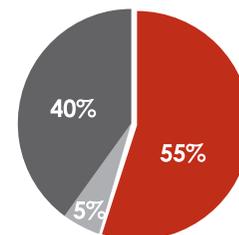
UBICACIÓN DE LOS ESTABLECIMIENTOS EN LA COMUNIDAD DE MADRID

En el municipio de Madrid, el 65% de los establecimientos están ubicados en mercados y/o galerías y el 35% en tiendas de calle. En el resto de municipios, el 45% están en mercados y/o galerías y el 55% en tiendas de calle.

Madrid Capital		
	Nº Establecimientos	%
■ Mercados	555	33
■ Galerías	535	32
■ Tiendas de calle	583	35
TOTAL	1.673	100



Resto Comunidad		
	Nº Establecimientos	%
■ Mercados	67	5
■ Galerías	595	40
■ Tiendas de calle	805	55
TOTAL	1.467	100



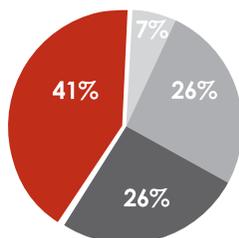
TITULARIDAD DEL ESTABLECIMIENTO

El 9% de los titulares tiene más de un establecimiento y supone el 23% del total de establecimientos.

	Titulares		Establecimientos	
	Nº	%	Nº	%
1 establecimiento	2.433	91	2.433	77
Más de 1 establecimiento	237	9	707	23
TOTAL	2.670	100	3.140	100

DISTRIBUCIÓN DE LOS ESTABLECIMIENTOS EN LA COMUNIDAD DE MADRID SEGÚN LA EDAD DEL TITULAR

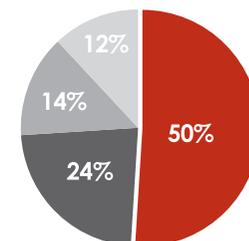
Edad	Número	%
■ Menos de 35 años	71	7
■ De 36 a 45 años	275	26
■ De 46 a 55 años	277	26
■ Más de 55 años	439	41
TOTAL	1.062	100



DISTRIBUCIÓN DE LOS ESTABLECIMIENTOS SEGÚN NÚMERO DE EMPLEADOS

El 50% de los establecimientos no tiene empleados.

Empleados	Número	%
■ No tiene empleados	1.595	50
■ 1 empleado	739	24
■ 2 empleados	430	14
■ 3 o más empleados	376	12
TOTAL	3.140	100





SoftControl

inves

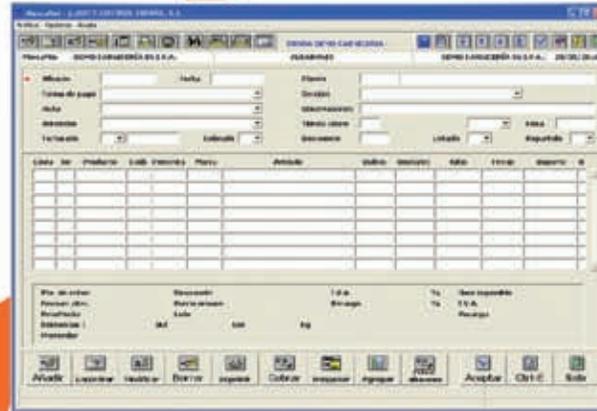
MINORISTA!!!!

CONTROLA TU CUENTA DE RESULTADOS

Soft Control e Investronica le ofrecen una solución que responde a las necesidades del sector minorista de carne.

La respuesta en nuevas tecnologías, lleve su negocio con rapidez y seguridad.

- Compras
- Ventas
- Trazabilidad
- Seguridad
- Cuenta de Resultados
- Conectividad
- Enlace a Basculas
- Gestión de Almacén



MERCAMIN DESDE 1.500€

CONTROL DE PRECIOS CON ESCANDALLOS



INVES ACCURA

Terminal punto de venta (TPV) en acero anodizado con pantalla táctil de 17' pulgadas, opción de lector de código de barras e impresora de tickets.

Especialmente fabricada para su negocio por su dimensión y robustez.

LLAMA AHORA

915 076 360

www.soft-control.net



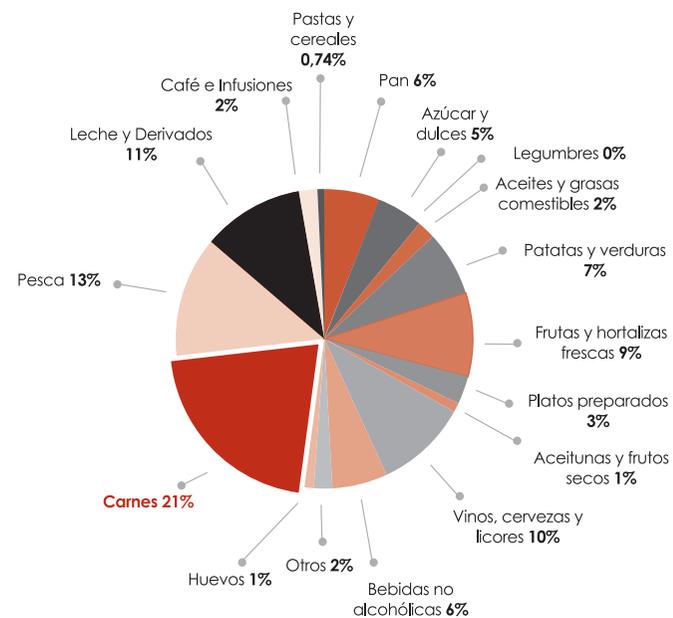
10

El consumo de carne en España

El gasto en alimentación en España en 2009

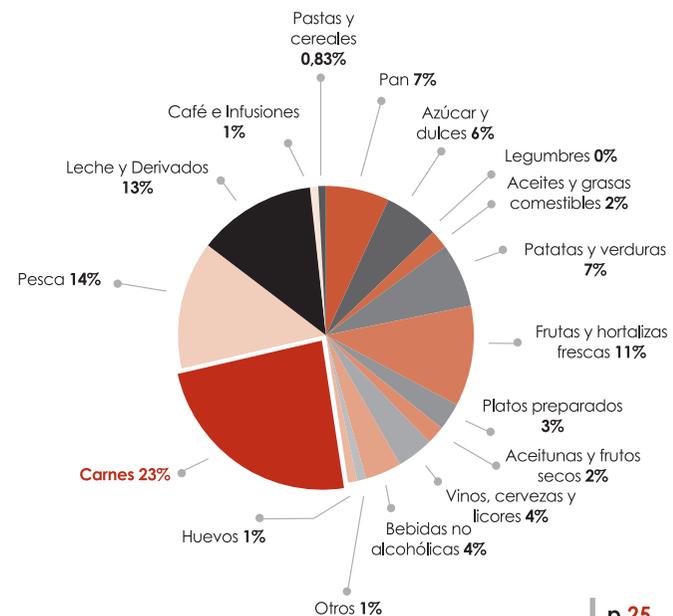
DISTRIBUCIÓN DEL GASTO TOTAL EN EL AÑO 2009 (HOGAR, HOSTELERÍA / RESTAURACIÓN E INSTITUCIONES)

Los españoles gastamos en alimentación en el año 2009, 86.851,12 millones de euros. La distribución del gasto total entre las partidas más relevantes es la siguiente:



DISTRIBUCIÓN DEL GASTO EN EL HOGAR EN EL AÑO 2009

Si en vez de considerar todo el gasto alimentario total, nos detenemos a analizar el gasto que hacemos dentro del hogar, entonces la carne representa el 23% de todo el gasto en alimentos.



El gasto y el consumo de carne en España en el año 2009

Para manejar bien esta información, hay que tener muy clara la diferencia entre consumo y gasto. El consumo hace referencia a kilos de carne consumida y el gasto a cantidad de euros dedicados.

El consumo de carne en el año 2009 fue de 2.808 millones de kilos, lo que representa un consumo ligeramente inferior, en torno al 2,5%, con respecto al 2008. Desglosando dicho consumo podemos observar que el mayor descenso se observa en Hostelería y Restauración (-13,45% en kilos y -18,30% en euros) seguido de Instituciones (-5,19% en kilos y -4,36% en euros), y en Hogares (+0,04% en kilos y -0,84% en euros).

Al incrementarse la población en 587.985 personas (a 1 de enero de 2008 la población era de 46.157.882 personas, y a 1 de enero de 2009 la población era de 46.745.807 personas) el consumo per cápita vuelve a disminuir.

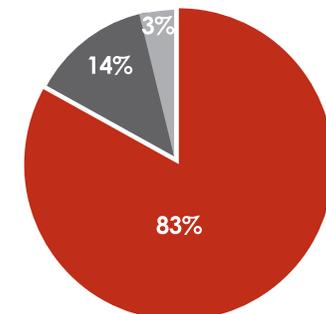
La Carnicería-Charcutería sigue siendo el tipo de establecimiento líder en venta de carne en general (39,6 %).

El gasto en la carne de vacuno supone el 18% y el gasto en carnes transformadas el 31% del total del gasto.

En términos de gasto, la disminución fue de un 3,8 %, superior a la caída del consumo (2,44%), por lo que todo hace indicar que no sólo se vendió menos en 2009, sino que se vendió además más barato.

DISTRIBUCIÓN DEL CONSUMO Y GASTO EN ESPAÑA 2008-2009

	Año 2008		Año 2009		Variación	
	Kg. (mill.)	€ (mill.)	Kg. (mill.)	€ (mill.)	Kg.	€
■ Hogares	2.276	15.126	2.277	15.000	+0,04	-0,84
■ Hostelería / Restauración	485	3.077	420	2.514	-13,45	-18,30
■ Instituciones	118	547	111	523	-5,19	-4,36
TOTAL	2.879	18.750	2.808	18.037	-2,44	-3,81

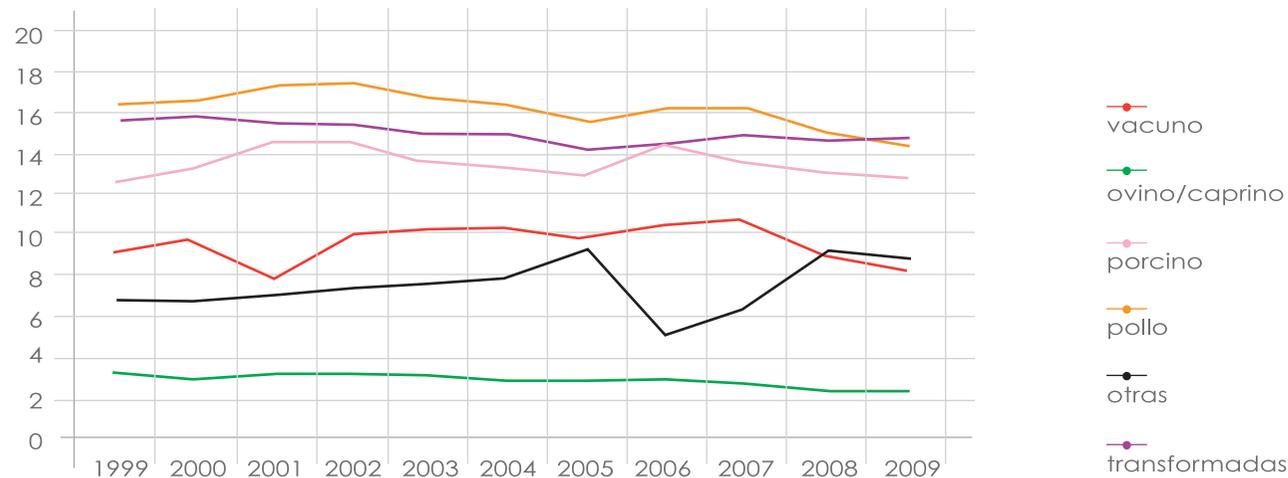


EVOLUCIÓN DEL CONSUMO DE CARNE (Kg./Persona)

Como consecuencia de los datos generales que hemos referido hasta aquí, vemos que se produce en el 2009 una caída importante del consumo per cápita que pasa de 63,86 Kg en 2008 a 61,41 Kg en 2009.

El consumo cae en todo tipo de carnes excepto en los productos de charcutería y baja especialmente el consumo per cápita de la carne de vacuno 8,90 Kg a 8,04 Kg en 2009.

	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009
Total carne	64,88	65,70	66,40	68,51	67,60	66,30	65,80	65,30	65,26	63,86	61,41
Vacuno	9,12	9,80	7,99	9,70	10,00	10,09	9,72	10,15	10,31	8,90	8,04
Ovino/Caprino	3,60	3,40	3,61	3,70	3,60	3,41	3,20	3,33	3,34	2,85	2,55
Porcino	12,80	13,40	14,30	14,30	13,90	13,62	13,02	14,12	13,97	13,50	13,10
Pollo	16,70	16,70	17,65	17,70	17,10	16,60	15,75	16,07	16,06	15,00	14,43
Otras	6,96	6,60	7,16	7,41	7,50	7,57	9,71	5,24	6,43	8,98	8,50
Transformadas	15,70	15,80	15,70	15,70	15,50	15,01	14,40	14,64	15,15	14,63	14,77



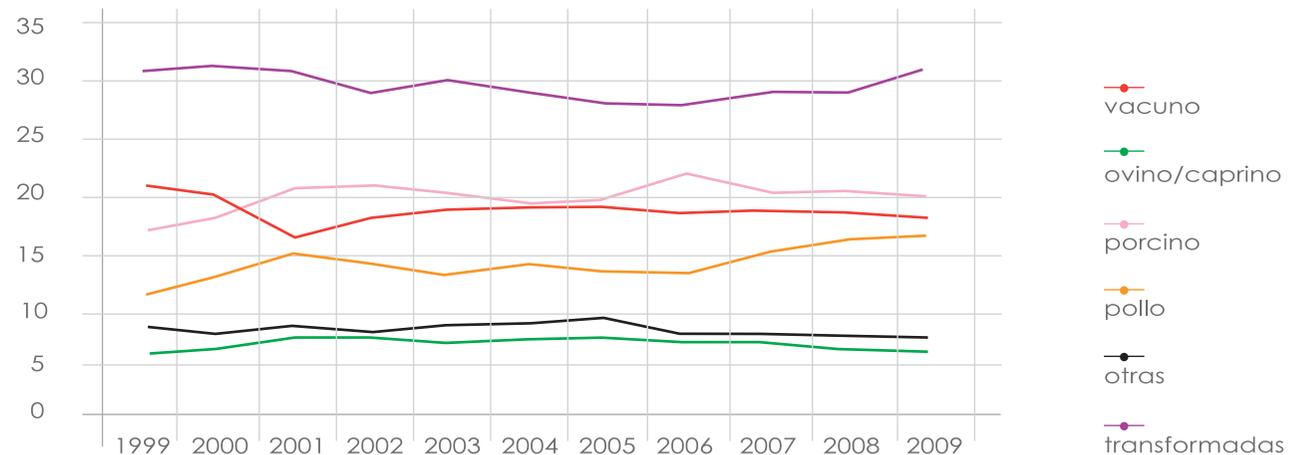
10

ESTRUCTURA DEL GASTO EN HOGARES POR TIPO DE CARNE (% en Euros)

Como se puede ver en el cuadro siguiente, la estructura de gasto en el hogar es muy semejante a la del año 2008.

Cabe no obstante señalar, el notable incremento porcentual en las carnes transformadas que pasan del 29% al 31%, y reflejar la disminución porcentual del gasto en carne de vacuno del 18,80% al 18%.

	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009
Vacuno	22	20,2	15,4	18,56	18,85	19,42	19,50	19,00	19,00	18,80	18,00
Ovino/Caprino	7,10	7,50	8,40	8,20	7,80	7,80	7,80	7,70	7,78	7,22	7,00
Porcino	17,4	18,1	20,5	20,66	20,10	19,97	19,86	22,00	20,68	20,83	20,00
Pollo	12,6	14,4	15,6	14,86	14,20	14,43	14,35	14,00	15,10	15,92	16,00
Otras	9,5	8,1	8,8	8,36	8,95	8,99	9,63	8,40	8,44	8,23	8,00
Transformadas	31,4	31,7	31,3	29,56	30,00	29,30	28,86	28,00	29,00	29,00	31,00
TOTAL	100%										

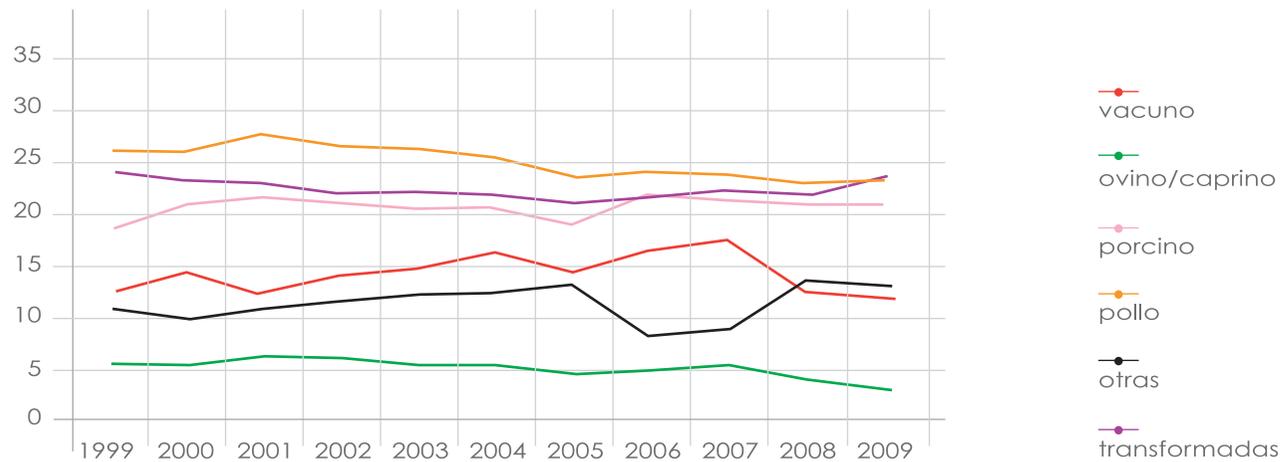


ESTRUCTURA DEL CONSUMO EN HOGARES POR TIPO DE CARNE (% en Kgs.)

	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009
Vacuno	14,06	14,92	12,03	14,16	14,79	15,22	14,77	15,54	15,80	13,94	13,09
Ovino/Caprino	5,55	5,18	5,44	5,40	5,33	5,14	4,86	5,10	5,12	4,46	4,15
Porcino	19,73	20,40	21,54	20,87	20,56	20,54	19,79	21,62	21,41	21,14	21,33
Pollo	25,74	25,42	26,58	25,84	25,30	25,04	23,94	24,61	24,61	23,49	23,50
Otras	10,73	10,05	10,78	10,82	11,09	11,42	14,76	8,02	9,85	14,06	13,84
Transformadas	24,20	24,05	23,64	22,92	22,93	22,64	21,88	22,42	23,21	22,91	24,05
	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%

COMPARATIVA ENTRE CONSUMO Y GASTO AÑO 2009

	CONSUMO (% Kg.)	GASTO (% €)
Vacuno	13	18
Ovino/Caprino	4	7
Porcino	21	20
Pollo	24	16
Otras	14	8
Transformadas	24	31
TOTAL	100%	100%

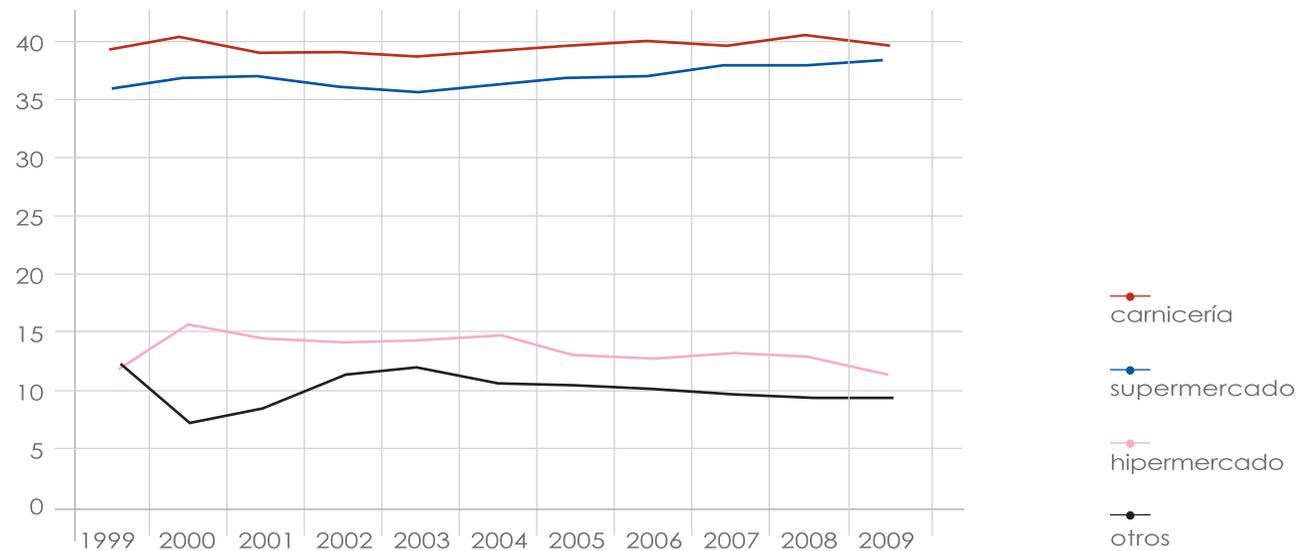


10

LUGAR DE COMPRA (% en Valor)

Analizando la evolución del lugar donde se compra la carne, podemos decir, según se puede observar en el cuadro siguiente, que la Carnicería-Charcutería sigue manteniendo su posición de liderazgo.

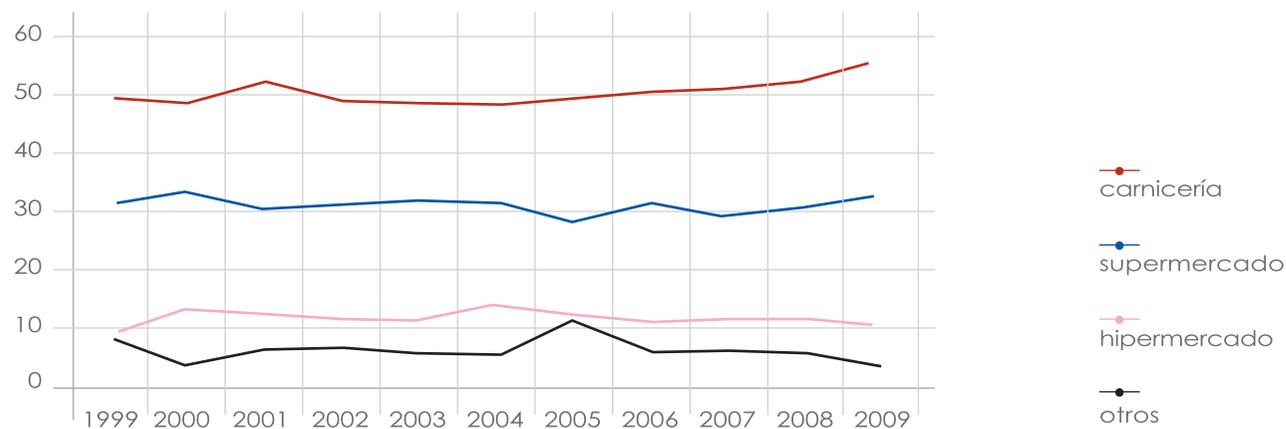
	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009
Carnicería	38,27	40,41	39,05	38,60	38,26	38,57	39,42	40,01	39,40	40,11	39,60
Supermercado	35,56	36,80	37,20	35,70	35,17	35,96	36,02	36,85	37,23	37,48	38,50
Hipermercado	12,63	15,25	14,86	14,01	14,09	14,56	13,03	13,00	13,20	13,12	12,40
Otros	13,54	7,55	8,89	12,29	12,47	10,91	11,53	10,14	10,17	9,29	9,50



EVOLUCIÓN DE LA VENTA DE CARNE DE VACUNO EN HOGARES SEGÚN EL TIPO DE ESTABLECIMIENTO (% en Valor)

En las ventas de carne de vacuno, según se pone de manifiesto en el cuadro siguiente, la Carnicería afianza de forma ostensible su posición de liderazgo absoluto, ganando dos puntos de cuota, pasando del 51,45% en el año 2008, al 53,40% en el 2009.

	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009
Carnicería	49,91	48,85	50,35	49,36	49,00	48,00	48,96	50,01	50,54	51,45	53,40
Supermercado	31,72	33,28	30,93	31,03	31,37	31,09	29,23	30,41	29,90	30,22	30,50
Hipermercado	9,27	13,09	12,38	11,73	11,81	13,05	11,43	10,84	11,54	11,20	10,30
Otros	9,10	4,78	6,34	8,41	7,82	7,86	10,38	8,74	8,02	7,13	5,70

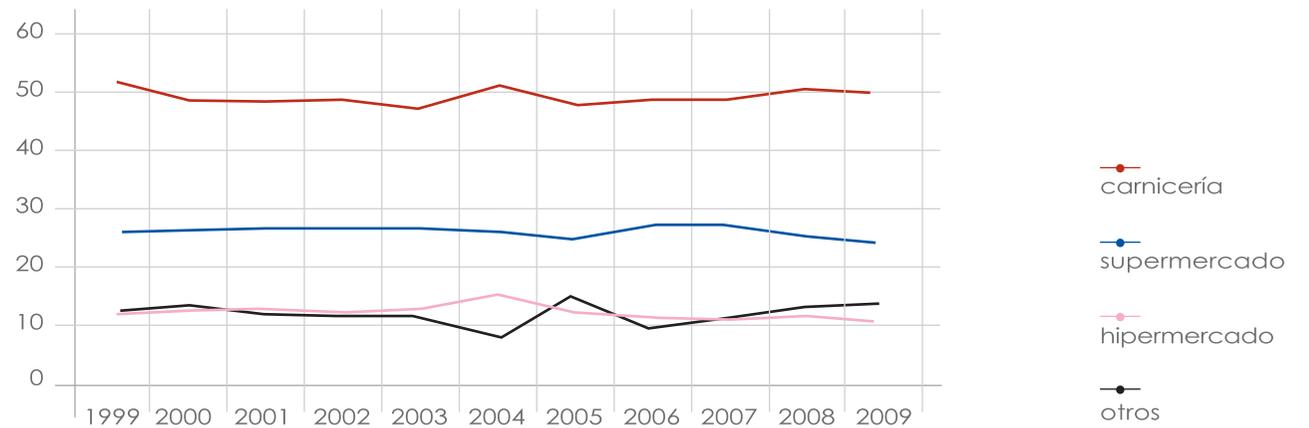


10

EVOLUCIÓN DE LA VENTA DE CARNE DE OVINO/CAPRINO EN HOGARES SEGÚN EL TIPO DE ESTABLECIMIENTO (% en Valor)

En la venta de carne de ovino, la Carnicería, lo mismo que ocurre en la venta de todos los tipos de carne fresca, evidencia claramente su liderazgo y se sitúa con una cuota del 50,40%.

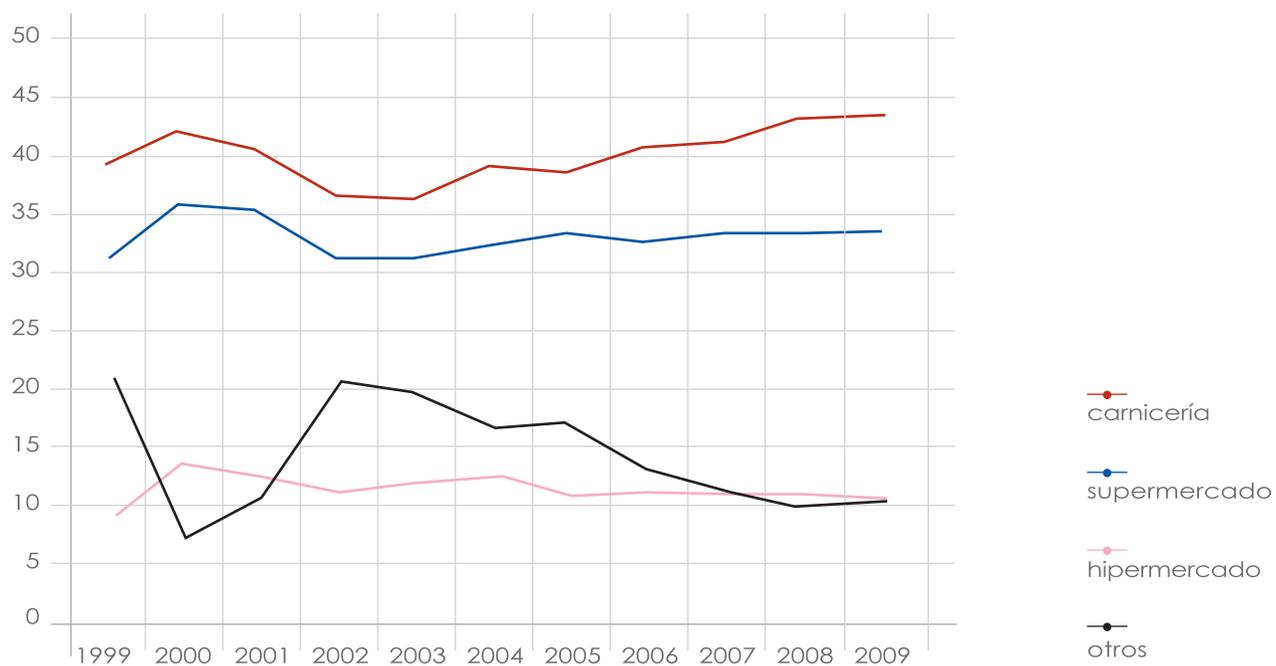
	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009
Carnicería	50,10	49,20	48,50	48,20	47,80	50,20	48,60	49,50	49,00	50,75	50,40
Supermercado	26,20	26,40	27,10	27,40	27,60	26,70	26,00	27,90	27,90	25,03	24,60
Hipermercado	11,80	12,10	12,40	12,50	12,70	14,20	11,80	11,43	11,28	11,95	11,20
Otros	11,90	12,30	12,00	11,90	11,90	8,90	13,60	11,17	11,82	12,27	13,50



EVOLUCIÓN DE LA VENTA DE CARNE DE PORCINO EN HOGARES SEGÚN EL TIPO DE ESTABLECIMIENTO (% en Valor)

La Carnicería sigue siendo también el establecimiento líder en la venta de carne de porcino y reafirma en el 2009 dicha posición, ganando casi medio punto de cuota de ventas para situarse con un porcentaje del 44,20% de cuota de mercado.

	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009
Carnicería	38,33	42,78	40,69	36,82	36,77	38,73	37,96	40,87	41,85	43,79	44,20
Supermercado	31,25	35,91	35,33	31,23	31,45	32,78	33,61	32,96	33,87	33,64	34,30
Hipermercado	9,86	14,11	13,23	11,71	12,02	12,47	11,61	11,75	11,93	11,67	10,90
Otros	20,56	7,20	10,75	20,24	19,76	16,01	16,82	13,89	12,35	10,90	10,60

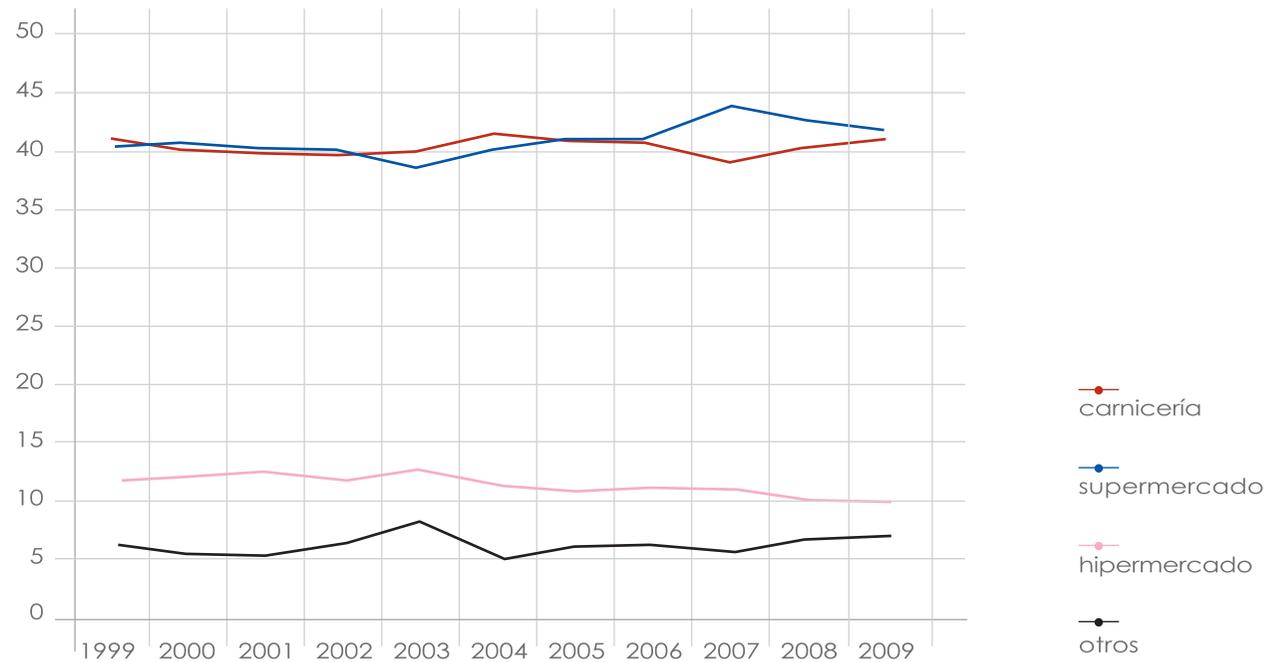


10

EVOLUCIÓN DE LA VENTA DE CARNE DE POLLO EN HOGARES SEGÚN EL TIPO DE ESTABLECIMIENTO (% en Valor)

La Carnicería/pollería recupera posiciones en la cuota de ventas por tipo de establecimiento en el año 2009.

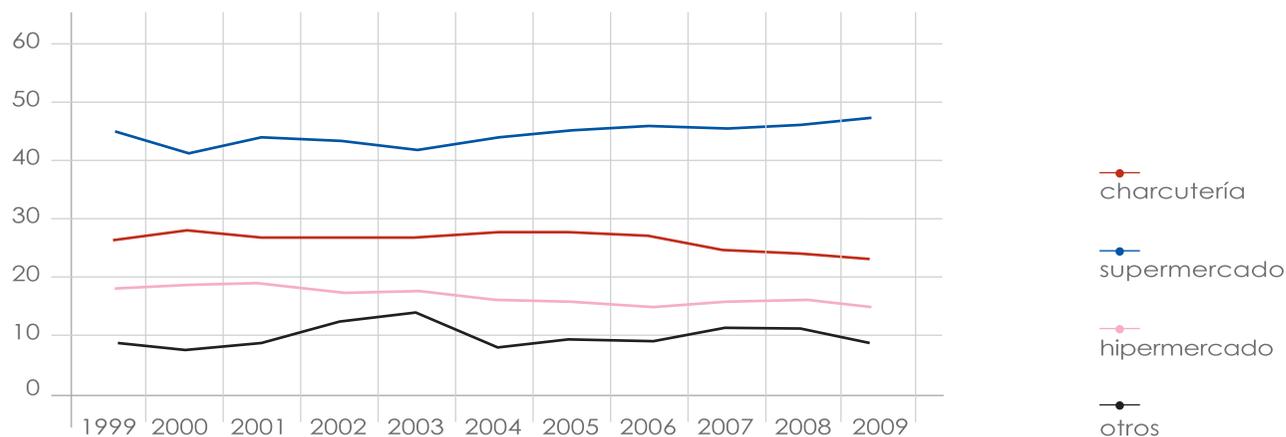
	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009
Carnicería	41,00	40,80	40,50	40,00	40,50	42,20	41,40	41,10	39,71	40,74	41,31
Supermercado	40,50	41,00	41,00	40,80	38,40	40,50	41,60	41,80	43,33	43,01	42,25
Hipermercado	12,00	12,50	12,60	12,40	12,90	12,20	11,60	11,50	11,65	10,00	10,00
Otros	6,50	5,70	5,90	6,80	8,20	5,10	5,40	5,60	5,31	6,25	6,44



EVOLUCIÓN DE LA VENTA DE CARNES TRANSFORMADAS EN HOGARES SEGÚN EL TIPO DE ESTABLECIMIENTO (% en Valor)

El supermercado como se observa en el cuadro que se inserta a continuación, refuerza y afianza su papel de liderazgo en la venta de productos transformados (Charcutería) y se sitúa en el 48% de cuota de ventas.

	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009
Charcutería	27,26	29,34	27,75	28,12	27,60	28,69	28,48	28,04	26,37	25,65	25,30
Supermercado	44,07	41,91	43,62	42,51	41,92	42,79	43,52	44,90	44,32	45,57	48,00
Hipermercado	19,49	19,81	19,59	18,79	18,74	18,73	17,21	17,54	17,50	18,07	17,10
Otros	9,18	8,94	9,04	10,58	11,75	9,79	10,79	9,52	11,81	10,71	9,50





EL GASTO Y EL CONSUMO DE CARNE EN ESPAÑA EN 2009 POR COMUNIDADES AUTÓNOMAS

Comunidades	Total de carne		Vacuno		Ovino-Caprino		Porcino		Pollo		Carnes transformadas	
	%VOLUMEN (Kg)	%VALOR (€)	%VOLUMEN (Kg)	%VALOR (€)	%VOLUMEN (Kg)	%VALOR R (€)	%VOLUMEN (Kg)	%VALOR (€)	%VOLUMEN (Kg)	%VALOR (€)	%VOLUMEN (Kg)	%VALOR (€)
CATALUÑA	16,09	17,46	16,05	17,60	17,98	19,39	15,59	16,52	15,77	16,60	15,41	17,56
ARAGÓN	3,58	3,65	2,56	2,64	7,81	7,70	3,68	3,72	3,42	3,60	3,34	3,27
BALEARES	1,78	1,72	1,42	1,41	1,90	1,77	1,70	1,73	2,05	2,16	1,65	1,60
VALENCIA	10,59	9,96	7,85	7,56	11,50	11,02	9,66	9,61	12,25	11,38	9,68	9,52
MURCIA	2,53	2,46	1,44	1,65	3,28	2,94	2,50	2,46	2,62	2,59	3,04	2,82
ANDALUCÍA	16,50	15,24	9,24	8,69	7,30	6,99	18,61	18,27	18,36	18,25	19,75	18,08
MADRID	12,20	12,69	17,22	16,81	12,75	12,76	9,77	9,93	12,79	12,95	12,36	12,97
CASTILLA LA MANCHA	5,34	4,83	3,35	3,19	7,22	6,75	5,82	5,58	5,71	5,02	5,62	4,91
EXTREMADURA	2,00	1,85	0,89	0,83	1,87	1,96	2,52	2,62	2,04	1,83	2,34	2,05
CASTILLA Y LEÓN	8,01	7,89	10,54	9,81	11,58	11,37	9,24	8,95	6,84	6,44	6,19	6,15
GALICIA	7,15	6,78	10,01	9,10	5,82	5,82	9,59	8,55	5,87	5,73	5,45	5,25
ASTURIAS	2,86	3,02	3,86	4,17	2,11	1,96	2,37	2,38	2,86	2,78	3,06	3,27
CANTABRIA	1,37	1,48	2,29	2,41	0,80	0,79	1,08	1,14	1,51	1,66	1,23	1,30
PAÍS VASCO	4,55	5,24	7,25	7,89	4,28	4,83	3,69	4,07	4,17	4,57	4,73	5,21
LA RIOJA	0,74	0,78	0,84	0,81	1,22	1,21	0,74	0,78	0,69	0,74	0,66	0,69
NAVARRA	1,29	1,45	1,29	1,49	1,68	1,81	1,41	1,61	1,16	1,30	1,28	1,37
CANARIAS	3,42	3,49	3,92	3,94	0,87	0,94	2,04	2,09	1,92	2,42	4,21	3,96
TOTAL	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100



EL GASTO Y EL CONSUMO DE CARNE EN ESPAÑA EN 2009 POR COMUNIDADES AUTÓNOMAS

Comunidades	Total de carne		Vacuno		Ovino-Caprino		Porcino		Pollo		Carnes transformadas	
	CONSUMO PER CÁPITA	GASTO PER CÁPITA	CONSUMO PER CÁPITA	GASTO PER CÁPITA								
MEDIA NACIONAL	49,79	327,97	6,61	59,32	2,18	22,53	11,33	66,70	12,72	51,30	11,88	100,74
CATALUÑA	54,43	389,16	7,21	70,95	2,67	29,68	12,00	74,89	13,63	57,86	12,43	120,21
ARAGÓN	60,43	405,83	5,75	53,13	5,79	58,87	14,14	84,25	14,76	62,73	13,47	111,82
BALEARES	45,02	287,57	4,76	42,68	2,12	20,30	9,78	58,65	13,26	56,34	9,96	81,99
VALENCIA	49,22	304,84	4,84	41,85	2,35	23,16	10,22	59,83	14,53	54,49	10,73	89,48
MURCIA	42,07	268,97	3,16	32,68	2,39	22,09	9,43	54,65	11,09	44,27	12,05	94,86
ANDALUCÍA	43,17	262,63	3,21	27,10	0,84	8,27	11,08	64,03	12,27	49,20	12,33	95,73
MADRID	49,19	337,23	9,21	80,79	2,26	23,29	8,97	53,63	13,17	53,80	11,89	105,83
CASTILLA LA MANCHA	55,19	328,95	4,60	39,25	3,28	31,58	13,70	77,29	15,08	53,49	13,85	102,69
EXTREMADURA	39,51	240,41	2,32	19,47	1,62	17,47	11,32	69,20	10,25	37,07	11,00	81,93
CASTILLA Y LEÓN	67,22	436,26	11,73	98,05	4,27	43,16	17,65	100,57	14,66	55,64	12,38	104,47
GALICIA	50,99	318,77	9,48	77,36	1,82	18,80	15,57	81,70	10,69	42,09	9,28	75,84
ASTURIAS	56,35	392,31	10,09	97,94	1,83	17,50	10,62	62,74	14,37	56,35	14,37	130,49
CANTABRIA	52,16	369,54	11,52	109,29	1,34	13,54	9,37	57,94	14,67	64,83	11,15	99,99
PAÍS VASCO	46,30	351,08	9,78	95,64	1,91	22,22	8,56	55,43	10,83	47,89	11,48	107,26
LA RIOJA	50,84	349,74	7,62	65,70	3,67	37,45	11,58	71,68	12,10	51,92	10,81	95,00
NAVARRA	48,30	358,22	6,43	66,35	2,76	30,62	11,98	80,51	11,05	50,31	11,46	104,11
CANARIAS	40,03	269,48	6,09	55,01	0,45	5,01	5,44	32,81	5,75	29,17	11,76	93,83



VACUNO

AGROPECUARIA CATALANA S.C.C.L.
 AGROPECUARIA SOBRARBE S.C.L.
 ALCAMPO S.A.
 ARTECAR S.L.
 ASOC.PROD.TERNERA CALIDAD MURCIA
 ASOC.VACUNO CALIDAD DE SALAMANCA
 BOPIN GRUP, S.L.
 CARNES SEIN, S.L.
 CARNICAS MULAS, S.L.
 CARNICAS TORMES, S.L.
 CARNIS CATALANA PALLEJA S.A.
 CARNIS LLUÇANES S.L.

CARSIERRA, C.B.
 CASTELLANA DE CARNES S.A.
 CERRADO DE LAS CIGÜEÑAS, S.L.
 COLINAS DE CUELLAR, S.L.
 COMERCIAL PECUARIA SEGOVIANA
 COMPANYYA GENERAL CARNIA S.A.
 COPRECA SOC. COOP
 DEHESA GRANDE S.A.
 EL ENCINAR DE HUMIENTA S.A.
 EROSKI S. COOP
 FRIMANCHA INDUSTRIAS CARNICAS S.A.
 GANADOS BARO S.A.
 GITXEGI
 HELIOSUR, S.A.
 INDUSTRIAS CARNICAS LOS NORTEÑOS S.A.
 J VIÑAS S.A.
 JUAN POCIVI, S.A.
 M.G.F. FRIBIN S.A.T. 1269 R.L.
 MANUEL ROBLEDO S.L.
 MATADERO FRIG MONTES DE TOLEDO
 MENDIKO SAT N-E-146
 MONTALBAN PIENSOS COMPUESTOS S.L.
 NANTA, S.A.
 NATURCARNES DE LEON S.L.L.
 NUTERFEED S.A.U.

PIENSOS PROCASA S.A.
 PROD.GANAD CARNES DE SELECCION S.L.
 S.A.T. CAMPOO LOS VALLES
 OSONA VALLES CARNIS S.A.
 PN. CARN NATURE, S.L.
 S.C.A. AGRICOLA GANADERA SAN MIGUEL
 SAT ONCEBREROS Nº9238
 SAT.ASOC. RIOJANA VACUNO DE CARNES
 SOC.COOP.AND.VALLE DE LOS PEDROCHES
 SOC.COOP.LTDA. BAJO DUERO
 SUPERMERCADOS SABECO S.A.
 TERNERA BAZTAN S.L.
 TRADICION CASTILLA S.A.
 VACUNO ROSADO S.A.
 VIÑALS SOLER, S.L.

CERTICAR

se da por bueno

CERTICAR, primera empresa española certificadora de producto especializada en el sector agroalimentario y acreditada por la Entidad Nacional de Acreditación, ENAC conforme a los criterios establecidos en la Norma UNE-EN 45.011, cumple 10 años avalando con su Marca de Conformidad, la calidad diferenciada de los productos agrarios y alimenticios que certifica.

Haciendo visible este valor diferencial en el etiquetado de los alimentos, contribuimos a asegurar la confianza de los consumidores en las Marcas Certificadas de los productos que adquieren.



alimentación animal certificada **ALIMENTACIÓN ANIMAL**

AGROPECUARIA CATALANA SCCL
 AN.SOC.COOP. PIENSOS CACECO
 AVIGASE S.C.L.
 COOP.CRIADORES GANADO CERDA/VACUNO
 PIENSOS MUGA S.L.
 S.C.L. AGROPIENSO
 SOC.COOP.AND.VALLE DE LOS PEDROCHES



SEDE CENTRAL:
 C/Infanta Mercedes, nº 13, 4ª planta. 28020 Madrid
 Tfno: 91 571 11 05 / Fax: 91 571 11 67
 e-mail: certicar@certicar.es / www.certicar.es

DELEGACIONES COMERCIALES:
 Aragón
 Cataluña
 Castilla y León
 Navarra



Para ti y para todos los empresarios de la Comunidad de Madrid.

Cámara de Comercio, tu punto de apoyo.

En la Cámara de Comercio e Industria de Madrid perseguimos un único fin: el beneficio y el buen funcionamiento de todas las empresas madrileñas. Para conseguir estos objetivos nos posicionamos a tu lado, y al de todos los empresarios de la Comunidad de Madrid, ofreciendo toda nuestra ayuda y apoyo: Asesoramiento para la creación y el desarrollo de negocios. Promoción de las exportaciones de la región. Formación de capital humano. Desarrollo de iniciativas para extender la cultura de la innovación.

Cámara Oficial de Comercio e Industria de Madrid.
C/ Ribera del Loira, 56-58 - 28042 Madrid. Tfno.: 91 538 35 00
www.camaramadrid.es

tu punto de apoyo



Cámara
Madrid