

LOS CARNICEROS RECUERDAN SU IMPORTANTE PAPEL EN EL CUMPLIMIENTO DE LOS OBJETIVOS DE DESARROLLO SOSTENIBLE

- Los carniceros, charcuteros, polleros y casqueros siempre han sido un sector responsable con el medio ambiente, por su especialización y proximidad. Pero ahora, además, están comprometidos con los Objetivos 2030, fijados en el plan de las Naciones Unidas. Cualquier pequeño gesto de responsabilidad que se realiza desde uno de estos comercios es un gran paso, ya que –como se suele decir– “la unión hace la fuerza”, y un montón de pequeños puntos de venta (con grandes profesionales) pueden contribuir muchísimo a conseguir un futuro más sostenible para todos.

Madrid. 04.06.2021– Hace dos años, Carnimad decidió unirse al reto #somos2030, a través del cual las Naciones Unidas instaban a los países miembros a conseguir unos ambiciosos objetivos de sostenibilidad para, entre todos, hacer un futuro mejor. Desde ese momento, la Organización, que representa a los carniceros, charcuteros, polleros y casqueros de la Comunidad de Madrid, no solo empezó a desarrollar acciones para cumplir con los 17 objetivos de desarrollo sostenible marcados por este plan, sino que además comenzó a difundir la iniciativa entre sus asociados, para que fueran los propios profesionales del sector los que contribuyesen, en la medida de sus posibilidades, desde sus comercios, a luchar por un mundo mejor.

Es importante destacar el esfuerzo de estas empresas, que demuestran que el tamaño no está reñido con la profesionalidad y las ganas, ya que el 91% de los asociados de Carnimad son autónomos y pymes con un solo punto de venta, lo cual no les ha impedido poner su granito de arena en esta carrera de fondo en pro de la sostenibilidad.

Sin embargo, muchos de estos profesionales y la propia Organización que los representa, Carnimad, reclaman que no se olvide que, antes de que se fijasen los objetivos 2030, “el comercio especializado de la carne ya era un sector sostenible, por su carácter local y artesano, por su papel en la recuperación de razas autóctonas y el aprovechamiento de piezas cárnicas, por contribuir a fijar población en entornos rurales y barrios, y un largo etcétera”.

Y PARA MUESTRA... UN BOTÓN:

#ODS13 – Acción por el clima

Carnediem, establecimiento pionero en la reducción de bolsas de plástico

Su Gerente, Javier Álvarez, está concienciado con este tema desde mucho antes de que existiera la obligatoriedad de cobrar al consumidor las bolsas de plástico. Fue uno de los primeros carniceros de la Comunidad de Madrid que llevó a sus tiendas las bolsas de plástico biodegradables y ahora compostables, para entregar el producto al cliente, así como bolsas de tela de mayor capacidad y gramaje, con un mensaje de concienciación en las mismas.

Laura Alegre Moreno
+34 91 547 13 24
lauraam@carnimad.es
www.carnimad.es



CARNIMAD es la Organización que representa a los profesionales del comercio especializado de la carne y sus derivados en la Comunidad de Madrid, cuya finalidad es la defensa de los intereses de sus afiliados. Fundada en 1931, en la actualidad cuenta con más de 1 300 asociados y con una presencia considerable en aquellos órganos que tienen poder de decisión sobre cuestiones que afectan al sector detallista de la carne. Carnimad lleva trabajando 90 años en todos aquellos asuntos que afectan al comercio especializado de la carne, así como a los profesionales de este sector, procurando que este se perciba como un sector fuerte, unido y competitivo, capaz de adaptarse y afrontar con éxito la realidad social de cada momento.



#ODS12 – Producción y consumo responsables

En “Carne Natural” potencian los canales cortos de comercialización

Desde su ganadería y su comercio especializado en Moralzarzal, esta empresa, dirigida por Alicia Taberero, conoce y controla el producto desde su nacimiento; no hay ciclos largos de almacenamiento y transporte en sus materias primas, garantizando al consumidor una manipulación mínima del producto, lo que se traduce en una mayor vida útil del alimento. Además, previene las pérdidas y el desperdicio que generan las largas cadenas de intermediarios.

En López Guillén Alimentación priorizan el bienestar animal

Isaac López está al frente de este establecimiento y además es ganadero, junto a sus hermanos, en una explotación de caprino de la raza murciana–granadina, donde el trato ético a los animales no es solo parte de la legislación, sino un compromiso de profesionalización del sector ganadero y comercial, que garantiza confianza en el consumidor en cuanto a los alimentos que llevan a su mesa.

Desde Cárnica Lameiro ayudan a preservar la biodiversidad

Más del 84% de las razas autóctonas de España corren el riesgo de desaparecer, y entre las consecuencias de esto están: incendios forestales, pérdida del espacio natural en el que se desarrolla la actividad ganadera, peor aprovechamiento de los recursos naturales locales, pérdida del abono natural de las tierras, posible pérdida de los cursos fluviales naturales y de oficios propios del entorno rural.

Las explotaciones en extensivo, basadas en el aprovechamiento de recursos naturales y defendiendo la rentabilidad de la producción, a través de la calidad del producto, son viables. Manuel Lameiro, el Gerente de esta empresa, es una clara muestra de ello, ya que ha introducido en su comercio físico y online la raza de vacuno Vienesá, autóctona de Galicia.

#ODS15 – Vida de ecosistemas terrestres

La Casquería de Sergio recupera recetas tradicionales

Sergio Montero, pese a su juventud, ha decidido especializarse en casquería, un oficio que durante años ha estado en peligro de extinción y del que actualmente solo quedan 30 establecimientos asociados a Carnimad (exclusivos de esta especialización). Con esta apuesta, Sergio contribuye a que el aprovechamiento cárnico para el consumo esté ligado con una producción y consumo responsables, contribuyendo a que la producción ganadera sea sostenible y respetuosa, aprovechando todas las partes disponibles del animal (también los despojos, que, aunque a veces no entren por los ojos, son parte de la cultura gastronómica y aportan importantes beneficios nutricionales).

#ODS5 – Lograr la igualdad entre los géneros y empoderar a todas las mujeres y niñas

Pollos Teo, un modelo de igualdad en el sector

Esta pollería especializada está formada por 10 establecimientos y en su plantilla el 50% son mujeres y el otro 50% son hombres, algo que, en este sector, en la Comunidad de Madrid, es poco común, pues estos oficios han sido llevados a cabo históricamente por hombres, en la mayor parte de los casos.

Los actuales gerentes de la empresa, David, Sergio y Óscar, lo tienen claro: “el perfil del hombre y el de la mujer son complementarios y ambos son necesarios en las empresas; más, si cabe, teniendo en cuenta el carácter visible del comercio en la sociedad. Debemos ser un ejemplo de integración”.



#ODS7 – Energía asequible y no contaminante

Carnicería Egedillo ha renovado todo el aislamiento y maquinaria principal de su tienda. Con esto no solamente ha ahorrado en su consumo eléctrico y ha mejorado su imagen y el trabajo de sus empleados, sino que ha reducido la huella de carbono, disminuyendo el impacto medioambiental de su negocio, al conseguir unas instalaciones más eficientes.

#ODS3 – Salud y Bienestar

Kocshop es una muestra de que la carne y sus derivados son saludables.

El dueño de esta pollería, Raúl Pérez, apoyado en su conocimiento del producto y en expertos en nutrición, ha dado la vuelta al concepto negativo que algunos consumidores tienen de la carne y sus derivados, no solo defendiendo con formación e información las propiedades de estos alimentos y productos, sino creando su propia línea saludable, que hoy en día es la seña de identidad de su negocio.

#ODS8 – Trabajo decente y crecimiento económico

La apuesta de Julián Becerro por una formación de calidad.

A veces no se relaciona a la formación con los oficios más tradicionales, pero esta, hoy día, tiene más importancia que nunca para el sector. Arturo Becerro, Gerente de esta empresa, lo tiene claro y desde hace muchos años lleva a cabo un plan formativo para todos sus trabajadores, en materias tan importantes como atención al cliente, escaparatismo, nuevas tecnologías, etiquetado, etc.