

# La Graella

Revista del Gremi de Carnissers-Xarcuters de València | Juny-Agost 2019 | N. 1



GREMI DE CARNISSERS – XARCUTERS  
DE VALÈNCIA I PROVÍNCIA

# SUMARIO

Nº 1 | Juny-Agost 2019



6



13



16



20



22



24



31



34



36

6-9

\_40 Aniversario del Gremio

13

\_Entrevista a Vicente Gallent

16-17

\_Nos vamos al Bar Rausell

20-21

\_La Cabanenca

22-23

\_Gastrónoma

24-25

\_Tendencias de consumo

31

\_El papel de la mujer en la ganadería

34

\_5 ideas deliciosas para un día en la playa

36-37

\_Servicios del Gremio

5

\_Saluda del Presidente del Gremio

11

\_Entrevista a Paco Clemente

14

\_Cedecarne

15

\_Educarne

18-19

\_Entrevista a Alma Palau

26-27

\_Informe sobre control de jornadas

28-29

\_Ferias del sector

30

\_Días de barbacoa, césped, piscina y risas con amigos

32

\_Recetario

33

\_Claves para cocinar carne

35

\_Sal -Grasa = +Salud

38-40

\_Actividades del Gremio 2018/2019

41

\_Junta Directiva

42-46

\_Datos del sector



**CONTENIDO**

“La Graella” es una revista elaborada por el Gremio de Carniceros-Charcuteros de Valencia orientada al sector cárnico. No solo enfocada a los profesionales del sector, también pretende llegar a todos los consumidores, industriales, mataderos, comerciantes, caterings...



**ALCANCE**

La distribución de la revista es gratuita para todos los asociados, y enviada por franqueo pagado a los suscriptores nacionales e internacionales.

La suscripción anual para no agremiados es de 25€



**PRECIOS PUBLICIDAD**

1 página	1ª Edición	3 Ediciones
Interior portada	500€	1.350€
Contraportada	1.000€	2.700€
Interior contra.	500€	1.350€
Interior	350€	945€
½ página	1ª Edición	3 Ediciones
	200€	540€
¼ pie de página	1ª Edición	3 Ediciones
	125€	337€

\* Si contrata 3 ediciones obtendrá un descuento del 10% sobre el precio total.

# LA IMPORTANCIA DE NUESTRA LABOR INFORMATIVA Y DIVULGATIVA

**JOSE RODRIGO**

**PRESIDENTE DEL GREMIO DE CARNICEROS-CHARCUTEROS DE VALENCIA**



Nuestra revista, surge de la necesidad de compartir información con todos los profesionales de nuestro sector en la Comunidad Valenciana.

Este ha sido uno de los objetivos de la actual junta. Elaborar una revista de carácter profesional, que llegue a casa de todos los agremiados, y nos permita tener una valiosa información de sector y del gremio en nuestras carnicerías.

Desde aquí, agradezco la colaboración de todas las personas que nos han dedicado su tiempo y sus consejos, imprescindibles para la elaboración de esta primera edición.

La alimentación está siendo cuestionada en muchos aspectos y parece que la carne está en el centro de todas las miradas. Está claro que, en temas alimentarios, la salud es lo más importante, y en este sentido, los carniceros debemos llevar a cabo una importante labor pedagógica

Los carniceros agremiados, tenemos un elevado nivel de profesionalización. La formación a nivel de higiene alimentaria, los cursos para elaborar preparados con etiqueta

limpia, sin conservantes, colorantes o aditivos artificiales. Las nuevas líneas de cocina saludable con preparados cárnicos y como no, el programa “Bajo en sal y grasa” para nuestros embutidos tradicionales. A todo esto, unimos, la alta calidad de nuestros productos. Esto son valores añadidos a la calidad de servicio, y tenemos que saber transmitirlo a nuestros clientes. Las redes sociales, las fake news y las falsedades repetidas, podrán hacer dudar a nuestros clientes, por esto digo lo importante que es nuestra labor informativa y divulgativa.

Desde algunos colectivos parece que hay intención en reducir el consumo de carne y hasta modificar la actual dieta mediterránea, que con un 15% de proteína de origen animal, es referencia mundial y forma parte de nuestras tradiciones. No hace falta decir lo que suponen para nosotros las reuniones alrededor de una merienda de Pascua, una paella o la típica “torrà”. Sin duda, estos momentos quedan grabados en nuestra memoria y la de nuestros hijos para siempre.

Según el prestigioso Bloomberg Healthiest Country Index 2018, España es el país mas saludable del mundo. Por otra parte, los 3 países mas longevos del planeta son: Japón, España y Suiza. Parece que no lo hacemos tan mal.

La alimentación, además de saludable, debe ser un disfrute en la mesa, compartir, saborear, reír... sorprender con nuevos sabores y por qué no, también con otros que nos recuerden los buenos momentos de nuestra infancia. Está claro que la vida no sería lo mismo sin nuestros productos.

Vistas las actuales tendencias, estamos en el buen camino. Nuestro trabajo consiste en preservar los sabores de siempre, y al mismo tiempo innovar y ofrecer alimentos cada vez mas saludables. Tenemos un oficio apasionante. Somos ágiles, investigamos, nos formamos, crecemos, aportamos... en definitiva, todos juntos somos el Gremio de Carniceros-Charcuteros de Valencia.

**FEM GREMI !!!!**



**GREMI DE CARNISSERS – XARCUTERS DE VALÈNCIA I PROVINCIA**

**Revista informativa del Gremio de Carniceros-Charcuteros de Valencia y Provincia**

**Edita:**  
Gremio de Carniceros-Charcuteros de Valencia y Provincia  
C/ Pinzón, 8-10  
46003 Valencia  
T. 963 15 62 86 - 678 679 329  
info@greucarval.com  
www.greucarval.com

**Coordinación, texto y fotografía**  
Joan Mansó, Marta Muñoz, Lourdes de Manuel

**Maquetación e impresión:**  
Gràfiques Machí - Almussafes  
T. 96 178 00 57  
disseny@grafiquesmachi.com  
www.grafiquesmachi.com

Ejemplar gratuito.

# 40 ANIVERSARIO

El Gremio de Carniceros Charcuteros de Valencia cumple este año su 40 aniversario y para ello, organizó una gran celebración con todos sus agremiados.

El encuentro tuvo lugar el pasado 19 de Enero en el hotel SH Valencia Palace. Contamos con la presencia de las autoridades:

- Director general de Agricultura, Ganadería y Pesca, Roger Llanes.
- Director general de Comercio y Consumo, Natxo Costa.
- Diputado provincial de Valencia de proyectos europeos, Bartolomé Nofuentes.

Así como representantes de FEDACOVA, CEDECARNE, Gremios de Alicante y Castellón, Presidente de la Asociación Nacional de Tripa Natural (AETRIN), Vicente Gallent y Francisco Dasí, Vicepresidente de COVACO AUTÓNOMICA, Presidente de COVACO VALENCIA, y Presidente de la Asociación de Vendedores del Mercado Central.

Y por supuesto, lo mas importante, los agremiados. Entre todos, casi 500 personas, todos bajo el lema:

***“Sin todos vosotros, no hay Aniversario”***

Tras el coctel de bienvenida con una magnífica mesa de quesos organizada por el maestro quesero Andres García, Jamones y charcutería de Charcuval. Todo ello maridado con los vinos Valencianos de Vicente Gandía.

En este emotivo acto, los agremiados disfrutaron de una cena de hermandad. Compartiendo con amigos y compañeros momentos muy especiales. Cabe destacar el reconocimiento a los profesionales con comercios de 25, 50 y más de 100 años. Reconocimientos que fueron entregados por autoridades y representantes de nuestros patrocinadores, entre los que destacó nuestro partner principal Guerrero Coves, Singular Shop, Utistill, Motor Village, Banco Sabadell, Certex, La Cope...



**GREMI DE CARNISSERS – XARCUTERS DE VALÈNCIA I PROVINCIA**

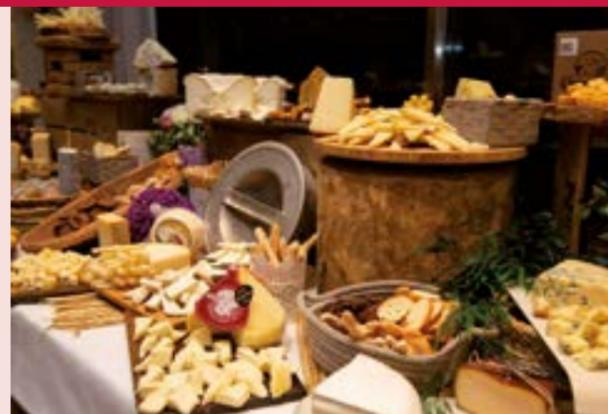


*José Rodrigo Ferrer manifestó que...*

*“desde el Gremio seguiremos trabajando por la profesionalización de nuestro sector y por su visibilidad en la sociedad, de forma que se perciba nuestro oficio como una profesión atractiva y con futuro”.*

*En su opinión...*

*“El Gremio se constituye como una entidad fuerte, unida y capaz de dar servicio a todos los profesionales y carniceros artesanos de nuestra comunidad”*



# 40 ANIVERSARIO

Finalizamos la velada con actuaciones humorísticas y baile. Fue un gran éxito de asistencia, con presencia de agremiados y amigos venidos de varias comunidades.

En definitiva, una noche llena de encuentros, anécdotas, sorpresas, compañerismo, complicidad... Todos coincidimos que estos 40 años han sido años de grandes cambios en nuestra sociedad y en nuestro oficio. Si en algo estuvimos todos de acuerdo es en que los carniceros, amamos nuestra profesión. Al final, como dice la canción, 40 años no son nada.

*Preparados para el futuro y llenos de ilusión.  
¡¡A por los próximos 40!!*



El paisaje cambia, las historias se encadenan y los ciclos vuelven a comenzar.  
Mientras, lo esencial se asienta y permanece.



Una cuenta pensada para que autónomos, comercios, despachos profesionales y pequeñas empresas se hagan grandes.

# Cuenta Expansión Negocios Plus PRO

**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% + 0 + TPV + Gratis**

de su cuota de asociado máximo 50 €/anuales.\*

comisiones de administración y mantenimiento.

con condiciones preferentes

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

**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. Rentabilidad 0% TAE.
2. 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.

Las excelentes condiciones mencionadas de la Cuenta Expansión Negocios Plus PRO se mantendrán mientras se cumpla el único requisito de ingresar un mínimo de 3.000 euros/mensuales (se excluyen los ingresos procedentes de cuentas abiertas en el grupo Banco Sabadell a nombre del mismo titular). Si al segundo mes no se cumplen estas condiciones, automáticamente la Cuenta Expansión Negocios Plus PRO pasará a ser una Cuenta Profesional. Oferta válida desde el 24/03/2019 hasta el 31/12/2019.

[bancosabadell.com](http://bancosabadell.com)

Captura el código QR y conoce nuestra news 'Professional Informa'



## ENTREVISTA A PACO CLEMENTE DE...



*Cómo empezó todo...*

Charcuval lo formamos 3 socios, Juan Enríquez, Luis Duval y yo. Los tres llevamos desde los años 80 en el mercado de la charcutería tradicional. Antes de todo éramos vendedores en una industria cárnica, y en el 2001 decidimos establecernos por nuestra cuenta, creando Charcuval. Han sido años de satisfacción, luchando por un mercado que nos encanta, evolucionando conforme el mercado nos ha exigido. Siempre buscando la diferenciación.

*Hablando sobre diferenciación, ¿qué es lo que os caracteriza del resto?*

Analizamos el mercado, vemos la posición y hueco que queremos ocupar, seleccionamos nuestros productores, e intentamos desmarcarnos del canal moderno. Focalizamos nuestro esfuerzo en el canal tradicional, centrándonos en Castellón y Valencia.

*Y dentro del mercado tradicional, ¿cuál considerais la línea de trabajo más importante?*

Básicamente nuestra línea de trabajo se define en tres grandes grupos: el jamón que es el rey de la charcutería, los quesos los cuales están ganando mercado, y la carne.

Dentro de esos tres grupos se basa todo nuestro negocio. Es nuestra base fundamental.

*En cuanto al queso, ¿que os diferencia del resto de distribuidores?*

La tipología de los quesos es interminable. Los charcuteros de la comunidad valenciana deben prestarle atención a este mercado emergente y perderle miedo a probar productos nuevos.

Pero cada queso que nosotros distribuimos tiene su historia. Detrás del producto que estás degustando,

**...ES EL USO DE UNA METODOLOGÍA ARTESANAL LA QUE NOS DIFERENCIA. ES NUESTRA BASE.**

hay un proceso muy laborioso que implica muchos factores y personas, pero es el uso de una metodología artesanal la que nos diferencia. Es nuestra base.

Tenemos dos familias de quesos industriales por una parte, y hace cuatro años iniciamos el proyecto

“Cheesepeante”, lo que buscábamos era ofrecer una gama artesana, preferiblemente de leche cruda, difíciles de distribuir y trabajar por el canal moderno, y así, ofrecer algo distinto y exclusivo al mercado tradicional. Dentro de estos quesos hay muchos premiados, tanto nacional como internacionalmente.

*¿Qué piensas del mercado de la charcutería en la Comunidad Valenciana?*

Hay un nicho de mercado que no se está cubriendo con la intensidad que requiere y con la oferta que realmente hay. Hay consumidores que buscan un plus y el mercado tradicional tiene que ofrecer esta tipología de producto. Por ejemplo, si la demanda de lo eco y lo saludable crece anualmente dos dígitos, es lo que debemos ofrecer a nuestro mercado.

La Comunidad Valenciana encima, es la cuna de dos grandes cadenas; Mercadona y Consum. Su influencia ha hecho que haya una competencia feroz y que el sector charcutero lo sufra muchísimo.

## ¿CANSADO DE REGISTRAR EN PAPEL?

**Software de Registro horario**

**OTROS SERVICIOS:**

- Recogida de ventas
- Cambio de precios
- Control de cobros
- Trazabilidad
- Movilidad
- Facturación
- Despiece
- APPs
- Producción



TEL: +34 971 220 220 | HELLO@INNOWAS.COM



**NºSandach S 46065001**  
Tel. 961 200 716  
Fax. 961 201 043  
Avd. de Levante s/n.  
46469- Beniparrell  
(Valencia)



ER-0641/2006



GA-2006/0172



GE-008/2010



**CUIDAMOS DEL MEDIOAMBIENTE, ¿te sumas?**  
Gestión retirada Subproductos Cárnicos  
[www.valgrasa.com](http://www.valgrasa.com)

# ENTREVISTA A... VICENTE GALLENT



**Vicente Gallent, presidente de AETRIN (Asociación Española de Tripa Natural) y miembro de la junta directiva de INSCA (Asociación Internacional de Tripa Natural) responde las siguientes preguntas relativas al sector de la tripa natural.**

*¿A qué se dedica AETRIN?*

Somos una asociación cuyo fin es defender los derechos de la tripa natural y dar a conocer las ventajas de la tripa natural en el embutido artesanal.

Otro de nuestros objetivos es potenciar la profesionalización del sector ayudando a reducir la competencia desleal a través de auditorías internas a nuestros asociados.

Trabajamos para la concienciación de los fabricantes sobre el cumplimiento del etiquetado y dar a conocer a los consumidores que los elaborados cárnicos pueden estar embutidos con tripa natural o en envolturas artificiales.

*¿Qué es el sello de calidad de AETRIN?*

Es la certificación que hemos implantado y que distingue a los miembros de AETRIN. Garantiza a los carniceros, fabricantes de embutido que los proveedores de tripa natural cumplen una serie de requisitos tanto de trazabilidad como de un buen etiquetado del producto indicando metros, calibres y especie. Sólo tienen derecho al uso de la marca los asociados que hayan pasado la auditoría.

*¿Cómo se debe etiquetar la tripa natural?*

Según la legislación vigente, Reglamento 1169/2011 y Real Decreto 474/2014, las tripas naturales o envolturas comestibles deben ser consideradas como ingredientes de los alimentos y, por lo tanto, deberán indicarse en la lista de ingredientes.

Las tripas naturales deben ir acompañadas por el nombre de la especie animal de la que proceden. Las envolturas artificiales compuestas deben indicar los ingredientes

utilizados en su producción y si la envoltura de un embutido no es comestible, deberá indicarse esta característica. La tripa es siempre natural y no existe tripa artificial, se deberá denominar de manera diferente como envoltura o cobertura artificiales. De la misma manera si la cobertura artificial no es comestible deberá indicarse.

AETRIN realizó un estudio en 2018 donde se observó que un 70% de las etiquetas muestreadas no cumplían con los requisitos establecidos por la legislación, y por eso, queremos trabajar junto a los gremios interprofesionales para concienciar a los carniceros y fabricantes de embutido de la importancia del etiquetado.

*¿Por qué tripa natural?*

La artesanía se viste de tripa natural. El uso de tripas naturales confiere a los embutidos beneficios en la calidad e imagen del producto final. Permeabilidad, resistencia, elasticidad y retractilidad son algunas de las características que se consiguen. La mordida de un embutido en tripa natural es una de las principales características que nos diferencian.

*¿Y a partir de ahora?*

AETRIN seguirá luchando para que se relacione el embutido de calidad a la tripa natural y para ello, trabaja en la comunicación con los consumidores para que estos sean los que demanden el producto. AETRIN apuesta por la concienciación social mediante campañas de promoción, como, por ejemplo, formaciones en colegios enseñando a los niños los embutidos tradicionales y de calidad con tripa natural.



**“LA ARTESANÍA SE VISTE CON TRIPA NATURAL”**

**Cedecarne** nace en 1997 como organización sin ánimo de lucro y con la finalidad de defender los intereses de los carniceros-charcuteros de España. Actualmente cuenta con 13 Asociaciones de distintas provincias y da empleo a más de 58.000 profesionales.

**Cedecarne** es la organización empresarial, de ámbito nacional, que te representa y que representa a los más de 25.000 comercios de carnicería y charcutería que hay repartidos por toda España. Defendemos los intereses de este sector ante las distintas administraciones y organizaciones tanto nacionales como internacionales, y ponemos en marcha proyectos e iniciativas que contribuyen al desarrollo y competitividad de estas empresas.

Gracias a nuestra larga trayectoria y experiencia en el sector ponemos en marcha proyectos e iniciativas que contribuyen al desarrollo y competitividad de las empresas que representamos, velando por la buena imagen y prestigio del profesional de la carnicería charcutería, poniendo en valor su carácter artesanal y formando a los futuros profesionales que formarán parte del relevo generacional del sector.

Nuestro conocimiento y la especialización y experiencia de nuestros servicios nos permite adaptar las soluciones que ofrecemos a los problemas específicos del sector, desde soluciones dirigidas a pequeños establecimientos regentados por autónomos, a soluciones enfocadas a cadenas de carnicerías y charcuterías y grandes empresas que incluyen nuevos modelos de negocio.



# CEDECARNE

## FILOSOFÍA

Un sector unido y competitivo: Queremos ayudaros en la mejora de la competitividad de vuestros negocios.

- > Impartimos formación continua, transversal y especializada, tanto presencial como online, adaptada a las necesidades del sector.
- > Desarrollamos iniciativas destinadas a prestigiar el oficio y a fomentar el relevo generacional.
- > Ofrecemos asesoramiento especializado en todas las áreas de negocio relacionadas con el sector.
- > Diseñamos proyectos y desarrollamos campañas que contribuyan a afianzar nuestras señas de identidad, prestigiando un oficio, un sector y sus profesionales.
- > Compartimos nuestra experiencia y os ayudamos a desarrollar vuestro Plan de Negocio: desde el Estudio necesario para conocer la viabilidad económica de vuestro proyecto hasta la Consultoría Estratégica enfocada en detectar problemas e ineficiencias y poner en marcha medidas correctoras que te ayuden a potenciar tu negocio.

## GREMIOS PROFESIONALES ASOCIADOS

Disponemos de Gremios Profesionales asociados a la Confederación en las siguientes provincias.



Por primera vez, los profesionales de la carnicería-charcutería y del sector cárnico especializado, contarán con un centro de referencia, donde se impartirán una formación integral 360°. Una formación que abarcará materias relacionadas con la gestión empresarial y marketing, hasta otras específicas e intrínsecas al oficio de carnicero-charcutero. De forma que tanto los profesionales en activo, con interés en el desarrollo de sus habilidades y técnica, así como, las nuevas generaciones interesadas en formarse en un oficio de futuro, y sin paro, dispondrán de un centro específico donde convertirse en Profesionales Carniceros y Charcuteros para el siglo XXI.

Con sede en el Mercado de Barceló, y con deseo de congrega a todos los profesionales de la carnicería-charcutería, y llevar al futuro de las jóvenes generaciones de carniceros y charcuteros, **Educarne** comienza su andadura, dando así nombre al Centro de Formación Cárnico que cuenta con la acreditación correspondiente de la Comunidad de Madrid, en las especialidades de Carnicería y Elaboración de Productos Cárnicos y Docencia de Formación Profesional para el Empleo.

El centro, ubicado en la segunda planta del Mercado Barceló, cuenta con 80 metros cuadrados distribuidos en aula multifuncional, sala de profesores y recepción. Ha sido dotado de la más innovadora equipación tecnológica contando además con una isla de cocina, que permitirá impartir formación de cocina y gastronomía, dando así respuesta a una demanda actual de formación: el binomio carne – gastronomía.

Educarne, permitirá ofrecer una formación renovada para el sector cárnico, con una imagen fresca y en un centro adaptado al futuro profesional del sector, dotándolo de una profesionalidad equiparable a la del resto de europeos, gracias a la obtención del Certificado de Profesionalidad, que permitirá a los alumnos disponer de una acreditación oficial.

Además, en el Centro de Formación Cárnico Educarne disponen de una amplia oferta formativa que potencia la empleabilidad tanto a trabajadores y trabajadoras del sector, como a todos aquellos colectivos interesados en alguna de las áreas que comprende el comercio de productos cárnicos.

Su metodología, avalada durante todos sus años de experiencia, permite adquirir las competencias profesionales propias de los oficios relacionados con el sector cárnico, desde una perspectiva eminentemente práctica en un entorno real de trabajo y modernas instalaciones, gracias a un aprendizaje activo, próximo y participativo, con tutores y profesores expertos en la materia, apoyados por el resto de profesionales y técnicos de Fedecarne volcados en este proyecto. Son conocedores y referentes del sector cárnico en la Comunidad de Madrid, volcados en hacer de los profesionales del mismo, unos trabajadores cualificados y competitivos dentro del mercado laboral.

Lola Barragán.  
Tel. 91 547 13 24  
comunicación@educarne.es  
www.educarne.es



# NOS VAMOS AL BAR RAUSELL

## “LA MEJOR BARRA DE VALENCIA”

### ¿Qué es Rausell?

En principio, es nuestro apellido, y claro, también el nombre de nuestro bar. Toda una vida de dedicación. Un oficio transmitido de padres a hijos, con el valor del cariño y los principios del trabajo y la dedicación, inculcados por nuestros padres, una vida entre fogones. En este sentido tengo que decir que nuestro local es un negocio familiar, y nos consideramos una gran familia.

En definitiva, hemos querido crear un espacio gastronómico, de encuentro y disfrute situado en Valencia en la calle de Ángel Guimerá donde intentamos que nuestros amigos y clientes gocen de las mejores viandas que podemos encontrar bien sea en la barra del bar, en las mesas del restaurante o en la zona destinada a comida elaborada para llevar.

### La barra del Bar Rausell es famosa por su cocina ¿Qué tipo de cocina elaboráis?

Trabajamos una cocina de mercado buscando elaboraciones muy cuidadas y al mismo tiempo procesos sencillos, y sobre todo, cocina saludable. Prima la cocina mediterránea, intentamos darle todo el valor al “producto”. Alimentos de máxima calidad, sin máscaras donde los protagonistas son los ingredientes.

### ¿Carne o pescado?

En estos momentos donde hay determinados sectores que intentan desprestigiar a ambas cosas, nosotros creemos que es imprescindible tener una dieta variada y equilibrada, donde deben de aparecer sin falta las carnes y los pescados, además de todos los colores blancos, rojos y pescados blancos, azules...

Si somos lo que comemos, entonces busquemos la calidad dentro de esta variada y equilibrada dieta que debemos de tener.

### Los Proveedores, ¿Qué supone formar parte del mundo Rausell?

En una palabra “compromiso”. Nuestros proveedores deben de tener muy claro cuál es la filosofía de “Rausell”; la calidad, productos de proximidad y la sostenibilidad.

Después ya es sencillo, hay mucho feed-back, tenemos muchos, quizás demasiados proveedores. No solemos cambiar ni abandonar a nuestros proveedores sin motivo. Llevamos más de 75 años trabajando y muchos nos sirven más de 50 años, son relaciones muy bonitas que esperamos duren mucho tiempo más. Nos gusta por ejemplo en la carne que nos busquen animales y piezas con buena infiltración en el caso de la vacas. Probamos razas diferentes, en fin, estar a la última. Por supuesto, valoramos mucho los ganaderos que cuidan el bienestar animal.

### ¿Qué tipos de carne utilizáis?

Por el tipo de establecimiento que tenemos trabajamos con casi todo tipo de animales: Pollo, vacuno, cerdo, pato y además muchas elaboraciones distintas, como digo, uno de los principios de la casa es la alimentación variada y saludable. En este sentido ofrecemos un amplio abanico de productos, chacinas, embutidos, jamones, ternera, vaca, buey macho etc.



### ¿Parrilla o plancha?

Este es un dilema muy de moda hoy en día. En el País Vasco, cuna de los asadores y según nuestra humilde opinión lugar donde mejor se trabajan los asados, los proveedores más afamados defienden o se inclinan más por la plancha, pero los grandes maestros asadores, se desviven por defender las bondades de la brasa, eso si, con una muy buena y refinada técnica para asar, cosa sea dicha, difícil de encontrar fuera de esas latitudes. Defienden que cada tipo y corte de carne necesita

“ En nuestros proveedores valoramos mucho los ganaderos que se preocupan por el bienestar animal. ”

su brasa y su asado diferente. En nuestro caso hemos elegido una plancha, un grill con piedra volcánica y una parrilla de carbón vegetal “quebracho blanco”. Nos parece que es la mejor forma conseguir los mejores sabores y matices, al fin y al cabo, es de lo que se trata.

### Hablemos de maduración ¿Larga o corta?

Bueno cuando hablamos de maduración de carne de vacuno mayor encendemos otro debate. Los proveedores de carne son partidarios de maduraciones cortas, máximo 30 días, nosotros pensamos igual, maduraciones entre 30 y 35 días por supuesto en condiciones óptimas de frío y humedad, donde la carne adquiere un sabor y textura inigualable. El buey macho requiere, por su morfología y características, precisa de una maduración más larga y ahí si llegamos a 40-60 días. Buscamos carnes con sabores limpios y nítidos, aromas envolventes, donde quede ese largo y persistente sabor en boca.

Encantados de haber compartido estas palabras con vosotros, buen provecho y aquí teneis vuestra casa.



# ENTREVISTA A...

## ALMA PALAU



CONSEJO GENERAL  
DE COLEGIOS OFICIALES DE  
Dietistas-Nutricionistas



Presidenta

**“La carne es un alimento básico de la dieta mediterránea y un alimento importante en una dieta equilibrada”**

### ¿Qué papel tiene la carne en la dieta mediterránea?

La Dieta Mediterránea siempre con mayúsculas, es el nombre propio de un estilo de vida en el que la alimentación es casi toda ella de origen vegetal: hortalizas, legumbres, cereales... pero que a diario se complementa con 2 ó 3 pequeñas raciones, como la palma de la mano, de carnes, pescados o huevo.

### ¿Cuando hablamos de carne en la dieta mediterránea ¿se incluyen todas las carnes?

En la época clásica, tras heredar la agricultura y la ganadería del neolítico, se consolidan en toda Europa dos modelos, el clásico-mediterráneo y el bárbaro-continental. En el primero, la carne de la dieta es de ganadería ovina y caprina. Pero en la Edad Media, ambas culturas se mezclan, incorporándose el pastoreo, la caza, la pesca y la recolección, consumiéndose más carne, sobre todo de cerdo.

### Desde el punto de vista nutricional ¿son igual todas las carnes?

Parfraseando a la FAO, “la carne es el producto pecuario de mayor valor. Desde el punto de vista nutricional, la importancia de la carne deriva de sus proteínas de alta calidad, que contienen todos los aminoácidos esenciales, así como de sus minerales y vitaminas de elevada biodisponibilidad y otros componentes bioactivos”.

No todas las carnes son iguales, de la misma manera que no todas las frutas son iguales, por eso no se

recomienda una frente al resto, sino que en la variedad está el equilibrio.

### ¿Está justificada la no recomendación en exceso de carnes rojas?

Definamos primero la carne roja como la carne muscular de los mamíferos. No hay evidencia científica de que sea causa directa de cáncer colorectal pero sí se ha observado más presencia de este tipo de cáncer, así como de páncreas y de próstata, en las personas que consumen más carne roja. No se puede determinar su relación directa porque se dan otros factores dietéticos en estas personas que podrían ser también causantes, como la baja ingesta de vegetales, frutas, granos, etc.

### ¿Qué es lo que un consumidor debe pedir a una buena carne, nutritiva, que conserve todas sus propiedades?

Fundamentalmente que sea fresca, que conserve su color rojizo o rosado, que haya sido lo menos manipulada posible, que se la corten al momento.

### ¿Qué se puede hacer desde el punto de vista de la producción para tener una buena carne de calidad que aporte todas sus propiedades para una buena alimentación?

Lógicamente el propio cuidado del animal, su alimentación y su estilo de crianza influirá en la calidad nutricional de su carne. Pero también debe tenerse en cuenta el factor medioambiental y procurar producir el menor impacto posible sobre éste. Es en muchos ca-

sos una cuestión de ética y responsabilidad social. La alimentación saludable debe ir siempre de la mano del sistema de producción más sostenible y respetuoso posible, con el medio ambiente, con el animal y con el comensal.

### Las carnes procesadas en el centro del debate.

La carne procesada, la OMS la define como la carne que ha sido transformada a través de la salazón, el curado, la fermentación, el ahumado u otros procesos para mejorar su sabor o su conservación. Por tanto, el abanico de productos es muy amplio, desde el jamón serrano hasta las salchichas Frankfurt o la carne en lata, y no todas se comportan igual en el organismo.

En el caso de las carnes procesadas sí hay evidencia científica de que su consumo frecuente aumenta el riesgo de ciertos tipos de cáncer y es la causa de un cierto número de casos, aunque muy inferior a los producidos por el tabaco, el alcohol o la contaminación del aire, según la OMS.

### ¿Por qué no son recomendables las carnes procesadas, cuando algunas están tan arraigadas en nuestra cultura como los fiambres y embutidos?

La precariedad alimentaria en el Mediterráneo ha sido siempre una constante histórica y sus habitantes

encontraron formas de aprovechar todas las partes del cerdo -un animal demasiado grande para comer en poco tiempo- e idearon todas las formas posibles de conservación para tener alimento todo el año. Actualmente, con el fácil acceso a los alimentos los hemos normalizado en nuestra dieta y abusamos de ellos sin necesidad. El poder adquisitivo, la falta de tiempo, la comodidad de comprar y comer sin tener que cocinar... hace que desarrollemos enfermedades no transmisibles que nos provocamos con nuestros propios hábitos; no con la cultura, que no debe perderse.

### ¿Deberían descartarse de una alimentación equilibrada?

La frugalidad salva vidas. Debemos concienciarnos que tenemos que comer menos, en general, y que en una dieta equilibrada, las proteínas animales deben ser sólo un 15% del valor calórico total pero en este porcentaje pequeño comparten espacio carnes, pescados y huevos. Y dentro de las carnes, los embutidos y los fiambres aún ocupan una parte más reducida. En conclusión, no son un alimento necesario pero se pueden consumir esporádicamente.



**“LA IMPORTANCIA  
DE LA CARNE DERIVA  
DE SUS PROTEÍNAS  
DE ALTA CALIDAD”**



*En primer lugar, nos gustaría saber un poco como nació La Cabanenca.*

Bueno pues en 1853 fue cuando se establecieron en Burriana, pero La Cabanenca se llama así porque es de Cabanes, antes del 1853 eran una familia que baja a vender a los mercados de Burriana y tenían mucha fama por hacer sus embutidos y al final se quedaron aquí.

Desde ese año hasta ahora han sido seis generaciones de padres e hijos que han seguido con la misma tradición. Seguimos manteniendo esa misma manera de producir, pero nos hemos modernizado en la oferta de producto en otros alimentos.

*Y ¿qué creéis que es lo que más os diferencia del resto?*

Hace seis años que estábamos pensando qué hacer, si venir aquí al mercado de Burriana, pero los hábitos de consumo decían que había gente que nunca había entrado al mercado o que hacía 30 años que no venían. Era una barbaridad. Necesitábamos crear otra vez ese hábito de ocio. En el mercado ya estábamos vendiendo carne desde hace muchos años, lo que hicimos fue la reforma.

Por ello empezamos poniendo la barra, comenzamos tímidamente, y después cambiamos: La comida para llevar. Cada vez la gente cocina menos o tiene menos tiempo y hay menos cultura del producto. Además, hoy los comercios minoristas tienen que competir con las grandes empresas y si tú compras hoy un pollo y quieres tener mañana uno nuevo, para que sea fresco necesitas deshacerlo y cocinarlo.

Esto nace hace casi 4 años, de voy a tener el producto más fresco hasta tener que producir adrede. La gente tiene otras necesidades y ya no solo la gente joven si no también la gente mayor. Sabiendo que no es de línea, que es una cosa que hacemos nosotros también, que es nuestro producto, tiene ese valor añadido.

Además, hemos notado que el disfrute es diferente, antes yo compraba un producto bueno y me iba a mi casa, ahora el Joselito no me lo llevo a mi casa, me lo como por ahí en un restaurante...

Para mantener ese producto selecto es inevitable, para tener rotación y que el producto esté bueno, que des a probar, que puedas probar un poco de jamón acompañado con algo de vino.



**“ELS COENTS DE BURRIANA, UN EMBUTIDO QUE NOS CARACTERIZA”**

*¿Podrías contarnos algo sobre el Premio Nacional de Comercio que ganasteis?*

Me acuerdo el día que nos llamaron, nos quedamos muy sorprendidos, la buena recepción que tuvimos en Madrid y lo que ensalzaron nuestro trabajo. Una cosa que tuvieron muy en cuenta y que nosotros dábamos por hecho son los cursos de innovación y aceleración de empresas que hemos impartido. Tened en cuenta que la mayoría de carniceros se basan en conocimientos de experiencia, de tradición y hay mucho conocimiento del producto, pero de negocios muy poco. Entonces, tú sabes mucho y te gusta, pero al final tienes que sacar dinero de ahí. Vimos que necesitábamos saber conceptos básicos: recursos humanos, de tecno-



*“Premio Nacional de Comercio”*

logía, de marketing... De ahí nace el primer curso básico de innovación en el que participamos aquí en Burriana, y después nos seleccionaron del Castellón Global Program. Ahí eligen a unas cuantas empresas e hicimos como un pequeño máster donde un especialista te habla sobre un aspecto importante de la empresa, principalmente de cara a la innovación. Después tienes unas horas de mentorización con estos expertos para hablar sobre lo que a ti más te interesa o tus puntos débiles.

*Si se puede decir, ¿nos podrías contar cuáles son vuestros objetivos a corto o largo plazo?*

El último objetivo que tenemos y que estamos llevando a cabo es pasar de ser un minorista a ser un mayorista y revalorizar esa producción artesana que tenemos y exportarla. Es por esto que hemos cambiado el lugar de producción. Queremos centrarnos en exportar el embutido tradicional, como els “coents de Burriana”, un embutido que nos caracteriza.

La diferencia de carnicero y mayorista es muy grande, mucha inversión en programa de gestión, en controles y estamos invirtiendo mucho en esto.

Además, vamos a abrir una nueva tienda, donde tenemos ahora la producción. Nos centraremos más en los productos de km 0 y productos ecológicos, para producir los nuestros propios.

*Hemos visto vuestra tienda online, ¿creéis que es una buena inversión para el futuro?*

Nosotros ya llevamos con la tienda online durante dos años, lo que pasa es que aún no está totalmente acabada. Hoy en día aún no puedes hacer toda tu compra diaria por internet porque faltan muchos productos por subir, pero ya estamos vendiendo productos por toda España. Esperamos con el tiempo que esto sea posible e incluso queremos dar la posibilidad a la gente que vive cerca de recoger la compra en casa o poder llevársela a casa.

*Bueno pues muchas gracias por tu tiempo, ha sido un placer.*



# GASTRÓNOMA

**MILES DE PROFESIONALES DE LA GASTRONOMÍA VOLVERÁN A VALENCIA DEL 10 AL 12 DE NOVIEMBRE**

*Uno de los sectores que participa en el certamen desde sus inicios es el de charcuteros y carniceros, que este año tendrán una presencia más destacada en la feria.*

Gastrónoma, ya está posicionada como la feria gastronómica del mediterráneo, con un importante aumento de expositores, visitantes y cocineros de talla internacional año tras año. El Gremio de Valencia, forma parte de en este prestigioso certamen con su propio Stand, en el que nuestros agremiados tienen la posibilidad de exponer y participar en las actividades que el gremio organiza.

Nuestro Stand, en el pasillo central fue uno de los más visitados en el 2018. Con una nueva decoración y un montaje de vitrinas frigoríficas realizado por Singular Shop e iluminación de Lumilight. Constaba de 2 espacios bien diferenciados. Por una parte, el corner principal con exposición de trabajos aportados por maestros carniceros del gremio y una segunda vitrina con productos de Pagani Cheff y elaboraciones en directo.

Las elaboraciones que más sorprendieron fueron; Transición en la carnicería (Carns Enrique), Color y sabor en la Carnicería (El Net de Ricardet), Tradición e innovación (Rodrigo Embotits Artesans), trampantojos carnicos (Carnes Mariu), Sorprende en Navidad (Carnes Viver) o Preparando la Navidad con Cristina Vicent.

Además, realizamos exposición y cata de producto de Carnes Exóticas (Avestruces el Rincón), Elaborados Cárnicos (Carnes Viver), Embutido tradicional de Xirivella (Embutidos Toribio), Carne de potro (Carnes Murcia).

Siendo Gastrónoma una feria, de visita obligada para profesionales del sector, es importante que nuestro Stand sea el punto de encuentro para amigos y agremiados, lugar para compartir y sentir que el agremiado tiene su espacio propio y su casa en este importante certamen.

El Gremio de Carniceros de Valencia, ya está preparándose para Gastrónoma 2019, que se celebrará los días 10, 11 y 12 de noviembre en Feria Valencia. Miles de profesionales volverán a participar en este certamen, que es un punto de encuentro esencial para el sector y que además, crece en 2019.



La novedad principal para esta nueva edición es que Gastrónoma tendrá un 30% más de espacio gracias a que cambia de pabellón: del cinco se pasa al dos (nivel dos). Eso significa más marcas, más contenido y más tendencias unidas en un único espacio en el que las sinergias y el trabajo en Red está asegurado.

Asimismo, en 2019 Gastrónoma dará una presencia más destacada a la charcutería y a la carnicería con el objetivo de mostrar los productos de calidad de manera diferenciada al sector de la hostelería y la restauración. Se recalca así la importancia del sector en la gastronomía.

Feria de Valencia	📍
10.11.2019	📅
12.11.2019	📅



*La presencia internacional y la asistencia de profesionales de toda España darán el valor añadido a la que es la feria gastronómica más importante del mediterráneo.*

Gastrónoma mantendrá en esta nueva edición la Cocina Central, el Corner del Arroz y el espacio de #pande-verdad, así como la barra gourmet, el cooking y la zona de los vinos. Próximamente se presentarán también nuevos espacios, que se desvelarán en las próximas semanas. Un paso más para reforzar el certamen como un movimiento abierto a todos los agentes implicados en la gastronomía, el producto y el territorio.



# TENDENCIAS DE CONSUMO

## QUE ESTÁN CAMBIANDO EL COMERCIO MINORISTA DE ALIMENTACIÓN



*En una sociedad de consumo en cambio permanente y rápido, emergen y se consolidan tendencias que están transformando por completo los productos que vendemos, pero también la forma en que los estamos vendiendo. Las carnicerías deben ser capaces de asumir estos roles y pisar el acelerador del cambio para adaptarse a los nuevos tipos de consumidor y poder así recuperar protagonismo en la venta minorista de productos cárnicos.*

*Para poder resumir mejor las tendencias de consumo que atañen al comercio minorista de alimentación, en Coto Consulting destacamos cinco piezas clave sobre las que orbitan los cambios en los hábitos y procesos de consumo: Salud, Sostenibilidad, Comodidad, Innovación y experiencia de compra.*



### SALUD

La conciencia del consumidor continúa avanzando hacia hábitos más saludables. Sigue de esta forma en sintonía con el desarrollo de una sociedad cada vez más preocupada con la calidad de vida, el ejercicio y la salud en general. Cuando vamos a elegir un producto, la búsqueda de la salud va superando a la dieta, pues cada vez estamos más dispuestos a pagar más por productos con ingredientes beneficiosos para la salud, tal y como manifiesta el 57% de la población. En esta línea, prosigue el boom de proteínas vegetales y aumentará el concepto BIO y los productos artesanales.

Esta tendencia viene unida a la creciente preocupación e interés por conocer la trazabilidad de los alimentos vendidos tratando de conocer su composición para evitar intolerancias y alérgenos a la vez que se penaliza el uso de ingredientes percibidos como poco saludables para la salud (aceite de palma, aditivos, azúcares, etc.), ya que solo el 50% de la población considera que las etiquetas de los productos envasados son bastantes o muy creíbles. El consumidor pide más y mejor información de lo que está comprando.



### SOSTENIBILIDAD

Para un 43% de los encuestados, es necesario ofrecer productos con un empaquetado que implique menos plásticos según el informe "Comprador Europeo" elaborado por IRI.

Las múltiples fuentes que informan al consumidor sobre el estado actual y futuro del medio ambiente le influyen en su actuación de compra, que busca recompensar a las empresas y productos que, como ellos, se preocupen de ejercer una actividad productiva sostenible y respetuosa con el planeta.

Basándonos en datos de estudio de Kantar World-Panel, 4 de cada 10 encuestados consumen productos con certificado ecológico y orgánico, por ello no es de extrañar que estos productos crecieran un 14% durante el 2018.

Por otro lado, el 77% pagaría más por productos orgánicos de Km0 y de cercanía (IRi, estudio del comprador 2018), mientras que penalizan a marcas y empresas que no demuestren mediante acciones, que tienen integradas valores sostenibles con el medio ambiente. Esta sin duda es una gran oportunidad para las carnicerías, que deben ser capaces no solo de implantar este tipo de compra de proximidad, sino de visibilizarla y comunicarla de un modo claro y atractivo.



**PEDRO REIG CATALA**

Sociólogo especialista en comportamiento del consumidor.  
Consultor de Retail Marketing y Director de Coto Consulting  
[www.cotoconsulting.com](http://www.cotoconsulting.com)



### COMODIDAD

Si bien el consumidor exige más salud y sostenibilidad, no quiere renunciar a la comodidad y rapidez. "Lo quiero fácil y lo quiero ya" sería la frase que resume lo que está pidiendo en esta materia.

La cada vez más acusada simplificación de los procesos de compra y la sensación de falta de tiempo por parte de los consumidores, les hacen adoptar hábitos de compra mucho más cómodos, sencillos y que les roben el menor tiempo posible.

Según datos extraído de informes Nielsen, si a la sostenibilidad se le suman otras ventajas de conveniencia, como la rapidez o la practicidad, las posibilidades de impulsar la preferencia por la marca se multiplican por tres.

Respecto a la oferta de comida preparada, el "listo para comer" creció un 8% en 2018, siendo el 31% los consumidores que compran comida preparada y el 19% los que afirman que la comprarían si la encontrasen en tienda.

El 65% de los consumidores manifiestan que en 2025 el súper será la "madre que nos cocine". La pregunta es si las carnicerías van a quedarse como meros espectadores o van a saber aprovechar esta oportunidad utilizando sus fortalezas como son calidad de producto, capacidad de innovación en producto, atención personalizada y proximidad al consumidor.



### INNOVACIÓN Y EXPERIENCIA

El papel de la innovación no es otro que el de ejercer de multiplicador y permitir el desempeño de los deseos del consumidor. Al final, la innovación es una herramienta al servicio del cambio.

A nivel de producto, la creación de envases novedosos, la innovación en texturas con ingredientes naturales, la incorporación de nuevos ingredientes en la alimentación como la mezcla de especias árabes o el uso de insectos, son algunas de las acciones que irán incorporando los diferentes actores del sector de retail alimentario para proporcionar nuevas experiencias y emociones al consumidor, en espacios de venta atractivos que potencien la presentación del producto pero también la relación con el cliente, espacios más tecnológicos pero también más humanos, y más participativos pero a la vez más ágiles. Potenciar los sentidos a través de aromas (olfato), iluminación (vista), degustaciones (sabor) e interacción tecnológica (tacto)

En resumen, nos encontramos ante un consumidor dual que enfrenta y conjuga salud y sostenibilidad con facilidad y practicidad, pero que exige cada vez más experiencias de compra que le generen recuerdos positivos, que son los mejores aliados para crear fidelidad en el cliente.

# INFORME SOBRE CONTROL DE JORNADAS

POR ALBERTO CASTELLÁ, ABOGADO

Con efectos de 12 de mayo de 2019, el Gobierno, dentro de sus medidas de protección social y de lucha contra la precariedad laboral en la jornada de trabajo, ha introducido un nuevo apartado al artículo 34 del Estatuto de los Trabajadores (que regula de manera genérica la jornada laboral), instaurando la obligación del empresario **de garantizar el registro diario de jornada**, que deberá incluir el horario concreto de inicio y finalización de la jornada de trabajo de cada persona trabajadora, sin perjuicio de la flexibilidad horaria existente.

Dicha exigencia, según se argumenta en la exposición de motivos que justifican la adopción obligatoria de los empresarios a llevar el registro diario de jornada de sus trabajadores viene motivada por:

- a) Adaptar la normativa de jornadas efectivas de trabajo a las Directivas del Parlamento Europeo.
- b) Evitar los abusos empresariales mediante la imposición de jornadas laborales que exceden de las 40 horas ordinarias previstas, o su proporción si nos encontramos con jornadas a tiempo parcial.
- c) Mayor control sobre las horas trabajadas a los efectos no sólo de su abono expreso a los trabajadores, sino también por la cotización a la Seguridad Social de las mismas.

Esta nueva imposición a los empresarios, ya sean PYMES o MICROPYMES, que son la mayoría que representan el sector del gremio de charcuteros y carniceros de la Comunidad Valenciana, afecta igualmente a los comercios familiares y a los gestionados por profesionales autónomos con personal contratado al efecto, supone una nueva vuelta de tuerca del Gobierno para fiscalizar la actividad de los empresarios, introduciendo un nuevo sistema de control añadido a los dos específicos ya existentes hasta la fecha para controlar las Horas Extraordinarias (art. 35.5 del Estatuto de los Trabajadores) y las jornadas de los trabajadores a tiempo parcial (art. 12.4.c del Estatuto de los Trabajadores), aunque

dependiendo del sistema de control que elija el empresario podría establecerse un único modelo que englobaría los diferentes controles que sobre jornada nos impone el Gobierno, si bien, en el caso de los contratos a tiempo parcial, procedería su adaptación al modelo normalizado.

Del mismo modo, esta medida de control, como ya existía en los dos casos anteriores, obliga igualmente a conservar los registros de jornada efectuados durante cuatro años y tenerlos a disposición de los trabajadores, de sus representantes legales y de la Inspección de Trabajo y Seguridad Social.

Atendiendo a estas nuevas normas en cuanto al control de jornadas de trabajo, la importancia que desde las empresas se lleve a efecto el cumplimiento y control de los horarios de los trabajadores es fundamental para evitar que en un futuro próximo el empresario no se encuentre con problemas a nivel de sanciones por parte de la Inspección de Trabajo, con la consiguiente infracción como falta grave susceptible de una sanción entre 625 euros a 6.250 euros (aunque en casos muy graves que afecten al control de horas complementarias o falta de abono de horas extraordinarias las multas podrían alcanzar hasta los 187.515 euros), o que a nivel jurídico laboral, por el juego de las presunciones, que en los procesos laborales siempre juega a favor del trabajador, pueda

**“ESTAS MEDIDAS, QUE SI BIEN EN UN INICIO PUEDEN SUPONER UN IMPORTANTE QUEBRADERO DE CABEZA... A LA LARGA PUEDE SIGNIFICAR UN BUEN SISTEMA DE CONTROL”**

con la obligación legal de proporcionar información fiable y no manipulable a posteriori, debiendo contener, de manera inexcusable, la hora de inicio y de finalización de la jornada, si bien, el mismo podrá contener elementos que

permitan el descuento o control para las interrupciones o pausas que realicen los trabajadores entre el inicio y finalización de la jornada diaria (desayunos, almuerzos o pausas para fumar), con el fin de determinar el tiempo de trabajo efectivo.

Estas medidas, que si bien en un inicio pueden suponer un importante quebradero de cabeza para el empresario o autónomo con trabajadores contratados, a la larga puede significar un buen sistema de control que le



suponer que en caso de reclamación de trabajador por cuestiones de horas extraordinarias o complementarias (en caso de trabajadores a tiempo parcial) la Justicia dé la razón al trabajador de manera directa por el hecho de no llevar el registro de jornada o llevarlo de manera inadecuada.

La forma de ejecutar el procedimiento de registro de jornadas inicialmente no está sujeta a modelos o procedimientos específicos, siendo válido cualquier sistema consensuado con los trabajadores, ya sea en papel, telemático o aplicación móvil, siempre que se cumpla

permita adoptar los cambios organizativos necesarios para adaptar las jornadas de sus trabajadores a los periodos de producción óptimos mediante la distribución irregular de la jornada, aspecto éste que viene regulado en el artículo 6 del Convenio Colectivo de Comercio Minorista de Carnicería-Charcutería de las Provincias de Castellón y Valencia, y que permitiría, atendiendo a la demanda de servicios, reducir la jornada de los trabajadores de manera sistemática una hora diaria determinados días de la semana con el fin de incrementar la misma hasta 9 horas día en los periodos de mayor producción.

# FERIAS DEL SECTOR EN ESPAÑA



## FEBRERO '19

**Del lunes 18 al miércoles 20**

> **HORECA** \_Madrid (España)

Feria de restauración, alimentos y bebidas para mejorar la competitividad.

**Del martes 19 al viernes 22**

> **DAIRY & MEAT INDUSTRY** \_Moscú (Rusia)

Feria internacional para las industrias de lácteos y carne.

**Del viernes 22 al domingo 24**

> **GRILL & BBC** \_Sindelfingen (Alemania)

La gran feria en torno al mundo de la barbacoa.

**Del martes 26 al jueves 28**

> **EXPO CARNES Y LÁCTEOS** \_Monterrey (México)

Aditivos, ingredientes, materiales y maquinaria para el empaquetado de productos cárnicos, dispositivos para cortar y deshuesar o equipos de refrigeración.

**Del jueves 28 al viernes 1 de marzo**

> **PORCIFORUM** \_Lleida (España)

Feria relacionada con la industria cárnica.

## MARZO '19

**Del jueves 7 al sábado 9**

> **WORLD FOOD POLAND** \_Varsovia (Polonia)

Exposición internacional de alimentos y bebidas.

**Del miércoles 13 al viernes 15**

> **VIV** \_Bangkok (Tailandia)

Feria internacional de ganadería y procesamiento de los animales.

**Del martes 19 al viernes 22**

> **FIGAN** \_Zaragoza (España)

Feria internacional para la producción animal.

**Del domingo 24 al martes 26**

> **IMEAT** \_Modena (Italia)

Feria de innovación de productos del sector de la carnicería y charcutería.

**Del domingo 24 al martes 26**

> **ALIMENTARIA & HOREXPO** \_Lisboa (Portugal)

Feria de alimentación, hostelería y restauración.

## ABRIL '19

**A partir de abril 2019**

> **MARO CARNE & MILK** \_Casablanca (Marruecos)

Feria internacional para los sectores de carnes rojas y leche.

**Del lunes 8 al jueves 11**

> **XXXIII SALÓN DE GOURMETS**

\_Madrid (España)

Feria de alimentación, hostelería y restauración.

**Del lunes 20 al jueves 23**

> **HOSTELCO** \_Barcelona (España)

Feria de equipamiento para restauración, hostelería y colectividades en Europa.

**Del lunes 20 al jueves 23**

> **SALÓN INTERNACIONAL DE LA ALIMENTACIÓN Y BEBIDAS**

\_Barcelona (España)

Feria internacional de alimentación y bebidas.

**Del martes 30 al jueves 2 de mayo**

> **SIAL** \_Toronto (Canadá)

Feria internacional de comida.

## MAYO '19

**Del sábado 4 al jueves 9**

> **IFFA** \_Frankfurt (Alemania)

Feria internacional de la industria cárnica.

**Del lunes 6 al jueves 9**

> **TUTTOFOOD 2019** \_Milan (Italia)

Feria internacional dedicada a los alimentos y bebidas.

**Del jueves 30 al viernes 31**

> **SALÓN DE LA ALIMENTACIÓN PREMIUM**

\_San Sebastián (España)

Feria de alimentación, calidad, comercio y marketing.

## JUNIO '19

**Del jueves 6 al viernes 7**

> **ORGANIC FOOD IBERIA** \_Madrid (España)

Feria internacional de alimentos orgánicos de la península ibérica.

**Del jueves 6 al domingo 9**

> **SALIMAT ABANCA** \_Galicia (España)

Feria internacional de alimentación del Atlántico.

## AGOSTO '19

**Del martes 6 al jueves 8**

> **TECNO CARNE** \_Sao Paulo (Brasil)

Feria especializada en tecnologías para la industria de la carne.

**Del martes 27 al jueves 29**

> **IFTECH** \_Karachi (Pakistan)

Feria internacional de la tecnología de alimentos, de bebidas y de envasado.

## SEPTIEMBRE '19

**Del martes 17 al jueves 19**

> **MEAT ATTRACTION** \_Madrid (España)

Feria que gira en torno a 3 ejes estratégicos: comercialización, innovación y conocimiento.

## OCTUBRE '19

**Del jueves 3 al viernes 4**

> **INNOVATLANTICO 4.0** \_Vigo (España)

Feria de ciencia y tecnología, industria alimentaria.

**Del sábado 3 al lunes 5**

> **SUFFA** \_Stuttgart (Alemania)

Feria especializada de la industria de la carne.

**Del sábado 5 al miércoles 9**

> **ANUGA MEAT** \_Colonia (Alemania)

Feria internacional para el sector de la carne, embutidos, caza y aves.

**Del domingo 6 al lunes 7**

> **IMEAT** \_Barcelona (España)

Feria de innovación de productos del sector de la carnicería y charcutería.

**Del sábado 12 al domingo 13**

> **EVENORD** \_Nuremberg (Alemania)

Exposición de carnicería.

**Del martes 22 al viernes 25**

> **CIBUSTEC** \_Parma (Italia)

Feria de tecnología alimentaria.

## NOVIEMBRE '19

**Del domingo 10 al martes 12**

> **GASTRÓNOMA** \_Valencia (España)

Feria internacional y gastronómica que se celebra en Valencia.

**Del martes 12 al jueves 14**

> **HYGIENALIA PULIRE** \_Madrid (España)

Feria de higiene e inspección.

**Del viernes 22 al domingo 24**

> **SUISSE TIER** \_LUCERNA (Suiza)

Feria nacional de ganadería.

grāfiques  
machi

des de 1945

T. 96 178 00 57  
Almussafes (València)  
www.grafiquesmachi.com

Fabriquem envasos de cartó per a ús alimentari estandard i personalitzats. Ens adaptem a la teua necessitat.

millor sense plàstic !!

# DÍAS DE BARBACOA, CÉSPED, PISCINA Y RISAS CON AMIGOS

Durante todo el año esperamos las vacaciones de verano con ilusión. Una época para relajarse y descansar, pero, ¿no te ha pasado que has acabado aburriéndote de tanta inactividad? Desde luego, merece la pena vivir el verano intensamente y **organizar planes divertidos**, realizar actividades diferentes, cuidarse con los mejores productos de nuestra gastronomía y disfrutarlos en buena compañía. Entre las mejores propuestas gastronómicas que podemos hacer para el verano, no podemos olvidar esas maravillosas **barbacoas** en casa en la que degustamos excelentes carnes preparadas con esmero.



## SUGERENCIAS CON LA QUE PODRÁS PREPARAR UNA AUTÉNTICA BARBACOA GOURMET

**Chuletitas de cordero al romero.** Esta pieza es uno de los mejores cortes del cordero. Las chuletitas, aderezadas levemente con romero, aceite de oliva virgen extra y ajo, resultan deliciosas. Además, es una carne muy saludable para los más pequeños.

**Brochetas de cerdo con verdura y champiñones.** Los pinchos y las brochetas son formatos idóneos para una barbacoa, ya que permiten comer la carne y su acompañamiento prácticamente de un solo bocado, cómodamente y disfrutando plenamente de la experiencia. El cerdo combina perfectamente con pimientos, tomates, champiñones, cebolla, etc. Una manera fantástica de aprovechar las propiedades beneficiosas de la carne de cerdo.

**Solomillo de ternera con patata asada.** Cortado en medallones y dejando que adquiriera un leve tono rosado en su interior, estará sencillamente sublime. Por cierto, ¿sabes por qué la carne tiene ese sabor tan rico?

**Muslos de conejo con mazorcas de maíz tostado.** El verano requiere reponer fuerzas. ¿Qué mejor suministro natural de energía que la carne de conejo? Diversos estudios han destacado los efectos neficiosos de la carne de conejo en el rendimiento físico. Y ya si lo acompañamos de otro gran alimento como el maíz, el beneficio es doble.

Unos consejos más para que el día sea inolvidable

- **¿Leña o carbón?** Para estas barbacoas variadas que te proponemos, en las que se cocinan diferentes especialidades de carnes y verduras, el carbón ofrece mayor versatilidad.
- **Un buen cocinado.** Por favor, nunca debemos arruinar con una mala técnica de cocinado un producto de la máxima calidad, como las carnes que te hemos indicado. Es fundamental, por sabor y por salud, que las hagas siempre en su justa medida, ¡no hace falta quemarlas! Aquí tienes algunas claves para cocinar la carne.
- **No abuses de las salsas.** ¿Para qué tapar los sabores propios de la carne asada con un exceso de salsas? La jugosidad de la carne hecha a la parrilla no necesita de nada más.
- **Los piscinazos a lo loco penalizan.** ¿A ver si va a ser cierto lo que te decían en tu infancia al respecto de "hacer la digestión"? En cualquier caso, lo que sí debes hacer es actuar con sensatez a la hora de compaginar una barbacoa y una piscina.

# EL PAPEL DE LA MUJER EN LA GANADERÍA

Desde hace mucho tiempo, **la mujer desempeña un papel fundamental en el medio rural y en la ganadería**, pero es en los últimos años cuando este hecho viene adquiriendo un mayor reconocimiento y visibilidad.

## PONIENDO VOZ A UNA LABOR CALLADA

Las mujeres ganaderas siempre han estado muy presentes en el sector. Tradicionalmente, se les ha relacionado de manera injusta y generalizada con tareas de apoyo y un rol secundario. Y aunque sus labores abarcaran tareas de suma importancia, como el cuidado del ganado o la elaboración de productos, era habitual que

antiguamente se les contabilizara como ayuda familiar.

Esa escasa visibilidad que, como en muchos otros ámbitos de la sociedad, afectaba a la mujer en el mundo rural y ganadero, debe ser cosa del pasado. Afortunadamente, **las mujeres crecen en protagonismo** en los trabajos ganaderos, al frente de explotaciones igual que los hombres, obteniendo ese reconocimiento que merecen desde hace tiempo.

“ EN CUESTIÓN DE AVANCES SOCIALES Y DE MENTALIDAD, SE HA DADO UN SALTO FORMIDABLE ”



## EL EJEMPLO DE GANADERAS EMPRENDEDORAS

Se estima que las mujeres constituyen casi el **cinuenta por ciento** de la población del campo español. Las mujeres cumplen funciones económicas, sociales y medioambientales en el medio rural y con su trabajo en las granjas, contribuyen de forma esencial al desarrollo sostenible del entorno.

La normativa en igualdad de género ha ido reconociendo la labor económica y social de la mujer en el campo y en concreto, ha ayudado mucho a dar la visibilidad que las mujeres ganaderas han merecido históricamente. Algo que ha servido de semilla, a su vez, para el protagonismo progresivo de la mujer en el sector cárnico. Un momento muy relevante en esta senda hacia la paridad fue la **Ley 35/2011 de Titularidad Compartida**, por la cual

aquellas explotaciones que se gestionaban en el seno de una unidad familiar pasaban a un régimen de propiedad a partes iguales entre el hombre y la mujer.

En cuestión de avances sociales y de mentalidad, se ha dado un salto formidable. Cada vez hay más empresarias jóvenes que sacan adelante su propia explotación y que se implican de manera determinante en la transformación de los productos ganaderos. La ONU cifra en un **20% las mujeres que son titulares de explotaciones agrarias y ganaderas** en el mundo.

**No solo el emprendimiento va a más, también el liderazgo por parte de las mujeres.** Las estructuras del sector ya no son dirigidas sólo por hombres: cada vez más mujeres ostentan puestos donde se toman las decisiones que marcarán el futuro de la actividad ganadera y cárnica.

# RECETARIO



## BROCHETAS EN ESPIRAL DE TERNERA CON MOSTAZA

### Ingredientes:

- Filete de ternera
- Mostaza a la antigua
- Cortada de jamón de york
- Salpimentar

### Preparación:

- Untar el filete extendido con mostaza.
- Colocar encima la loncha de jamón york.
- Enrollar de forma compacta evitando huecos.
- Pinchar las espirales a la vez que cortamos intentando mantener el mismo grosor.

## BROCHETAS EN ESPIRAL DE TERNERA CON CARNE PICADA Y TOCINO IBÉRICO

### Ingredientes:

- Filete de ternera
- Carne picada adobada (cebolla, ajo y perejil)
- Láminas finas de tocino ibérico
- Salpimentar

### Preparación:

- Extender y sazonar el filete.
- Colocar láminas finas de tocino ibérico.
- Extender carne picada adobada.
- Pinchar las espirales a la vez que cortamos, intentando mantener el mismo grosor.



## PATÉ DE PIMIENTA

### Ingredientes:

- 250 gr. hígado de cerdo
- 250 gr. magro
- 500 gr. tocino
- 30% de caldo
- 4 gr. pimienta blanca
- 15 gr. sal
- 3 gr. nitrificante para cocidos

### Preparación:

- Desangramos el hígado enjuagándolo con abundante agua.
- Picamos la carne por placa de 3 mm. y colocamos la masa en un bol.
- A esta masa le añadimos las especias junto con el

nitrificante para cocidos y el agua, mezclamos todo hasta que quede una masa uniforme.

- En un bol, de cristal a ser posible, colocamos la masa y la introducimos en el microondas durante 3 minutos, la sacamos y movemos porque la temperatura de las paredes del bol será muy alta, y mezclándola conseguiremos que la temperatura sea uniforme, introducimos el bol en el microondas tantas veces hasta alcanzar los 60° aprox., entonces trituramos con una batidora hasta que quede una pasta fina.
- Volvemos a introducir el bol en el microondas en tiempos cortos hasta que alcance los 70° aprox.
- Una vez alcanzada esta temperatura, pasamos el paté al molde y dejamos enfriar en cámara.
- Decoramos con gelatina.

# CLAVES PARA COCINAR CARNE



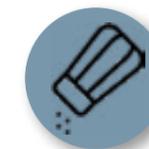
Los alimentos podrían considerarse auténticas “reservas de nutrientes”. No obstante, **la técnica y temperatura** alcanzada durante el cocinado condicionan la cantidad, características y propiedades como la digestibilidad o jugosidad. A la hora del cocinado, es frecuente cometer pequeños errores que llevan al desaprovechamiento parcial de estos nutrientes. Conviene analizar ciertos aspectos para cocinar la carne, uno de los alimentos más consumidos, de manera perfecta.



En el momento **previo al cocinado**, conviene tener en cuenta varios detalles. Es frecuente cortar la carne en dirección de la hebra, si bien, si se pretende que la carne esté tierna, es preferible **cortarla en el sentido opuesto a la hebra**. Para conseguir una tonalidad dorada en la superficie, conviene **secar previamente la pieza** antes de cocinarla. Si hay humedad superficial, el agua hierve con la temperatura y dificulta que la carne se dore. También se tiende a cocinar la carne rápidamente al sacarla de la nevera. Sin embargo, es preferible **dejar unos minutos la carne fuera de la nevera** para que se “atemperé” y así evitar cambios bruscos de temperatura con el fin de evitar posibles contaminaciones por microorganismos.



Respecto al momento del cocinado, **es esencial sellar la carne correctamente**. Esta técnica consiste en la formación rápida de una costra superficial por la acción de altas temperaturas, esto se consigue colocando la carne cuando la superficie está caliente. El sellado permite el **mantenimiento de los jugos internos de la carne** en el interior, de manera que ésta mantiene su sabor y jugosidad. Del mismo modo, es esencial **no pinchar o aplastar la carne** durante la cocción, ya que se dejan escapar los jugos internos, haciendo que la carne quede muy seca. Por otro lado, si colocamos la carne en la sartén o plancha estando aún fría, la carne absorbe más aceite del necesario para la cocción.



Otro momento crítico es el salpimentado. **La sal no debe adicionarse en crudo**, sino preferiblemente en la carne ya sellada. Salpimentar en crudo puede favorecer la deshidratación de la carne, mientras que añadirla posteriormente al sellado permite potenciar su sabor.

Cuidar estas técnicas a la hora de cocinar la carne resulta esencial para sacar el máximo partido a la pieza, aprovechando todas sus características. Conviene tomar el tiempo necesario para un correcto cocinado, **respetando los tiempos de cocción** y atendiendo siempre a la conservación de los alimentos.





En verano es habitual pasar el día en la playa con la familia y con amigos. Sol, arena, agua salada y tappers que saben a gloria después de estar toda la mañana en remojo. Eso sí, en nuestros picnics veraniegos no debemos descuidar nuestra alimentación. Comer en la playa no significa abandonar los ingredientes que ingerimos habitualmente, aunque, en algunos casos, deban ser preparados de distinta manera.

Los bocadillos y tortillas de toda la vida están muy bien, pero hay vida más allá de ellos. Elegir recetas frescas y nutritivas es lo más aconsejable, y es por eso que la carne se convierte en un alimento perfecto para protagonizar nuestras recetas.

## 5 IDEAS DELICIOSAS PARA UN DÍA EN LA PLAYA

**LA CARNE, IDEAL PARA PICNICS JUNTO AL MAR.** Desde un simple sándwich, hasta un elaborado pastel de carne, las posibilidades que nos brinda la carne para un día de playa son infinitas. Os proponemos algunas sugerencias para que vuestro día sea delicioso además de refrescante.

**CARNE MECHADA.** Es ideal para cocinarla con antelación y tomar fría, o si lo prefieres, emplearla para prepararte un bocadillo. La carne de cerdo es una de las carnes más digestivas, lo que la hace perfecta para consumirla si hace mucho calor. A eso se le suma que existen diferentes maneras de prepararla, todas deliciosas.

**MELÓN CON JAMÓN.** Si buscas una receta gourmet, cómoda y refrescan-

te esta debe ser tu elección. Además, el jamón, no sólo es un alimento muy sabroso, sino que es una buena fuente de proteínas de alto valor biológico fácilmente digerible. Así lo confirman los expertos.

**SÁNDWICH DE TERNERA MARINADA.** Para comer algo sencillo y manejable no hace falta quedarnos en el clásico bocadillo de toda la vida. La ternera marinada es ideal para un sándwich, ya que puede comerse fría y acompañarse de otros alimentos para convertirlo en gourmet. Queso mozzarella, aguacate o rúcula son algunas ideas para que nuestro sándwich triunfe.

**BROCHETAS DE CERDO.** Las brochetas son un formato ideal para un día

de playa por su comodidad. A eso se le añade que el cerdo combina perfectamente con verduras como los pimientos, tomates y champiñones. En definitiva una recomendable manera de disfrutar de las propiedades beneficiosas de la carne de cerdo.

**PASTEL DE CARNE.** Este pastel es estupendo para dejar preparado el día anterior y tomar frío en un picnic playero. Hay muchas maneras de prepararlo, pero a la carne picada, ya sea de ternera o de cerdo, se le pueden añadir ingredientes como aceitunas o pimientos del piquillo entre otros complementos que aportarán sabor. Cuando esté listo, córtalo en rodajas para que sea más cómodo a la hora de comer.



## -SAL-GRASA= +SALUD

PROYECTO DE REDUCCIÓN DE SAL Y GRASA EN DERIVADOS CÁRNICOS FRESCOS ELABORADOS EN CARNICERÍAS CHARCUTERÍAS

### ¿De dónde partimos?

Según la OMS el consumo de sodio debe ser menor de 2 gramos al día y el consumo actual en la UE está de media entre 8 y 12 g. de sal al día

Este consumo de sal tiene una clara relación con la presión arterial y las enfermedades cardiovasculares.

El marco europeo para iniciativas nacionales en relación con la reducción de sal para derivados cárnicos es de 16% en 4 años. Mientras que para la reducción de grasa es de 5% en 4 años y un 5% adicional en 2020.

### ¿Qué podemos hacer?

- Moderar el consumo de las grasas, fundamentalmente saturadas, azúcares y sal.
- Mensajes sobre hábitos de vida saludables (alimentación y actividad física).
- Dar opciones para un estilo de vida saludable y asequible.
- Informar a los consumidores. Utilizar la cercanía del carnicero charcutero con el consumidor.

### ¿A qué nos comprometemos con estos productos?

Reducción de un 5% el contenido medio de grasa y reducción de un 10% el contenido medio de sal.

### Ventajas del proyecto

- Poner en valor el producto elaborado de forma tradicional y al carnicero como profesional comprometido con el consumidor.
- Poner en el mercado un producto sin las características de los denominados funcionales y por tanto sin la complejidad y costes de este tipo de producto.
- Ofrecer al consumidor el mismo producto que encuentra actualmente en la carnicería charcutería, pero mejorado en su composición nutricional conforme a las recomendaciones de expertos en salud.
- Y hacer todo esto de forma progresiva evitando así que se vea afectado el gusto de los consumidores.

### Plan de actuaciones

Para las empresas fabricantes de aditivos:

- Reformular para poder ofrecer a los carniceros charcuteros, preparados con menor contenido en sal.

- Poner de manifiesto el compromiso social de la industria de aditivos con la salud de los consumidores.

Para carniceros y charcuteros:

- Reducir el porcentaje de sal en el caso de formular ellos.

- Adquirir mezclas de aditivos reformulados bajos en sal.

- Reducir el contenido en grasa que añaden al elaborado.

- Poner de manifiesto el compromiso social de la carnicería-charcutería con la salud de los consumidores.

Para consumidores:

- Conocer el compromiso social de la carnicería-charcutería con la salud de los consumidores.

- Disponer de productos bajos en sal y grasas manteniendo todas las características del producto artesanal.

### PRODUCTOS COMPROMETIDOS DE ESTE PROYECTO:

#### a) Salchicha de cerdo

- Grasa: 25% / 20% / 15%
- Sal: 18g/kg / 16.2g/kg / 14.4g/kg

#### b) Burger meat de cerdo

- Grasa: 35% / 27.5% / 20%
- Sal: 18g/kg / 16.2g/kg / 14.4g/kg

#### c) Burger meat mixta (cerdo y ternera)

- Grasa: 25% / 20% / 15%
- Sal: 18g/kg / 16.2g/kg / 14.4g/kg

#### d) Embutido de sangre

- Grasa: 55% / 48% / 41%
- Sal: 18g/kg / 16.2g/kg / 14.4g/kg

#### e) Butifarra blanca

- Grasa: 50% / 43% / 36%
- Sal: 18g/kg / 16.2g/kg / 14.4g/kg

#### f) Chistorra

- Grasa: 20% papada





**GREMI DE CARNISSERS – XARCUTERS  
DE VALÈNCIA I PROVINCIA**

## SERVICIOS

- > **Respuesta** a más de 300 consultas planteadas por agremiad@s. **Consultas** jurídicas, fiscales, de Seguridad Alimentaria, etc.
- > **Asesoramiento** general a nostr@s agremiad@s.
  - > Celebración de **cursos de formación** sobre la implantación de la guía, manipulador, nuevos elaborados, etc. Participación en otro tipo de cursos a través de Cámara Valencia, Ainia, Fedacova, Covaco, obteniendo una valoración media de 8,2 puntos sobre 10.
  - > Publicaciones en **Redes Sociales** y Web, así como el inicio de la publicación Semanal del Boletín Informativo.



**OTROS  
SERVICIOS**

### > **Ayudas y subvenciones:**

El Gremio ofrece a sus agremiad@s un servicio de alertas en ayudas y subvenciones convocadas por las distintas administraciones públicas. Se trata de localizar y facilitar toda la información necesaria para encontrar y solicitar ayudas.

### > **Bolsa de Trabajo:**

La bolsa de trabajo creada por el Gremio intenta recoger ofertas de empleo e incluye también los curriculum vitae de personas que desean trabajar en el sector y que están disponibles. Queremos mejorar este servicio a lo largo del próximo ejercicio 2019 y seguimos trabajando en ello.

### > **Comunicación:**

En el ejercicio 2018 ya creamos con ayuda externa, un comité de comunicación con objeto de informar debidamente tanto a nostr@s agremiad@s como a organismos y público consumidor de todas aquellas acciones que se están llevando a través del Gremio, así como defender los intereses de nuestro sector, ante las nuevas tendencias, además de ampliar y modernizar las vías de comunicación para dar más visibilidad a las actuaciones que se realizan y promocionar el sector en su conjunto.

### > **Convenio Colectivo:**

El actual Convenio Colectivo de comercio minorista de carnicería-charcutería, para Valencia y provincia, se ha venido tramitando desde el Gremio en los últimos tiempos.

De cara al ejercicio de 2020, se entrará en contacto con los organismos correspondientes, en orden a negociar el próximo Convenio Colectivo. Se está intentando ampliar el ámbito de este Convenio, para toda la Comunidad Valenciana y conseguir así mayor impacto.

Se espera poder finalizar dichas negociaciones a lo largo del ejercicio 2019.

### > **Guías de prácticas correctas de higiene para establecimientos de elaboración y comercio minorista de la carne y comidas para llevar:**

Desde 2016 desde el Gremio continuamos realizando la formación correspondiente para la debida implantación de la Guía en todo el sector minorista de la carne de la Comunidad Valenciana.

Además periódicamente nos reunimos con la Consellería de Sanidad, con el Servicio de Gestión del Riesgo, Dirección General de Investigación y Salud Pública, Gestión de Riesgos Alimentarios, para revisar aquellas dudas o cuestiones que se plantean en la aplicación de esta guía. Conseguimos en 2018 resolver los problemas planteados en el municipio de Torrent además cómo tratar sobre las áreas de salud y la venta en las mismas.

Seguimos trabajando y organizando talleres para que nostr@s agremiad@s puedan exponer sus dudas y consultas sobre este tema que son debidamente trasladadas al organismo correspondiente.

### > **Campaña “-SAL-GRASAS=+SALUD”**

Por nuestra pertenencia a CEDECARNE, estamos adheridos a esta campaña, campaña que volveremos a trabajar durante el ejercicio 2019.

### > **Buen Gobierno y Transparencia:**

Entre los objetivos de la actual junta directiva se encuentra el fomento de las iniciativas que contribuyan a mejorar el buen gobierno, la gestión y la transparencia del Gremio, así como dar respuesta a las necesidades de formación de sus agremiad@s, con el fin de promover su eficiencia y mejorar el cumplimiento de las normativas vigentes de nuestro Sector.

Para ello se están organizando jornadas, cursos, encuentros, cuya finalidad es crear un punto de encuentro entre nostr@s agremiad@s, para recoger información, consultas, dudas, y cualquier otra cuestión, con el fin de ofrecer una visión general de nuestro Sector y poder trasladarlo a los organismos competentes.

## Sistemas de control de temperatura online y automático

### SOLUCIÓN 1: CONTROL DE TEMPERATURA

- Consulta la temperatura de las cámaras frigoríficas y refrigeradores desde donde estés.
- Almacena históricos de varios años y consúltalos cuando quieras.
- Obtén gráficas de temperatura en pantalla o en papel.

### SOLUCIÓN 2: TERMÓGRAFOS

- Prepárate para cumplir con la norma UNE-EN 12830:2019.

### RUTAS EN TIEMPO REAL (Opcional)

- Controla las rutas de los vehículos y tenlos localizados en tiempo real.

**Elige la solución  
que mejor  
se adapte  
a tus necesidades**

**¡Pregúntanos!  
660 536 969**



**Grupo  
Buscalia**



buscalia.com  
96 333 40 10  
info@buscalia.com

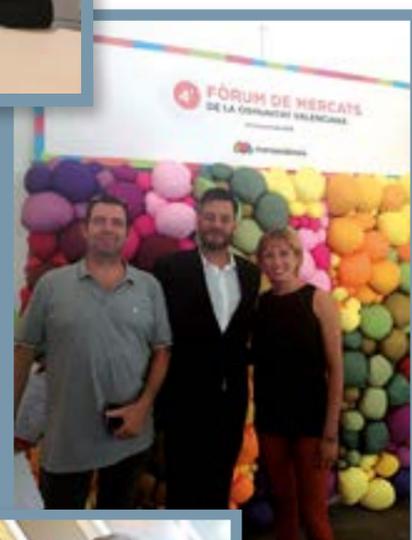
# 2018\_ACTIVIDADES INSTITUCIONALES

*A lo largo de 2018 se han mantenido reuniones con los siguientes Organismos:*

- Reuniones en el Comité ejecutivo de COVACO, dada nuestra pertenencia a dicha Asociación de Comercio que tiene ámbito de la Comunidad Valenciana.
- Reuniones en CAMARA VALENCIA, dada igualmente nuestra pertenencia a dicha Organización.

*A lo largo de 2018 se realizaron las siguientes actividades institucionales:*

- En enero participamos en la Jornada sobre resistencias antimicrobianas organizadas por la Consellería de Sanidad.
- En Febrero asistimos a la presentación de los resultados de la encuesta de hábitos de consumo 2017.
- El 25 de Febrero asistimos a la Asamblea de nuestra Federación Nacional CEDECARNE para tratar sobre nuestro sector a nivel nacional y europeo.
- Abril se firmó un Convenio de Colaboración con la FUNDACIÓN DE SECRETARIADO GITANO.
- En septiembre participamos en el Fórum de Mercats de la Comunitat Valenciana.
- En Octubre formamos parte de la Mesa Redonda celebrada con motivo de la Jornada de Presentación del Convenio entre la Consellería de Sanidad Universal y el Ayuntamiento de Valencia, en materia de Seguridad Alimentaria.
- Además, durante 2018 hemos participado en las reuniones de la CIBC celebradas en Bruselas dentro del grupo de expertos.
- Hemos asistido a diversas jornadas organizadas por FEDACOVA, AINIA, CAMARA VALENCIA, COVACO etc., dada nuestra pertenencia a estas organizaciones.

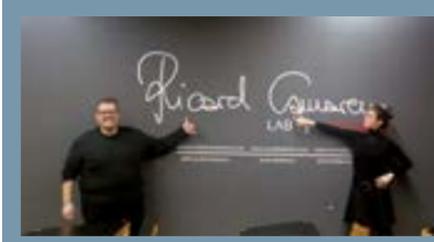


# 2018\_ACTIVIDADES DEL GREMIO

- El 5 de marzo y de la mano de CEDECARNE, pudimos acudir a una Jornada en Barcelona con la mejor carnicería del Mundo, Victor Churchill.
- En Abril asistimos a ALIMENTARIA, Feria que se celebra en Barcelona.
- Igualmente en Abril comenzamos con la formación para la implantación de las guías correctas de higiene en el sector minorista de la carne. Asimismo se celebró una jornada en el Centro de Artesanía de la Comunidad Valenciana, para recoger dudas, consultas, problemas, etc., planteados con este tema y que posteriormente llevamos a la Consellería de Sanidad.
- El 24 de Abril celebramos una jornada WORLD CAFE de motivación, a la que asistieron un gran número de agremiados@s, disfrutando de momentos inolvidables.
- El 28 de Mayo en las instalaciones de Ricard Camarena en el Mercado de Colón, realizamos un curso de nuevos elaborados con ANA PARIS.
- El 10 de Septiembre patrocinamos y varios agremiados participaron en el II CONCURSO INTERNACIONAL ARROS DE LA VALLDIGNA, en la categoría de figatells, contando con la participación de CARNICERIA ARELLANO, CARNES VIVER, CRISTINA VICENT del Mercado del Cabanyal, siendo el ganador del mismo Carlos Catalá de CARNICERIA CATALA. Parte de nuestra Junta Directiva actuó como jurado en dicho certamen.
- El 17 de septiembre y en colaboración con la empresa LA PILARICA, celebramos un taller en donde pudimos conocer de primera mano, novedades en este sector.



- El 24 de Septiembre asistimos a las instalaciones de Cámara Valencia, en el curso e-mail para torpes, en donde pudimos aprender como manejarnos con distintas aplicaciones.
- Del 12 al 14 de Octubre se celebró el MEAT CARNIVAL en la Marina Real, y varios agremiados pudieron disponer de puntos de venta de sus productos.
- El 22 de octubre asistimos al taller organizado por la empresa ROUGIE SARLAT sobre elaborados a partir de productos del pato.
- El 29 de Octubre y en colaboración con Cámara Valencia, organizamos un curso sobre la utilización de las herramientas de whatsapp.
- El 4 de noviembre y de cara a las fiestas Navideñas organizamos un curso de elaborados "PREPARANDO LA NAVIDAD"
- El 5 de Noviembre realizamos un taller sobre los nuevos cortes de CONEJO, contando con el formador Salvador Simo.
- El 7 de noviembre celebramos una MESA REDONDA SOBRE LA NORMATIVA PARA LA COMERCIALIZACIÓN DE LA CARNE ECOLÓGICA.
- Del 11 al 13 de noviembre y como es habitual en el Gremio, participamos en GASTRÓNOMA 2018, contando con gran afluencia tanto de profesionales del Sector como de público en general.
- El 14 de noviembre y en colaboración Cámara Valencia, organizamos un curso sobre redes sociales INSTAGRAM.
- El 19 de Noviembre e igualmente en colaboración con Cámara Valencia, se organizó un taller bajo el título: "Apúntate al reto: mejora la experiencia de tu cliente"
- El 25 de noviembre y en colaboración con la empresa PAGANI, realizamos unos talleres demostrativos de los productos de esta empresa.



# ACTIVIDADES DEL GREMIO

## 2019\_1r. Semestre



- 19 de enero: 40ª aniversario del Gremio.
- 4 de febrero: 1º Curso 2019 - IMPLANTACIÓN GUÍA.
- 18 de febrero: ASAMBLEA GENERAL Gremio de Carniceros Valencia - Elecciones a Junta Directiva.
- 25 y 26 de febrero: Taller en MANUFACTURAS CEYLAN.
- 5 y 6 de marzo: TALLER CON PAGANI CHEF.
- 11 de marzo: Taller sobre: Recomendaciones de uso y tipos de tripa natural.
- 3 de abril: Curso de MANIPULADOR DE ALIMENTOS (Valencia)
- 9 de abril: Demo informativa HORNO RACIONAL.
- 13 de mayo: Curso con SILVIA VILLARES - HABITOS SALUDABLES PARA ALCANZAR METAS EN TU VIDA.
- 20 de mayo: Taller con CHARCUVAL sobre QUESOS, SUS VENTA Y MANEJO.
- 21 de mayo: 2º Curso 2019 IMPLANTACIÓN DE LA GUÍA.
- 27 de mayo: Taller sobre JAMÓN.
- 3 de junio: En colaboración con CEDECARNE - 65ª Aniversario de EL POZO.
- 16 de junio: Taller sobre COCINA AL VACÍO con la empresa TABERNER.
- 17 de junio: Mesa redonda sobre la COMERCIALIZACIÓN DE CARNE ECOLÓGICA.
- 18 de junio: Taller sobre ESCANDALLOS.
- 1 de julio: Curso en CÁMARA VALENCIA, sobre INNOVACIÓN EN EL PEQUEÑO COMERCIO.

# JUNTA DIRECTIVA

<b>President</b> <b>José Rodrigo</b> -Rodrigo Embotits-	<b>Vicepresidenta</b> <b>Samia Tavares</b> -Carnes ArtesanaS-	<b>Vicepresident</b> <b>Miguel Varea</b> -Varea Burguer-
<b>Vicepresident</b> <b>Francisco Escobar</b> -Carnes Viver S.L.-	<b>Secretari</b> <b>Enrique Calvo</b> -Carns Enrique-	<b>Tresorer</b> <b>Salvador Simó</b> -El Net de Ricardet-
<b>Vocal</b> <b>Manolo Calabuig</b> -Carnicería Manolo y Amparo-	<b>Vocal</b> <b>Mª José Sisternes</b> -Carnissería Mariu-	<b>Vocal</b> <b>Juan José Hernando</b> -Carnicería Hermanos Hernando-
<b>Vocal</b> <b>Toni Alberola</b> -Carnissería Francisco Aranda-	<b>Vocal</b> <b>Carlos Catalá</b> -Carnicería Catalá-	<b>Vocal</b> <b>Juan Carlos Sánchez</b> -Carnicerías Alfonso-



## Adeslas

Es MÁS que un seguro...

- > **Más Prevención**  
Más ventajas que ponemos a tu servicio para mejorar tu bienestar y tu calidad de vida.
- > **Más Atención**  
Servicio de orientación médica para dudas sobre enfermedades, medicamentos, informes...
- > **Más Tranquilidad**  
Protección de pagos por desempleo: podrás mantener tu seguro médico hasta 12 meses.
- > **Más Ventajas**  
Con el Club Adeslas, descuentos y ventajas en más de 100 establecimientos de bienestar y cuidado personal, deporte, ocio...
- > **Más Servicios**  
Cirugía refractiva, psicoterapia, homeopatía.  
Criopreservación de células madre de cordón umbilical, dejar de fumar...

Salud + Dental

## Adeslas

Nº 1 en Seguros de Salud

"Precios especiales para agremiados en el sector y sus familiares"

**Yolanda Sánchez**  
SegurCaixa Adeslas | Agente exclusivo  
Móv. 667 631 214  
sanchezyo@agente.segurcaixaadeslas.es  
C/ Salvador Sastre, 10 | 46007 Valencia

# DATOS DEL SECTOR

## COMERCIO AL POR MENOR DE CARNE Y PRODUCTOS CÁRNICOS EN ESTABLECIMIENTOS ESPECIALIZADOS.

Volumen de negocio:

**4.183** Millones de Euros

**24.938**  
EMPRESAS

**4.182.307**  
CIFRA DE NEGOCIO

**59.679**  
PERSONAL OCUPADO

**35.956**  
PERSONAL REMUNERADO

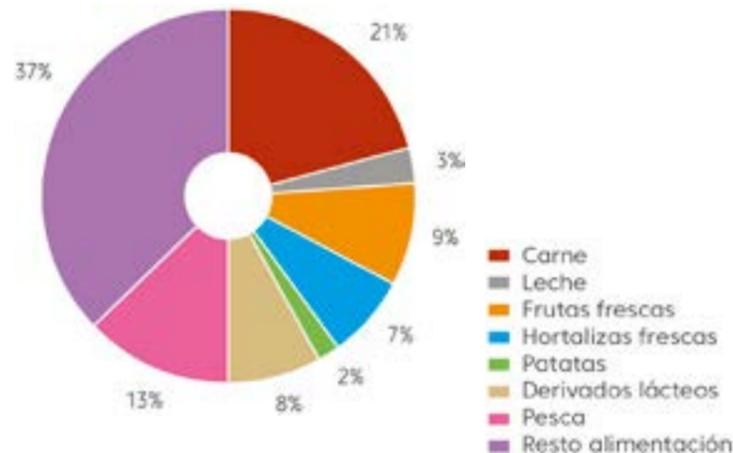
## LA DISTRIBUCIÓN DEL GASTO ALIMENTARIO

Todas las cifras recogidas se refieren al consumo y gasto en el hogar en el año 2018.

Con respecto al año 2017, se ha producido un ligero descenso del 0,1% en el gasto alimentario de los hogares españoles.

La carne es el producto en el que más gastan los españoles, suponiendo un 21% del gasto total.

EL consumo de carne fresca en los hogares españoles durante el año 2018 sufrió una caída en la demanda del 2,2%, siendo el consumo de 1.696,47 millones de kilos.



Fuente: Instituto Nacional de Estadística  
Datos: Memoria Cedecarne 2018

## EVOLUCIÓN DEL CONSUMO DE CARNE EN HOGARES POR ESPECIE (kg/persona)

	2013	2014	2015	2016	2017	2018
Vacuno	6,38	6,23	5,88	5,71	5,61	5,19
Ovino/Caprino	1,89	1,88	1,77	1,70	1,64	1,49
Porcino	10,68	10,98	10,67	10,93	10,73	10,23
Pollo	14,76	14,82	14,19	13,79	13,86	12,99
Otras	6,70	7,03	6,56	6,34	6,53	6,62
Transformadas	12,44	12,78	12,02	11,72	11,73	11,44
<b>TOTAL</b>	<b>52,85</b>	<b>53,72</b>	<b>51,10</b>	<b>50,19</b>	<b>50,11</b>	<b>47,96</b>

## ESTRUCTURA DEL GASTO (% EN EUROS)

Durante el año 2017 se ha producido un ligero incremento del gasto de porcino, otras carnes y transformadas, sufriendo un descenso el resto de las carnes.

	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018
Vacuno	17,56	17,33	16,55	16,54	16,01	16,08	15,67
Ovino/Caprino	6,42	5,71	5,44	5,47	5,53	5,36	5,23
Porcino	18,43	18,24	18,65	19,13	20,06	19,09	19,24
Pollo	17,28	17,61	17,70	17,56	17,23	17,22	17,16
Otras	10,18	10,44	10,82	10,59	10,57	10,90	10,99
Transformadas	30,13	30,67	30,84	30,70	30,60	31,34	31,72
<b>TOTAL</b>	<b>100%</b>						

## ESTRUCTURA DEL CONSUMO (% EN KG)

La distribución del consumo de carne en los hogares se viene manteniendo estable durante los últimos años, habiendo un descenso algo más acusado en vacuno. El consumo de carne transformada aumenta ligeramente.

	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018
Vacuno	12,49	12,07	11,55	11,54	11,37	11,20	10,90
Ovino/Caprino	3,96	3,58	3,53	3,49	3,40	3,28	3,14
Porcino	20,40	20,20	20,38	21,05	21,77	21,30	21,49
Pollo	27,60	27,92	27,62	27,77	27,48	27,66	27,29
Otras	11,65	12,69	13,13	12,77	12,63	13,09	13,16
Transformadas	23,90	23,54	23,79	23,38	23,35	23,47	24,03
<b>TOTAL</b>	<b>100%</b>						

## COMPARATIVA ENTRE GASTO Y CONSUMO

El mayor gasto, como viene siendo habitual en los últimos años, se destina a las carnes transformadas, siendo también como en años anteriores el mayor consumo de carne de porcino y pollo.

	CONSUMO (%KG)	GASTO (% €)
Vacuno	10,90	15,67
Ovino/Caprino	3,14	5,23
Porcino	21,49	19,24
Pollo	27,29	17,16
Otras	13,16	10,99
Transformadas	24,03	31,72
<b>TOTAL</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>

### EVOLUCIÓN DE LA CUOTA DE VENTA DE CARNE SEGÚN EL TIPO DE ESTABLECIMIENTO (% EN VALOR)

La cuota de venta en los supermercados sigue creciendo. La tienda tradicional experimenta una bajada, aunque sigue siendo el lugar de venta elegido para la compra de carne de vacuno y de ovino. La venta de carne por internet, aunque ha crecido, sigue siendo muy residual.

	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018
Carnicería-Charcutería	33,04	33,76	30,34	30,13	28,77	28,07	26,97
Supermercado	46,00	46,94	48,91	47,94	49,60	50,50	53,91
Hipermercado	11,48	10,14	11,80	12,33	12,18	11,93	11,76
Internet						0,64	0,69
Otros	9,48	9,16	8,95	9,60	9,44	8,87	6,67
<b>TOTAL</b>	<b>100%</b>						



### EVOLUCIÓN DE LA CUOTA DE VENTA DE CARNE DE VACUNO SEGÚN EL TIPO DE ESTABLECIMIENTO (% EN VALOR)

	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018
Carnicería-Charcutería	47,08	45,39	44,70	46,31	43,76	42,20	41,10
Supermercado	35,81	37,01	37,38	34,32	36,76	38,21	40,62
Hipermercado	9,74	10,40	10,36	11,29	11,58	11,64	11,74
Internet						0,46	0,54
Otros	7,37	7,19	7,56	8,08	7,90	7,48	6,00
<b>TOTAL</b>	<b>100%</b>						



### EVOLUCIÓN DE LA CUOTA DE VENTA DE CARNE DE OVINO/CAPRINO SEGÚN EL TIPO DE ESTABLECIMIENTO (% EN VALOR)

	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018
Carnicería-Charcutería	44,75	43,25	43,40	45,92	45,53	42,66	41,49
Supermercado	31,46	33,60	34,17	28,70	31,27	32,81	35,85
Hipermercado	9,58	8,99	8,81	9,19	8,92	8,91	10,21
Internet						0,56	0,44
Otros	14,26	14,16	13,62	16,19	14,28	15,06	12,01
<b>TOTAL</b>	<b>100%</b>						



### EVOLUCIÓN DE LA CUOTA DE VENTA DE CARNE DE PORCINO SEGÚN EL TIPO DE ESTABLECIMIENTO (% EN VALOR)

	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018
Carnicería-Charcutería	37,56	36,05	35,60	34,43	32,28	32,83	31,42
Supermercado	41,52	43,31	44,63	44,06	45,55	46,59	50,13
Hipermercado	9,93	10,33	10,50	10,99	10,98	10,77	10,22
Internet						0,52	0,60
Otros	10,99	10,31	9,27	10,52	11,19	9,29	7,63
<b>TOTAL</b>	<b>100%</b>						



### EVOLUCIÓN DE LA CUOTA DE VENTA DE CARNE DE POLLO SEGÚN EL TIPO DE ESTABLECIMIENTO (% EN VALOR)

	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018
Carnicería-Charcutería	33,73	32,01	31,33	29,71	28,12	27,54	26,14
Supermercado	48,83	49,96	51,04	51,54	53,33	53,55	57,65
Hipermercado	9,57	10,24	9,83	10,53	10,16	9,75	9,56
Internet						0,54	0,63
Otros	7,87	7,79	7,80	8,22	8,38	8,61	6,02
<b>TOTAL</b>	<b>100%</b>						



### EVOLUCIÓN DE LA CUOTA DE VENTA DE CARNE TRANSFORMADA SEGÚN EL TIPO DE ESTABLECIMIENTO (% EN VALOR)

	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018
Carnicería-Charcutería	19,56	17,71	17,14	17,44	17,15	16,47	15,96
Supermercado	55,21	56,64	57,93	57,53	58,41	59,36	62,15
Hipermercado	16,05	16,34	16,13	16,38	16,13	15,44	15,39
Internet						0,43	0,93
Otros	9,18	9,32	8,80	8,65	8,31	9,86	5,57
<b>TOTAL</b>	<b>100%</b>						

Vender es como montar en bici... Si dejas de pedalear, te caes.

Te ayudamos a ir más allá

IMAGEN Y COMUNICACIÓN - INVESTIGACIÓN DE MERCADOS - FORMACIÓN Y VENTAS

coto | 15 años marcando

VALÈNCIA - ALICANTE - MADRID

963 942 775

COTO@COTOCONSULTING.COM

WWW.COTOCONSULTING.COM

MAESTRO JAMONERO

LosAltos

Jamonería

Especialistas Jamones Alta Calidad.

Origen del Pueblo

**EL GASTO Y EL CONSUMO DE CARNE EN ESPAÑA EN EL AÑO 2018  
POR COMUNIDADES AUTÓNOMAS (En hogares)**

Comunidades	TOTAL CARNE		VACUNO		OVINO/CAPRINO		PORCINO		POLLO		C. TRANSFORMADAS	
	Volumen (kg)	Valor (€)	Volumen (kg)	Valor (€)	Volumen (kg)	Valor (€)	Volumen (kg)	Valor (€)	Volumen (kg)	Valor (€)	Volumen (kg)	Valor (€)
Andalucía	17,07	15,67	11,50	10,73	8,91	8,54	17,17	16,50	18,70	18,20	20,23	18,05
Aragón	3,26	3,24	2,64	2,71	6,06	5,98	3,11	3,16	3,42	3,54	3,01	2,84
Asturias	2,30	2,36	2,85	2,81	1,60	1,58	2,64	2,63	2,17	2,05	2,33	2,47
Baleares	2,24	2,14	2,03	1,99	1,61	1,58	2,13	2,04	2,56	2,59	2,02	2,03
Canarias	4,14	3,86	4,77	4,37	1,14	0,94	3,10	2,83	2,61	2,98	4,79	4,30
Cantabria	1,21	1,29	1,99	2,12	0,91	0,92	1,13	1,18	1,12	1,16	1,17	1,15
C. La Mancha	4,85	4,55	3,53	3,48	6,27	5,64	5,30	5,08	4,71	4,43	5,22	4,76
Castilla León	6,55	6,62	7,62	7,62	11,05	11,04	7,29	7,38	6,17	5,81	5,41	5,44
Cataluña	16,23	17,80	16,35	17,48	18,05	19,10	16,84	17,98	15,71	17,05	15,26	17,76
Extremadura	2,06	1,90	1,45	1,37	1,60	1,60	2,27	2,22	2,07	1,90	2,33	2,07
Galicia	6,49	6,27	8,76	8,01	6,84	6,94	8,38	7,95	5,69	5,50	5,00	4,83
La Rioja	0,62	0,64	0,57	0,62	0,79	0,76	0,63	0,65	0,57	0,60	0,55	0,57
Madrid	13,11	13,83	16,72	16,60	13,79	14,14	11,33	11,58	13,22	13,46	13,86	14,80
Murcia	2,84	2,65	1,72	1,70	3,22	3,20	2,78	2,73	3,14	2,99	3,11	2,80
Navarra	1,35	1,42	1,46	1,71	1,59	1,62	1,35	1,41	1,35	1,34	1,18	1,20
País Vasco	4,78	5,42	7,13	7,91	5,35	5,59	4,05	4,26	4,75	5,11	4,48	5,12
Valencia	10,89	10,34	8,91	8,76	11,22	10,84	10,48	10,42	12,04	11,30	10,04	9,82
<b>TOTAL</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>

**EL GASTO Y EL CONSUMO DE CARNE EN ESPAÑA EN EL AÑO 2018  
POR COMUNIDADES AUTÓNOMAS (En hogares)**

Comunidades	TOTAL CARNE		VACUNO		OVINO/CAPRINO		PORCINO		POLLO		C. TRANSFORMADAS	
	Consumo per cápita (kg)	Gasto per cápita (€)	Consumo per cápita (kg)	Gasto per cápita (€)	Consumo per cápita (kg)	Gasto per cápita (€)	Consumo per cápita (kg)	Gasto per cápita (€)	Consumo per cápita (kg)	Gasto per cápita (€)	Consumo per cápita (kg)	Gasto per cápita (€)
<b>Media nal.</b>	<b>47,60</b>	<b>311,55</b>	<b>5,19</b>	<b>48,83</b>	<b>1,49</b>	<b>16,28</b>	<b>10,23</b>	<b>59,94</b>	<b>12,99</b>	<b>53,45</b>	<b>11,44</b>	<b>98,82</b>
Andalucía	43,01	258,51	3,16	27,73	0,70	7,36	9,30	52,35	12,86	51,51	12,25	94,41
Aragón	53,58	347,97	4,72	45,72	3,12	33,60	10,98	65,33	15,32	65,18	11,86	96,82
Asturias	47,59	318,38	6,42	59,61	1,04	11,17	11,73	68,41	12,21	47,44	11,57	106,01
Baleares	46,10	288,39	4,56	41,98	1,04	11,13	9,40	52,94	14,37	59,91	10,01	86,63
Canarias	42,36	258,68	5,32	45,84	0,37	3,30	6,82	36,43	7,28	34,21	11,78	91,29
Cantabria	48,34	337,45	8,67	87,19	1,14	12,60	9,71	59,49	12,20	52,45	11,23	95,34
C. La Mancha	49,78	305,60	3,94	36,60	2,02	19,78	11,69	65,61	13,17	50,95	12,86	101,35
Castilla León	56,55	374,18	7,17	67,52	3,00	32,62	13,52	80,28	14,54	56,40	11,22	97,56
Cataluña	50,16	360,02	5,50	55,43	1,75	20,19	11,18	69,99	13,25	59,17	11,33	113,94
Extremadura	39,04	236,19	3,00	26,56	0,95	10,36	9,26	53,02	10,72	40,42	10,63	81,66
Galicia	51,18	323,75	7,52	64,83	1,69	18,71	14,20	78,92	12,25	48,66	9,48	79,05
La Rioja	44,85	303,68	4,53	46,14	1,80	18,86	9,82	59,48	11,21	48,80	9,65	85,70
Madrid	46,31	319,87	6,44	60,16	1,53	17,08	8,60	51,53	12,75	53,40	11,77	108,56
Murcia	2,89	26,85	2,89	26,85	1,55	16,82	9,19	52,83	13,15	51,58	11,49	89,24
Navarra	47,65	327,92	5,61	62,16	1,76	19,62	10,23	62,66	13,06	53,30	10,05	88,20
País Vasco	50,21	372,46	8,16	85,16	1,76	20,07	9,14	56,31	13,62	60,29	11,31	111,48
Valencia	49,34	306,58	4,40	40,71	1,60	16,79	10,20	59,45	14,88	57,47	10,93	92,37

# Auténtico Campero.

**POLLO DE CORRAL**

**Campero**

Alimentación totalmente Vegetal

Criado en Galicia  
Galicia Calidad

**¿Qué significa ser Auténtico Campero?**



*Que sale al campo.*



*Que se alimenta a base de maíz.*



*Que se cría de modo tradicional.*



*Que su sabor y textura son únicos.*

**Coren**

[www.camperosinperos.es](http://www.camperosinperos.es)

# EXPERIENCIA Y PROFESIONALIDAD AL SERVICIO DE GRECARVAL



## GAMA FIAT PROFESSIONAL, EL SOCIO QUE MEJOR SE ADAPTA A TU NEGOCIO

SU ASESOR PERSONAL PARA GRECARVAL  
Salvador Sanchís · Tlf. 685 013 945  
[salvador.sanchissoler@fcagroup.com](mailto:salvador.sanchissoler@fcagroup.com)



**PROFESSIONAL**  
PROFESIONALES COMO TÚ