

memoria  
**2014**

# INNOVACIÓN Y RELEVO GENERACIONAL, ENERGÍA PARA EL CAMBIO



**fedecarne**

FEDERACIÓN MADRILEÑA  
DE DETALLISTAS DE LA CARNE



**fedecarne**

FEDERACIÓN MADRILEÑA  
DE DETALLISTAS DE LA CARNE

C/ Caños del Peral, 1, 28013 Madrid • Tel.: + 34 91 547 13 24 • Fax: + 34 91 542 77 85  
[info@fedecarne.es](mailto:info@fedecarne.es) • [www.fedecarne.es](http://www.fedecarne.es)

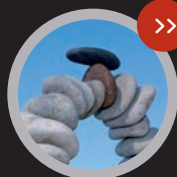
MEMORIA  
2014



# Sumario



**CARTA DEL  
PRESIDENTE** P. 4



**EQUIPO  
HUMANO** P. 5

Junta directiva  
El equipo



**DATOS  
DEL SECTOR** P. 9

El sector en cifras  
Consumo y gasto de  
carne



**ACTIVIDADES** P. 19

La carnicería-charcutería en  
red

La degustación, un impulso  
para el sector

-sal - grasa = + salud

Generamos futuro, creando  
empleo

La formación marca la  
diferencia

Colaboramos con la  
administración pública y  
creamos herramientas para  
distinguir a nuestro sector

Servicios adaptados a  
necesidades reales

Comunicación para crecer



## Carta del presidente



>> JOSÉ FOLGADO ÁLVAREZ  
PRESIDENTE DE FEDECARNE

Dejamos atrás un año en el que puedo decir de nuevo que me siento orgulloso de los resultados obtenidos. Cada uno de los logros, que nos llevan en la dirección correcta una vez más, han sido gracias al esfuerzo de todos los que formamos Fedecarne, su Junta Directiva, equipo y socios.

Con ilusión, hemos centrado nuestras acciones en mejorar aún más lo que habíamos conseguido hasta el momento, apostando por la innovación y el relevo generacional como motor del cambio necesario. Más allá de los miedos que la incertidumbre sobre el futuro del sector había suscitado, buscábamos la manera de demostrar que hay y habrá importantes oportunidades para todos aquellos profesionales de la carnicería-charcutería que apuesten por mejorar y seguir avanzando.

El sector está experimentando cambios y aplicando nuevas ideas, no sólo en lo referente a la tecnología, sino en todo lo que se acerca con más fuerza a fomentar una experiencia de compra memorable en el cliente y a cumplir con sus expectativas.

La apertura hacia la degustación de elaborados y platos preparados ha tenido un papel principal al respecto, abriendo nuevas líneas de negocio y acercándonos a un público más joven, que se preocupa por comer bien, pero que tiene menos tiempo para cocinar. En Fedecarne, apoyamos estas nuevas vías de comercialización e impulso para el sector y continuaremos trabajando por la aprobación de una legislación que permita el desarrollo de la degustación, como vía para modernizar la carnicería-charcutería.

En paralelo a las acciones que el profesional está aplicando a su negocio, hemos trabajado para prestigiar al sector, mejorando así la consecuente percepción de éste en la sociedad.

El consumidor ya no es quien era y su comportamiento es radicalmente diferente al de hace años. Una de las principales preocupaciones de éste en los últimos años es la salud.

En Fedecarne hemos trabajado desde el 2012 en poner en el mercado elaborados cárnicos artesanales con un 10% menos de sal y un 5% menos de grasa, transmitiendo de esta manera a la sociedad nuestro compromiso con su salud. Y a su vez, nos hemos involucrado en formar a nuestros profesionales frente al cambio legislativo que obliga a informar al consumidor sobre la presencia de alérgenos en los derivados cárnicos, de forma que a partir de ahora el consumidor podrá realizar en nuestros establecimientos su compra de manera segura para su salud.

Precisamente para acercarnos a nuevos públicos, Fedecarne apuesta fuertemente por incentivar el uso de las nuevas tecnologías y durante el último año este punto se ha convertido en parte importante de nuestro día a día como así se ha reflejado en el último informe realizado por Fedecarne. Más de la mitad de los asociados tienen correo electrónico, mientras que un porcentaje cada vez mayor posee presencia en Internet, por medio de webs corporativas y tiendas online. En relación

a esto, os hemos aconsejado y formado sobre cómo usar las redes sociales para mantener conversación con los clientes y ganarse su confianza. Hemos apostado también por utilizar estos medios sociales para crear una comunidad de profesionales carniceros-charcuteros y afianzar lazos entre el equipo de Fedecarne y los asociados.

Si hay algo que puede influir en el prestigio del sector y por tanto atraer a jóvenes a nuestro oficio es la formación. Ese ha sido otro de nuestros retos a lo largo del año. Se han desarrollado cursos y programas formativos adaptados a las necesidades reales de nuestros profesionales, como base de la innovación y el futuro del sector detallista de la carnicería-charcutería. Sin duda, éste es uno de los puntos que más satisfacciones nos ha dado. La acogida ha sido inmejorable y eso denota la buena predisposición de los asociados por evolucionar y seguir mejorando.

Por otra parte, destacable ha sido la creación de nuestro nuevo departamento de empleo, que además de facilitar y simplificar a los empresarios las funciones de

selección de personal, también está siendo de gran apoyo en lo referente a la motivación de los jóvenes de cara a apostar por este sector. Ellos son una parte crucial del desarrollo, porque aportan ideas frescas, modernización y conocimientos tecnológicos que nos van a hacer evolucionar y posicionarnos como una referencia en el ámbito comercial.

Estamos en el momento de la renovación detallista, y nuestro objetivo es mantener al sector de la carnicería-charcutería dentro de ella, en primera fila. Para conseguirlo, necesitamos seguir contando con tu apoyo y con tu ilusión.

Podemos dar buena fe que el equipo de Fedecarne y su Junta Directiva seguirá aunando esfuerzos para seguir haciendo día a día, un camino lleno de logros, en el que nunca falten nuevos proyectos, y en el que juntos sigamos creciendo.

Todo es poco para las grandes cosas que podemos hacer unidos, porque el futuro acaba de empezar y estoy seguro de que nos depara grandes éxitos.

## Equipo humano >>

2014



01

## Junta Directiva



PRESIDENTE  
**JOSÉ FOLGADO ÁLVAREZ**

“Es una necesidad tocar la fibra emocional de los jóvenes si queremos que estos se interesen por nuestro oficio. La innovación en su más amplia acepción jugará un papel importante. Y digo extensa, porque no debe confundirse únicamente con modernización tecnológica. La innovación es mucho más. Es incorporar nuevos servicios, nuevos productos y nuevas formas de interaccionar con el consumidor”.



VICEPRESIDENTE **JUAN JOSÉ GARCÍA SANZ**

La sociedad está cambiando muy deprisa y esto afecta a la forma de hacer comercio. Nuestro sector se encuentra algo desorientado ante la velocidad con la que todo sucede y es el momento de utilizar todas las herramientas que nos ofrece la Federación para que el tren no nos pille. Innovar es una necesidad para nuestro crecimiento pero también para nuestro futuro.



VICEPRESIDENTE **ÁLVARO JIMÉNEZ BARBERO**

La Finca es el ejemplo de un proyecto llevado a cabo por gente joven. No es el único, ni mucho menos, pero sí puede servir para que las nuevas generaciones se acerquen al sector con otras miras y se interesen por él, atraídos por todas las posibilidades que éste ofrece. La carnicería-charcutería tiene que abogar por nuevos modelos de negocio en los que la innovación sea su máxima. Si esto se hace así, los jóvenes tomarán el testigo y el futuro de nuestro sector estará garantizado.



VICEPRESIDENTE **JAVIER MORÁN LÓPEZ**

En la empresa como en la vida, una actitud positiva junto con la capacidad de adaptación de la estructura organizativa, la aceptación del cambio como único camino de progreso y la formación como fuente de conocimiento son la conjunción perfecta para el éxito.



VICEPRESIDENTE **CARLOS RODRÍGUEZ MARCOS**

“Si quieres que algo cambie no sigas haciendo lo mismo”, dijo Einstein. Cualquier persona estaría de acuerdo con esta frase y yo personalmente creo que cada vez tiene más sentido. Muchos de los problemas actuales que tiene el sector minorista especializado en general, y de carnes en particular, se podrían convertir en oportunidades si tuviéramos en la mente estas palabras que dijo el físico alemán. Muchos de vosotros ya estáis comprobando la eficacia de esta sencilla idea. Simplemente os animo a que reflexionéis sobre ella si aún no lo habéis hecho.



>> SECRETARIO **ANTONIO ALONSO LÓPEZ-MENCHERO**

Es una responsabilidad de los carniceros-charcuteros posicionar a las empresas del sector para que los jóvenes se acerquen a este oficio con otros ojos y lo vean como una oportunidad real de emprendimiento y desarrollo profesional. Esta postura acercará a las nuevas generaciones a una profesión que les reportará grandes satisfacciones personales.



>> TESORERO **JOSÉ F. BARTOLOMÉ ALVARADO**

Lo más importante en estos días es evolucionar y hacer proyectos diferentes, para no desaparecer. El relevo generacional no se va a llevar a cabo si los nuevos profesionales no desarrollan proyectos ilusionantes. Más allá de los beneficios económicos, tiene que haber algo que nos incentive y nos haga despertarnos con una sonrisa para ir a trabajar. La forma de conseguirlo es hacer lo que realmente soñamos hacer.



>> VOCAL **ELENA ALMENA ALMENERA**

Hay que cambiar el enfoque tradicional de los carniceros-charcuteros. Estos tienen que tener una formación muy variada, desde tareas empresariales, hasta tipos de despieces, envasados o platos preparados. A la par, no hay que olvidar que podemos aprovecharnos de las nuevas tecnologías para tener un contacto más cercano con nuestros clientes, mediante redes sociales, Whatsapp o páginas webs, por ejemplo. Existe una clara obligación de modernizarnos.



>> VOCAL **JUAN JOSÉ FERNÁNDEZ LÓPEZ**

Ante todo importa la actitud personal, evitando caer en la rutina. Debemos hacer un ejercicio de autocrítica, mirar lo que ocurre alrededor, lo que hace la competencia y lo que opinan los clientes, para después buscar nuevas fórmulas y mejorar en todo lo posible. La clave está en innovar, pero no sólo en tecnología, sino también en elaborados, sistemas de promoción, exposición en tienda, presentación de los productos y todo lo que mejore la experiencia y satisfacción del cliente.



>> VOCAL **LUIS MARTÍN SANZ**

En los barrios, en los pueblos... no hay sitio para tantas carnicerías. La selección está en marcha y crear nuestro propio nicho de mercado es asegurarnos el futuro. A su vez, las nuevas generaciones de carniceros-charcuteros viene sin complejos, con más creatividad en el establecimiento y muy comunicativos en las redes sociales.



>> VOCAL **LUIS PACHECO TORRES**

Creo que estamos en un momento de cambio absoluto en la forma de hacer las cosas. Vamos a necesitar verdaderos profesionales atendiendo en nuestros comercios. Nos convertiremos probablemente en las farmacias del futuro, porque cada día hay una sensibilidad mayor respecto al consumo de comida saludable, y la carne está llamada a ser un pilar fundamental en estas tendencias. Haremos un esfuerzo para formar a nuevas generaciones de buenos carniceros que puedan suplir a los actuales, y satisfacer todas las demandas de la sociedad en los años venideros.



>> VOCAL **ANTONIO PEÑA BARRIOS**

El relevo generacional puede continuar si aprendemos a transmitir todo lo que este sector es capaz de ofrecer. Debemos cambiar la imagen que la sociedad tiene de la carnicería-charcutería, y demostrarles a las nuevas generaciones que se trata de un oficio con muchas posibilidades, en el que quedan por hacer muchas cosas interesantes. Ellos pueden ser parte de un gran cambio, que nos dé el lugar y prestigio merecido.

02

## El equipo



**DIRECTOR  
GERENTE**

José Moya



**ADJUNTA  
A GERENCIA**

María Sanchez



**SECRETARIA  
DE DIRECCIÓN**

Hedwig Pajuelo



**ATENCIÓN  
AL SOCIO**

Mar Martín



**ADMINISTRACIÓN**

Vicente Valverde  
Mayte López



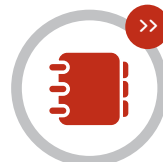
**SERVICIOS  
GENERALES**

Montserrat García  
César Valverde



**JURÍDICO, LABORAL, FISCAL  
Y CONTABLE:**

Fernando Niharra  
María José Delgado  
Mar Molinero  
Mayte López  
Carmen Villalba  
Laura Ladrón de Guevara  
Román Díaz-Tobar



**CALIDAD Y SEGURIDAD  
ALIMENTARIA Y  
FORMACIÓN**

Amparo Granda  
Almudena Soriano  
Elena Pino  
Cristina Ayala  
Ana Cristina Menjíbar



**MARKETING  
Y COMUNICACIÓN**

Lola Barragán  
Laura Alegre



**COMERCIAL**

José Luis Cabellos  
Guillermo Cadalso  
Raúl González



# Datos del sector >>

2014



Foto: Scofet Oliver



02

## El sector en cifras

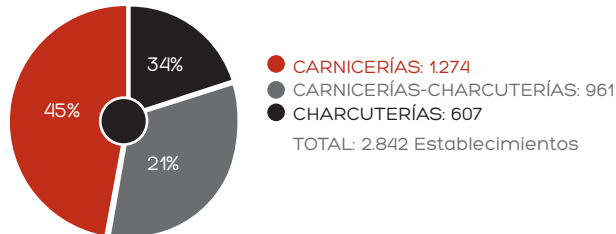
### TOTAL DE ESTABLECIMIENTOS EN LA COMUNIDAD DE MADRID

De los establecimientos de carnicería-charcutería existentes en la Comunidad de Madrid, el 52% están ubicados en el municipio de Madrid y el 48% en el resto de municipios de la Comunidad.



### DISTRIBUCIÓN SEGÚN LICENCIAS

El 45% tienen licencia de carnicería, el 21% de charcutería y el 34% de carnicería-charcutería.



### DISTRIBUCIÓN SEGÚN DOTACIÓN DEL ESTABLECIMIENTO

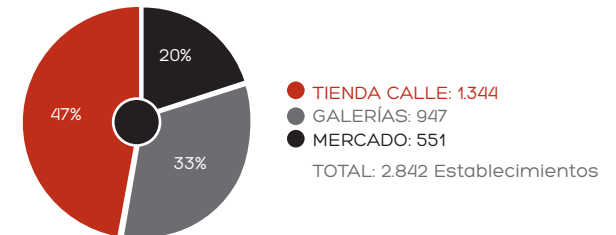
El 36% de los establecimientos tienen licencia de obrador.



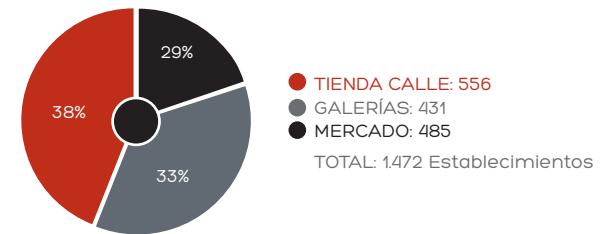
### UBICACIÓN DE LOS ESTABLECIMIENTOS EN LA COMUNIDAD DE MADRID

En el municipio de Madrid, el 62% de los establecimientos están ubicados en mercados y/o galerías y el 38% en tiendas de calle. En el resto de municipios, el 42% están en mercados y/o galerías y el 58% en tiendas de calle.

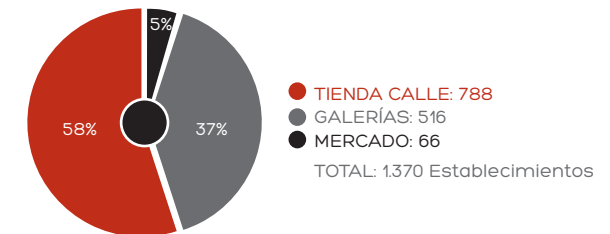
#### COMUNIDAD DE MADRID



#### MADRID CAPITAL



#### RESTO COMUNIDAD





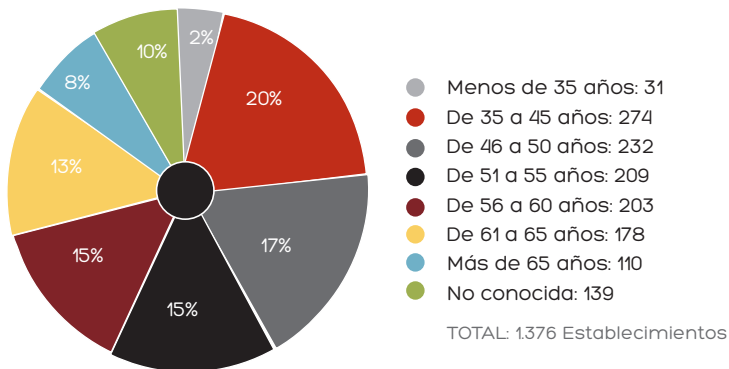
### TITULARIDAD DEL ESTABLECIMIENTO DE LOS ASOCIADOS EN LA COMUNIDAD DEMADRID

El 11% de los titulares tiene más de un establecimiento y supone el 28% del total de establecimientos.

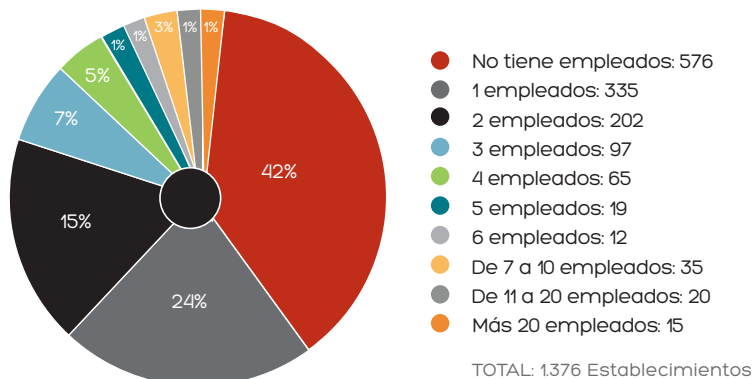
	Titulares		Establecimientos	
	Nº	%	Nº	%
1 ESTABLECIMIENTO	989	89	989	72
MÁS DE 1 ESTABLECIMIENTO	126	11	387	28
<b>TOTAL</b>	<b>1.115</b>	<b>100</b>	<b>1.376</b>	<b>100</b>



### DISTRIBUCIÓN DE LOS ESTABLECIMIENTOS DE LOS ASOCIADOS SEGÚN LA EDAD DEL TITULAR



### DISTRIBUCIÓN DE LOS ESTABLECIMIENTOS SEGÚN EL NÚMERO DE TRABAJADORES



### TITULARES ASOCIADOS CON HERRAMIENTAS TIC

Más de la mitad de nuestro socios poseen correo electrónico y el 80% poseen teléfono móvil.

	E-mail		Web		Teléfono Móvil		E-commerce	
	Nº	%	Nº	%	Nº	%	Nº	%
SÍ	806	59	259	19	1.094	80	143	10
NO	570	41	1.117	81	282	20	1.233	90
<b>TOTAL</b>	<b>1.376</b>	<b>100</b>	<b>1.376</b>	<b>100</b>	<b>1.376</b>	<b>100</b>	<b>1.376</b>	<b>100</b>



El 59% de los titulares tienen e-mail



El 19% de los titulares tienen página web



El 80% de los titulares tienen teléfono móvil

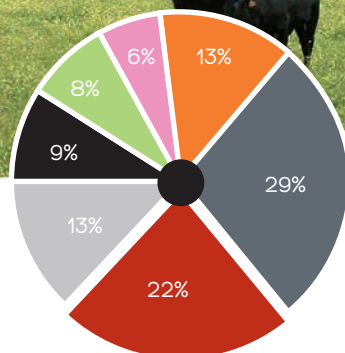


El 10% de los titulares tienen comercio electrónico

## Consumo y gasto de carne



Foto: La Finca de Jiménez Barbero



- Total carne
- Leche y derivados lácteos
- T. Frutas frescas
- T. Hortalizas y patatas frescas
- Pan
- Pesca
- Resto alimentación

>>

### LA DISTRIBUCIÓN DEL GASTO ALIMENTARIO

Como punto de introducción a este apartado, resaltamos que todas las cifras que aquí recogemos se refieren a consumo en el hogar.

El gasto en alimentación en los hogares españoles fue en el año 2014 de 66.443 millones de euros.

Esta cifra representó un descenso del 3,5% con respecto al año 2013.

>>

### GASTO DE CARNE EN ESPAÑA

El gasto en carne en España en el año 2014 fue de 14.572,98 millones de euros, -4% con respecto al año 2013 (15.309,70 millones de euros).

En cuanto a kilos, en el año 2014 se ha consumido 2.287,16 millones de kilos, -4,3% con respecto al año 2013 (2.431,3 millones de Kgs).

La carne es el producto alimenticio con mayor porcentaje en el gasto de los hogares españoles: el 22% de todo el gasto. Le sigue el gasto en pescado con el 13%. La estructura del gasto es prácticamente igual que el año anterior.

A continuación ofrecemos una visión general sobre el consumo y el gasto de carne en España siempre referida a hogares.

## >> COMPARATIVA ENTRE CONSUMO Y GASTO 2014

		CONSUMO (%Kg.)	GASTO (€)
ESPAÑA	Vacuno	11,54	16,61
	Ovino/Caprino	3,49	5,57
	Porcino	21,05	19,23
	Pollo	27,77	17,51
	Otras	12,77	10,57
	Transformadas	23,38	30,51
	<b>TOTAL</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>

		CONSUMO (%Kg.)	GASTO (€)
MADRID	Vacuno	15,15	20,96
	Ovino/Caprino	3,96	6,17
	Porcino	17,86	15,90
	Pollo	27,99	17,26
	Otras	11,20	9,04
	Transformadas	23,84	30,67
	<b>TOTAL</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>

## >> EVOLUCIÓN DEL CONSUMO (KG/PERSONA) Y GASTO (€/PERSONA) DE CARNE EN LA COMUNIDAD DE MADRID (En Hogares)

AÑO	TOTAL CARNE		VACUNO		OVINO/CAPRINO		PORCINO		POLLO		CARNES TRANSFORMADAS	
	KG/PERSONA	€/PERSONA	KG/PERSONA	€/PERSONA	KG/PERSONA	€/PERSONA	KG/PERSONA	€/PERSONA	KG/PERSONA	€/PERSONA	KG/PERSONA	€/PERSONA
2009	52,66	361,30	10,26	89,96	2,47	25,51	9,03	54,11	14,47	59,18	12,42	110,80
2010	53,46	355,79	9,29	80,95	2,70	28,08	9,57	56,66	14,98	58,06	12,26	108,13
2011	52,69	352,94	8,59	77,60	2,20	22,99	9,20	53,94	14,83	61,19	12,42	108,18
2012	53,43	352,82	8,56	78,40	2,15	22,39	9,13	52,65	15,13	62,05	12,35	105,61
2013	55,52	366,65	8,66	78,20	2,26	22,24	9,66	56,16	15,36	64,60	13,04	111,36
2014	52,47	349,13	7,95	73,19	2,08	21,55	9,37	55,52	14,69	60,27	12,51	107,06
<b>VARIACIÓN 2014/2013</b>	<b>-5,49%</b>	<b>-4,78%</b>	<b>-8,20%</b>	<b>-6,41%</b>	<b>-7,96%</b>	<b>-3,10%</b>	<b>-3,00%</b>	<b>-1,14%</b>	<b>-4,36%</b>	<b>-6,70%</b>	<b>-4,06%</b>	<b>-3,86%</b>

A NIVEL NACIONAL (€)	TOTAL CARNE	CARNE FRESCA	CARNE CONGELADA	CARNE TRANSFORMADA
Carnicería-Charcutería	30,10	36,11	19,57	17,44
Supermercado	48,06	43,46	60,10	57,53
Hipermercado	12,28	10,53	8,65	16,38
Otros	9,55	9,90	11,68	8,65
<b>TOTAL</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>

EVOLUCIÓN DE LA CUOTA DE VENTA SEGÚN EL TIPO DE ESTABLECIMIENTO (% en valor)

A nivel nacional, vemos que la carnicería-charcutería ocupa un papel importante como formato comercial preferido por el consumidor. Si bien en el Total Carne (C.Fresca+C.Congelada+C.Transformada) tiene una cuota del 30,10%, podemos observar que la carnicería-charcutería tiene una cuota del 36,11% para la Carne Fresca.



EVOLUCIÓN DE LA CUOTA DE VENTA DE CARNE DE VACUNO SEGÚN EL TIPO DE ESTABLECIMIENTO (% en valor)



	2010	2011	2012	2013	2014
Carnicería-Charcutería	47,88	47,08	43,45	44,70	46,31
Supermercado	35,04	35,81	38,33	37,38	34,32
Hipermercado	9,93	9,74	10,73	10,36	11,29
Otros	7,15	7,37	7,49	7,56	8,08
TOTAL	100%	100%	100%	100%	100%

En la venta de la carne de vacuno, las carnicerías mantienen de forma consistente una alta cuota de venta: el 46,31% a nivel nacional.



EVOLUCIÓN DE LA CUOTA DE VENTA DE CARNE DE OVINO/ CAPRINO SEGÚN EL TIPO DE ESTABLECIMIENTO (% en valor)



	2010	2011	2012	2013	2014
Carnicería-Charcutería	46,07	44,75	42,13	43,40	45,92
Supermercado	31,47	31,46	34,65	34,17	28,70
Hipermercado	9,55	9,58	9,28	8,81	9,19
Otros	12,91	14,26	13,94	13,62	16,19
TOTAL	100%	100%	100%	100%	100%

En la venta de ovino/caprino, la carnicería-charcutería, lo mismo que sucede en la venta de vacuno es el establecimiento hegemónico en la venta de este tipo de carne.



EVOLUCIÓN DE LA CUOTA DE VENTA DE CARNE DE PORCINO SEGÚN EL TIPO DE ESTABLECIMIENTO (% en valor)



	2010	2011	2012	2013	2014
Carnicería-Charcutería	36,34	37,56	34,03	35,60	34,43
Supermercado	41,03	41,52	44,94	44,63	44,06
Hipermercado	10,03	9,93	10,45	10,50	10,99
Otros	12,60	10,99	10,58	9,27	10,52
TOTAL	100%	100%	100%	100%	100%

En la venta de porcino la carnicería-charcutería sigue en segunda posición después del supermercado desde 2010.



EVOLUCIÓN DE LA CUOTA DE VENTA DE CARNE DE POLLO SEGÚN EL TIPO DE ESTABLECIMIENTO (% en valor)



	2010	2011	2012	2013	2014
Carnicería-Charcutería	33,82	33,73	30,00	31,33	29,71
Supermercado	48,89	48,83	51,87	51,04	51,54
Hipermercado	9,72	9,57	10,39	9,83	10,53
Otros	7,57	7,87	7,74	7,80	8,22
TOTAL	100%	100%	100%	100%	100%

En la venta de pollo la carnicería-charcutería pierde posiciones en la cuota de venta por tipo de establecimiento en el último año.



EVOLUCIÓN DE LA CUOTA DE VENTA DE CARNE TRANSFORMADA SEGÚN EL TIPO DE ESTABLECIMIENTO (% en valor)



	2010	2011	2012	2013	2014
Carnicería-Charcutería	20,38	19,56	14,48	17,14	17,44
Supermercado	53,17	55,21	60,97	57,93	57,53
Hipermercado	16,04	16,05	16,13	16,13	16,38
Otros	10,41	9,18	8,42	8,80	8,65
TOTAL	100%	100%	100%	100%	100%

En la venta de carnes transformadas (productos de charcutería) la cuota de venta del supermercado sigue ocupando el primer lugar aunque pierde posiciones respecto al año anterior, mientras que la charcutería gana posiciones por segundo año consecutivo.





## EL GASTO Y EL CONSUMO DE CARNE EN ESPAÑA EN EL AÑO 2014 POR COMUNIDADES AUTÓNOMAS (En hogares)

COMUNIDADES	TOTAL CARNE		VACUNO		OVINO/CAPRINO		PORCINO		POLLO		CARNES TRANSFORMADAS	
	% VOLUMEN (Kg)	% VALOR (€)	% VOLUMEN (Kg)	% VALOR (€)	% VOLUMEN (Kg)	% VALOR (€)	% VOLUMEN (Kg)	% VALOR (€)	% VOLUMEN (Kg)	% VALOR (€)	% VOLUMEN (Kg)	% VALOR (€)
ANDALUCIA	16,54%	15,13%	10,92%	10,22%	8,78%	8,40%	16,74%	16,00%	18,43%	17,51%	19,49%	17,66%
ARAGON	3,31%	3,32%	2,52%	2,61%	6,53%	6,23%	3,41%	3,43%	3,32%	3,46%	2,97%	2,86%
ASTURIAS	2,57%	2,66%	3,26%	3,31%	2,42%	2,43%	2,71%	2,76%	2,67%	2,45%	2,56%	2,77%
BALEARES	2,24%	2,19%	1,88%	1,93%	1,93%	1,68%	2,17%	2,12%	2,57%	2,71%	2,06%	2,12%
CANARIAS	4,08%	3,77%	4,51%	4,04%	0,56%	0,47%	3,03%	2,80%	2,40%	2,96%	4,96%	4,29%
CANTABRIA	1,27%	1,35%	1,80%	1,89%	1,00%	1,05%	1,24%	1,32%	1,11%	1,17%	1,37%	1,34%
CASTILLA LA MANCHA	5,04%	4,62%	3,54%	3,38%	6,26%	5,68%	5,51%	5,34%	5,26%	4,80%	5,25%	4,72%
CASTILLA LEON	6,54%	6,58%	7,99%	7,76%	10,53%	10,58%	7,22%	7,22%	5,94%	5,64%	5,40%	5,38%
CATALUÑA	15,89%	17,23%	15,78%	17,10%	18,22%	19,34%	16,77%	17,66%	15,38%	16,30%	14,71%	16,93%
EXTREMADURA	2,21%	1,99%	1,29%	1,23%	1,35%	1,30%	2,63%	2,52%	2,35%	2,18%	2,43%	2,14%
GALICIA	6,37%	6,38%	9,89%	9,36%	5,60%	5,86%	7,90%	7,53%	5,34%	5,32%	5,12%	5,02%
LA RIOJA	0,77%	0,80%	0,64%	0,67%	1,48%	1,52%	0,79%	0,81%	0,77%	0,81%	0,64%	0,66%
MADRID	13,40%	13,99%	17,59%	17,66%	15,20%	15,51%	11,36%	11,57%	13,50%	13,79%	13,66%	14,06%
MURCIA	2,74%	2,63%	1,58%	1,54%	2,99%	2,80%	2,59%	2,57%	2,91%	2,82%	3,33%	3,16%
NAVARRA	1,37%	1,42%	1,41%	1,49%	1,61%	1,78%	1,37%	1,45%	1,37%	1,41%	1,26%	1,30%
PAIS VASCO	4,52%	5,32%	6,90%	7,69%	4,26%	4,61%	3,87%	4,23%	4,41%	5,05%	4,48%	5,24%
VALENCIA	11,14%	10,62%	8,50%	8,13%	11,32%	10,75%	10,69%	10,67%	12,26%	11,61%	10,30%	10,36%
TOTAL	100,00%	100,00%	100,00%	100,00%	100,00%	100,00%	100,00%	100,00%	100,00%	100,00%	100,00%	100,00%





## EL GASTO Y EL CONSUMO DE CARNE EN ESPAÑA EN EL AÑO 2014 POR COMUNIDADES AUTÓNOMAS (En hogares)

Comunidades	TOTAL CARNE		VACUNO		OVINO/CAPRINO		PORCINO		POLLO		CARNES TRANSFORMADAS	
	KG/ PERSONA	€/PERSONA	KG/ PERSONA	€/PERSONA	KG/ PERSONA	€/PERSONA	KG/ PERSONA	€/PERSONA	KG/ PERSONA	€/PERSONA	KG/ PERSONA	€/PERSONA
MEDIA NACIONAL	51,02	325,11	5,89	54,00	1,78	18,09	10,74	62,52	14,17	56,92	11,93	99,20
ANDALUCIA	45,23	263,65	3,44	29,57	0,84	8,15	9,64	53,61	14,00	53,42	12,46	93,87
ARAGON	60,02	383,95	5,28	50,01	4,13	40,07	13,00	76,22	16,71	69,98	12,61	100,97
ASTURIAS	52,97	349,07	7,76	72,27	1,74	17,74	11,76	69,63	15,27	56,28	12,32	110,90
BALEARES	48,25	300,25	4,67	43,91	1,45	12,82	9,84	55,99	15,35	65,02	10,37	88,55
CANARIAS	43,13	254,04	5,50	45,18	0,21	1,75	6,75	36,24	7,06	34,93	12,27	88,30
CANTABRIA	48,78	329,82	7,97	76,47	1,33	14,25	10,02	62,13	11,86	49,85	12,29	99,98
CASTILLA LA MANCHA	50,77	296,90	4,12	36,08	2,20	20,32	11,69	65,93	14,73	54,02	12,38	92,40
CASTILLA LEON	60,21	385,88	8,48	75,59	3,38	34,52	13,98	81,41	15,17	57,84	11,61	96,29
CATALUÑA	56,00	386,87	6,41	63,77	2,24	24,17	12,44	76,25	15,05	64,09	12,12	115,94
EXTREMADURA	45,83	262,43	3,09	27,08	0,97	9,56	11,47	63,89	13,56	50,45	11,77	86,06
GALICIA	51,17	326,47	9,17	79,57	1,57	16,70	13,37	74,14	11,92	47,73	9,62	78,46
LA RIOJA	62,22	409,19	5,91	56,94	4,15	43,24	13,34	79,63	17,27	73,07	12,00	102,82
MADRID	52,47	349,13	7,95	73,19	2,08	21,55	9,37	55,52	14,69	60,27	12,51	107,06
MURCIA	41,73	255,34	2,77	24,79	1,59	15,12	8,30	47,87	12,31	47,84	11,84	93,53
NAVARRA	53,93	357,87	6,40	62,23	2,22	24,92	11,35	70,14	15,04	62,05	11,67	99,36
PAIS VASCO	52,44	393,49	9,25	94,51	1,73	19,00	9,46	60,25	14,22	65,49	12,17	118,29
VALENCIA	50,97	309,41	4,49	39,37	1,81	17,43	10,30	59,80	15,58	59,24	11,02	92,17

# CERTICAR se da por bueno

Certicar, primera empresa española Certificadora de productos especializados en el sector Agroalimentario y acreditada por ENAC, conforme a la norma ISO 17.065, cumple 15 años avalando la calidad diferenciada de los productos agrarios y alimenticios que certifica, contribuyendo a asegurar la confianza de los consumidores en las Marcas Certificadas de los productos que adquieren.

Abarcamos y certificamos los mejores productos:

Carnes de vacuno, ovino, porcino, aves.

Jamón serrano ETG

Huevos y ovoproductos

Alimentación Animal Certificada de CESFAC

Norma de Calidad del Ibérico.

Bienestar Animal.

Leche y productos lácteos.

Guías de prácticas correctas de higiene de leche.

Productos amparados bajo Marcas de Garantía.

# CERTICAR



SEDE CENTRAL

C/ Infanta Mercedes nº 13, 4ª planta. 28020 Madrid

Tfno.: 91 571 11 05 / Fax: 91 571 11 67

e-mail: [certicar@certicares](mailto:certicar@certicares) / [www.certicares](http://www.certicares)

DELEGACIONES COMERCIALES

Aragón

Extremadura

Cataluña

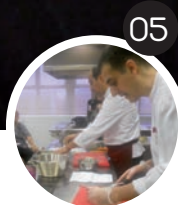
Murcia

Castilla y León

Navarra

# Actividades >>

2014



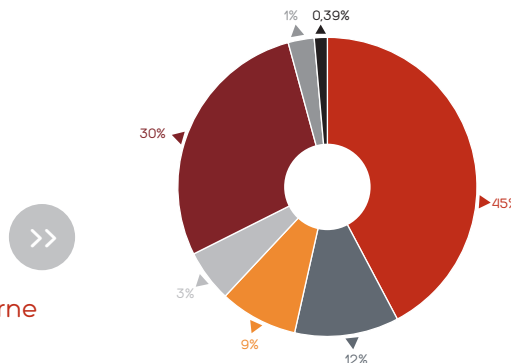
01

# La carnicería-charcutería en red

Los resultados del último informe realizado por Fedecarne -julio 2014-, entre las carnicerías- charcuterías asociadas, fue sorprendente y significativo: un 58,62% de los asociados tenía correo electrónico, un 15,88% poseía página web y un 12,15% ya vendía por Internet.



Implantación TICS 2014: Socios Fedecarne



TIENEN	Nº	%
ESTABLECIMIENTOS CON CORREO ELECTRÓNICO	897	45%
ESTABLECIMIENTOS CON WEB	243	12%
ESTABLECIMIENTOS CON COMERCIO ONLINE	186	9%
ESTABLECIMIENTOS CON FACEBOOK	57	3%
ESTABLECIMIENTOS CON PC	597	30%
ESTABLECIMIENTOS INTERESADOS EN TENER WEB (PROMOCIÓN FEDECARNE)	21	1%
ESTABLECIMIENTOS CON EL PROYECTO INICIADO	6	0,39 %

Fuente Fedecarne: Julio 2014

Este dibujo, pese a no ser el gran ideal, refleja un interés del sector por incorporar las nuevas tecnologías a sus establecimientos, y aprovechando esta paulatina apertura al mundo digital, el año pasado, dentro de las actuaciones que desarrolló Fedecarne para impulsar el crecimiento de la carnicería-charcutería en nuestra Comunidad a través de Internet, creamos dentro de la plataforma fedecarne.es, una sección especial, donde el consumidor podía encontrar, incluyendo en el geolocalizador el código postal o la dirección, el establecimiento de cualquier asociado a Fedecarne, dando como resultado de esa búsqueda una Ficha personalizada con la información principal de cada carnicería-charcutería.

Todas sus funcionalidades se mejoran durante el 2014, creándose una url amigable para cada una de las fichas y ampliándose su contenido, dando como resultado fichas más completas, con una gráfica visual más atractiva y completa tanto para el profesional como para el consumidor.

La formación es clave en el éxito de estos proyectos. Por ello en Fedecarne se han desarrollado en paralelo programas formativos y talleres pensados para potenciar las nuevas herramientas tecnológicas y rentabilizarlas.



## “YO ESTOY EN INTERNET”

El 29 de Septiembre, Fedecarne presentó la nueva plataforma digital “Ya estás en Internet”, desarrollada en exclusiva para los carniceros-charcuteros madrileños, asociados a la organización.

El lugar elegido para la puesta de largo, fue el emblemático Mercado de la Paz que bajo su reciente remodelación logró reunir a distintas personalidades de las principales asociaciones comerciales de nuestra ciudad, representantes del sector de la carnicería-charcutería, miembros la Junta Directiva de

Fedecarne y la participación de D. Ángel Luis Martín, Director General de Comercio de la Comunidad de Madrid y D. Pedro González, Director General de Comercio “Madrid Emprende” del Ayuntamiento de Madrid.

**Con esta actuación, hemos logrado que 1.500 carnicerías-charcuterías se encuentren a tan sólo un click del consumidor.**

Ahora los establecimientos de toda la vida, las tiendas de confianza y de proximidad están más cerca que nunca del cliente.

**Este proyecto nace como respuesta a uno de los objetivos fundamentales de Fedecarne, como es impulsar y dinamizar las ventas de las carnicerías-charcuterías asociadas, pero también a una estrategia más ambiciosa: proporcionar a nuestro sector las vías y los carriles tecnológicos sobre los que poder circular para seguir desarrollándose en un entorno digital a largo plazo.**



## COMUNICACIÓN AL CONSUMIDOR

Para difundir entre el consumidor la existencia de la nueva plataforma, Fedecarne ha desarrollado una campaña en el punto de venta, donde el carnicero-charcutero y consumidor se convierten en protagonistas indiscutibles de la misma.

Es fundamental que el consumidor comience a utilizar la plataforma, pero también que pueda acceder a la ficha de su establecimiento de forma directa.

A través de carteles informativos ubicados en la totalidad de los establecimientos adheridos y un sticker con un código QR personalizado, el consumidor que se acerque a realizar sus compras podrá conocer el proyecto de mano de su carnicero-charcutero y a continuación descargar su ficha a través del código bidi impreso en dicho adhesivo.





## “NUEVAS TECNOLOGÍAS APLICADAS A TU NEGOCIO”

Fedecarne desarrolla por primera vez el curso “Nuevas Tecnologías aplicadas a tu negocio”. Un curso práctico, creado en exclusiva para la carnicería-charcutería.

Con un fuerte interés por aprender a aplicar y rentabilizar en sus establecimientos las distintas herramientas tecnológicas existentes, dieciséis profesionales se reunieron en este curso.

Es la primera vez que Fedecarne realiza una formación tan ambiciosa en esta área, decididos a impulsar de lleno su difusión e implantación entre nuestros asociados.



## DESCUBRIENDO EL POTENCIAL DE LAS NUEVAS TECNOLOGÍAS

Fedecarne hizo entrega en el año 2014 de un BONO REGALO valorado en 85€ para que los asociados a Fedecarne comenzasen a realizar campañas en Google y Facebook y pudiesen valorar en primera persona el alcance de estos dos grandes soportes digitales.

Durante las tres horas que duró el curso, los asistentes pudieron activar sus campañas, optimizándolas, con el objetivo de rentabilizarlas al máximo, bajo la atenta supervisión del profesorado.

Para su conversión, no quisimos dejar solos a nuestros socios y desarrollamos ad hoc para ellos un taller gratuito en nuestra sede, impartido por Leticia Grijalbo y Juan Carlos Moreno, especialistas en estrategias web y social media.



## MEJORAMOS LA IMAGEN DE LOS ESTABLECIMIENTOS Y LA VISIBILIDAD EN INTERNET

Mejora la imagen de tu establecimiento Y SU VISIBILIDAD EN INTERNET



TE AYUDAMOS

Fedecarne te ofrece crear tu página web, tu tienda on line o la imagen corporativa de tu establecimiento de la mano de expertos que te asesorarán durante todo el proceso de ejecución de cada uno de los proyectos, teniendo en cuenta tus necesidades, así como las particularidades comerciales de tu carnicería-charcutería, tu público, tus productos y otros factores que influyen en los procesos de venta.

¿Te gustaría crear el logo de tu carnicería-charcutería pero desconoces cómo hacerlo?

¿Quieres tener tu propia página web o si ya la tienes obsoleta y necesitas darle un cambio?

¿Tienes pensado vender por Internet pero no sabes por dónde empezar o los pasos a seguir?

Se crean nuevos servicios dirigidos a potenciar la presencia de nuestros socios en Internet y a desarrollar o mejorar su imagen corporativa.

- Logos adaptados a la identidad y valores de las empresas.
- Diferenciación de la competencia a través del diseño de páginas web creativas y efectivas.
- Creación de tiendas on line dirigidas a incrementar las ventas.

**BONO REGALO 85€**

Google te ofrece 75€ gratis para comenzar tu campaña en Adwords.

Fedecarne te regala 10€ para tu promo en Facebook.



## ARTÍCULOS Y REPORTAJES EN "LA CARNE"

La Carne nos ha servido también como herramienta formativa y divulgativa, permitiéndonos abordar a través de artículos en profundidad y reportajes el alcance de las nuevas herramientas digitales y su aplicación en el sector especializado de la carnicería-charcutería.

### ¿Por qué hay que estar en Internet?

Cuando a potenciales clientes se les pregunta cuál es la razón para estar en Internet, las respuestas van desde el clásico "es una moda" hasta otras respuesta del tipo porque está todo el mundo, porque es el futuro, porque da seriedad, por imagen de empresa....

### La respuesta debería ser Ganar Dinero.

A través de este artículo profundizábamos en como la web, los perfiles en redes sociales o las campañas de e-mail marketing, deben estar concebidos para hacer que los negocios sean más rentables y en cómo deben acometerse las estrategias digitales empresariales para profesionalizarlas y lograr su efectividad.



### Las redes sociales, un gran aliado

Facebook es la Comunidad virtual más popular a nivel mundial, con lo que subirse a este tren, puede suponer un incremento de potenciales consumidores de nuestros productos y por extensión de ingresos.

Ofrecíamos pautas para realizar sorteos, concursos, descuentos a través de la red.

### 7 reglas de oro para crear campañas de e-mail marketing exitosas

Con las Navidades en el horizonte, ofrecíamos los principales pasos para crear campañas de e-mail marketing exitosas y así aumentar los ingresos en nuestros establecimientos.



REVISTA N. 765  
ENERO  
FEBRERO 2014



REVISTA N. 769  
SEPTIEMBRE  
OCTUBRE 2014



REVISTA N. 770  
NOVIEMBRE  
DICIEMBRE 2014





02

## La degustación, un impulso para el sector



Los elaborados y platos preparados tienen cada vez más aceptación entre el consumidor y se han convertido en un fuerte atractivo para el público más joven.

El obrador y las zonas de degustación abren nuestro sector a nuevas líneas de negocio, favoreciendo la diferenciación del carnicero charcutero que elabora productos únicos y propios y que desea ampliar su actividad adaptando su oferta a las nuevas exigencias del mercado.





Fedecarne lleva tiempo trabajando por la aprobación de una legislación que permita la implementación de la degustación como una vía de emprendimiento empresarial, de fomento a la innovación e impulso a la modernización del sector de la carnicería-charcutería.

El consumidor de hoy no es el mismo de ayer. El consumidor actual no tiene tiempo y busca productos de fácil y rápida preparación, sin renunciar a la calidad que le ofrece su carnicero charcutero de confianza.

Los nuevos productos elaborados vienen a cubrir ese nicho de mercado y permitirán a nuestro sector competir eficazmente.

Pese a que la inclusión de las zonas de degustación en los comercios minoristas de la carne abriría una nueva vía de dinamización comercial, a día de hoy, encontramos importantes trabas en cuanto a la localización de los mismos ya que solamente está permitida dicha actividad en los mercados municipales y en los establecimientos de la Comunidad de Madrid. Además encontramos otras barreras de infraestructura destacando la necesidad de incorporar servicios higiénicos de uso público con accesibilidad para personas con discapacidad.

Seguiremos trabajando intensamente con las autoridades Municipales y Autonómicas para impulsar y desarrollar libremente la actividad en nuestro sector.



Desde septiembre 2012 Fedecarne ha venido trabajando en el actual proyecto de Ordenanza del Estímulo Económico junto con la Dirección General de Comercio del Ayuntamiento de Madrid.

#### MÁS COMPETITIVOS

Por eso nuestras peticiones pasan por intentar equipararnos al resto de comercio minorista y poder instalar zonas de degustación.

#### LA AMPLIACIÓN DE LA DEGUSTACIÓN A NUESTRA ACTIVIDAD

Desde Fedecarne se ha solicitado la modificación de la actual Ordenanza de Comercio Minorista de Alimentación dado que limita el uso de zona de degustación a las actividades de pastelería, repostería/confitería, churrería y heladería que dispongan de obrador.

#### SOLICITUD DE LA PUBLICACIÓN DE INSTRUCCIÓN PARA LAS ZONAS DE DEGUSTACIÓN

Hemos solicitado la publicación de una instrucción relativa a la instalación de zonas de degustación en el resto de actividades del comercio minorista.

#### SOLICITUD DE LA MODIFICACIÓN DE LA ORDENANZA GENERAL DE PROTECCIÓN DEL MEDIO AMBIENTE URBANO DEL AYUNTAMIENTO DE MADRID, VIGENTE DESDE EL AÑO 1985

Esta Ordenanza limita el uso de los "hornos inteligentes" u otros sistemas de preparación en caliente de alimentos que no necesitan salida de humos para su funcionamiento y que la actual ordenanza obliga a instalar, con la consecuente pérdida de ampliación comercial para los establecimientos situados en el Municipio de Madrid, debido a que el coste de la instalación de una salida de humos es muy elevada a lo que se suma la necesidad de espacio e instalaciones suficientes para poder llevarlo a cabo.

ACTUACIONES DE FEDECARNE  
PARA LA MODIFICACIÓN DE  
LA ACTUAL ORDENANZA DE  
COMERCIO MINORISTA DE  
ALIMENTACIÓN.



El lunes 23 de Junio, Fedecarne celebró su Asamblea General en el Mercado de San Antón. Los asociados fueron invitados a compartir una jornada muy especial, pensada para ofrecer fórmulas e ideas para la dinamización e impulso de las ventas en la carnicería-charcutería.



## ASAMBLEA FEDECARNE "DEJA ATRÁS A TU COMPETENCIA"

Se pudieron degustar productos diseñados para darle un giro a los establecimientos, potenciando la esencia particular y características de cada uno. En el marco de este distendido ambiente, Rational, ofreció un Show Cooking donde los socios pudieron comprobar en directo todo el potencial de la tecnología de sus hornos y lo mejor: el resultado y sabor de sus platos.

En este marco, Almudena Soriano, Responsable del Departamento de Calidad y Seguridad Alimentaria de Fedecarne, presentó el Manual Técnico "Deja atrás a tu competencia. Nuevas fórmulas para el impulso de las ventas en la carnicería-charcutería", un documento pensado para ofrecer respuestas concretas y sencillas en torno a nuevas vías de negocio que puede propulsar el sector para darle un importante empujón a sus establecimientos.

La degustación, el obrador y las vías de distribución a terceros son algunas de estas fórmulas que actualmente tiene el carnicero-charcutero a su alcance y que utilizadas e implementadas siguiendo una serie de pautas, pueden hacer crecer un establecimiento diversificando sus ventas.

Contamos con la participación de los Hermanos López Guillén, de Becerril de la Sierra, quienes narraron en primera persona sus experiencias profesionales y resultados comerciales con Rational.



## QUEREMOS COMPETIR EN IGUALDAD

El 2 de Julio nos reunimos con Dña. Ana Botella para solicitar la revisión de la nueva Ordenanza de Salubridad.

Publicada la Ordenanza de Salubridad comprobamos que ésta incluía una modificación que no estaba incluida en el borrador inicial. Esta además a nuestro entender tenía como único objetivo poner trabas y barreras a la innovación en nuestras empresas. No entendíamos que se nos obligase a incorporar servicios higiénicos de uso público accesibles además a personas con discapacidad.

¿A qué respondía realmente esta modificación? ¿Por qué no tuvimos conocimiento previo a su publicación?

Esta situación desencadenó, como no podía ser de otra manera, nuestra indignación, junto a la de otras Asociaciones que también veían en la publicación de esta Ordenanza, un trampolín para el impulso del pequeño comercio.

Ante esta situación y para tratar de darle solución, COCEM solicitó, una reunión con la Alcaldía de Madrid.

El 2 de Julio, Dña. Ana Botella, acompañada de D. José Enrique Núñez, Delegado del Área de Gobierno de Seguridad y Emergencias, nos recibió en su despacho del Palacio de Cibeles.

Como representantes de la Federación, acudieron dos de los miembros de nuestra Junta Directiva, D. Carlos Rodríguez y D. Luis Pacheco y el Gerente, D. José Moya. Por parte de Adepesca, asistieron su presidente D. Gonzalo González, D. Luis Bustos y Dña. M<sup>a</sup> Luisa Álvarez.





## -Sal - Grasa = + Salud

03



## -GRASA-SAL= +SALUD

Dentro de la estrategia NAOS de reducción del contenido en sal en la dieta de la población, hemos puesto en marcha las actuaciones objeto del convenio firmado con la Agencia de Seguridad Alimentaria, AESAN, en la actualidad AECOSAN, conforme a los plazos previstos para reducir en dos años el contenido de sal y grasa en los productos cárnicos de elaboración artesanal.

La Asociación de Fabricantes de Complementos Alimentarios (AFCA), también colabora en el proyecto como Entidad cofirmante del acuerdo y los responsables de AECOSAN están puntualmente informados de las actuaciones, contando hasta la fecha con su validación.

El Convenio se ha prorrogado por un año más, con el objetivo de permitir la incorporación al proyecto de un mayor número de empresas.

En el año 2014 Cedecarne ha organizado jornadas formativas por distintas provincias de nuestro país, y se han comenzado a recibir las primeras analíticas correspondientes a los primeros productos elaborados conforme al proyecto, con menos sal y menos grasa; contando en muchos casos con la implicación de las Administraciones autonómicas a la hora de realizar estas analíticas que permiten el control y seguimiento del proyecto.

### Jornada formativa para los gremios

El 29 de abril tuvo lugar en las instalaciones de la Escuela de Comercio del IFE la primera de las jornadas formativas a nivel gremial nacional para elaborar derivados cárnicos bajos en sal y grasa.



Entre los asistentes se encontraban profesionales de la carnicería charcutería de los distintos Gremios integrados en Cedecarne, así como profesionales de los departamentos técnicos de higiene y seguridad alimentaria de los Gremios, encargados del seguimiento de los proyectos en sus respectivas provincias.

La representación de los fabricantes de aditivos la ostentó D. Julio Gutiez de la empresa Gusto Garantizado, quien tuvo la oportunidad de explicar cómo desde las empresas de aditivos se puede colaborar para hacer viable el proyecto.



De la mano de Juan José Fernández – miembro de Junta Directiva de Fedecarne-, y Josep Dolcet, se elaboraron todos los tipos de hamburguesas contemplados en el proyecto: de vacuno, de cerdo y mixta de vacuno y cerdo, cada una de ellas con dos formulaciones distintas. Siendo una de ellas con fórmula abierta (adicionando sal y pimienta) y la otra con fórmula cerrada, para la que se utilizó el preparado correspondiente del fabricante, con contenido bajo en sal.

Para conseguir la reducción de grasa, se utilizaron distintas piezas magras con distintos contenidos grasos, de forma que se pudieran apreciar las diferencias de palatabilidad.

Posteriormente, los asistentes tuvieron la oportunidad de degustar todos los productos elaborados, realizando una cata en la que se valoraron las diferencias organolépticas de las distintas recetas.

### Jornada Aecosan

A fin de evaluar los avances realizados en relación al proyecto, el 19 de mayo fuimos invitados por AECOSAN a participar en una Jornada para conocer las distintas administraciones y profesionales del sector.

A lo largo de la jornada se compartió con los asistentes los aspectos del Plan y el Convenio, destacando la coordinación entre CEDECARNE y AFCA con sus empresas y gremios y nuestro compromiso con la Administración en un modelo de colaboración entre instituciones públicas y sector privado.

Se aprovechó la sesión para poner en valor el esfuerzo y compromiso del profesional de la carnicería-charcutería artesanal y de los fabricantes de aditivos, comprometidos con la salud y la sociedad, y preocupados por ofrecer a los consumidores productos artesanales con un perfil nutricional más saludable y con total garantía sanitaria. Productos que no renunciarán al sabor tradicional, pero que responderán a una demanda por parte de los consumidores de disponer de productos que contribuyan a una alimentación más variada y saludable.

### 87 Carnicerías-charcuterías en Madrid se han sumado al proyecto.

Fedecarne ha realizado, entre sus asociados, una actuación dirigida a fomentar el conocimiento y posterior adhesión al Proyecto de Reducción de Sal y Grasa. Para llevarla a cabo, el equipo del Departamento de Calidad y Seguridad Alimentaria de Fedecarne, se ha desplazado personalmente a las carnicerías y charcuterías con obrador en toda la Comunidad de Madrid, adheridas a la Federación con el objetivo de poder facilitarles toda la información sobre el Convenio y aclarar posibles dudas previas a su adhesión.



&gt;&gt;

04

## Generamos futuro, creando empleo



Nuestro sector está envejeciendo y su futuro pasa por disponer, entre otras cosas, de una cantera de profesionales cualificados que puedan tomar el testigo de este oficio. Su presente tampoco se encuentra muy alejado de esta realidad, dado que actualmente el carnicero-charcutero tiene serias dificultades para encontrar e incorporar personal formado y preparado.

### APOSTAMOS POR:

- En Fedecarne estamos trabajando en el impulso del contrato en formación, para que los jóvenes puedan formarse y trabajar ganando un sueldo desde el primer día.
- Abogamos también por una formación profesional continua. Disponemos de un amplio abanico de posibilidades formativas, que renovamos anualmente para que el carnicero-charcutero pueda seguir creciendo profesionalmente, adaptándonos a sus necesidades.
- Desarrollamos proyectos dirigidos a poner en valor el sector a través de actuaciones innovadoras que empujen a los jóvenes a interesarse por nuestro sector.



## NUEVO DEPARTAMENTO DE EMPLEO

Fedecarne ha creado un nuevo departamento que ofrece y da soluciones empresariales a las necesidades de contratación de nuestro sector en cualquiera de sus variantes.

La carnicería-charcutería está cambiando y los perfiles profesionales que se demandarán en un futuro no tendrán nada que ver a los que conocemos actualmente; además los procesos de selección de personal son una tarea difícil en general, se hacen largos y en muchos casos los finales son poco fructíferos, desembocando en la elección de personas que no se adaptan a los perfiles exigidos para desempeñar determinadas funciones.

Se hace por tanto necesario profesionalizar la búsqueda de empleados en el sector y crear un servicio que elimine los efectos de esta situación, ofreciendo respuestas de presente y futuro.

Lo hemos hecho. Fedecarne ha creado un nuevo departamento, que con Román Díaz al frente, tiene como objetivo ayudar a nuestros socios a adaptarse a los cambios que se están produciendo y a los que se van a producir en los próximos años.

El personal es el recurso más valioso de una empresa, por lo que contratar a la persona adecuada traerá múltiples beneficios.



## 650 JÓVENES QUIEREN SER CARNICEROS Y CHARCUTEROS

Dado el interés que nuestro sector despertó en la anterior edición del Foro de Activación del Primer Empleo, Fedecarne decidió repetir experiencia y acudir por segundo año consecutivo a este evento. Una de las citas más importantes con el empleo que se celebran en nuestra Comunidad.



El futuro de nuestro sector pasa necesariamente por su renovación. Pero la incorporación de los jóvenes a nuestro sector sólo será posible en la medida que seamos capaces de crear escenarios favorables y atractivos y comunicar correctamente su potencial, sus valores y el recorrido profesional que tiene la carnicería-charcutería.

De ahí que nuestra presencia en este tipo de encuentros sea tan importante. Para cualquier empresa supone una ocasión inmejorable de acercarse directamente a un elevado número de jóvenes que están en búsqueda activa de empleo y que están valorando opciones de futuro profesional a largo plazo.

En este sentido, Fedecarne, además de ofrecer ofertas activas de trabajo, ha acudido con una estrategia muy clara, no dejar pasar esta ocasión única para descubrir a los jóvenes el potencial de esta profesión y convertir a la carnicería-charcutería en algo más que un oficio, una profesión de futuro, con futuro.

Nos queda mucho trabajo por hacer, pero parece que vamos por el buen camino, como así lo atestiguan los CV's entregados en nuestro stand y los 9000 visitantes que durante los dos días que duró el evento han pasado por Ifema.

Es un orgullo afirmar que hemos sido el único sector de comercio especializado con presencia en este foro.

Desde Fedecarne creemos en el futuro del sector. Tenemos una profesión dinámica, innovadora y creativa y por tanto seguiremos trabajando para que la incorporación de los jóvenes a la carnicería-charcutería sea una realidad y que nuestra profesión se convierta en una opción de futuro atractiva.

&gt;&gt;

05

La formación marca la diferencia

# Cursos y talleres

## Navidad 2014

**SORPRENDE A TUS CLIENTES y  
dinamiza tus ventas, *innovando***



En Fedecarne, un año más, nuestra oferta formativa ha estado dirigida a potenciar una formación flexible y a medida de las necesidades del profesional especializado de la carnicería-charcutería.

- **TÉCNICAS PARA EL DESARROLLO PROFESIONAL.**
- **CALIDAD E HIGIENE EN LA CARNICERÍA-CHARCUTERÍA.**
- **HERRAMIENTAS DE GESTIÓN.**
- **NUEVAS TECNOLOGÍAS APLICADAS A LA CARNICERÍA-CHARCUTERÍA.**
- **TALLERES MONOGRÁFICOS SECTORIALES ESPECIALIZADOS.**





## FORMACIÓN EN PUNTO DE VENTA

El 42% de los titulares de los establecimientos de la carnicería-charcutería en la Comunidad de Madrid están solos, y únicamente un 24% cuenta con un empleado. Esto pone de manifiesto la enorme dificultad que tienen los profesionales en nuestro sector para formarse.

Casi la mitad tendrían que cerrar sus establecimientos para poder seguir desarrollando sus conocimientos y ampliar sus miras profesionales. Sensibles a esta singularidad, Fedecarne ha ideado una propuesta formativa ad hoc, de cursos genéricos o bajo demanda que se han impartido en el punto de venta, sin desplazamientos para nuestro asociados e impartidos por expertos profesionales que se han trasladado hasta el establecimiento para adaptar los contenidos y el curso a las necesidades formativas requeridas por la empresa.



Las Navidades son duras para el consumidor. Se enfrenta a numerosas cenas y comidas en las que tiene que quedar bien con sus invitados y sorprenderles, con un tiempo siempre escaso.

En estas fechas el carnicero-charcutero tiene que convertirse en su aliado y para ello nada mejor que introducir mejoras que contribuyan a facilitar la vida al cliente.

Realizar promociones atractivas, disponer de productos novedosos y creativos listos para llevar o presentar en la mesa son algunos de los retos a los que nuestros profesionales se enfrentan durante estos días.

En Fedecarne nos preparamos siempre de cara a estas fiestas elaborando una oferta amplia de talleres y cursos de decoración, de iluminación, de packaging o de elaboración de productos para ayudar a nuestros asociados a potenciar su oficio y aumentar sus ventas.



## EN NAVIDAD, VESTIMOS A LOS ESTABLECIMIENTOS DE FIESTA

Decoración • Presentación del producto • Creatividad e innovación • Iluminación • Talleres • Menaje • Packaging • Redes sociales.





&gt;&gt;

06

## Colaboramos con la administración pública y creamos herramientas para distinguir a nuestro sector



&gt;&gt;

FEDECARNE COLABORA CON EL AYUNTAMIENTO DE MADRID EN LA ELABORACIÓN DEL CÓDIGO DE BUENAS PRÁCTICAS

El distintivo de "Buenas Prácticas", se erige como símbolo de garantía y elemento diferenciador para la carnicería-charcutería.

La promoción y desarrollo de Códigos de Buenas Prácticas en materia de protección del consumidor, constituye una de las líneas prioritarias de actuación desarrolladas por el Área de Gobierno de Seguridad y Emergencias del Ayuntamiento de Madrid, a través del Instituto Municipal de Consumo. Su finalidad es promover el autocontrol por parte de los establecimientos comerciales de nuestra ciudad, a fin de elevar el nivel de calidad y seguridad de los servicios prestados a los madrileños.

Ajustándose a este objetivo, el 4 de febrero del 2010 Fedecarne firmó con el Ayuntamiento de Madrid el Convenio de Colaboración por el que se comprometía a elaborar el documento borrador del Código de Buenas Prácticas para el sector empresarial de Detallistas de la Carne, de acuerdo con lo dispuesto en la Ley 11/98, de 9 de julio, de Protección de los Consumidores de la Comunidad de Madrid y demás normativa de aplicación (Decreto 1/2010) de 14 de enero y Ordenanza Municipal de Protección de los Consumidores.

Dado el alcance y relevancia para nuestro sector, Fedecarne ha aportado su conocimiento y experiencia en su elaboración, siendo además consensuado con las Asociaciones de Consumidores de mayor implantación en el término municipal de Madrid.

### VENTAJAS PARA EL EMPRESARIO

- Autocontrol de la actividad.
- Favorece su relación con los consumidores.
- Mejora la imagen de los establecimientos.

### VENTAJAS PARA LOS CONSUMIDORES

- El consumidor dispondrá de más información.
- Así como de una mayor calidad y seguridad en los servicios prestados por los establecimientos, frente a posibles riesgos.



### Presentación del Código de Buenas Prácticas

Conmemorando el Día del Consumidor, el 14 de marzo de 2014, el Ayuntamiento de Madrid y Fedecarne presentaron el Código de Buenas Prácticas en el Sector Detallista de la Carne.

El acto de presentación, celebrado en el establecimiento Sibaró Gourmet, contó con la asistencia del Delegado del Área de Gobierno de Seguridad y Emergencias del Ayuntamiento de Madrid, D. José Enrique Núñez y con el apoyo de Dña. María Isabel Martínez Cubells, Concejala-Presidenta de la Junta Municipal del

Distrito de Chamberí; D. Gerardo Ravassa, Gerente del Distrito de Chamberí; D. José Moya, Director Gerente de FEDECARNE; D. Enrique Torres, Coordinador General de Control de Actividades Económicas, Sanidad y Consumo y D. Ángel Sánchez, Director General del Instituto Municipal de Consumo.

En representación de Fedecarne acudieron al acto, D. José Fernando Bartolomé Alvarado y D. Javier Morán, miembros de la Junta Directiva.



*“Este código se articula en base a una serie de requisitos legales que son de aplicación a nuestro sector y a unos compromisos de actuación en materia de calidad, resolución de reclamaciones y mejoras en la prestación de servicio que tienen como finalidad contribuir a satisfacer las demandas de los consumidores e incrementar el nivel de calidad en los establecimientos”.*

**D. Jose Moya.**

### CONVENIO DE COLABORACIÓN PARA GESTIONAR LAS HOJAS DE RECLAMACIONES

Los establecimientos comerciales y todos aquellos que se dedican a la venta final de productos o servicios, están obligados a disponer de Hojas de Reclamaciones, así como de un cartel ubicado a la vista del público, en el cual se especifica su tenencia y disposición para el consumidor que lo solicite. (Decreto 152/2001 del 13 de Septiembre).

Ambos materiales tienen que tener un formato normalizado y ser suministrado por los organismos competentes en materia de consumo de cada Ayuntamiento y Autonomía.

Para facilitar la gestión a nuestros socios y posterior recogida, Fedecarne firmaba el pasado año un Convenio de Colaboración con el Área de Gobierno de Seguridad y Emergencias del Ayuntamiento de Madrid para la realización de las actividades de distribución de las hojas de reclamaciones y del cartel anunciador entre nuestros asociados con establecimientos ubicados en el término municipal de Madrid.



**NUESTRO SECTOR ELEVA LA CALIDAD Y LOS SERVICIOS A TRAVÉS DEL CÓDIGO DE BUENAS PRÁCTICAS**

Con el Código de Buenas Prácticas se promueve el autocontrol en el Sector de Detallistas de la Carne y se garantizan unas correctas prácticas que redundarán en una mayor protección de los derechos de los consumidores.

El Código de Buenas Prácticas en el Sector de Detallistas de la Carne, ha sido elaborado por el Ayuntamiento de Madrid. Fedecarne ha colaborado en su realización aportando nuestro conocimiento y experiencia, habida cuenta del impacto que su implementación puede tener en el sector.

**El distintivo\***

Este distintivo actuará como símbolo de garantía para los consumidores y situará a los establecimientos que lo exhiben en una posición relevante con respecto a otras empresas de la competencia.

\*El Ayuntamiento de Madrid, otorga el servicio "Buenas Prácticas" a aquellas empresas que de entre las que están en el listado de adheridos que incluye, presentaran en su caso acreditación.

PARA MÁS INFORMACIÓN, CONSULTA CON TU:

- Comercio Habitual
- Oficina de FEDECARNE
- Departamento de Calidad y Seguridad Alimentaria
- Sanidad@fedecarne.es
- www.fedecarne.es



**EXISTEN  
THERE ARE  
HOJAS DE RECLAMACIONES  
OFFICIAL COMPLAINT FORMS**

**A DISPOSICIÓN DEL CONSUMIDOR  
AT THE CONSUMER'S REQUEST**  
(DECRETO 152/2001 de 13 de septiembre)



## NUEVA AGENDA DE AUTOCONTROL

Una herramienta para tu distinción profesional

En nuestro objetivo por brindar el mejor servicio y contribuir a facilitar el camino hacia la profesionalización, la innovación, la confianza hacia los consumidores, y la distinción de nuestro asociado, la Agenda de Autocontrol 2014 incorpora como en años anteriores mejoras de gran utilidad para su día a día de fácil aplicación en el establecimiento minorista de la carne.

En línea también con este plan de mejora, se incorporan novedades en la ficha de producto que para facilitar la tarea a la hora de cumplimentar los distintos formularios, porque en definitiva la Agenda es una solución y no un reto.

Para Fedecarne es un placer que este documento en su quinta edición se haya convertido en una importante y necesaria herramienta de trabajo diaria en los establecimientos minoristas de la carne y la charcutería.

Existe un porcentaje de población para la que el consumo de determinados alimentos o componentes de los mismos pueden provocar reacciones adversas, que en algunos casos pueden llegar a comprometer seriamente su salud. Estamos hablando de las alergias e intolerancias.

Para las personas alérgicas, la única forma de evitar estas reacciones es no consumir los alimentos que las causan, ya que pequeñas cantidades pueden llegar a desencadenar la reacción alérgica.

Por tanto es imprescindible que el profesional de la carnicería-charcutería disponga de personal formado y consciente de aplicar con rigor algunos consejos.

Con esta postura el consumidor podrá realizar sus compras sabiendo en todo momento que el producto que adquiere es seguro para su salud.

Formar a nuestros profesionales en esta área se convierte por tanto en objetivo prioritario para FEDECARNE.

Se elaboran, para afrontar este cambio legislativo, una serie de materiales informativos y divulgativos que recogen la información que el profesional necesita conocer para trasladar al consumidor tranquilidad y seguridad en su compra.

Con este paso, nos acercamos al consumidor, transmitiéndole en todo momento que la compra que realiza en nuestros establecimientos, es una compra segura.



## PROFESIONAL FORMADO = CLIENTE INFORMADO

El 13 de diciembre del 2014 entró en vigor la nueva legislación sobre alérgenos. A partir de esta fecha se hace obligatorio informar al consumidor sobre la presencia de alérgenos en los derivados cárnicos que el profesional de la carnicería-charcutería elabora o comercializa.

## Servicios adaptados a necesidades reales



A tal efecto Fedecarne, conocedora de la casuística individual de cada socio, comenzó a finales del 2014 a realizar Estudios Personalizados y en base a unas tablas y procedimientos de análisis, se ofrece a nuestros profesionales respuesta a todas sus dudas en relación al futuro marco legislativo y cómo éste les afectará. ¿Tendrán o no que salir de módulos?



### NUEVA REFORMA FISCAL. ¿Sales o te quedas en módulos?

Con la entrada de la nueva reforma fiscal, a partir del 1 de Enero del 2016, muchos de nuestros asociados tendrán que salir del conocido sistema de Módulos.

Uno de los aspectos especialmente importantes para el sector es la reforma del sistema de módulos por el que muchos tributan.



&gt;&gt;

08

## Comunicar para crecer



&gt;&gt;

### POTENCIAMOS LA COMUNICACIÓN EN LAS REDES SOCIALES

Habida cuenta de la importancia de las redes sociales, Fedecarne ha apostado fuertemente por su potenciación, desarrollando estrategias muy definidas, enfocadas a afianzar los lazos con su asociado, con una comunicación ágil, fresca y directa; y con todo aquel interesado en la actividad del sector y de nuestra profesión.

Se han duplicado nuestros seguidores en Facebook, contando en la actualidad con 3446. Así mismo nuestro perfil en Twitter ha visto aumentar sus Followers en un 27,7%.

Las entradas en nuestra página web también han experimentado un crecimiento considerable, permitiéndonos optimizar los tiempos medios de sesión, así como las páginas vistas, redundando a su vez todo ello en un descenso importante en el porcentaje de rebote.

INFORMACIÓN  
PRÁCTICA Y  
ACTUAL EN  
NUESTROS  
MEDIOS OFF  
LINE

REVISTA  
N. 765  
ENERO  
FEBRERO  
2014

REVISTA  
N. 766  
MARZO  
ABRIL  
2014

REVISTA  
N. 767  
MAYO  
JUNIO  
2014

REVISTA  
N. 768  
JULIO  
AGOSTO  
2014

REVISTA  
N. 769  
SEP.  
OCTUBRE  
2014

REVISTA  
N. 770  
NOV.  
DIC.  
2014

BOLETÍN  
N. 70  
FEBRERO  
2014

BOLETÍN  
N. 71  
JUNIO  
2014

BOLETÍN  
N. 72  
SEP.  
2014

BOLETÍN  
N. 73  
DIC.  
2014



**PRODUCTO  
CERTIFICADO**

Nueva marca de garantía

## CERTIFICA TU PRODUCTO, GARANTIZA CALIDAD

Una oportunidad única para dar a conocer tus elaborados cárnicos tradicionales y la calidad que les diferencia y la calidad que les diferencia

La Comunidad de Madrid, a través de la Consejería de Medio Ambiente y Ordenación del Territorio se embarca, durante el año 2014, en uno de los proyectos más ambiciosos en el ámbito de la promoción y el reconocimiento de la calidad de los productos elaborados en la Comunidad de Madrid: la creación de la Marca de garantía M PRODUCTO CERTIFICADO.

# ¿QUÉ ES M PRODUCTO CERTIFICADO?

Es el distintivo que garantiza la calidad diferenciada de los productos agroalimentarios producidos, elaborados y/o transformados en la Comunidad de Madrid, sumándose así a iniciativas similares iniciadas, con gran éxito, en otras Comunidades Autónomas, para diferenciar sus productos, como Tierra de Sabor en Castilla y León o Alimentos del Paraíso Natural de Asturias.

## OBJETIVOS DE LA CREACIÓN DE LA MARCA

La Marca de garantía M PRODUCTO CERTIFICADO pretende:

- Facilitar a los consumidores una clara identificación en el mercado de aquellos productos agroalimentarios elaborados y/o producidos en la Comunidad de Madrid que ofrecen una calidad diferenciada.
- Garantizar a los consumidores que el producto es de calidad y respetuoso con el medioambiente.
- Dar prestigio a los productos adheridos a la Marca, proporcionándoles un valor añadido, al vincular su imagen con la calidad, la seguridad y la confianza.
- Fomentar el desarrollo económico sostenible y dinamizar el medio rural de la región.

## ¿QUIERES UTILIZAR LA MARCA?

### GANA EN CONFIANZA Y TRANSMITE CALIDAD

Si quieres sumarte al proyecto, ahora lo ponemos a tu alcance, porque en Fedecarne hemos firmado un acuerdo de colaboración con la Administración para facilitarte su gestión.

Llámanos y te informaremos



**fedecarne**

FEDERACIÓN MADRILEÑA  
DE DETALLISTAS DE LA CARNE

Caños del Peral, 1  
28013 Madrid  
Tel.: +34 91 547 13 24  
Fax: +34 91 542 77 85  
sanidad@fedecarne.es  
www.fedecarne.es

# mercamadrid

---

Aportando valor a la cadena alimentaria

