

la carne.

Cómo comeremos en
EL FUTURO



¿CÓMO COMEREMOS EN EL FUTURO?

Tendencias en alimentación
La Salchicha del futuro
Hamburguesa vs preparado vegetal

Página 4

CULTURA CARNÍVORA

Radiografía nutricional de
las carnes maduradas

Página 24

TU CASO A ESTUDIO

¿Puede el consumidor aportar
su propio envase para llevarse
productos a granel?

Página 40



UN NUEVO CONCEPTO DE **CUOTA SOCIO**

¡DESCÚBRELO EN 3 PASOS Y SOLICITA EL CAMBIO!



1. CAMBIAMOS EL MODELO DE AFILIACIÓN A CARNIMAD

Si antes, la unidad de adhesión era la tienda, ahora lo es la empresa, con independencia del número de puntos de venta de que se disponga.

2. NOS ADAPTAMOS A CADA PERFIL DE CLIENTE

No todas las empresas son iguales. Por ello, segmentamos a nuestros clientes por su número de empleados, adaptando las soluciones a las necesidades de sus empresas.



3. SEPARAMOS LA CUOTA DE SOCIO DE LOS SERVICIOS

Todas las empresas asociadas tendrán acceso a los mismos beneficios por su condición de socios, y adicionalmente, podrán elegir los Packs de aquellos servicios que precisan en cada momento.

GRACIAS A ESTOS 3 SENCILLOS PASOS
OFRECEMOS UN SERVICIO PERSONALIZADO,
ADAPTANDO NUESTRAS SOLUCIONES A LAS
NECESIDADES DE CADA CLIENTE.



**ATENCIÓN
AL SOCIO**

91 547 13 24
marmg@carnimad.es

JULIO - SEPTIEMBRE

Sumario

¿CÓMO COMEREMOS EN EL FUTURO?

pág **04**

Entrevistamos a Eduardo Cotillas. Secretario General de Food for Life-Spain / Carolien Nieblig, nos cuenta cómo será la Salchicha del Futuro / Hamburguesa vs preparado vegetal / Tendencias en alimentación.

¿TE VAS A PERDER EL EVENTO DEL AÑO?

El 17 de septiembre celebra con nosotros el día del carnicero y charcutero en Meat Attraction.

pág **22**

pág **24**

CULTURA CARNÍVORA

Radiografía nutricional de las carnes maduradas

CARNIMAD TE AYUDA

A cuidar la salud de tus trabajadores

pág **30**

pág **36**

LA IMPLEMENTACIÓN DE LA MARCA M HA ECHADO A ANDAR

Certifica tus productos con Carnimad

TU FORMACIÓN EN EDUCARNE

I Promoción del Certificado de Profesionalidad

pág **38**

Agenda formativa Septiembre-October

pág **39**

pág **40**

TU CASO A ESTUDIO

¿Puede el consumidor aportar su propio envase para llevarse productos a granel?

PASO A PASO

Tostadas de gorgonzola con piñones, nueces y miel

pág **46**

AÑO LVII • NÚM. 794 Julio-Septiembre 2019

EDITA

Carnimad
C/ Enrique Larreta, 5
Primera Planta.
28036 Madrid
lacarne@carnimad.es
www.carnimad.es
Tel.: 91 547 13 24



DIRECCIÓN

María Sánchez Ruiz

COORDINACIÓN

Lola Barragán Flores

REDACCIÓN

Lola Barragán Flores
Laura Alegre Moreno

PUBLICIDAD

Luis Jiménez García
luisjg@carnimad.es
Tel.: 91 547 13 24

SUSCRIPCIONES

Mar Martín Gómez
marmg@carnimad.es
Tel.: 91 547 13 24

IMPRESIÓN

VA Impresores
D.L.: M-13257-1975/
ISSN: 0214:249x

La entidad editora no se hace responsable, ni necesariamente comparte las opiniones y manifestaciones que aparecen en las distintas secciones de La Carne. Solo las opiniones y artículos firmados colectivamente por la redacción expresan el sentir de la entidad.

#lacarne794

la carne.

Cómo comeremos en
EL FUTURO



CONTENIDO

La Carne es una publicación trimestral de carácter técnico, dirigida al profesional especializado de la carnicería-charcutería y al sector cárnico en general -industria, mataderos, comerciantes, catering, restauración, etc.

ALCANCE

La distribución es gratuita a todos nuestros asociados, y enviada por franqueo pagado a los suscriptores nacionales e internacionales.

CARACTERÍSTICAS

48 páginas impresas en cuatricromía + portada plastificada.

Tamaño: 21 x 27

Impresión: Offset.

Encuadernación: Fresado y pegado a lomo.

Separata: Tablón de Anuncios.



Síguenos



MEDIDAS Y TARIFAS 2019

Recargo elección de emplazamiento: 20%. Encartes, publireportajes y pequeños anuncios: a convenir. Contratación anual (4 números): 20% de descuento. Las tarifas no incluyen IVA. Consulte los descuentos según el volumen de contratación y tipología de inserción. Artes finales por cuenta del cliente.

1 PÁGINA

INTERIOR PORTADA

210x270 MM (medidas a sangre)

1 025 €

1 PÁGINA

CONTRAPORTADA

INTERIOR CONTRAPORTADA

210x270 MM (medidas a sangre)

1 400 €

900 €

1 PÁGINA

INTERIOR

210x270 MM (medidas a sangre)

850 €

1/2 PÁGINA

HORIZONTAL | VERTICAL

210x135 MM | 105x270 MM (medidas a sangre)

600 €

ESPECIAL REPORTAJE

1 325 €

FALDÓN

210x70 MM (medidas a sangre)

300 €

COLUMNA

70x270 MM (medidas a sangre)

350 €



YO QUE VOSOTROS, ¡LO LEERÍA!

Ya sé, ya sé, el editorial suele ser como el prólogo en los libros, que siempre nos saltamos para ir al grano, pero en este caso yo os recomendaría su lectura, no porque lo escriba yo, sino porque quiero compartir con vosotros en este editorial información muy interesante para la vuelta al cole. No os hablaré más de Educarme, ya sabéis todos que es el centro de formación e innovación de Carnimad en el mercado de Barceló, pero sí os hablaré de sus protagonistas, la Primera Promoción de Aprendices que está recién graduada y con ganas de incorporarse al mundo laboral, en este caso a la carnicería charcutería, oficio que han escogido de forma voluntaria y quiero pensar que vocacional.

Uno de los compromisos que adquirimos desde Carnimad fue prestigiar el oficio de carnicero charcutero, y creo que lo estamos consiguiendo. Con constancia y entusiasmo estamos logrando que los jóvenes y no tan jóvenes que buscan una salida profesional elijan a nuestro sector, por ser un oficio sin desempleo y con un futuro prometedor por delante, y gracias a Educarme podemos hacer que los contratos en formación, es decir, la formación DUAL en nuestro sector, pueda ser una realidad.

Ya sé que muchos creéis que ya hacéis contratos en formación, pero generalmente se confunden con la formación bonificada o crédito a la formación. Los contratos en formación son otra cosa, una oportunidad de formar aprendices con ventajas sociales y económicas para las empresas y, al mismo tiempo, creando empleo en un sector como el nuestro, en el que este aspecto es fundamental para su supervivencia.

Pero solo con aprendices no llegaremos al objetivo, es verdad que hemos recibido más de 50 solicitudes para formar parte de la primera promoción de alumnos, y que en octubre repetiremos un nuevo ciclo formativo de certificado de profesionalidad, pero eso es solo un granito de arena más para contribuir al prestigio del sector.

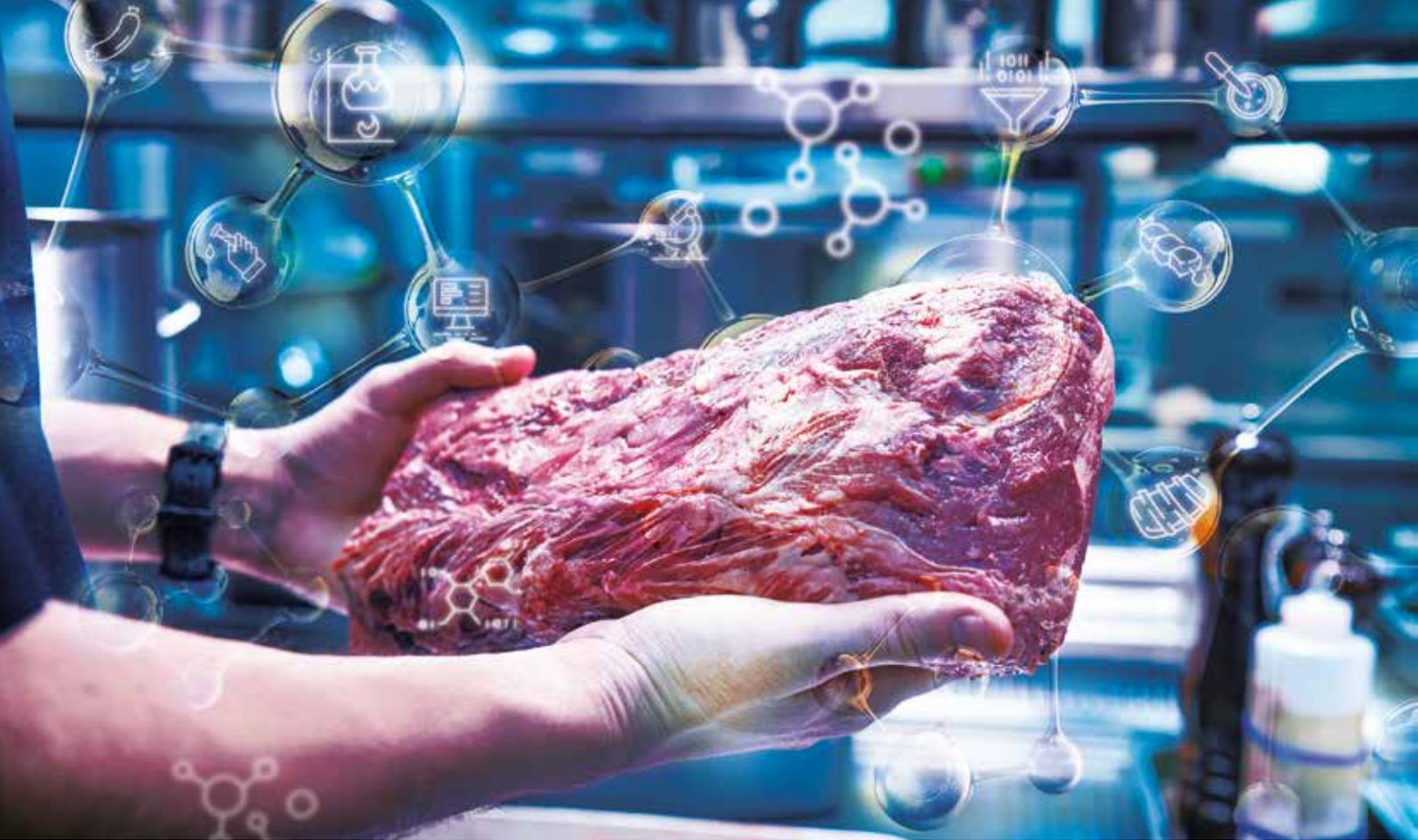
El orgullo de la profesión de carnicero charcutero nace sobre todo de vosotros, y por eso os traigo buenas noticias: también podéis tener, ¡por fin!, vuestro título profesional.

Por eso os animo a que solicitéis a Carnimad el reconocimiento de vuestra experiencia profesional labrada durante años al frente de vuestros establecimientos, para que se reconozca por escrito vuestro saber hacer y conocimiento.

Solo tenéis que llamarnos y decir que queréis tener vuestro diploma, que os equipara con nuestros colegas europeos, y pondremos en marcha toda la maquinaria para que podáis conseguirlo. Tenemos el compromiso de la administración, pero tenemos que ser muchos... ¡todos! Solo de esta forma podremos hacer oficial algo que ya es reconocido por el consumidor y es la profesionalidad de nuestros empresarios y su saber hacer.

¡A por ello! Aprendices y profesionales unidos pondremos al sector donde merece, al igual que ya lo han conseguido otros colectivos que han trabajado para que la formación de los profesionales presentes y futuros les convierta en un referente.

MARÍA SÁNCHEZ
Directora General



4 ¿CÓMO COMEREMOS EN EL FUTURO?

Por **Lola Barragán**. Directora de Comunicación de Carnimad. Licenciada en Publicidad y Relaciones Públicas y Máster en Marketing Digital por ESIC-ICEMD.

Detectar y analizar tendencias, son actividades que el sector de la alimentación está obligado a realizar en un momento como el actual, donde se hace necesario dar respuesta a los nuevos escenarios conformados por nuevos paradigmas de consumo.

Anticiparse al futuro, por tanto nos ayudará a predecir oportunidades de negocio y ayudará a la industria alimentaria a trabajar en iniciativas de I+D+i, que tengan un impacto positivo en la creación de productos y servicios acordes a las necesidades actuales y próximas de un consumidor que preocupado por su salud es cada día más consciente de lo que come, un consumidor que es más responsable con el medio ambiente, y que está interesado en conocer la historia que hay detrás de los alimentos que se lleva a casa.

Healthy, veggie, clean label, mindful eating, son muchos de los términos que encontrarás en este artículo, donde siendo consecuentes con el

enunciado anterior vamos a aspirar o al menos a intentarlo, a dar respuesta a la compleja cuestión de cómo nos alimentaremos en el futuro. Para ello hemos contado con la participación de expertos colaboradores. Gracias a sus testimonios y a nuestra constante atención a lo que está ocurriendo a nuestro alrededor, podremos anunciar muchas de las cosas “que se avecinan” para, a continuación, establecer o virar nuestras estrategias de negocio, integrando las nuevas demandas del consumidor en nuestros modelos empresariales.



EL CONSUMIDOR, FOCO DE I+D+i Y DE LAS ESTRATEGIAS EMPRESARIALES

No os contamos nada nuevo, si os decimos que el consumidor es epicentro de las estrategias empresariales y si no es así, deberíais darle una vuelta de tuerca a aquello que estéis haciendo.

No lo decimos solo nosotros, sino también el Secretario General de la Plataforma Food For Life-Spain y Director de I+D+i de FIAB, Eduardo Cotillas.

“EL CONSUMIDOR EVIDENTEMENTE ESTÁ EN EL CENTRO, TAMBIÉN EN LAS POLÍTICAS EUROPEAS Y HAY QUE PENSAR EN ÉL”.



EDUARDO COTILLAS

Secretario General de Food for Life-Spain y
Diretor de I+D+i de FIAB.

Eduardo, es un amplio conocedor de la industria agroalimentaria, de hecho, es también Director de I+D+i de FIAB y hasta hace seis meses escasos desarrollaba su trabajo como responsable de promoción de los Sectores Alimentación, Agrícola y Pesca en el CDTI. Hemos tenido la suerte de entrevistarle y obtener de su testimonio una visión más nítida sobre el momento actual de las empresas españolas y hacia donde apuntan las tendencias en el sector agroalimentario.

Eduardo, saber en qué proyectos concretos está trabajando la plataforma, nos va a permitir disponer de una imagen menos borrosa de por dónde irán las tendencias en el sector agroalimentario...

Afortunadamente, en el sector de la industria alimentaria tenemos la suerte de contar con todo tipo de actores y por tanto los proyectos que se generan son de distinta índole. Hay proyectos puramente tecnológicos, desde el punto de vista de adaptación de tecnologías digitales, avanzada o Bigdata, aplicados fundamentalmente al consumidor digital. Pero también hay otras tecnologías que trabajan en el desarrollo de productos enfocados hacia ciertas sectores poblaciones con tipologías concretas; que o bien tienen algún tipo de patologías, como alergias o intolerancias; o bien trabajan en proyectos enfocados a algún tipo de segmento poblacional, como ancianos, niños, personas con obesidad; y también en temas de seguridad alimentaria, con herramientas avanzadas que prevengan y que hagan que los alimentos que comemos hoy, sean más saludables y seguros que nunca.

Cualquier tipo de tecnología es bienvenida por el sector de la industria de la alimentación y bebidas. Y en mi experiencia, debo decir a su favor, que es un sector muy amable, al que le gusta innovar y que colabora de

manera histórica con Centros Tecnológicos, Centros de Investigación, Universidades, etc, tanto a nivel nacional, como internacional para tratar de generar proyectos que acaben repercutiendo o bien en productos novedosos o en procesos más avanzados.

¿Nos podrías concretar qué líneas de trabajo se están llevando a cabo para que el sector cárnico esté también a la vanguardia tecnológica?

El sector cárnico es uno de los sectores fundamentales dentro de la industria alimentaria. Creo que, en facturación el mayor. Es un sector muy preocupado por la realidad de hoy y como consecuencia afronta con mucha regularidad y con muchas ganas la faceta de innovación, con tecnologías novedosas aplicadas a todos los procesos, con proyectos enfocados a desarrollar nuevos productos más seguros, o con otros que persiguen eliminar algún tipo de ingrediente que el consumidor está demandando.

Ejemplos concretos, tenemos diversos: se ha eliminado la lactosa en productos curados, se ha trabajado también en la mejora de los métodos de trazabilidad en toda la cadena, se han desarrollado procesos de vida útil en platos preparados a nivel cárnico y se está investigando también en mejorar la vida útil de los alimentos a través de la investigación en nuevos envasados, como atmósferas modificadas o incluso para poner en el mercado alimentos que está exigiendo el consumidor más avanzado, como son los platos “listos para llevar”.

Y en el retail, ¿hacia dónde apuntan las tendencias?

La especialización en una tendencia clara. Y dependiendo del segmento del consumidor, el sector debe dar soluciones a todas sus demandas y ofrecer productos premium, categoría media y también alimentos para el día a día. Hay sectores tradicionales que están invirtiendo en I+D+i y que se están adaptando muy bien a las nuevas demandas.

“Tenemos que quedarnos con la evidencia científica y la industria alimentaria ha hecho sus deberes.”

¿Cree, como muchos nostálgicos, qué comeremos mejor en el futuro?

Sin duda alguna. Detrás de la industria alimentaria hay muchas personas que trabajan día a día para hacer los productos aún más sanos, más seguros y más saludables, y esta es una tendencia que va en aumento, como consecuencia de la innovación y la aplicación de la tecnología, no solo la digital, sino también la biotecnología, el Big Data...

Y ya para terminar... ¿se atrevería a vaticinar según su experiencia y su papel dentro de la Plataforma, algunas de las tendencias que se perfilan en el horizonte?

1. Productos fáciles de consumir y envasados específicos para cada gama de producto.
2. Temas como seguridad alimentaria, cobrarán aún más relevancia. Productos y alimentos más saludables, con buen etiquetado y que informen de la trazabilidad con transparencia. Aquí la Administración asume un papel fundamental para que esto se cumpla.
3. Innovación enfocada hacia alimentos dirigidos a segmentos poblacionales con necesidades concretas. Un niño no tiene las mismas necesidades que un anciano, o que un deportista y ni mucho menos las de algunas personas con necesidades especiales.
4. Y de cara a la exportación, se deben tener en cuenta mercados futuros. Nuestros productos tienen muy buena fama y hay que apostar por la innovación como palanca fundamental.



FOOD FOR LIFE-SPAIN

foodforlife-spain.es

Esta plataforma tecnológica, de la que Cedecarne es miembro, nace en España en el año 2007. En la actualidad está formada por 11 grupos de trabajo, cada uno de los cuales trabaja en líneas distintas -habiendo uno del sector cárnico en particular-, y está abierta a todos los miembros de la cadena alimentaria que quieran participar en ella.

Además, la plataforma facilita la colaboración entre empresas, centros tecnológicos y de investigación, administración y financiadores con el propósito de generar proyectos de I+D+i que permitan a la industria agroalimentaria situarse a la vanguardia de la innovación aplicada en los productos y procesos.

6

Food for Life es una buena plataforma de encuentro, donde se ponen de manifiesto que las empresas junto con el mundo más investigador, hablan el mismo lenguaje y llegan a plasmar proyectos que repercuten en producto final. Es muy buen foro y ejemplo de cómo se entiende el mundo empresarial, con el mundo investigador y desde aquí les invito a visitarnos.



FLEXITARIANOS, VEGETARIANOS Y VEGANOS, SON TODOS VEGGIES. CONÓCELOS

Como señalaba Eduardo Cotillas, al comienzo de su entrevista, el consumidor tiene que ser el foco de las actuaciones del sector agroalimentario y de sus proyectos I+D+i. Vamos a conocerles mejor, sepamos quiénes son e identifiquemos sus demandas para conocer las tendencias del mercado e idear y ejecutar en consonancia nuestros planes empresariales.

EL 87,8 % DE LA POBLACIÓN SIGUE SIENDO OMNÍVORA, PERO HAY QUE ESTAR ATENTOS, A LOS GRUPOS EMERGENTES.

En el 2017, la consultora estratégica Lantern en el estudio The Green Revolution, señalaba el fenómeno veggie -que engloba al grupo de personas que colocan al reino vegetal en el centro su alimentación, pero que ocasionalmente pueden comer otro tipo de productos, como carne y pescado-. En nuestro país, un porcentaje del 7,8%, lo perfeñaba como segmento anecdótico. Dos años más tarde, lo sigue siendo, pero el mismo

informe ha señalado su evolución y es importante que los proyectos de I+d+i, tengan en cuenta en el desarrollo de productos y servicios a estos perfiles emergentes.

The Green Revolution no valora la bondad o no, de ninguna dieta, "eso se lo dejamos a los expertos en nutrición y a las convicciones personales", afirman sus autores. Pero lo que sí han hecho es identificar tres grandes segmentos de consumidores, los flexitarianos, los vegetarianos y los veganos, que conjuntamente han crecido en los dos últimos años un 27%, identificándose como veggie uno de cada diez españoles, o lo que es lo mismo, 3,8 millones de personas en nuestro país, dicen ser veggies.

FRIMAGÓN

INTERIORISMO COMERCIAL Y FABRICACIÓN DE VITRINAS



NUESTRAS **VITRINAS**
SON EL ESCENARIO DONDE TÚ **GÉNERO**
ES EL PROTAGONISTA

Las **VITRINAS** a medida están especialmente diseñadas para priorizar la **CALIDAD DEL FRÍO** y así lograr la mejor conservación de sus productos.

Son completamente personalizables. Se adaptan a su local, a su imagen de marca, a sus necesidades de espacio y funcionalidad con la máxima **eficiencia energética**.

www.FRIMAGON.com



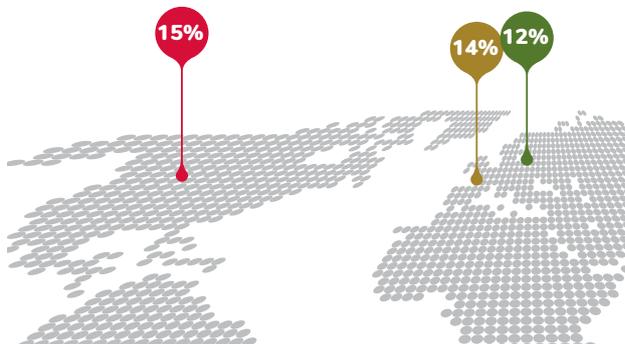
Frioamedida@Frimagon.com

+34 91 885 1314



- En crecimiento global, son los flexitarianos –los que ocasionalmente consumen carne y pescado –, los que se hacen con la mayor parte del pastel, representando 3 millones de personas del total.
- Le siguen los vegetarianos que solo han crecido un 1.5% y los veganos muy de lejos, con un porcentaje residual del 0,5 %.

Para avalar esta tendencia, el estudio The Green Revolution presenta el ranking de los países que han lanzado en el último año productos para este segmento y en el que España ocupa un cuarto puesto, empatada con Francia; eso sí a mucha distancia de otros países como Estados Unidos, Inglaterra y Alemania, con un 15%, 14% y 12% respectivamente.



Fuente: Mintel Global New Products Database (GNPD).



ALIMENTACIÓN CONSCIENTE Y CONSUMO RESPONSABLE

¿O COMO SE CONOCE ENTRE LOS MODERNUQUIS, MINDFUL EATING.

El consumidor demanda productos y servicios más sostenibles y también consecuentes con el bienestar animal en todos los eslabones de la cadena alimentaria. Esto ya se está traduciendo en un cambio de políticas de innovación y desarrollo en las empresas, concedores de la relevancia que está cobrando la alimentación consciente, en la cesta de la compra.



LO QUIERO FÁCIL Y RÁPIDO Y EL CONSUMIDOR SE DECANTA POR LO NATURAL

ESTÁ CLARO: EL CONSUMIDOR BUSCA SOLUCIONES FLEXIBLES Y SIMPLES QUE LE AHORREN TIEMPO.

Y las empresas deben adaptar los alimentos que ponen en el mercado a este mandatory. El tiempo y la comodidad se hacen más relevantes que nunca y los productos tienen que adecuarse a los modelos de ciudad y a las nuevas formas de consumo y estilos de vida, que esta impone. Eso sí, el consumidor no está dispuesto a renunciar a una merma de calidad de las propiedades nutricionales de los alimentos, de forma que, las nuevas soluciones deben estar asociadas tanto al producto, como al proceso de compra y consumo, con herramientas y servicios que faciliten la vida y eliminen barreras de compra a los consumidores.



- Los productos artesanos de carnicería y charcutería son alimentos que claramente ahorran tiempo al consumidor. Además, no podemos olvidar que el ser humano es un cazador de status y como tal se siente atraído por productos exclusivos, capaces de expresar su identidad. Podemos hacer que muchos de nuestros productos sean catalogados como delicatessen, aportando una experiencia única y memorable a nuestros clientes.



INNOVACIÓN EN PRODUCTOS ARTESANOS

Y si algo se considera natural, son los elaborados tradicionales, con un plus de innovación. Este elemento debe estar presente en cualquier proceso de producción artesanal y la creatividad aplicarse a los productos artesanos tradicionales: invirtiendo en su producción y en su diseño.



CAROLIEN NIEBLING

Nacida en 1984 en Maastricht (Países Bajos), vive y trabaja actualmente en Zúrich.

En el libro **“La Salchicha del futuro”** encontramos un gran ejemplo a esta tendencia. Su creadora, Carolien Niebling, es una diseñadora e investigadora especializada en proyectos relacionados con la alimentación, que explora en esta obra el potencial de un producto tan conocido para nuestro sector, como lo es la Salchicha, siendo capaz de crear con su trabajo un puente entre ciencia y comida, utilizando el diseño como medio para lograrlo. De hecho, fue en 2017 ganadora del Gran Premio de Diseño en Villa Noailles, Hyères; y del Premio de Diseño Hublot en el mismo año.

En algunas entrevistas, usted ha defendido que la salchicha es un verdadero objeto de diseño. ¿Podría decirse que fue amor a primera vista?

Jaja. Elijo la salchicha porque fue de los primeros productos que el hombre hizo hace ya, más de 5 000 años. Se originó en una carnicería eficiente y eso la convierte en un producto perfecto para su rediseño, en un futuro en el que vamos a necesitar comer de manera diferente, porque la eficiencia en los alimentos se hace a día de hoy esencial.

“El diseño de una salchicha y su producción, es bastante similar al proceso de diseño de una lámpara o una silla. Tienes que pensar en el material, el proceso, la vida útil, la forma, la construcción y la estética”.

¿Cómo se crea y desarrolla un proyecto de estas características a un nivel de procesos, ingredientes, tecnologías, diseño, etc?

Una salchicha es una elaboración conformada por una masa, donde intervienen otros aspectos como la humedad, el sabor, la piel y los conservantes (no tenemos que entender por conservantes, únicamente los de procedencia química, sino los naturales, como la sal, que se añaden para mejorar la vida útil del producto, o también otras especias o humo).

Con esto, lo que quiero poner de manifiesto es que el diseño de una salchicha y su producción, es bastante



AGRADECIMIENTOS

▪ ECAL/Ecole cantonale d'art de Lausanne ▪ Lars Müller Publishers

similar al proceso de diseño de una lámpara o una silla. Tienes que pensar en el material, pero también, en el proceso, la vida útil, la forma, la construcción y la estética.

Investigué todo ello durante aproximadamente tres años antes de descubrir que el proyecto y la investigación eran lo suficientemente completos y eficientes para convencer a los carniceros, chefs y público en general.

En el libro, he recopilado a lo largo de sus capítulos, información de diferentes expertos y los escribí yo misma, porque si yo lo entendía, me sería más fácil conseguir que la mayoría de las personas también lo hiciesen.

Las colaboraciones de distintos expertos han sido esenciales para testar los distintos diseños de salchichas y su sabor, pero también para hacerlas eficientes. Porque si quiero proponer a los carniceros que rediseñen su salchicha para que este evolucione en su profesión, tienen que poder producirlas tan rápidas como las salchichas tradicionales. El éxito de esta idea y del libro es que hemos encontrado soluciones que les sirvan a los carniceros para tomar el control sobre algunas opciones vegetARIANAS que ofrecer a sus clientes.

El carnicero Herman ter Weele de Oene y el Chef, Gabriel Serero han sido sus socios en este trabajo. ¿Cómo han contribuido en el proyecto?

Herman es un gran carnicero y fue de gran ayuda porque abrazó todas las ideas que se me ocurrieron, consciente del hecho de que la industria de la carne está cambiando. Él me explicó el proceso tradicional de fabricación de salchichas, al que añadí a posteriori variaciones para reducir la proporción de carne, utilizando sobrantes de algunos cortes, por ejemplo. Todos los domingos libres que teníamos o por la noche entre semana, nos reuníamos para hacer pruebas y testar los productos.

Para las salchichas que no contenían carne como, por ejemplo el salami de frutas, trabajamos sus texturas con Gabriel, un chef, formado en cocina molecular y excelente con las texturas de los alimentos. Así mismo, trabajamos juntos en la creación de nuevos sabores. Tengo que agradecer también, la colaboración de la ECAL (Escuela Cantonal de Arte de Laussane), dado que en el proyecto han participado fotógrafos y diseñadores gráficos. Creo que el proyecto no podría haber existido sin su apoyo visual.

"No tengas miedo al futuro, abrázalo. Experimenta con la salchicha y con diferentes ingredientes si quieres evolucionar en esta línea".

¿Cree que se está produciendo una revolución en el mundo de la alimentación?

Tenemos que mirar hacia los chefs, que ahora mismo están elevando muchos ingredientes. Por ejemplo, Ferran Adrià, pionero en cocina molecular. La eslovena, Anna Ross, autodidacta que ha reintroducido ingredientes increíbles que estaban en desuso. Massimo Bottura que desafía la tradición o Blumentahl que se inspira en la ciencia para sus creaciones.

¿Y cómo será la salchicha del futuro?

¡Colorida espero! La salchicha para mí es más una técnica que una suma de ingredientes. Al utilizar esta técnica, que incorpora nuevos ingredientes, pero con las mismas reglas en términos de agua y conservación, se pueden crear nuevos alimentos atractivos para los carniceros, que han sido la piedra angular de nuestra sociedad durante miles de años.

¿Qué consejo les daría a nuestros profesionales?

No tengas miedo al futuro, abrázalo. Experimenta con la salchicha y con diferentes ingredientes si quieres evolucionar en esta línea. Por ejemplo, si tienes ciertos platos favoritos, incorpora algún ingrediente cuando elabores sus salchichas. Enfócalo desde un ángulo diferente, crea productos con un menor contenido en grasas, añade un extra de vegetales para los niños, etc. Y para los amantes de la carne, los animo a que tengan en cuenta que existen las carnes de origen silvestre y que esto puede ser una tendencia de futuro.



EL CONSUMIDOR SE DECANTA POR LO NATURAL

SEGÚN UN INFORME DE CONSUMO DE KANTAR WORLDPANEL, UN 56% DE HOGARES ESTÁ DISPUESTO A PAGAR MÁS POR PRODUCTOS SIN CONSERVANTES, NI ADITIVOS.

Independientemente de la dieta elegida, el consumidor está manifestando un interés por incorporar en su menú, productos lo más saludables y naturales posibles. Aquí, los productos sin grasas, sin azúcares, sin edulcorantes, sin lactosa, sin gluten y sin conservantes o aditivos adquieren una nueva dimensión. Vamos, ¡que lo Sin está de moda!



Pero el consumidor está obligado a conocer que algunos aditivos, ya sean artificiales o naturales, son necesarios si se desea extender la vida útil de los productos y garantizar la seguridad de los alimentos.

Dentro de este contexto, tenemos que hablar de Clean Label o etiqueta limpia que abarca una amplia gama de tendencias que incluyen el bienestar animal, el respeto por el medio ambiente, la sostenibilidad o los alimentos procedentes de canales cortos o comercio de proximidad. Quizás el consumidor de momento no pida directamente productos de Etiqueta limpia, pero lo que sí sabemos es que los nuevos consumidores, buscan productos más sanos, naturales y éticos.



PRODUCTO DE KM 0

EN EL INFORME DE KANTAR, UN 77% DE LOS CONSUMIDORES CONSULTADOS MANIFESTABAN PREFERIR LOS PRODUCTOS DE PROXIMIDAD, FRENTE A UN 23% QUE PREFERÍA PRODUCTOS ECOLÓGICOS.

El producto de proximidad y de temporada, en el que existe un relato detrás, contado por sus productores, adquiere un papel fundamental. Esta tendencia ha sido acuñada por los *millennials* –recordamos que son aquellos individuos con edades comprendidas entre los 16-36 años-, que sienten especial predilección por los productos cuya producción y comercialización tienen un impacto positivo en la economía local, contribuyendo en paralelo a la sostenibilidad del entorno más cercano. Pero si además el producto de km 0, va acompañado de un buen *story telling* sobre quiénes están detrás del producto se derretirán por los mismos.



Los distintivos de Calidad, como Marca M, Producto certificado, permiten diferenciar los productos artesanos de la carnicería-charcutería y suponen para la venta de elaborados propios un plus argumental, dotándolos de mayor identidad y autenticidad.

ENVASES VERDES O ECOLÓGICOS

Son aquellos que usan materiales y métodos de fabricación para el empaquetado de los productos con un bajo impacto en el medio ambiente.

Esta predicción, está íntimamente ligada al consumidor responsable o consciente y marcará también la forma en la que los segmentos poblacionales se relacionan con los alimentos. En esta línea de futuro, la automatización, la omnipresencia del Big Data, que adelantaba el Sr. Cotillas, Secretario de Food For Life-Spain serán las otras tendencias clave que marcarán las estrategias de las empresas del sector de alimentación y bebidas.



A fecha de hoy los establecimientos minoristas de la carne han reducido más de un 50% la entrega de bolsas de plástico ligeras al consumidor. Además, ya hay establecimientos que han conseguido eliminar el 95% de bolsas de plástico ligeras, sustituyéndolas por otros formatos de entrega como pueden ser las bolsas de papel. Todo ello ha sido posible gracias al esfuerzo del sector por contribuir con su granito de arena a reducir el impacto medioambiental del uso de plásticos.

Te recordamos además que Carnimad firmó con Plastipapel un Convenio, con el que nuestros socios tienen un 25% de descuento en bolsas compostables y otros envases alimentarios, gracias al En Plastipapel llevan casi 20 años ofreciendo al comercio tradicional una solución integral de envases y productos relacionados con la alimentación. Durante este tiempo han desarrollado un catálogo en colaboración con los más prestigiosos fabricantes nacionales e internacionales, con el propósito de trasladar una calidad y una gama de producto a la altura del comercio más exigente.

BIBLIOGRAFÍA

www.techfoodmag.com ■ www.lahuertadigital.com ■ El futuro de la alimentación y la agricultura: tendencias y desafío. Organización de las Naciones Unidas para la alimentación y la agricultura. ■ Kantar Worldpanel. ■ The Green Revolution. Latern Papers.



CARNE QUE NO ES CARNE

12

Los productos que emulan clásicos productos cárnicos, como hamburguesas, salchichas y otras variantes han desembarcado en Europa.

Como señalábamos al principio de este artículo, el público veggie, aunque minoritario aún, existe, y el mercado ha comenzado a crear productos para ello. Algunos imitan preparados y productos cárnicos, sin contener una pizca de carne e incluso presumen de parecer, oler... e incluso saber exactamente igual que

la carne, además de considerar que son más sanos. Pero, ¿hasta qué punto es cierto?

Para averiguarlo el pasado 3 de junio realizamos en las instalaciones de Educarme, en colaboración con la CECU (Confederación de Consumidores y Usuarios), una cata a ciegas en la que participaron consumidores de la Comunidad de Madrid de diferentes sexos y edades.

LA CATA FUE LA VALORACIÓN ORGANOLÉPTICA COMPARANDO 2 PRODUCTOS:

► Hamburguesa de carne: 99 % carne de vacuno y un 1% de sal.

► Preparado vegetal con forma de hamburguesa, cuyos ingredientes son: agua, aislado de proteína de guisante (18%), aceite de colza, aceite de coco refinado, aromas naturales, estabilizadores (celulosa, metilcelulosa, goma arábiga), almidón de patata, maltodextrina, extracto de levadura, sal, aceite de girasol, levadura deshidratada, antioxidantes (ácido ascórbico, ácido acético), colorante (concentrado de zumo de remolacha), almidón modificado, extracto de manzana y concentrado de zumo de limón.

Tras la cata, los consumidores rellenaron un test de valoración en el que plasmaron su opinión en los siguientes aspectos, siendo los parámetros de evaluación Malo / Bueno / Excelente.

 **Puedes ver los resultados del análisis en la página 14**

Después de este recorrido por "lo que se lleva hoy y por lo que se avecina" podemos dilucidar, que la sociedad y sus individuos han cambiado de forma radical y exponencial como consecuencia lógica de los pasos de gigante que ha dado la tecnología y Big Data automatizado. Estos que están permitiendo a las empresas conocer mejor a sus clientes y sus gustos, eliminando por ejemplo barreras los tiempos de espera en el punto de venta. También han influido los nuevos modelos de ciudades, los cambios legislativos o las innovaciones en los sistemas productivos.

Steel inox

• Desde 1991 •

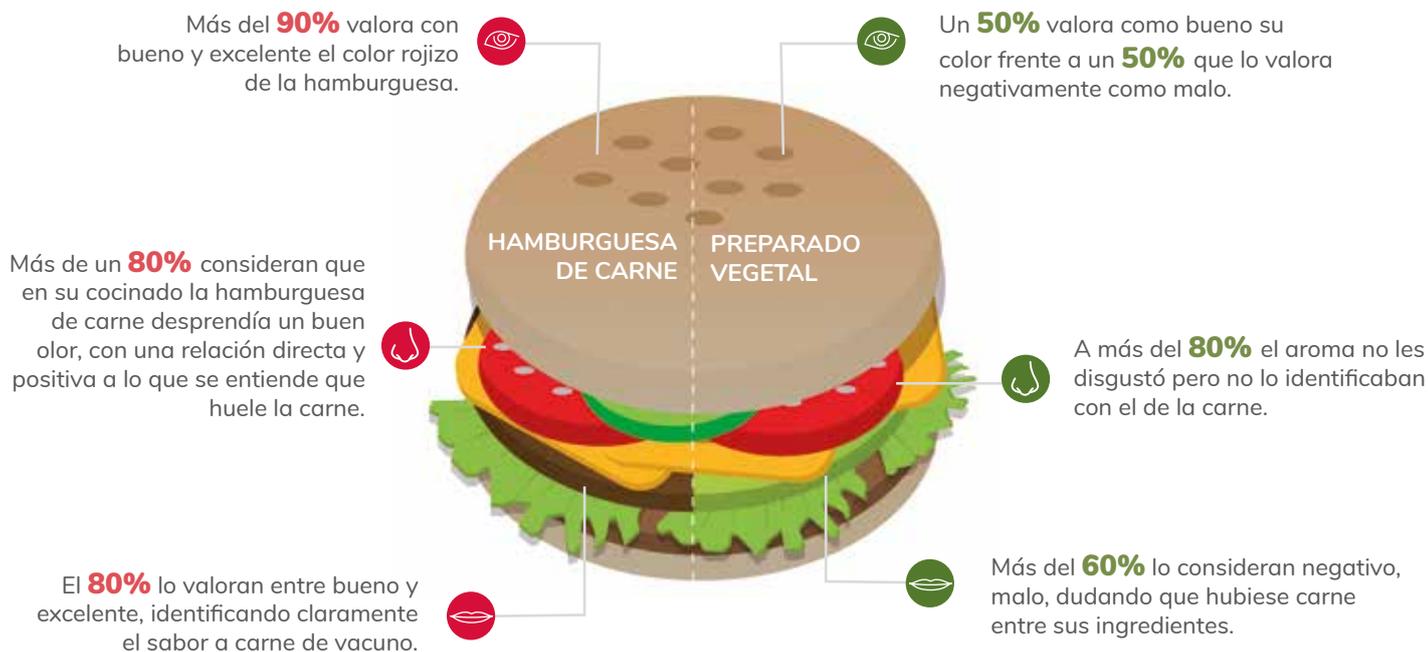


- Fabricación de mobiliario a medida.
- Decoración e Interiorismo.
- Diseño de Instalaciones.
- Certificación de Instalaciones.
- Servicio Técnico 24/7.

Tel.: 96 126 74 56 - comercial@steel-inox.com

HAMBURGUESA DE VACUNO VS PREPARADO VEGETAL

TE MOSTRAMOS LOS RESULTADOS DE LA VALORACIÓN ORGANOLÉPTICA



Con respecto a la ternura y jugosidad, los consumidores valoran muy positivamente en general que este tipo de productos sean jugosos y que el método de cocinado no reseque el producto. También prefieren la carne poco hecha a muy hecha.

VALORACIÓN NUTRICIONAL

Desde Carnimad y en colaboración con Laboratorios Aquimisa, realizamos analíticas nutricionales de ambos productos. Los resultados por 100 gramos de producto fueron los siguientes:

	HAMBURGUESA DE CARNE	PREPARADO VEGETAL
Valor energético (kJ)	512	1,114
Grasas (g)	4,1	18,2
Grasas saturadas (g)	2,0	3,7
Carbohidratos (g)	2,4	5,5
Azúcares (g)	< 0,5	< 0,5
Proteínas (g)	18,8	20,4
Sal (g)	1,730	1,036

CONCLUSIONES

Si analizamos los resultados en términos absolutos podríamos decir que el preparado vegetal tiene menos contenido en sal y más contenido en proteína que la hamburguesa de carne. De igual manera la hamburguesa de carne tiene un contenido menor en grasas, incluidas las saturadas y un menor aporte energético. Pero es importante analizar estos resultados con mayor profundidad, es decir, en términos relativos, y para ello debemos fijarnos en el listado de ingredientes de cada producto.

► Queda claro que la hamburguesa de carne es 100% vacuno por lo que todo su aporte nutricional es de origen completamente natural, no así el preparado vegetal que contiene aditivos, concentrados de proteína vegetal y aceites que son los responsables de su valor nutricional, además del alto contenido en agua añadida, que aparece el primero en el listado de ingredientes y por lo tanto es el mayoritario.

► Destaquemos dos ingredientes del preparado vegetal: uno de ellos el aceite de coco el cual contiene ácidos grasos saturados en valores muy superiores a la carne y el otro el concentrado de proteína de guisante que contiene valores de aminoácidos esenciales muy por debajo de los valores de la carne (datos obtenidos con el Programa Informático DIAL desarrollado por el departamento de Nutrición y Bromatología de la Facultad de Farmacia de la Universidad Complutense de Madrid).

► Tengamos en cuenta además que la analítica no ha incluido los valores de vitaminas ni de minerales, dos de los componentes más importantes de la carne.

► En conclusión, a nivel organoléptico nuestros participantes en la cata distinguieron perfectamente que el elaborado vegetal no contenía carne, al no parecer ni oler ni saber a carne. Con respecto a los valores nutricionales e ingredientes no se puede afirmar que este producto vegano sea más natural ni más saludable que una hamburguesa de carne.

► Tenemos que ser más conscientes que nunca de que estamos inmersos en una auténtica revolución alimentaria y como empresarios tenemos la responsabilidad de conocer qué está pasando, para comenzar a integrar en nuestros establecimientos nuevos conceptos y planteamientos estratégicos que nos permitan llegar a nuevos perfiles de consumidor y llevarlos a nuestros establecimientos.

► Todo ello ha motivado un cambio de paradigma en la alimentación, con una repercusión directa en la forma de relacionarnos con los alimentos, su producción y su consumo. Y por supuesto en la forma de relacionarnos con las empresas que nos suministran estos alimentos, de las que hacemos una valoración ética y moral de sus productos y actuaciones.

Carnicería Alberto. Santa María del Paramo. León.



Instamat

"somos fabricantes"

www.instamat.com



PREGUNTAS Y RESPUESTAS



CALIDAD Y SEGURIDAD ALIMENTARIA

Si tengo un establecimiento cárnico en el Ayuntamiento de Madrid, ¿puedo realizar degustaciones?

El Ayuntamiento de Madrid estipula que, para implantar una zona de degustación en un Mercado Municipal, debemos tener una zona de manipulación de alimentos diferenciada pero no delimitada dentro de la sala de ventas. En esta zona, podemos instalar un horno, tajo de corte, plancha, y todo lo que necesitemos para preparar los alimentos que ofreceremos en la degustación. Podemos servir cafés, refrescos, zumos, y bebidas alcohólicas de baja graduación; como cervezas o vinos, y siempre hasta las 22:00 h. como máximo. Las condiciones estructurales de la degustación en un Mercado también se encuentran definidas, tales como que la zona del establecimiento dedicada a la degustación no puede superar el 25% de la superficie de la sala de ventas ni los 20 m², así como que se pueden instalar mesas altas y/o taburetes sin servicio de camareros.

Así mismo, en los establecimientos de calle del Ayuntamiento de Madrid, también estaría autorizada la implantación de zonas de degustación, en este caso sería necesario además contar con un aseo para el público.

Y si mi establecimiento está en la Comunidad de Madrid, ¿puedo desarrollar esta actividad?

En el ámbito de la Comunidad de Madrid, la degustación también está permitida; en este caso cada municipio puede establecer diferentes condiciones estructurales para su implantación, como puede ser una zona de manipulación diferenciada como un obrador, así como en el mismo caso que los establecimientos de calle del Ayuntamiento de Madrid, aseos para el público.

No es necesario ningún tipo de registro en materia sanitaria más allá del que ya tenemos como carnicería-salchichería o carnicería-charcutería, pero sí en todos los casos, independientemente del municipio en el que nos encontremos, se debe realizar una ampliación de la licencia municipal como Carnicería con Zona de Degustación y nunca se podrán ofrecer bebidas alcohólicas a partir de las 22:00 h.



LABORAL

¿Puedo instalar cámaras de seguridad para vigilancia y control del cumplimiento de los deberes laborales de los trabajadores de mi empresa?

El artículo 20.3 del Estatuto de los Trabajadores establece que «el empresario podrá adoptar las medidas que estime más oportunas de vigilancia y control para verificar el cumplimiento por el trabajador de sus obligaciones y deberes laborales, guardando en su adopción y aplicación la consideración debida a su dignidad humana y teniendo en cuenta la capacidad real de los trabajadores disminuidos, en su caso».

Para ello la empresa tiene el deber de informar a los trabajadores afectados, con carácter previo y de manera expresa, clara y concisa (en el momento de firmar el contrato o con posterioridad) en los términos establecidos en el artículo 89 de Ley Orgánica 3/2018, de 5 de diciembre, de Protección de Datos Personales y garantía de los derechos digitales.



ATENCIÓN AL SOCIO

¿Por qué un cambio en la cuota de socio?

Más que un cambio es una evolución natural. En el sector especializado de la carne hay muchos tipos de empresas, cada una con necesidades y estructuras diferentes, y nosotros, como organización que representa a todas y cada una de ellas, tenemos que ser capaces de personalizar nuestros servicios para satisfacer sus necesidades. Para poder hacerlo, era necesario separar los servicios de la cuota de pertenencia a Carnimad, para que cada empresa asociada pueda decidir los servicios que quiere contratar en cada momento.

De la misma forma, para eliminar una barrera de entrada a la organización a todas aquellas empresas con más de un punto de venta, era necesario cambiar el modelo para que sea la empresa, en lugar del punto de venta, la unidad de afiliación a Carnimad.

Gracias a estos cambios, somos capaces de adaptar nuestro asesoramiento y nuestros servicios a los diferentes tipos de empresas de carnicería, charcutería y pollería que existen en la actualidad.



TOAST ALE. LA CERVEZA SOSTENIBLE...

Elaborada con sobras de pan

 www.toastale.com

¿No has podido evitar hacer un gesto de disgusto e incluso de asquillo cuando lo has leído? Pues a nosotros nos gustaría probar este nuevo concepto que apuesta por la sostenibilidad y que se ha hecho muy popular a nivel internacional entre el público más hípster, preocupado por el futuro de nuestro planeta.

El concepto es muy simple: la cervecera londinense que ha desarrollado la Toast utiliza pan procedente de cualquier panadería en lugar de granos cuando elaboran su producto.

El pan tostado se combina con cebada malteada, lúpulo, levadura y agua para elaborar la cerveza, que se vende a su vez para recaudar fondos de caridad destinados a atacar el problema del desperdicio alimentario y concienciar a la sociedad sobre el valor de los alimentos.



AMOR... AL PRIMER



PAN DE CURRY PARA LLEVAR

Saborea el plato favorito de la india en un nuevo formato on-the-go

 www.tukinfoods.com

Si este verano te has quedado con ganas de más vacaciones, podrás viajar a un coste muy reducido, hincándole el diente a estos panes de curry. Así y en un solo bocado, experimentarás todo el exotismo de la India en este producto en el que Tuk In Foods ha conseguido fusionar todo el sabor de los platos callejeros indios en estos tres formatos atractivos, fáciles de llevar y degustar:

- **Chicken Tikka:** una receta que combina el sabor del tomate con un toque cremoso de chile y paprika.
- **Chicken Korma:** en esta ocasión, el coco está presente, en una rica y cremosa salsa para que nos permitirá disfrutar de este plato típico, sin el calor de degustarlo en el país de origen.
- **Chicken Jalfrezi:** para los que disfrutan del picante, este producto reúne una sugerente mezcla especiada a base de cebolla, tomate, pimiento, cardamomo, cilantro, chile y ajo.



POTT'S SAUCE

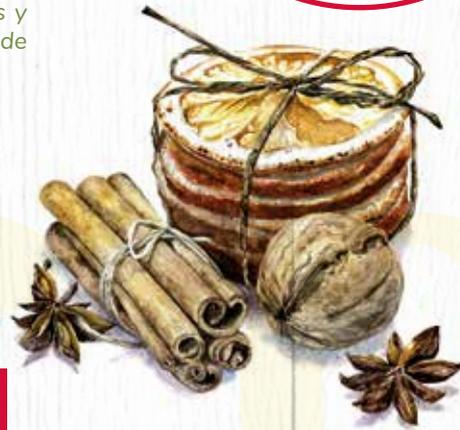
Las salsas de la felicidad

🌐 www.potts.myshopify.com

Y sin movernos geográficamente, seguimos en el Reino Unido. Porque si hay un pueblo al que le guste más “una salsa” este es el británico. ¡No dejan sándwich vivo! Quizás por eso el famoso Conde, que dio nombre a este bocadillo, lo inventó en un intento práctico de tener algo donde depositar la mahonesa.

Para continuar con esta clásica tradición y como buenos ingleses, Pott's cuenta con casi un centenar de referencias para preparar platos y elaborados de distinta índole.

Tienen salsas tradicionales, como la holandesa; marinados como piri-piri o mango masala; kits para asados y un sinfín de aderezos y condimentos que te permitirán crear atrevidas y sabrosas versiones de platos clásicos.



MORDISCO

LOS CLÁSICOS SE REINVENTAN

19



ACEITE DE AGUACATE

From Kenia with love

🌐 www.croftsltd.com

Sí, has leído bien. ¡Aceite de aguacate para usarse tanto en frío, como para cocinar! Y lo mejor es que es un aceite extra virgen de alta calidad, hecho según sus productores con los mejores aguacates de Kenia, de los que extraen un aceite 100% natural y sin refinar, por un método de producción en frío que garantiza la conservación de todos sus nutrientes

Además posee una alta proporción de ácidos grasos monoinsaturados y poliinsaturados pudiéndose incorporar su consumo a una dieta saludable en general.





ELPOZO ALIMENTACIÓN,

65 AÑOS COMPROMETIDOS CON

LA EMPRESA BASA SU MODELO DE GESTIÓN EN LA INNOVACIÓN PARA OFRECER A LAS FAMILIAS LA MEJOR CALIDAD NUTRICIONAL EN SUS PRODUCTOS.



ELPOZO ALIMENTACIÓN celebra su 65 aniversario mirando al futuro con el propósito de seguir mejorando y dando respuestas y soluciones de alimentación a las necesidades de cada consumidor. La empresa nació en 1954, aunque sus orígenes se remontan a 1935, fecha en la que se puso en marcha un modesto establecimiento de comestibles ubicado en la localidad murciana de Alhama de Murcia.

Hoy, desde su sede, la compañía llega a los consumidores de 82 países de todo el mundo con una amplia cartera de productos que alcanza las 1 500 referencias y sigue liderando su posición como una de las primeras marcas del sector agroalimentario en el segmento salud.

La sostenibilidad de la compañía se sustenta sobre los valores de la excelencia, la humildad, la integridad y la honradez, aspectos que convierten a ELPOZO en la marca preferida por los españoles y que la hacen estar presente en 8 de cada 10 hogares. Además, la empresa genera valor en el entorno en el que se ubica con la creación de empleo.

La compañía ha superado este año los 5 000 trabajadores directos a los que se unen los más de 23 000 empleos indirectos que genera su actividad empresarial. Sin duda, un dato importante que la sitúa entre las principales empresas generadoras de empleo del país.



Foto: Blas Martínez



LA ALIMENTACIÓN SALUDABLE

La alimentación saludable es un compromiso claro para la empresa, que desde hace veinte años trabaja en el desarrollo de alimentos vinculados a la salud y ofrece una de las gamas de productos más completas con un perfil nutricional optimizado en lo que a grasa, grasa saturada y sal se refiere. Un objetivo que sigue totalmente vigente, centrado fundamentalmente en la mejora y desarrollo de nuevos alimentos y de valores saludables más allá de los múltiples beneficios nutricionales con los que ya de por sí cuenta la carne y sus derivados.

La compañía ha invertido en los últimos cinco años más de 240 millones de euros en incrementar la productividad e innovación en todas las áreas con el fin de adaptar los productos a las necesidades de toda la familia y la población en general. Su interés en dar la mejor solución en alimentación la lleva a estar presente en los principales foros y en analizar las tendencias de consumo con la organización de congresos como el I Encuentro Nacional de Carniceros y Charcuteros, celebrado el pasado mes de junio junto con la Confederación Española de Detallistas de la Carne (CEDECARNE).

Control Integral del Proceso

El proceso de trabajo de la compañía garantiza la trazabilidad de los alimentos. Todas las fases

de la cadena alimentaria -agricultura, ganadería, selección de materias primas, elaboración y servicio al cliente- se controlan desde el CIP, un sistema productivo propio y circular que sitúa en el centro al consumidor para ofrecerle alimentos que superen sus expectativas y que vigila todas las fases para asegurar la máxima calidad de sus productos. Un riguroso sistema de trazabilidad que permite seguir todo el proceso de producción de un alimento.

Los valores que ha desarrollado la compañía le han llevado a consolidar la identidad de una marca abierta y en crecimiento y avanzar hacia una empresa sostenible, fuerte y unida. Una organización empresarial modesta, innovadora y que, durante los 65 años de su trayectoria, ha sabido adaptarse a las circunstancias de cada momento. En este tiempo ha combinado el ejercicio de su actividad con una triple dimensión económica, social y medioambiental, donde la empresa invierte numerosos recursos en iniciativas que contribuyen a un mejor desarrollo de su entorno.

ELPOZO ALIMENTACIÓN es una empresa cien por cien familiar, basada en un modelo de negocio eficiente, humano, social y ambientalmente responsable, que se ha ganado en este tiempo la confianza de muchas familias.

¿TE VAS A PERDER EL EVENTO DEL AÑO?

EL 17 DE SEPTIEMBRE IFEMA ABRE LA TERCERA EDICIÓN DE LA FERIA MEAT ATTRACTION CON UNA AGENDA REPLETA DE ACTIVIDADES PARA EL CARNICERO Y CHARCUTERO.

CELEBRA CON NOSOTROS EL DÍA DEL CARNICERO Y CHARCUTERO EN MEAT ATTRACTION



17-19
SEPT.
2019
MADRID - IBAÑ



17 de septiembre de 2019

AGENDA DÍA DEL CARNICERO Y CHARCUTERO

Meat Attraction y Educarme, te invitan a compartir con nosotros un día dedicado a los profesionales de la carnicería y la charcutería

Anthony Puharich, CEO de la considerada “La mejor carnicería del mundo”, Víctor Churchill Butcher, estará en directo, en un showcutting realizado por el Maestro Carnicero Darren O’Rourke. Así mismo, el archiconocido carnicero e influencer, Pepe Chuletón, mostrará su arte en el corte aplicado a una pieza de vacuno.

• ESPACIO FACTORÍA CHEF

🕒 11.00-12.00

▶ **Elaboración de productos artesanos innovadores por Ana Paris.**

La maestra carnicera artesana, Ana Paris, elaborará en vivo distintas recetas con la carne como protagonista. Sus presentaciones no pasan desapercibidas, y le han valido para alzarse con el Primer Premio en el Concurso Paganni, celebrado en la última edición de la Feria IMeat en Módena (Italia), destacando todas ellas por sabor y colorido.

🕒 12.30-14.00

▶ **Piezas y cortes de sabor australiano por Anthony Puharich y Darren Peter O’Rourke.**

Darren es un chef convertido en carnicero que está llevando el oficio a nuevos niveles, gracias a la pasión que le llevó a cambiar las sartenes por los cuchillos. Estará en vivo junto a Anthony Puharich, en un show, donde mostrarán parte del trabajo que ha convertido a Víctor Churchill Butcher en “la mejor carnicería del mundo”.

🕒 14.15-15.15

▶ **Pepe Chuletón en directo.**

José Luis Sáenz Villar, más conocido por todos como Pepe Chuletón, mostrará en directo su arte con el cuchillo, realizando una demostración de corte del producto que le ha convertido en estrella mediática de las redes sociales: sus chuletones de vacuno mayor.

• ESPACIO CONFERENCIAS

🕒 15.45 -16.45

▶ **Mesa Redonda. La charcutería. Empresas especializadas por descubrir y explorar. Su gestión, sus productos, categorías y futuro.**

Participan:

- Eugeni Moreno. Director Comercial de Mitjans.
- Juanjo Gil. Gerente de Charcutería Octavio.

Modera: Lola Barragán. Directora de Comunicación de Carnimad.

🕒 17.00 -18.00

▶ **Mesa Redonda. Revolucionarios del sector dibujan juntos el futuro de la carnicería y la charcutería.**

Participan:

- Anthony Puharich. CEO de la carnicería Víctor Churchill. Woollahra (Australia).
- Trinidad Gómez. Directora de SERTINA. (Madrid).
- Carlos Catalá. Gerente de Carnicería Catalá. Aldaya (Valencia).
- Álex Castany. Gerente de Carnicería Sanmartí 1850. (Sabadell). Y Profesor Adjunto del Culinary Institute of Barcelona.

Modera: María Sánchez. Directora General de Carnimad.



RADIOGRAFÍA NUTRICIONAL DE LAS CARNES MADURADAS

UN ANÁLISIS REALIZADO POR CARNIMAD, SOBRE DOS PIEZAS DE LOMO DE VACA MADURADO, DURANTE 35 DÍAS.

Por **María Santervás**. Técnico del Departamento de Calidad y Seguridad Alimentaria de Carnimad. Licenciada en Veterinaria y Máster en Seguridad Alimentaria por el Colegio Oficial de Veterinarios de Madrid.

El fenómeno de las carnes maduradas, se ha convertido en tendencia. Pero más allá del sabor y textura que aportan los procesos de maduración, tengan un carácter medio o extremo, en Carnimad, queríamos conocer si la maduración puede ocasionar modificaciones en los valores nutricionales de la carne.

► Con este objetivo, hemos analizado, en colaboración con un laboratorio acreditado, la composición nutricional de dos piezas de lomo de vaca madurado durante 35 días de dos de nuestros socios.

Pero antes, de mostrarte los resultados, queremos recordarte cuáles son los nutrientes esenciales de la carne, fundamentales para el correcto funcionamiento de nuestro organismo en nuestro día a día.

VALORES NUTRICIONALES

De manera natural, el valor nutritivo de la carne y su contribución principal a la dieta, deriva de la gran cantidad y calidad de sus proteínas, del aporte disponible de vitamina B, ciertos minerales y de la presencia de ácidos grasos esenciales. La carne así mismo, proporciona calorías a partir de sus proteínas, grasas y de las limitadas cantidades de hidratos de carbono que posee.

Aunque, la composición y concentración de los diferentes componentes de la carne varía en función de la especie animal, la posición del músculo en el cuerpo, la dieta del animal y otros factores como la edad, el sexo, etc; en general en las carnes, encontramos:

► **Agua (65-80%):** varía principalmente con la edad del animal.

► **Proteínas (20-30%):** son de alto valor biológico al ser fácilmente asimilables por nuestro organismo y aportar todos los aminoácidos esenciales, es decir, aquellos que deben ser ingeridos en la dieta porque el cuerpo humano es incapaz de producirlos.

► **Grasas (5-30%):** el contenido graso de la carne es su componente más variable. La cantidad y composición de las grasas depende de la especie animal, la raza, la edad, el sexo, la alimentación y el corte de la carne. Las grasas pueden clasificarse en Grasas Saturadas, sólidas a temperatura ambiente y consideradas perjudiciales para la salud ya que se relacionan con el “colesterol malo”, y las Grasas Insaturadas, necesarias para el correcto funcionamiento del organismo, y presente en carne de animales criados a base de alimentos naturales, como el cerdo ibérico alimentado con bellota, o el ganado vacuno de extensivo.

► **Glúcidos (0,1 -1%)**: Los hidratos de carbono suponen menos del 1 % del peso de la carne, la mayoría de los cuales son glucógeno.

► **Minerales**: La carne generalmente es una buena fuente de minerales (fosfato de potasio, de calcio y de magnesio, sales de hierro y cloruro sódico). Los minerales de la carne se asocian a la porción magra, siendo una buena fuente de hierro para nuestro organismo que interviene en la síntesis de la hemoglobina y ciertos enzimas.

Puesto que el hierro que se almacena en el organismo es escaso, el aporte dietético regular o continuo de este mineral es importante y la carne lo proporciona en una forma fácilmente absorbible. Además, la carne tiene minerales como el manganeso, que protege frente a enfermedades degenerativas del hueso, de zinc, que promueve el crecimiento, la madurez sexual y la cicatrización de heridas, y de cobalto, que es esencial para la síntesis de vitamina B12

► **Vitaminas**: La carne es una excelente fuente de vitaminas hidrosolubles del complejo B (B1 B2, niacina y B12), pero es pobre en vitamina C, a excepción del derivado cárnico al que se adiciona ascorbato.



REDOBLE DE TAMBORES...

25

Tras el análisis, se han detectado algunas variaciones, que consideramos de interés evidenciar:

► Un punto a resaltar es la **concentración de ácidos grasos monoinsaturados**: mientras en las carnes frescas de ternera y buey encontramos unos valores de 2.4 y 1.9 gramos por cada 100 gramos de producto, en las carnes maduradas durante 35 días ese valor se ve multiplicado por 4, alcanzando valores entre 7 y 9 gramos por cada 100 de producto.

Eso es debido a la pérdida de agua, que hace que los lípidos alcancen un porcentaje mayor en la pieza. No ocurre lo mismo con **los ácidos grasos poliinsaturados, que se mantienen prácticamente iguales**. Que el nivel de ácidos grasos poliinsaturados se mantenga estable a lo largo del proceso de maduración es beneficioso, ya que dentro de este tipo de ácidos grasos se encuentran el omega-3 y omega-6, fundamentales para la protección del sistema cardiocirculatorio.

► Se ha observado en las dos piezas analizadas, que estas poseían **una cantidad mayor de lípidos totales**, pero probablemente esto sea una consecuencia de la conformación del animal y también de la pérdida de agua anteriormente explicada, ya que el proceso de maduración no influye en este aumento.

► **Tampoco se ha detectado una variación significativa del porcentaje de proteína**. No hemos encontrado diferencias en la cantidad de agua: siendo siempre mayor en piezas frescas que en piezas maduradas, porque el proceso de maduración influye en la pérdida de líquidos, motivo por el cual se concentran los sabores del producto, dando ese resultado sensorial tan característico.

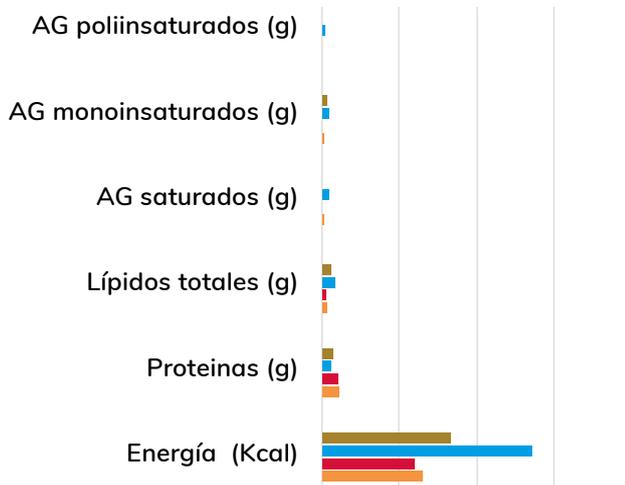
Podemos afirmar que las carnes maduradas no tienen diferencias nutricionales significativas con la carne que no ha sufrido el proceso de maduración.



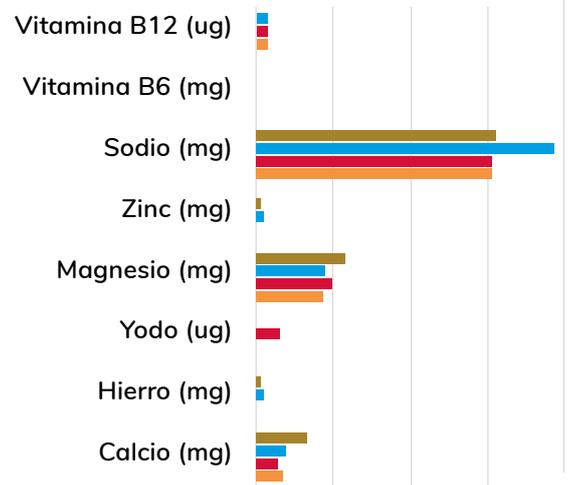
CONCLUSIONES

Madurada o sin madurar, la carne aporta la mayoría de los nutrientes necesarios para mantener la salud y es un alimento fundamental en una dieta equilibrada, aportando, además de una gran posibilidad de maneras de introducirla en nuestra dieta, una enorme cantidad de nutrientes como ya hemos visto; proteínas, ácidos grasos omega 3 y 6, vitaminas y minerales, además, de agua y nutrientes esenciales. Como los mejores prescriptores y conocedores de nuestro producto, debemos recomendar su consumo unas 3-4 veces por semana.

Contenido de nutrientes en distintos tipos de carnes



Contenido en vitaminas y minerales en distintos tipos de carnes



■ POLLO Composición por 100g
■ CERDO Composición por 100g

■ BUEY Composición por 100g
■ TERNERA Composición por 100g

Fuente: Fundación Española de la Nutrición, en su sección Mercado de los Alimentos, dentro de la web: fen.org.es.

frivegar



FRIVEGAR SA, es una empresa dedicada al diseño, montaje y mantenimiento de instalaciones frigoríficas, así como a las instalaciones llave en mano de todo tipo de negocios de alimentación y hostelería.

Desde 1974, hemos conseguido hacer realidad los sueños de muchos Profesionales de la alimentación, gracias a nuestras instalaciones Llave en Mano.

c/40, Zona Comercial Nueva
Locales 9 al 14, Mercamadrid. 28053. Madrid
Tlf.: 91 475 88 66 - Fax : 91 500 10 70
www.frivegar.com frivegar@frivegar.com





CALIDAD, SEGURIDAD ALIMENTARIA & MEDIO AMBIENTE

Los mejores especialistas para garantizar que los productos que ofreces a tus clientes son seguros y de calidad y para ayudarte a cumplir con la normativa vigente.

Tienes la oportunidad, no solo de cumplir con la legislación, sino de dar un paso adelante y distinguirte del resto con un servicio especializado.

elenapr@carnimad.es

FORMACIÓN

Descubre Educarme, el primer Centro de Formación, Innovación y Desarrollo del Sector Cárnico.

En Educarme encontrarás un amplio catálogo formativo adaptado a las necesidades actuales de los profesionales del Sector Cárnico y de otros profesionales y colectivos relacionados con la carne fresca y sus productos derivados.

mariocd@carnimad.es



EMPLEO & SELECCIÓN DE PERSONAL

Tu equipo es tu mayor activo y buena parte de tu empresa depende de él.

Somos expertos en selección y contratación de personal para la carnicería-charcutería y podemos ayudarte durante todo el proceso.

romandt@carnimad.es



LABORAL & PRL

Más de 260 empresas y 780 trabajadores confían en nuestros servicios.

Nunca ha sido tan fácil: si tienes trabajadores nos encargamos de tener la documentación laboral siempre al día.

romandt@carnimad.es





FISCAL & CONTABLE

En el asesoramiento la experiencia es muy importante.

Contamos con un amplio equipo de profesionales especializados en el sector que te asesorarán con un trato completamente personalizado.

vicentevp@carnimad.es

SERVICIO JURÍDICO

Cuando eliges Carnimad estás eligiendo confianza.

Conocemos mejor que nadie el sector y facilitamos asesoramiento jurídico integral en todas las cuestiones relacionadas con tu actividad empresarial. Además, podemos ayudarte también en tus asuntos personales.

fernadonn@carnimad.es



SEGUROS

Negociamos las mejores condiciones de cobertura y costes con las compañías líderes.

Te recomendamos aquella póliza que mejor se adapta a las características de tu negocio y a tus necesidades profesionales y personales.

seguros@carnimad.es

MARKETING & COMUNICACIÓN

Comunicar no es algo sencillo.

Nuestros 88 años de vida nos han permitido asistir al nacimiento de centenares de empresas, siendo partícipes de la adaptación de muchas de ellas a las nuevas tendencias y oportunidades del mercado.

luisjg@carnimad.es



**ATENCIÓN
AL SOCIO**

91 547 13 24
marmg@carnimad.es

CARNIMAD

te ayuda a cuidar la seguridad y salud de tus trabajadores



La promoción de la seguridad y salud de los trabajadores es, además de una obligación legal, una inversión en el capital humano de las empresas.

En Carnimad hemos firmado un año más, un convenio de colaboración con el Instituto Regional de Seguridad y Salud en el Trabajo de la Comunidad de Madrid, para llevar a cabo diversas actuaciones en materia de prevención de riesgos laborales en la carnicería-charcutería.

Gracias a este proyecto, todos los socios de Carnimad pueden recibir asesoramiento técnico especializado y totalmente gratuito sobre algo tan importante para las empresas como es la seguridad y salud de sus trabajadores.

> Te presentamos el programa de actuaciones que vamos a llevar a cabo hasta el 31 de octubre.



100 visitas generales para asesorar a las empresas del sector de la carnicería-charcutería especializada en materia de prevención de riesgos laborales (PRL). Así conoceremos la situación general y las áreas de mejora.



Realización de un estudio general sobre los trastornos musculoesqueléticos en el sector de la carnicería-charcutería especializada. Se realizará para ello un muestreo entre 60 trabajadores de empresas asociadas para hacerles una observación in situ de las tareas habituales y las posibles lesiones musculoesqueléticas que pueden desarrollar en la realización de las mismas.



100 visitas específicas para asesorar a las empresas sobre riesgos musculoesqueléticos en el desarrollo de la actividad. Este punto es muy importante, pues hemos observado que las dolencias musculoesqueléticas entre los trabajadores de nuestro sector son habituales, y queremos trabajar para reducir este tipo de patologías.



Realización de 4 jornadas informativas en distintos mercados y galerías comerciales sobre coordinación de actividades empresariales. Estas son una obligación, incluso para los empresarios autónomos sin trabajadores, en todos los centros en los que concurren actividades, como los mercados y galerías comerciales de Madrid.

> Puedes descargarte el folleto y el cartel entrando en carnimad.es (Servicios / Prevención de Riesgos Laborales / Descargas)

Contáctanos y te ayudaremos a implantar las mejores medidas de PRL para tu negocio.



ÁREA P.R.L.

91 547 13 24

carmenvc@carnimad.es

Since
1967



¡Número 1 Mundial en Pesaje!

Las mejores soluciones para la gestión completa de su carnicería!

Pesaje | Etiquetado | Facturación



MEJOR EMPRESA DE PESAJE
MEJOR BALANZA DE RETAIL
MEJOR BÁSCULA PUENTE
MEJOR SOFTWARE

www.balanzasmарques.es

m. +34 674 365 695

info@balanzasmарques.es



BM5 ARM

5% de descuento para los asociados de Carnimad y de Cedecarne en todos nuestros equipos.



PLATAFORMA

BM 500

BM5 JUNIOR

BM5 JUNIOR

BM5 XS

¿ERES AUTÓNOMO?

INFÓRMATE EN CARNIMAD SOBRE AYUDAS
Y SUBVENCIONES PARA TU EMPRESA



En Carnimad te mantenemos al día sobre las ayudas disponibles, te asesoramos y te ayudamos a tramitar tus solicitudes.

► Ampliación de Tarifa Plana de Autónomos

Son ayudas que permiten a los autónomos de la Comunidad de Madrid a prolongar hasta 24 meses la tarifa plana de 50 € en la cotización a la Seguridad Social.

► Pago Único de la Prestación Contributiva

Lo pueden solicitar aquellas personas beneficiarias de una prestación por desempleo, que pretendan iniciar un proyecto empresarial.

► Bonificación de Cuotas por Capitalización de Desempleo

Si te has beneficiado del pago único a la prestación contributiva puedes además beneficiarte de la bonificación de cuotas del 50% o el 100% de la base mínima de cotización.

► Impulsa Autónomos en Dificultades

Apoyo el mantenimiento de la actividad de los autónomos que estén atravesando situaciones desfavorables para su negocio.

► Formación bonificada para trabajadores

Ayuda económica que se hace efectiva mediante bonificaciones en las cotizaciones a la Seguridad Social. La empresa puede decidir qué formación necesita, cómo y cuándo la realiza, y organizarla bien por sí misma, o bien encomendando la organización a una entidad externa.

► Programa de Fomento de la RSE y la Conciliación Laboral

Para fomentar la responsabilidad social y promover la efectiva conciliación en el ámbito laboral, mediante flexibilización de la jornada y del horario de trabajo, así como del fomento del teletrabajo.

► Programa de Fomento del Emprendimiento Colectivo

Ayudas económicas para la creación de nuevas cooperativas, sociedades laborales y empresas de inserción mediante la concesión de ayudas que cubran parte de los gastos iniciales.

► Ayudas a la Contratación Estable de Jóvenes

Ayudas económicas por la contratación indefinida de jóvenes inscritos en el Sistema Nacional de Garantía Juvenil.

► Programa de Incentivos a la Contratación Indefinida

Ayudas económicas por la contratación indefinida de personal y conversión de contratos temporales y formativos en indefinidos.

► Ayudas a Trabajadores que se Constituyen por Cuenta Propia

Se subvencionan parte de los gastos necesarios para la puesta en marcha de la actividad empresarial.



ATENCIÓN
AL SOCIO

91 547 13 24
marmg@carnimad.es

CARNE DE CABRITO,
LECHAL Y CORDERO

**SOSTENIBLE
Y NATURAL**

ELIGE EL ORIGEN EUROPEO



El contenido de esta campaña de promoción representa únicamente las opiniones del autor y no es de responsabilidad, responsabilidad, La Comisión Europea y la Agencia Ejecutiva de Consumidores, Salud, Agricultura y Alimentación (CHA/FEA) no aceptan ninguna responsabilidad por el uso que se haga de la información que contiene.

LA UNIÓN EUROPEA RESPALDA LAS CAMPAÑAS QUE PROMUEVEN LA PROTECCIÓN DEL MEDIO AMBIENTE

Interovic, con la ayuda de la Unión Europea, vuelve a apostar por la promoción de la carne de cabrito y cordero. Entre sus objetivos, posicionar la carne de ovino como una carne sostenible que cuida el entorno medioambiental y reforzar los nuevos cortes como una opción más de consumo diario.

- ✓ Spots en televisión nacional y cines
- ✓ Campaña en más de 21.000 puntos de venta
- ✓ 30 nuevas jornadas de formación a profesionales
- ✓ Campaña de contenido digital: vídeos e infografías
- ✓ Gabinete de prensa y relaciones públicas
- ✓ Ferias profesionales



246.081.000
contactos



4.800.000
espectadores



2.724.999
visualizaciones

ENTRA EN NUESTRAS REDES SOCIALES Y COMPARTE
NUESTRO CONTENIDO DE SOSTENIBILIDAD



ENTRE TODOS LLEGAMOS MÁS LEJOS

www.canalcordero.com



CAMPAÑA FINANCIADA
CON LA AYUDA
DE LA UNIÓN EUROPEA



LA UNIÓN EUROPEA RESPALDA LAS
CAMPAÑAS QUE PROMUEVEN LA
PROTECCIÓN DEL MEDIO AMBIENTE





DESCUBRE LA NUEVA

IVECO DAILY E6



UN VEHÍCULO INNOVADOR QUE TE AYUDA A GESTIONAR TU TRANSPORTE DIARIO Y AHORRAR COSTES.

Con las actuales restricciones de acceso en los grandes cascos de las ciudades, el transporte de distribución urbana, un segmento que fluctúa constantemente precisa de nuevos vehículos de distribución ligeros. Como nos han trasladado sus creadores, la Daily, lleva más de 20 años evolucionando para ofrecer las mejores soluciones de transporte. Y es el mejor aliado para el uso diario y para misiones de última milla, puesto que su base deriva directamente de los vehículos pesados IVECO, como el chasis único o la suspensión delantera, entre otros. Y ahora han lanzado la nueva IVECO Daily E6.

Luis Castilla, Director General de MC Iveco, nos da las claves de este nuevo vehículo.

¿Cómo definirías la Daily E6?

La nueva Daily inaugura una era: no es sólo la mejor versión del vehículo hasta la fecha; es un canal de acceso a nuevos servicios y a una nueva manera de trabajar de cara al mundo digital y muy vinculado a la servitización.



EL VEHÍCULO QUE AHORRA COSTES ●



Ahorra hasta 5h al mes en las entregas y reduce hasta un 40% los accidentes

¿Cuáles son sus principales ventajas en cuanto a tecnología?

Nuestros vehículos comerciales se acercan cada vez más al mundo del automóvil con nuevas funciones que aportan seguridad activa, pasiva y preventiva. Disponemos de control de velocidad adaptativo, luces LED, ayuda al conductor de salida involuntaria de carril, control de viento lateral, parada y arranques asistidos. Todos, sistemas que ayudan a reducir hasta un 40% de accidentes.

Además, todo el sistema de info-entretenimiento ha sido rediseñado. Cuenta con una pantalla de 7" de alta resolución, compatible con CarPlay y Android. Asimismo, cuenta con una nueva caja telemática que transmite en tiempo real todos los datos del vehículo y vienen procesados en un departamento específico para poder prevenir averías o minimizar el paso por taller y evitar los tiempos parados. Este servicio es de vital importancia para quien usa el vehículo como herramienta de trabajo.

Y en cuanto al diseño, ¿qué novedades incorpora?

Toda la parte frontal ha sido rediseñada, con una nueva rejilla que aporta mejor ventilación, nuevos grupos ópticos con luces LED (opcional), nuevas llantas de aleación (opcional), luces de galibo, parachoques delantero de 3 piezas (ayuda a reducir los coste de reparación, puesto que solo hay que cambiarlo entero en un 10% de los casos), nuevo volante regulable en altura y profundidad con 20 pulsadores (16 en la parte delantera y 4 en la parte trasera), y freno de estacionamiento eléctrico (opc.) que, además, se ha comprobado que ahorra hasta 5h al mes en las entregas.

EN RESUMEN, ¿POR QUÉ NUESTROS PROFESIONALES DEBERÍAN ELEGIR IVECO DAILY E6?

- Por ahorro, de hasta un 10%, gracias a mejoras en los motores 2.3 (116/135/156 CV), como el nuevo turbo, la dirección asistida, o un nuevo alternador.
- En el caso de los motores 3.0 (160/180/210 CV) se cuantifica en un 3,5%, dato más que relevante si tenemos en cuenta que ya de por sí son motores que no consumen mucho.
- Además el motor 3.0 de 136CV de Gas Natural Comprimido, solo tiene ventajas. Gracias a su etiqueta ECO, el vehículo no tiene ningún tipo de restricción para el acceso y reparto en Madrid Central. Entre otras ventajas, también se encuentra una menor rumorosidad, muy positivo para las cargas y descargas nocturnas, y además, una reducción significativa de los costes de propiedad y uso.
- Cuenta también cuenta con grandes mejoras técnicas, como el parachoques en 3 piezas o la nueva caja telemática, que ayudan a reducir notablemente los costes.
- Y nos deberían elegir, por nuestro servicio postventa, que incluye servicio de 24h, y programas de mantenimiento enfocados a las necesidades de los clientes. Hay contratos "maximizados por km" y "optimizados por parada". En los contratos maximizados por kilómetro, el plan de mantenimiento es más económico y maximiza la durabilidad de aceites/filtros. Por otra parte, los optimizados por parada, aumentan la disponibilidad del vehículo y reducen la frecuencia de mantenimiento. Con un mismo uso, si en el primer caso realizáramos seis paradas, pasaríamos a tres paradas en el segundo tipo de contrato.

LA IMPLEMENTACIÓN DE LA MARCA M HA ECHADO A ANDAR



CON LA CELEBRACIÓN DEL PRIMER TALLER DE LA MARCA M PRODUCTO CERTIFICADO, ESPECÍFICO PARA NUESTRO SECTOR, DESARROLLADO POR CARNIMAD.

El pasado 25 de junio se celebró en Carnimad la primera jornada de presentación a los profesionales interesados de la Marca M producto Certificado, desarrollada por Carnimad para sus obradores asociados.

Ya en el último número de La Carne, te habíamos adelantado el desarrollo del pliego de condiciones que Carnimad estaba realizando para poder obtener el distintivo Marca M Producto Certificado. Pues bien, este documento ya se encuentra presentado para su validación en la Comunidad de Madrid y pronto podremos ponerlo a disposición de nuestros socios y empezar a distinguir nuestros productos. Cierto es, que en los últimos tiempos, el etiquetado y la identificación de origen se están convirtiendo en elementos clave.

Este primer taller de presentación del proyecto generó un gran interés, pudimos comprobar que existe una voluntad de los profesionales del sector en diferenciar y certificar sus productos. Desde Carnimad vamos a ayudarte en cada paso de la certificación, así como en la comunicación en tu establecimiento al consumidor mediante materiales gráficos.



Con la Colaboración de Mathilde Le Boulch, Ingeniera Agrónoma de Producción y Sanidad Animal.



BENEFICIOS DE LA MARCA M

- La **Marca M Producto Certificado** es un distintivo que garantiza la calidad y la cercanía de los productos producidos o elaborados en la Comunidad de Madrid.
- Esta certificación es una gran oportunidad para el sector, la cual creemos os ayudará a captar nuevos consumidores, además de reforzar los que ya tenéis, poniendo al mismo tiempo en valor los productos elaborados en las Carnicerías-Charcuterías de la Comunidad de Madrid.

¿Qué elaborados puedes distinguir con la Marca M Producto Certificado?

Dentro del pliego de condiciones de la Marca M de Carnimad, se engloban los productos más representativos de la elaboración tradicional de las Carnicerías-Salchicherías de nuestra Comunidad tales como la Salchicha Fresca madrileña, la Cinta de lomo adobada, los Callos Madrileños y los Chicharrones; también productos que aunque no tienen una larga tradición de elaboración en nuestra Comunidad, se han ido incorporando a la diversidad de productos presentes en los mostradores como son: los pasteles de carne, las carnes adobadas, las carnes empanadas, la hamburguesa y el chorizo.

¿Qué requisitos tienes que cumplir para obtener la certificación Marca M Producto Certificado de Carnimad?

- **CALIDAD:** La primera condición esencial de estos productos es la calidad. La calidad y selección de las materias primas utilizadas en la elaboración, es un requisito a cumplir que permite diferenciar los productos elaborados en los obradores de Carnicería – Charcutería de otros productos industriales.
- **ORIGEN:** La certificación compromete a que la carne empleada en los elaborados sea de origen “España”.
- **USO DE ADITIVOS y TRIPAS NATURALES:** Calidad significa también el uso mínimo de aditivos para asegurar un producto artesanal y tradicional. En el caso por ejemplo de la Hamburguesa no está incluido dentro del pliego de condiciones de Carnimad el elaborado “Burger Meat”. Así mismo los embutidos deben elaborarse con tripas naturales para poder ser certificados.
- **COMPROMISO MENOS SAL Y MENOS GRASA:** Otra diferenciación de los productos amparados por el distintivo Marca M Producto Certificado de Carnimad es poner en valor los productos saludables. La Salchicha, el Chorizo y la Hamburguesa deben cumplir una reducción de un 5% de sal y de un 10% de grasa, que ya la mayoría de los minoristas cumplen dada la selección previa de la materia prima y las mezclas de preparados o aditivos utilizadas.

Todas estas condiciones van a ser verificadas por una empresa certificadora acreditada, que comprobará entre otros: la documentación de trazabilidad de las materias primas, las fichas de producto además de realizar un análisis de sal y grasa del producto.

¿ESTÁS INTERESADO EN CERTIFICARTE?



**ÁREA CALIDAD
Y SEGURIDAD
ALIMENTARIA**

**91 547 13 24
elenapr@carnimad.es**

TU FORMACIÓN, EN EDUCARNE

**FINALIZA LA PRIMERA
PROMOCIÓN DEL CERTIFICADO
DE PROFESIONALIDAD EN
CARNICERÍA Y ELABORACIÓN DE
PRODUCTOS CÁRNICOS INAI0108,
SUBVENCIONADOS POR LA
COMUNIDAD DE MADRID**



Trece estudiantes han finalizado con éxito el primer curso del Certificado de Profesionalidad en Madrid, de Carnicería y elaboración de productos cárnicos, que dio comienzo el 15 de abril, con un total de 430 horas.

Además de trabajar las competencias propias de la Carnicería, se ha incluido la formación en habilidades personales y competencias transversales necesarias para su inserción en el mercado laboral. Todos los participantes se incorporarán en septiembre a diferentes establecimientos asociados a Carnimad, para continuar su formación con el módulo de prácticas no laborales de 80 horas.

El curso ha sido impartido por Manuel Bermejo y M^a José Gago, ambos docentes homologados, con dilatada experiencia en la formación de dicho Certificado en otras Comunidades Autónomas, quienes han destacado en el gran ambiente de trabajo, subrayando las transferencias y aportaciones llevadas a cabo por los participantes. Los estudiantes han llegado de distintos ámbitos profesionales (cocina, frutería y hostelería entre otros), y esta variedad ha permitido que surja la compenetración entre profesores y alumnos, haciendo el trabajo más enriquecedor, mostrando todos los participantes un alto nivel de exigencia y compromiso, lo que ha dado como resultado unas buenas calificaciones.

ESTO ES LO QUE OPINAN LOS ALUMNOS

"Me ha gustado mucho y estoy segura que me ayudará a encontrar trabajo". Yeraí Redondo Ortiz

"Ha sido un curso muy práctico para introducirnos en el mundo de la carne". David Arús Jimeno

"Gracias Educarne. Este curso ha merecido la pena". Jesús Solana Ramírez

"Me ha parecido un curso de 10". Ovidio Aranibar Pacheco

"Estos alumnos, con gran motivación diaria en las aulas, han inundado nuestra escuela de ganas y esfuerzo. Esfuerzo por aprender y por terminar con éxito este primer curso". Educarne

YA ESTÁ ABIERTO EL PLAZO DE INSCRIPCIÓN

Todo está listo ya, para la impartición de la segunda edición del Certificado de Profesionalidad de carnicería y elaboración de productos cárnicos INAI0108, que dará comienzo en el mes de octubre.

Educarne:
www.educarne.es y en el
teléfono **91 033 94 17**

PRÓXIMOS CURSOS RESERVA TU PLAZA

Infórmate sobre las jornadas previstas:
910339417 - info@educarne.es

SEPTIEMBRE

ASISTENCIA TÉCNICA EN MATERIA DE PROMOCIÓN: CALIDAD ALIMENTARIA EN MATERIA PRIMA CÁRNICA.

Conviértete en un experto del sector cárnico y afronta el día a día del trabajo en las industrias cárnicas o establecimientos del sector.

Impartido por: Luis Miguel Raso en Carnimad.

 Del 9 al 26 de septiembre.
De 16:00 h. a 20:15 h.

 40 horas

 Gratuito

ADITIVOS EN DERIVADOS CÁRNICOS.

¿Cómo se aplican los aditivos según el producto? Aprende con este curso a utilizarlos correctamente en tus derivados cárnicos, respetando la legislación vigente.

Incluye: Taller monográfico: La cartelería y el etiquetado en el punto de venta. **Impartido por:** Elena Pino y Gusto Garantizado en Educarne.

 Del 9 al 10 de septiembre.
De 15:00 h. a 18:15 h.

 7 horas (3,5 horas cada día)

 Gratuito

FUNCIONES ADMINISTRATIVAS EN EL

SECTOR CÁRNICO. Adquiere conocimientos en Ofimática y realiza tareas de cartelería, facturas, albaranes, etc., utilizando para ello la familia de herramientas de Microsoft. **Impartido por:** Rosa Escós en Carnimad.

 Del 16 al 27 de septiembre.
de 15:00 h. a 18:15 h.

 40 horas

 Gratuito

SEPTIEMBRE - OCTUBRE

ASISTENCIA TÉCNICA EN MATERIA DE PROMOCIÓN: INNOVACIÓN EN EL PUNTO DE VENTA.

¿Quieres implantar estrategias de innovación en la Carnicería? Con este curso aprenderás técnicas para poner en marcha un proyecto innovador. **Incluye:** Marcas de calidad diferenciada en el comercio minorista cárnico.

Impartido por: María Manso en Educarne.

 Del 23 de septiembre al 17 de Octubre

 5 horas

 Gratuito

AUXILIAR DE CARNICERIA.

Aprende a deshuesar, filetear, trocear, picar y elaborar productos frescos de carnicería realizando 60 horas de prácticas y manejando 2 000 Kg de carne en un auténtico obrador de carnicería. **Impartido por:** Manuel Ocaña en Educarne.

 Del 23 de septiembre al 17 de Octubre

 80 horas

 850 € (100% bonificables)



¿Fascinación por la presentación?
Descubre nuestras bandejas Plexi

 DUPONT
plexi line

DISTRIBUIDAS EN
ESPAÑA POR:
PONARSAN, S.L.
Representaciones generales
para industria alimentaria

Tel. 973 23 40 69
690 87 26 36

ponarsan@yahoo.es

La bandeja ligera, resistente y atractiva, que se adapta a tu mostrador

ventas@castellobascul.es



NUESTRA EXPERTA

Elena Pino. Directora del Departamento de Calidad y Seguridad Alimentaria de Carnimad y Diplomada en Ingeniería Agrícola.

ENVASES Y PRODUCTOS A GRANEL

¿PUEDE EL CONSUMIDOR APORTAR SU PROPIO ENVASE PARA LLEVARSE LOS PRODUCTOS A GRANEL?

Durante el último año, han sido muchas las medidas y campañas relacionadas con la reducción de plásticos, entre ellas las de empresas alimentarias que posibilitan el envasado del producto en envases propios del consumidor. El sector de la alimentación es a uno de los que más afecta este compromiso medioambiental, dado que el plástico es uno de los materiales más extendidos por su versatilidad para el envasado y entrega de alimentos. Pero este compromiso no solo está en manos de las empresas, sino también de los clientes, y debe además ser acorde con la normativa protegiendo la seguridad jurídica de las empresas y consumidores.

Dada esta situación, una de las preguntas que más frecuentemente nos habéis hecho en los grupos de formación de la Guía de Prácticas Correctas de Higiene ha sido la relacionada con el título de este artículo, es decir, ¿puede el consumidor llevarse en su propio envase los productos a granel? ¿Tengo obligación, en este caso, de facilitarle el producto en su propio envase? ¿Y si lo hago y posteriormente me reclama por algún motivo?

Te aclaramos algunos aspectos:

1. Los envases alimentarios son considerados recipientes destinados a contener un alimento con la misión específica de evitar su deterioro y protegerlo de la contaminación.

A este respecto la normativa nacional de protección de los consumidores establece que las empresas deben:

- Garantizar que los bienes puestos en el mercado sean seguros.
- Y proteger también la salud y seguridad de los consumidores controlando la higiene de los productos y los envases que los contienen.

2. El Código Alimentario Español determina que no estará permitido en los establecimientos de alimentación:

- Envasar o embalar alimentos en recipientes con roturas, fisuras o defectos que puedan representar un peligro para el alimento en sí o para la persona que lo maneje. Entre otros: botes metálicos o de plástico, hojas de “papeles metálicos”, papeles, cartulinas, cartones, películas celulósicas y plásticas, tapas y cápsulas metálicas.
- Aprovechar recipientes o envases con leyendas, rótulos o marcas ajenas al producto o que en realidad contienen el nombre de otro fabricante o envasador.
- Envasar o embalar alimentos en recipientes que, en su origen o en alguna oportunidad, hubieran contenido o estado en contacto con productos no alimenticios tóxicos o incompatibles por su naturaleza con los alimentos o bebidas.

3. Así mismo, el Real Decreto 1376/2003, de 7 de noviembre, por el que se establecen las condiciones sanitarias de producción, almacenamiento y comercialización de las carnes frescas y sus derivados en los establecimientos de comercio al por menor indica:

- Los envases, y en su caso los embalajes, no podrán volverse a utilizar para derivados cárnicos y otros elaborados producidos por los establecimientos, excepto algunos recipientes tales como los de terracota, vidrio o plástico, que podrán reutilizarse tras haberse limpiado y desinfectado eficazmente.
- Cuando las carnes y derivados cárnicos sean envasados en presencia del consumidor, se tomarán las medidas necesarias para evitar su deterioro y protegerlas de la contaminación.

TU CASO A ESTUDIO

POR TANTO

Aunque el comercio al por menor de carne y el comercio de alimentación vean con buenos ojos y den la bienvenida a alternativas más sostenibles al plástico con el fin de reducir los residuos para el envasado de alimentos, los recipientes propios de los consumidores no ofrecen seguridad en cuanto a su higiene e incluso pueden no garantizar su aptitud para contener el producto.

Por todo ello, sería necesario la ampliación de formación y educación a los consumidores por parte de la Administración y Asociaciones de Consumidores en relación a los tipos de envases aptos para contener alimentos y su reutilización para que esta práctica pudiera hacerse de forma segura en el comercio alimentario de productos perecederos, como son las carnes frescas y sus derivados.

DESDE CARNIMAD RECOMENDAMOS

Aunque en general (exceptuando algunas normas locales), el comerciante no está obligado por norma a facilitar el producto en envase propio, la falta de formación y educación del consumidor puede suponer riesgos en esta práctica, es por ello, que si decides aun así dar la posibilidad al consumidor de poder llevarse los productos que adquiere en tu establecimiento en su propio envase, le informes mediante un cartel visible de las condiciones que deben reunir estos envases. Te proponemos un modelo:



41

i

Este establecimiento permite a los consumidores aportar su propio envase para la adquisición de productos a granel siempre y cuando:

1. El envase no esté deteriorado.
2. El envase esté correctamente limpio y desinfectado.
3. El envase no haya contenido previamente alimentos de otro fabricante o provenga de productos de naturaleza no alimentaria o incompatibles con el uso alimentario.
4. Dispongan de tapa (no metálica) y símbolo “copa y tenedor” en el caso de envases plásticos o sean de terracota o vidrio.

NUEVA NORMATIVA DE PROTECCIÓN ACÚSTICA DEL DISTRITO CENTRO. ¿CÓMO TE AFECTA?

El pasado 17 de mayo entró en vigor la nueva normativa de Protección acústica especial en el Distrito Centro. Los comercios que se encuentran en dicha zona deben tener en cuenta que:

▪ Toda actuación musical o asimilable, que se pretenda celebrar dentro del ámbito geográfico de la Zona de Protección Acústica Especial, estará sometida a autorización municipal.

▪ En aquellas zonas donde se superan los Objetivos de Calidad Acústica, las actividades comerciales industriales o de servicios en las que la propia naturaleza de la actividad no conlleve de modo necesario el empleo de equipos de reproducción o amplificación sonora, o la práctica de canto o baile, no podrán utilizar dichos equipos ni realizar actuaciones en directo durante el periodo nocturno.

▪ No está permitida la venta, suministro o distribución minorista de bebidas alcohólicas realizada a través de establecimientos de cualquier clase en los que no esté autorizado el consumo, la venta de carácter ambulante y la efectuada a distancia, en el horario comprendido entre las 22:00 h y las 08:00 h.



CARNIMAD HA CONSEGUIDO **280 000 €** EN AYUDAS PARA EL SECTOR,
TRAMITANDO CON ÉXITO UN TOTAL DE **80 SUBVENCIONES**

Carnimad ha tramitado con éxito, en los dos últimos años, un total de **80 SUBVENCIONES**, gracias a las cuales, nuestros socios se han ahorrado entre **3 000 € y 7 500 €** en la contratación de personal para sus establecimientos.

Si cumples estos requisitos, en CARNIMAD te ayudamos.

1. Realizar un contrato indefinido, con una jornada superior al 62.5% a trabajadores inscritos en Garantía Juvenil o que lleven desempleados al menos un mes.
2. Realizar una transformación a indefinido de un contrato temporal con una antigüedad de al menos 6 meses.
3. Mantener el empleo al menos un año.
4. Son para todas las empresas con centro de trabajo en la comunidad de Madrid, excepto las COMUNIDADES DE BIENES.
5. Las cantidades se ingresan en cuenta bancaria, no son bonificaciones en los seguros sociales.

LLÁMANOS HOY, SI QUIERES BENEFICIARTE DE ESTAS AYUDAS



**ÁREA DE
RR.HH**

91 547 13 24
romandt@carnimad.es

Una cosa es decir que trabajamos en PRO de su negocio.
Otra es hacerlo:

Cuenta Expansión Negocios PRO

1 / 6

Este número es indicativo del riesgo del producto, siendo 1/6 indicativo de menor riesgo y 6/6 de mayor riesgo.

Bonificamos su cuota de asociado

Banco de Sabadell, S.A. se encuentra adherido al Fondo Español de Garantía de Depósitos de Entidades de Crédito. La cantidad máxima garantizada actualmente por el mencionado fondo es de 100.000 euros por depositante.

10%

+

Gratis

+

0

+

Gratis

de su cuota de asociado máximo 50 euros.*

Servicio Kelvin Retail, información sobre el comportamiento de su negocio.¹

comisiones de administración y mantenimiento.²

Tarjetas de crédito y débito gratuitas, sin cuota de emisión ni mantenimiento, válido para una tarjeta de débito y una de crédito por titular en caso de persona física y por autorizado en caso de que el titular sea una persona jurídica.

Y muchas más ventajas. La **Cuenta Expansión Negocios PRO** es la cuenta pensada para que despachos profesionales, autónomos, comercios y pequeñas empresas se hagan grandes.

Llámenos al 900 500 170, identifíquese como miembro de su colectivo, organicemos una reunión y empecemos a trabajar.

*Abonamos el 10% de la cuota de asociado con un máximo de 50 euros por cuenta para cuotas domiciliadas en una cuenta de la gama Expansión, para nuevos clientes de captación. La bonificación se realizará un único año para las cuotas domiciliadas durante los 12 primeros meses, contando como primer mes el de la apertura de la cuenta. El pago se realizará en cuenta el mes siguiente de los 12 primeros meses.

1. Contará con un servicio periódico de información actualizada sobre el comportamiento de su comercio, sus clientes y su sector, para ayudarle en la toma de decisiones. También le ofrecemos el TPV en condiciones preferentes.

2. Rentabilidad: 0% TAE.

Servicio no financiero de asistencia jurídica telefónica y portal web exclusivo, cuota anual del servicio gratuita el primer año. Coste anual a partir del segundo año de 40 euros + IVA, salvo en el caso de colectivos profesionales con convenio Banco Sabadell, en cuyo caso la cuota anual del servicio es de 20 euros + IVA. CRISTALWARE CONSULTING SERVICES S.L.U. es la entidad encargada del servicio de orientación jurídica telefónica y PEOPLE VALUE, S.L. es la entidad encargada del servicio de descuentos y beneficios. Los citados servicios serán prestados de acuerdo con las condiciones que dichas entidades tengan establecidas en cada momento, sin intervención ni responsabilidad alguna de Banco de Sabadell, S.A. El banco es ajeno a cualquier incidencia y/o circunstancia derivada o relacionada con la prestación de los servicios, los cuales, en todo caso, están sujetos a que se mantengan vigentes los acuerdos suscritos entre el banco y las indicadas entidades. El servicio de orientación jurídica telefónica no abarcará las cuestiones o posibles incidencias de la actividad del cliente que puedan afectar a sus relaciones con empresas del grupo Banco Sabadell, filiales o participadas.

Las excelentes condiciones arriba mencionadas de la Cuenta Expansión Negocios PRO se mantendrán mientras se cumpla el requisito establecido en el contrato. Debe haber un ingreso mínimo de 700 euros mensuales. Este requisito es de cumplimiento mensual y si al segundo mes no se cumple, automáticamente la Cuenta Expansión Negocios PRO pasará a ser una Cuenta Profesional. Se excluyen los ingresos procedentes de cuentas abiertas en el grupo Banco Sabadell a nombre del mismo titular. Oferta válida desde Octubre 2018.

bancosabadell.com



NOTICIAS



MÁS DE 300 CARNICEROS Y CHARCUTEROS DE ESPAÑA SE HAN REUNIDO PARA ANALIZAR LAS OPORTUNIDADES DEL SECTOR

ELPOZO ALIMENTACIÓN, con la colaboración de **CEDECARNE**, reunió el pasado 3 de junio, en sus instalaciones de Alhama de Murcia, a más de 300 profesionales del sector cárnico de distintos puntos de España, en el I Encuentro Nacional de Carniceros y Charcuteros. Analizar las tendencias actuales y hábitos de consumo e intercambiar propuestas e ideas de mejora ha sido el objetivo de la jornada.

El Encuentro contó con la participación del Director Sector Alimentación de Kantar Worldpanel, Joan Riera, que durante su intervención abordó las tendencias de consumo y el mercado de productos cárnicos y la importancia que los profesionales especialistas de la carnicería y la charcutería tienen para su evolución.

Seguidamente, se desarrolló una mesa redonda, moderada por el Director General de Agrifood, Ricardo Migueláñez, en la que se tuvo la oportunidad de hablar sobre la carnicería-charcutería del siglo XXI, los nuevos modelos de negocio, y la importancia de la formación y relevo generacional en el futuro del sector. Intervinieron la Secretaria General de CEDECARNE y Directora General de CARNIMAD, María Sánchez; el Director de Área Tiendas Peña de Madrid, Antonio Peña; la Gerente de la Carnicería Hermanos Hernando de Valencia, Silvia Hernando, y el Gerente de la

Carnicería-Charcutería González y Presidente del Gremio de Carniceros de Burgos, Miguel Ángel González.

La jornada continuó con la ponencia sobre sostenibilidad social a cargo del Responsable Veterinario de ELPOZO, Pedro Olivares, centrada en el nuevo protocolo de Bienestar Animal implantado por la compañía, un protocolo ambicioso y exigente por las medidas que ha introducido en toda la cadena ganadera.

A continuación el Director de la Cátedra de Seguridad y Sostenibilidad Alimentaria Grupo Fuertes, Gaspar Ros, centró su intervención su ponencia sobre las bondades de la carne y de la charcutería, sus propiedades nutricionales y los beneficios que su consumo aporta para la salud.

Por su parte, Igor Tudela, Trade Marketing Manager Elaborado de ELPOZO ALIMENTACIÓN, junto a su homólogo en fresco, Emilio Jeannot, explicaron cuáles son las mejores prácticas para utilizar en los puntos de venta.

LA JORNADA HA SIDO INAUGURADA POR EL PRESIDENTE DE ELPOZO, TOMÁS FUERTES, Y CLAUSURADA POR EL DIRECTOR GENERAL, RAFAEL FUERTES, Y LA SECRETARIA GENERAL DE CEDECARNE, MARÍA SÁNCHEZ.



Augusta

15 años optimizando sus negocios

augustavitrinas.com



MARCOS y ANGELA

Huesca

PASO A PASO



TOSTADAS DE GORGONZOLA CON PIÑONES, NUECES Y MIEL

Por Elena Almena de Gourmetika y El Jamoncito de Arganzuela



- Ingredientes:**
- Pan rústico.
 - Queso gorgonzola puro (cantidad según el número de tostadas a realizar).
 - Miel de la sierra de Madrid.
 - Piñones y/o nueces al gusto.

Preparación

- Utiliza un pan rústico como base, no demasiado ancho y córtalo con un cuchillo de sierra en rebanadas de aproximadamente 1,5 cm de grosor.
- Después, unta el queso gorgonzola en una cara de la rebanada, aplicando una capa del grosor que prefieras; pero ten en cuenta que es un queso de sabor fuerte.
- Coloca sobre el queso nueces y piñones al gusto. Apretando un poco sobre estos, conseguirás que se queden pegados, en lugar de sueltos.
- Añade por encima un toque de miel, para conseguir esa deliciosa mezcla dulce-salado que tanto gusta.

Y ya tienes listo este fácil y completo bocadillo.

Consejos

- Si vas a preparar diversas tostadas, prueba a alternar la mezcla de los ingredientes para mejorar la presentación y hacerlas más aptas a todos los públicos. Por ejemplo, en unas pon solo piñones, en otras solo nueces, haz algunas mixtas, y juega con la cantidad de miel en cada tostada.
- También quedará riquísimo si utilizas un pan que tenga pasas, pero en ese caso te recomendamos sustituir las nueces y piñones por estas.



Valor nutricional por ración de 125g :

Calorías por ración: 202Kcal
Proteínas: 5,7g
Hidratos de carbono: 10,9g
De los cuales azúcares simples: 3g
Grasas: 14,5g
De las cuales saturadas: 2,6g
Fibra: 2,6g

TABLÓN DE ANUNCIOS



LOCALES

ALQUILER

TRASPASO

VENTA

SEPTIEMBRE 2018

SE VENDE POR JUBILACIÓN

CARNICERÍA EN FUNCIONAMIENTO, TOTALMENTE EQUIPADA EN GALERÍA EL ARROYO, PUESTO NUMERO 26 -FUENLABRADA-. PRECIO NO NEGOCIABLE: 12.000 €. PREGUNTAR POR: NATALIO TEL.: 675942511

SE ALQUILA

LOCAL COMERCIAL EN PLENO LAVAPIÉS (C/ FE Nº5) CON TRÁNSITO PEATONAL CONTINUO Y MUY BIEN COMUNICADO (METRO, PARKING, CERCANÍAS). DISTRIBUIDO EN TRES PLANTAS: DE CALLE CON 5M. LINEALES DE FACHADA Y 27 ÚTILES, SÓTANO CON 23 M. ÚTILES Y ALTILLO CON DOS VENTANAS; IDEAL PARA CARNICERÍA-CHARCUTERÍA: EQUIPADO CON 2 CÁMARAS FRIGORÍFICAS, 3 EXPOSITORES, 4 BALANZADAS, CORTADORA, PICADORA... PRECIO: 900 €. PREGUNTAR POR: LUIS TEL.: 690 01 95 58

SE ALQUILA CON OPCIÓN A COMPRA

CARNICERÍA-CHARCUTERÍA DE 100 M² EN TORREJÓN DE ARDOZ. SE ENCUENTRA EN FUNCIONAMIENTO Y ESTÁ TOTALMENTE EQUIPADA, CONTANDO CON OBRADOR Y DOS CÁMARAS. PREGUNTAR POR: FÉLIX SÁNCHEZ TEL.: 625109731 - 916750257

SE VENDE O ALQUILA

CARNICERÍA EN MERCADO DE VICÁLVARO -PUESTO 48, PLANTA BAJA-, TOTALMENTE EQUIPADA. TEL.: 636634685 (LUIS) 600043452 (PACO)

SE VENDE

LOCAL DE 60 M² FUNCIONANDO. ZONA LEGANÉS VALDEPELAYOS, Y BAÚL ISOTERMO HOMOLOGADO MÓVIL EN PERFECTO ESTADO, DE 1'20 X 60 X 60 CM. PREGUNTAR POR: JOSÉ LUIS TEL.: 658 762 348

SE TRASPASA

MERCADITO COMERCIAL CON TRES SECCIONES (PESCADERÍA, CARNICERÍA Y POLLERÍA), EN PLENO FUNCIONAMIENTO, SITUADO EN UNA ZONA MUY COMERCIAL DE CARABANCHEL. PREGUNTAR POR: ÓSCAR TEL.: 610714760

SE ALQUILA

TIENDA DE CALLE CON CARNICERÍA-CHARCUTERÍA, EN CHAPINERÍA. SE ENCUENTRA EN FUNCIONAMIENTO Y ESTÁ TOTALMENTE EQUIPADA. PREGUNTAR POR: EULALIA TEL.: 918652072

SE TRASPASA

CARNICERÍA-POLLERÍA EN TIENDA DE CALLE EN ZONA PUENTE DE VALLECAS. SE ENCUENTRA EN PERFECTO ESTADO, RECIÉN REFORMADA Y TOTALMENTE EQUIPADA. PREGUNTAR POR: VALERIANO TEL.: 914773534 - 669861420

DICIEMBRE 2018

SE TRASPASA CHARCUTERÍA EN MERCADITO

RV EN PASEO DE PONTONES (ARGANZUELA) EN PLENO FUNCIONAMIENTO. PREGUNTAR POR: CATALINO RONCERO. TEL.: 675 192 450 (PREFERIBLEMENTE EN HORARIO COMERCIAL).

SE VENDE POR JUBILACIÓN

CARNICERÍA, CHARCUTERÍA, POLLERÍA DE 25 M² Y ALMACÉN DE 25M², EN Pº EXTREMADURA, 266. TOTALMENTE EQUIPADA PARA SEGUIR TRABAJANDO CON BUENA CLIENTELA. PREGUNTAR POR: FIDEL O ALFREDO TEL.: 914642643

SE VENDE O SE TRASPASA

CARNICERÍA-CHARCUTERÍA-POLLERÍA EN ZONA SIERRA DE MADRID. ES UN LOCAL DE 150 M² CON OBRADOR, TOTALMENTE EQUIPADO CON MAQUINARIA EN PERFECTO ESTADO, Y UNA CLIENTELA CONSOLIDADA. DEMOSTRABLE CIFRA DE FACTURACIÓN. PREGUNTAR POR: ÁNGEL TEL.: 608211525

SE ALQUILA

CARNICERÍA, POLLERÍA, CHARCUTERÍA TOTALMENTE EQUIPADA, ACTUALMENTE EN FUNCIONAMIENTO, CON 5 METROS LINEALES DE MOSTRADOR. ZONA ALUCHE-CAMPAMENTO (MADRID) INTERESADOS LLAMAR O WHATSAPP: TEL.: 649664722 PREGUNTAR POR ANTONIO



VARIOS

COMPRO

1 Ó 2 MOSTRADORES DE APROX. 3 M. PARA CARNICERÍA-SALCHICHERÍA PREFERIBLEMENTE MODULARES (QUE NO SEAN DE OBRA). PREGUNTAR POR MIGUEL ÁNGEL FERNÁNDEZ. HORARIO DE COMERCIO. TEL.: 911 536 025

SE VENDE

TAJO 50X50 ACERO INOXIDABLE. MADER Prensada : 220 € ARCONES CONGELADORES ENDESA 132X60X85: 200 € CADA UNO AIRE ACONDICIONADO FRIMAGÓN A ESTRENAR: 800 € O MEJOR OFERTA TAMBIÉN CUCHILOS Y GANCHOS CUCHILLEROS. PREGUNTAR POR VICENTE ALONSO TEL.: 913 462 589

TABLÓN DE ANUNCIOS

▪ SE VENDE

POR JUBILACIÓN, TIENDA DE ESQUINA, CON MOSTRADOR DE 14 M. FRONTALES Y 2 DE ESQUINA. PUESTOS CARNICERÍA, SALCHICHERÍA, POLLERÍA, ALIMENTACIÓN CON OBRADOR. 3 CÁMARAS GRANDES, UNA PARA CADA SECCIÓN, SOLDADORA DE VACÍO, GANCHO DE PESAR, AMASADORA, SOLDADORA DE BANDEJAS, PICADORA, CORTADORA, SERRADORA, BÁSCULAS Y CUCHILLERÍA. ESTO EN PLANTA DE CALLE. OFICINA, CAJA FUERTE Y MOTORES EN PRIMERA PLANTA. NO TENEMOS VECINOS. CENTRO COMERCIAL. PLAZA DE LOS PINAZOS, S/N PUESTOS 21-22-23-24.
PREGUNTAR POR JUANJO
TEL.: 636 883 725

▪ COMPRO

1 Ó 2 MOSTRADORES DE APROX. 3 M. PARA CARNICERÍA-SALCHICHERÍA PREFERIBLEMENTE MODULARES (QUE NO SEAN DE OBRA).
PREGUNTAR POR MIGUEL ÁNGEL FERNÁNDEZ. HORARIO DE COMERCIO. TEL.: 911 536 025

▪ SE VENDE

TAJO 50X50 ACERO INOXIDABLE. MADER Prensada : 220 € ARCONES CONGELADORES ENDESA 132X60X85: 200 € CADA UNO AIRE ACONDICIONADO FRIMAGÓN A ESTRENAR: 800 € O MEJOR OFERTA TAMBIÉN CUCHILOS Y GANCHOS CUCHILLEROS.
PREGUNTAR POR VICENTE ALONSO
TEL.: 913 462 589

▪ SE VENDE

POR JUBILACIÓN, TIENDA DE ESQUINA, CON MOSTRADOR DE 14 M. FRONTALES Y 2 DE ESQUINA. PUESTOS CARNICERÍA, SALCHICHERÍA, POLLERÍA, ALIMENTACIÓN CON OBRADOR. 3 CÁMARAS GRANDES, UNA PARA CADA SECCIÓN, SOLDADORA DE VACÍO, GANCHO DE PESAR, AMASADORA, SOLDADORA DE BANDEJAS, PICADORA, CORTADORA, SERRADORA, BÁSCULAS Y CUCHILLERÍA. ESTO EN PLANTA DE CALLE. OFICINA, CAJA FUERTE Y MOTORES EN PRIMERA PLANTA. NO TENEMOS VECINOS. CENTRO COMERCIAL. PLAZA DE LOS PINAZOS, S/N PUESTOS 21-22-23-24.
PREGUNTAR POR JUANJO
TEL.: 636 883 725

▪ SE VENDE O SE TRASPASA

CARNICERÍA-CHARCUTERÍA-POLLERÍA EN ZONA SIERRA DE MADRID. ES UN LOCAL DE 150 M2 CON OBRADOR, TOTALMENTE EQUIPADO CON MAQUINARIA EN PERFECTO ESTADO, Y UNA CLIENTELA CONSOLIDADA. DEMOSTRABLE CIFRA DE FACTURACIÓN.
PREGUNTAR POR: ÁNGEL
TELÉFONO: 608211525

▪ SE ALQUILA

CARNICERÍA, POLLERÍA, CHARCUTERÍA TOTALMENTE EQUIPADA, ACTUALMENTE EN FUNCIONAMIENTO, CON 5 METROS LINEALES DE MOSTRADOR. ZONA ALUCHE-CAMPAMENTO (MADRID)
PREGUNTAR POR ANTONIO INTERESADOS LLAMAR O WHATSAPP: 649664722

▪ SE VENDE

BARRAS DE ACERO INOXIDABLE PARA COLGAR CARNE A 32 €/M. DISPONIBLES 10 METROS EN PIEZAS DE 2/3 METROS. ESTANTERÍA DE ACERO INOXIDABLE DE 40 CM DE ANCHO Y 2,5 M DE LONGITUD. 250 €. CONTACTO GEMA: 653 261 424. ZONA PACÍFICO.

▪ SE VENDEN

UTENSILIOS DE UN SUPERMERCADO CON 6 MESES DE USO: DOS MURALES FRIGORÍFICOS MARCA FRIVEGAR, UNA CAJA REGISTRADORA, ESTANTERÍAS Y UNA CÁMARA PANELADA CON SU MOTOR.
PREGUNTAR POR MERCEDES
TEL.: 636 100 925

▪ SE VENDE

VITRINA MOSTRADOR DE DOS METROS POR 890 EUROS (VALORADA EN 3.000). SOLO DOS AÑOS DE USO.
PREGUNTAR POR ANTONIO LÓPEZ
TEL.: 660477861

▪ SE TRASPASA

POR JUBILACIÓN CARNICERÍA-SALCHICHERÍA CON BARRA DE DEGUSTACIÓN EN EL MERCADO DE SAN FERNANDO - PUESTO 18 ZONA EMBAJADORES EN FUNCIONAMIENTO
PREGUNTAR POR MANUEL O ANTONIO
TELS.: 618 953 068 - 693 210 432

▪ SE VENDE

EQUIPAMIENTO PARA CARNICERÍA-POLLERÍA, POR CAMBIO DE USO DEL LOCAL: CÁMARA FRIGORÍFICA PANELABLE DE 6 M3, ARCÓN CONGELADOR, VITRINA MOSTRADOR REFRIGERADA PARA POLLO Y EMBUTIDOS, FRIGORÍFICO MURAL, 2 FRIGORÍFICOS VERTICALES CON PUERTA, 2 BÁSCULAS CONECTADAS, ESTANTERÍAS (UNOS 15-20 M. LINEALES). PRECIO DEL EQUIPAMIENTO COMPLETO: 2500 € RETIRADA Y TRANSPORTE A CARGO DEL COMPRADOR.
PREGUNTAR POR ABRAHAM
TEL.: 679 76 57 12

▪ SE VENDE

CUATRO PANTALLAS LED, FOCOS EMPOTRABLES Y CUATRO ESTANTES DE ACERO INOXIDABLE, TODO EN PERFECTO ESTADO.
PREGUNTAR POR: FAUSTINO
TEL.: 606370010

▪ SE VENDE

BÁSCULA GANCHO COLGANTE MARCA IGARRA, SIERRA DE HUESO, MÁQUINA PICADORA CON SIERRA MARCA BRAHER, DOS TAJOS DE ACERO INOXIDABLE 60 X 50, CONGELADOR DE 60 X 1.25, Y VEHICULO C15 EN PERFECTO ESTADO.
PREGUNTAR POR: RAFAEL TENA
TEL.: 630683250

El tablón de anuncios
desaparecerá de la revista
en el próximo número, pero
seguirá activo en

WWW.CARNIMAD.ES

llámanos al

91 547 13 24

y lo publicaremos sin coste
por tu condición de asociado.



Success is in the effort

EVOLUTION'S PERFECT LIGHT

Patented colored Perfect Light

FABRICANTE NACIONAL M. I. E. T. (RAI-RAEE N° 004784)

BUTCHERS

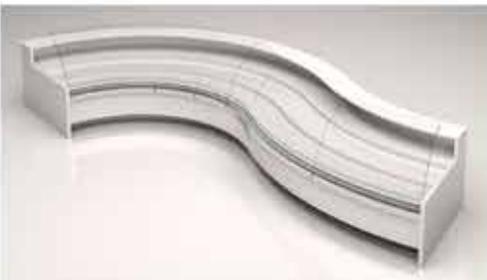
It's all about our quality





**Monte
o reforme
su carnicería**

**45 años
marcando
la diferencia**



cruzsl@cruzsl.net
www.cruzsl.net
93 465 00 65

