

La Graella

Revista del Gremi de Carnissers-Xarcuters de València | Oct.-Des. 2019 | N. 2



GREMI DE CARNISSERS – XARCUTERS
DE VALÈNCIA I PROVÍNCIA

SUMARIO

Nº 2 | Octubre - Diciembre 2019



6-7

_Así esperábamos que fuese Gastronomía 2019, la mejor edición.

16-17

_Entrevista a Rafael Torres García

18-19

_El Celler de Peamflo

20-21

_Ternera Asturiana

27

_Meat Attraction

5

_Saluda del Secretario del Gremio

8-13

_Y esto fue Gastronomía 2019

14-15

_Entrevista a Carlos Rodríguez

22

_Recetario

25

_Sal -Grasa = +Salud

29-31

_Agremiados al día: Listeria

32-33

_Carval... Comienza una nueva andadura

34-35

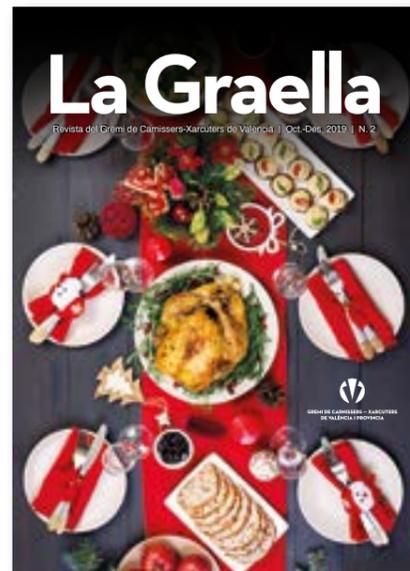
_Servicios del Gremio

36-37

_Actividades del Gremio 2019 2º semestre

38

_Ferias 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.



GREMI DE CARNISSERS – XARCUTERS DE VALÈNCIA I PROVINCIA

ENRIQUE CALVO
SECRETARIO DEL GREMIO DE CARNICEROS-CHARCUTEROS DE VALENCIA



DEBEMOS POSICIONAR NUESTRA PROFESIÓN COMO IMPRESCINDIBLE EN TODOS LOS ÁMBITOS DE LA GASTRONOMÍA

Dentro de las actividades y trabajos que hacemos en este Gremio, está el organizar proyectos, cursos, ofrecer soluciones al agremiado y notar de primera mano que estamos abriendo camino en este sector tan cambiante. Como secretario, tengo especial satisfacción por algunos proyectos. Esta revista es uno de ellos. Sin duda, necesaria para que quede de forma pública y fehaciente la labor que día a día hace todo el equipo humano del Gremio.

Por otra parte y por lo que respecta a Gastronomía, que como vemos se va consolidando año tras año convirtiéndose en la mejor feria

del sector en todo el Mediterráneo. Este año ha contado con más de 40 estrellas Michelin. Conscientes de la importancia de este evento y como nosotros también somos profesionales con *estrella*, hemos estado presentes, *para posicionar nuestra profesión como imprescindible en todos los ámbitos de la gastronomía.*

En esta edición hemos dispuesto de un Stand de 36 metros, situado de forma estratégica, justo al lado de la cocina central. Además organizamos en la plataforma de la Consellería de Agricultura, la TARDE DEL CARNICERO, en donde ponentes seleccionados por nuestro Gremio, pusieron

en común algunos de los aspectos más relevantes para nuestro sector.

Además, estamos de enhorabuena, pues hemos activado la federación autonómica CARVAL, en ella nos unimos los Gremios de Alicante, Castellón y Valencia... JUNTOS SOMOS MÁS FUERTES.

Como podéis imaginar, organizar y participar en todos estos proyectos, es algo muy ilusionante y os animo a formar parte de todos ellos, que sin duda, son de todos nosotros.

#FEM GREMI
#FEM OFICI



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
Lourdes de Manuel

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

Ejemplar gratuito.

ASÍ ESPERÁBAMOS QUE FUESE GASTRÓNOMA 2019, LA MEJOR EDICIÓN

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 CARNICEROS-CHARCUTEROS, que este año han tenido una presencia más destacada en la feria.

Se esperaban más de 17.000 profesionales para participar en la feria gastronómica más importante del Mediterráneo, punto de encuentro esencial para el sector.

La novedad principal para esta nueva edición es que Gastronomía contó con un 30% más de espacio gracias a que cambió de pabellón (del cinco se pasa al 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 esta edición, Gastronomía quería dar una presencia más destacada a la carnicería-charcutería, 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.

MÁS DE 30 ESTRELLAS Y 40 SOLES

Gastrónoma quería contar con el mejor programa de sus últimos años. Un centenar de cocineros participando en sus escenarios. Solo en la Cocina Central se esperaban más de 30 estrellas Michelin y 40 soles Repsol. Algunos nombres del cartel previstos eran Quique Dacosta, José Andrés o Joan Roca, así como Ángel León, Susi Díaz o Ricard Camarena, esperando ver cocina en estado puro.



246 FIRMAS EXPOSITORAS

+ 80 CHEFS INTERNACIONALES

12 ESPACIOS

COMPETICIONES

TALLERES

Además de la Cocina Central, Gastronomía quería mantener en esta nueva edición, el espacio de #pandeverdad, la barra gourmet, el cooking y la zona de los vinos y aceites, para ofrecer un programa de actividades envidiable: showcookings, catas en el túnel del vino, talleres sobre panadería, ponencias sobre la digitalización en el sector, además de una zona expositiva que crece exponencialmente año tras año. La presencia interna-

cional y la asistencia de profesionales de toda España para dar el valor añadido a la que es la feria gastronómica más importante del Mediterráneo.

Gastrónoma 2019, contó con el respaldo de la Generalitat Valenciana, las diputaciones de Alicante, Castellón y Valencia y está organizada por Feria Valencia con el apoyo de las principales asociaciones sectoriales.

...Y ESTO FUE GASTRÓNOMA 2019



Gastrónoma 2019 cerró con un balance excelente de la mano de grandes chefs y de las mejores tendencias y novedades en gastronomía y restauración.

Por lo que respecta a la PLAZA DEL ARTESANO de Gastrónoma 2019, que en colaboración con el Centro de Artesanía de la Comunidad Valenciana se cerró con un gran éxito su primera edición.

En este espacio dedicado a los productos artesanos de la Comunidad Valenciana, el Gremio de Carniceros-Charcuteros de Valencia, junto con la Federación CARVAL, estuvimos presentes dando visibilidad a los productos elaborados por nuestro@s artesan@s.

El éxito de la Plaza del Artesano fue tan rotundo que ya se ha confirmado que en la edición de 2020 volverá a crearse este espacio, que espera crecer exponencialmente en superficie y expositores.

Gastrónoma cuenta con el apoyo de la Generalitat Valenciana, las diputaciones de Valencia y Castellón y está organizada por Feria Valencia, con el apoyo de las principales asociaciones sectoriales y la ayuda de los chefs de la Comunidad Valenciana.



Queremos dar las gracias a todos los agremiados que nos han ayudado en el montaje del stand aportando color calidad y sobre todo esfuerzo y trabajo.

¡Gracias!



También agradecer a nuestros patrocinadores por el apoyo y soporte que recibimos durante todo el año, y la repercusión a nivel de medios de comunicación que ha tenido Gastrónoma 2019 para dar a conocer nuestro Gremio.



...Y ESTO FUÉ GASTRÓNOMA 2019

LA TARDE DEL CARNICERO-CHARCUTERO

- PONENCIAS -

Dentro de las actividades previstas en GASTRONOMA '19, la organización cedió al GREMIO el CORNER DE AGRICULTURA (Mayor espacio para comunicación en la feria) para que desde nuestro Gremio se organizaran las actividades de la tarde del lunes, 11 de Nov.

16 h. MADURACION DE CARNES: Tipos, Razas y Origen, Tiempo de maduración y ventajas.

Por Alex Castany, CEO de Sanmarti 1850, profesor adjunto de Culinary institut de Barcelona. Enamorado de la buena carne, transmite ilusión y pasión por la carne y el oficio. A pesar de su juventud es toda una autoridad hablando de carnes maduras. Con abundante información y consejos. Supo mantener el interés de la audiencia desde el primer minuto hasta el final.

17 h. "LA CARNICERIA 3.0. Evolución y tendencia en los consumidores actuales; Marcando el camino". Puesta en común de los conocimientos de 2 grandes expertos en las tendencias de mercado. Por un lado, Pedro Reig, Director de Coto Consulting, sociólogo, especialista en comportamiento del consumidor y de otra parte, Eugeni Moreno, Director comercial de Mitjans, Formado en la EAE y conocedor, como pocos de la tienda tradicional a nivel nacional. Moderados por José Rodrigo, presidente del Gremio.

Estos dos profesionales con visión global del sector destacaron la importancia de salir, viajar y ver que se esta haciendo en este momento en los mejores establecimientos de España. Así como la necesidad de sacar partido a las redes sociales, que son una valiosa herramienta, ya no solo como imagen sino como alternativa de venta. También se puso en valor la especialización y profesionalización del Carnicero. Ambos destacan un elemento diferenciador del canal tradicional, la confianza, como factor decisivo en el proceso de la compra.

18 h. CORTE DE JAMON por el maestro cortador de la D.O. Teruel, D. Isidro Escriche, quien nos contó cuales son las características que diferencian el jamón con D.O. Teruel. Precedió también a cortar un jamón, con participación en el corte de voluntarios. Finalizando con una cata de este excelente producto.

ALEX CASTANY SANMARTÍ

- Propietario de Sanmarti 1850, Cal Prat y Wal
- Profesor adjunto en el Culinary Institute of Barcelona

Ponencia: **Mitos y leyendas, razas, cortes y dry aged.**



EUGENI MORENO Y PEDRO REIG CATALA

Ponencia: **LA CARNICERIA 3.0 -Evolución y tendencias en los consumidores actuales; Marcando el camino.**

Eugeni Moreno

- Especialista en Tienda tradicional especializada.
- Director Comercial de Mitjans
- Empresa elaboradora de embutidos selectos, productos de pavo, pates gastronómicos, asados gourmet y foie gras.

Pedro Reig

- Sociólogo y consultor de Retail Marketing y comportamiento del consumidor.
- Director de Coto Consulting y Asucova (Asociación de supermercados CV).
- Docente, formador e impulsor.



ISIDRO ESCRICHE VICENTE

- Actualmente desempeña dos cargos dentro del Consejo Regulador de la Denominación de Origen Jamón de Teruel / Paleta de Teruel: Inspector de la DOP por lo que está íntimamente familiarizado con toda la cadena de producción del Jamón y la Paleta de Teruel así como el de Maestro Cortador de la DOP.

Ponencia: **Introducción al Jamón de Teruel. Identificación y características.**



ENTREVISTA A... CARLOS RODRÍGUEZ

PRESIDENTE DE CEDECARNE



¿Qué es y qué defiende CedeCarne?

La Confederación Española de Detallistas de la Carne, es la Organización sectorial, de ámbito nacional, que representa y defiende los intereses de todos los profesionales de la carnicería-charcutería, en todos sus ámbitos de actuación.

Está conformado en la actualidad por 13 asociaciones provinciales que representan a un total de 30.000 establecimientos que dan empleo a 60.000 profesionales.

CedeCarne vela por la buena imagen y el prestigio del profesional de la carnicería-charcutería, por la mejora de su competitividad y por la defensa de sus intereses.

CedeCarne tiene presencia en todos los ámbitos institucionales de carácter nacional e internacional, que tienen competencias relacionadas con el sector de la carnicería-charcutería, por lo que podemos actuar directamente en pro de los intereses de nuestro sector, disponiendo, ade-

más, de las mejores herramientas para incidir en su desarrollo y trabajar por su futuro.

¿Cuáles son los objetivos de CedeCarne a medio y largo plazo?

Desde hace algunos años la Organización se encuentra en un proceso de cambio siendo su punto de inflexión el relevo en la Presidencia que tuvo lugar en el año 2018 y siguiendo con el cambio de imagen corporativa y logo y la creación de una nueva página web.

Desde entonces se viene trabajando en la consecución de nuevos retos siendo el principal, el proyecto de expansión de la organización a zonas en las que actualmente no hay ninguna estructura organizativa para así poder dar cobertura de información, formación y servicios a todos los carniceros repartidos por toda la geografía nacional.

Por otro lado, CedeCarne debe ser el remolque para liderar todos

los cambios de consumo que se están produciendo: consumidores más informados, nuevos hábitos, nuevas formas de comprar, etc. siendo uno de los objetivos a medio plazo el de seguir siendo el referente en la carnicería-charcutería.

¿Cuáles son los valores que definen a CedeCarne?

CedeCarne engloba a todos los carniceros de España, siendo una de sus principales características la de unidad pero sin olvidar la individualidad de cada uno de los socios, respetando siempre a cada uno de ellos.

Para ello se enfoca en los siguientes términos:

Prestigio del profesional a través de actividades que demuestran el saber hacer de nuestros carniceros-charcuteros y de cursos y jornadas de formación que mejoran las herramientas y habilidades y especialización de los profesionales.

Comunicación sobre producto:



Conocer el producto que se vende es fundamental para los profesionales. CedeCarne le ofrece herramientas para conocerlo y para dar a conocer a los consumidores las bondades nutricionales y organolépticas de la carne.

Defensa de los intereses del comercio especializado de la carne gracias a nuestra presencia en diferentes organizaciones de ámbito nacional e internacional y a ser la única organización representativa que defiende al sector en toda España.

de la CIBC (Confederación Internacional de carniceros y charcuteros), cuya sede está en Bruselas y desde la cual se informa y dispone de todas las herramientas para poder conocer y defender al profesional para que la legislación europea (de vital importancia en temas tales como legislación alimentaria, mercados, medioambiente, etc) sea justa para nuestros profesionales.

Asimismo, formamos parte de las interprofesionales de la carne, haciendo valer el punto de venta especializado dentro de toda la cadena de producción cárnica y proporcionando materiales e información para nuestros clientes.

Además, la especialización de CedeCarne, siendo la única confede-

zar actividades de gran interés para todos.

¿Qué aporta CedeCarne a los profesionales de la carnicería-charcutería?

La principal aportación de CedeCarne a los profesionales es su experiencia de casi 20 años de representación y puesta en marcha de proyectos de interés para el sector y la aportación de tantos profesionales que de una manera u otra participan en el día a día de la organización en los diferentes gremios y organizaciones del sector, socios que aportan experiencias, técnicos cualificados que conocen el sector, en definitiva, una confederación viva y que recibe y aporta valor al profesional.

En el día a día del profesional algunas cuestiones son de gran importancia para el buen devenir de sus negocios: formación, legislación alimentaria, proveedores, asesoría laboral, información sobre novedades, cartelera informativa para clientes, información y novedades. Todo ello lo tiene en cuenta CedeCarne que lo transmite a todos sus socios para ofrecer servicios de gran interés.

¿Y a la sociedad en general?

En una sociedad en la que cada día nos encontramos con noticias que descalifican a nuestro sector y dan informaciones falsas sobre los productos cárnicos, es importante que nuestra organización defienda el consumo de carne dentro de una dieta variada y unos hábitos de vida saludable.

Además, damos valor al profesional prestigiando el oficio y formando a los jóvenes para que la profesión sea atractiva para las nuevas generaciones y no se cierren más establecimientos por falta de relevo.

Por todo ello, es de gran interés que CedeCarne siga contando con el apoyo de la administración y de todas las organizaciones de las que forman parte y seguir contando con una base sólida de socios.

VALORES QUE DEFIENDE CEDECARNE:

- Prestigio del profesional
- Comunicación sobre el producto
- Defensa de los intereses del comercio
- Fomento del relevo generacional

Fomento del relevo generacional para que no se pierdan los valores de artesanía, tradición, innovación, arte en el corte, calidad que representan los carniceros-charcuteros y se mantenga el oficio a través de campañas de mejora de la imagen del sector y formación especializada.

¿Qué importancia tiene CedeCarne como Confederación a nivel nacional?

CedeCarne forma parte de muchas organizaciones y foros a nivel nacional e internacional en los que representa y hace valer la figura del profesional del sector de la carnicería y charcutería.

CedeCarne es parte integrante

de carniceros a nivel nacional supone ser referente en materias tan importantes para el profesional como la formación, la participación en eventos, la gestión de campañas, la consultoría o el desarrollo de negocio.

CedeCarne coordina los diferentes gremios provinciales que existen a lo largo de la geografía española, cada una mantiene su idiosincrasia, sus actividades, su estructura pero todas ellas unidas para que el sector sea más fuerte y ayudándose e intercambiando experiencias para crecer y prosperar.

Nuestras sinergias con grandes empresas del sector también nos permiten dotar de mejores servicios a nuestros socios y de poder organi-

ENTREVISTA A...

RAFAEL TORRES GARCÍA



Presidente de la patronal autonómica Confecomerç CV, miembro del Comité de CEV y Cepyme, vicepresidente de la Confederación Española de Comercio (CEC).

En primer lugar, explíquenos ¿cómo y por qué nace la Confederació d'Empresaris del Comerç, Servicis i Autònoms de la Comunitat Valenciana (Confecomerç CV)?

Confecomerç CV nace de la unión de dos potentes Confederaciones (COVACO y CECOVAL) con el convencimiento de que el sector necesita sentirse refrendado por una patronal fuerte y consolidada, que defiende los intereses del pequeño comercio a todos los niveles, y que refuerza la capacidad de gestión y de servicio de las organizaciones.

Debemos destacar nuestra competencia autonómica fruto de la suma de esfuerzos, derivada de la unión, que ha permitido la integración de 185 asociaciones de Alicante, Castellón y Valencia, por lo que hemos alcanzado una amplia representatividad, que nos otorga capacidad plena para poder elevar las demandas del sector ante la Administración e instituciones, erigiéndonos como entidad más representativa, portavoz del pequeño comercio en la Comunitat Valenciana, además de representar ese peso en las organizaciones empresariales CEV, Cepyme y CEC. En esta última, en la Confederación Española de Comercio (CEC) ostentamos una vicepresidencia, siendo Confecomerç CV la única organización de todo el comercio a nivel autonómico que tiene representación y voz en Madrid. Esta representatividad es fundamental a la hora de defender los intereses del pequeño comercio, dado que desde la Confederación tenemos que trabajar no sólo con la Administración Local y la Generalitat, sino también con el Ministerio a nivel estatal.

¿Cuáles son las líneas estratégicas a nivel institucional de la Confederación?

Queremos dar al pequeño comercio el lugar que se merece y para ello vamos a defender no sólo su importancia en el plano económico, aportando los datos de nuestra contribución a la economía sino también en el ámbito social, medioambiental, local, cultural, patrimonial.

Además, de forma más concreta queremos apostar por:

- Mejorar la eficiencia y estabilidad en el marco legislativo, evitando trabas administrativas.
- Reivindicar una menor presión fiscal, que merma la capacidad de crecimiento de los comercios, insistiendo en que debe haber una mayor actuación contra el fraude.
- Coordinación legislativa: Insistiremos en que exista más coordinación entre las diferentes instituciones competentes (autonómica, local y nacional).

“ **El sector de la carne se encuentra en el punto de mira, y en este sentido vamos a defender a los pequeños establecimientos** ”

-Lucharemos para tener las mismas reglas del juego: el comercio vive sujeto a un corsé normativo y eso debe cambiar.

-Fomentar la contratación, satisfacer las necesidades específicas del sector, abogar por una formación continua y por una especialización.

“ -Seguridad: lucha contra el hurto, comercio ilegal, falsificaciones, competencia desleal, intrusismo, etc. Las arcas públicas pierden al año millones de euros por este motivo. ”

¿Cuáles diría que son las principales fortalezas del pequeño comercio?

En la Comunidad Valenciana hay un sector especialmente importante que es el de servicios, del que forma parte en su mayoría el comercio, por lo que la Administración Autonómica debe considerarlo como prioritario y así lo vamos a reivindicar desde Confecomerç CV.

El comercio supone el 12% del PIB y es uno de los principales motores del empleo (210.983 trabajadores, el 11,2% del total de actividades productivas), somos el formato más sostenible, defendemos un modelo respetuoso con el medio ambiente, que evita el impacto de huella de carbono, favoreciendo un consumo responsable (sin plásticos, apostando por el reciclaje...), promovemos la comercialización de productos autóctonos, derivados de nuestra agricultura, ganadería, etc, potenciando lo singular, lo nuestro, lo artesanal. Además, somos un sector próximo, cercano, que ofrece una atención personalizada, basada en la confianza y en la calidad de servicio a los clientes.

Además, el comercio da vida a los entornos urbanos y a los municipios, se involucra, como ningún otro formato, en las acciones del territorio, como campañas, actos, iniciativas locales y se preocupa por temas como la seguridad, limpieza, accesibilidad, iluminación, y esa vinculación al municipio y a la ciudad constituye un valor añadido, que debería ser tenido en cuenta por las instituciones fomentando aún más su estrecha colaboración.

En estos momentos en que asistimos a un cambio de modelo de ciudad cada vez más sostenible y saludable, sería plenamente comprensible que se pusiera de relieve la labor que realiza nuestro sector, generando el menor impacto posible en el medio ambiente, contribuyendo así a favorecer el territorio.

¿Y concretamente las carnicerías?

Las carnicerías son uno de sectores más importantes del comercio, y prueba de ello son los datos, ya que mueve un volumen de negocio de 4.183 millones de euros, cuenta con 24.938 empresas, y un personal ocupado de cerca de 60.000 personas a nivel nacional. El sector de la carne últimamente se encuentra en el punto de mira, y en este sentido vamos a defender a los pequeños establecimientos, a refrendar su destacada labor, su calidad de servicio y de producto, el alto grado

de especialización, la artesanía, la profesionalización, características que les son propias y que le otorgan un valor diferencial y de excelencia, así como la confianza y seguridad, cumpliendo rigurosamente con todas las garantías.

Desde la creación e impulso de esta nueva patronal, ¿cuál es su primera valoración?

Respecto a la valoración diría que todavía es prematuro, aunque estamos llevando a cabo un trabajo intenso, en materia de posicionamiento de la nueva patronal, sumando nuevas asociaciones, al tiempo que estamos desarrollando un gran número de acciones para nuestras organizaciones, prestándoles servicios especializados, que están siendo bien acogidos, lo que a buen seguro redundará en una mayor fortaleza de la Confederación.

Algunos de estos servicios se enmarcan dentro de las siguientes líneas:

- Formación técnica y especializada (networking, talleres informativos, jornadas de intercambio de proyectos y de actuaciones conjuntas, etc)
- Acciones de marketing estratégico. Asesoramiento en iniciativas de promoción y campañas, de actuaciones en materia de implantación de la tarjeta i-Más, etc.
- Tutorías personalizadas de digitalización para los comercios.
- Boletines y news informativas sobre subvenciones y específicas en materia de normativa.
- Asistencia técnica y asesoramiento para las asociaciones.
- Diagnósticos gratuitos para promover la seguridad del comercio.
- Campañas de promoción y dinamización.
- Acciones de comunicación externa y boletines personalizados.
- Herramientas e instrumentos de gestión.

En definitiva, queremos no sólo consolidar esta emergente patronal sino a cada uno de los miembros que la componen, dotando de las herramientas necesarias para garantizar mayor peso y capacidad a las organizaciones. La Confederación tiene su representatividad gracias a las entidades que lo conforman y ese es nuestro compromiso, velar por su impulso y necesidades, que sin duda redundan en beneficio de todos.



EL CELLER DE PEAMFLO

“UN LOCAL LLENO DE VIDA”

El Celler de Peamflo nació hace cinco años con la intención de ser lo que su nombre indica, ser la bodega de Peamflo, poder comprar vino y degustarlo.

Con el paso del tiempo ha ido cogiendo forma y adquiriendo su propia personalidad y que abarca toda la franja horaria.

Empezaremos hablando de sus almuerzos, donde podemos disfrutar de bocadillos de carne de caballo con ajitos, all i pebre, conejo al ajillo y en temporada un caldero de rebollones con huevos estrellados, delicias que acompañadas con un buen vino o nuestra cerveza artesana “WAI” te hacen empezar el día con muchas ganas.

Seguimos hacia mediodía donde nos sorprende un buen menú ejecutivo con buenos entrantes, arroces y carnes que te hacen continuar el día casi mejor.

Las tardes-noches de los viernes se convierten en el punto más divertido y social de este local, donde una barra de pinchos cocinada en directo, es punto de encuentro de mayores y jóvenes de la comarca. Todo esto con buena música en directo hacen que disfrutemos de una agradable velada.

“Tino” el gerente del Celler, disfruta mucho al ver que su local abarca a todos los públicos y que esto no sería posible si no fuera por el carácter emprendedor y atrevido que le caracteriza, siempre haciendo las cosas con gusto y utilizando buena materia prima, tanto en carnes y pescados, ese es según él, el secreto, todo eso y no bajar el listón, tanto en el producto como en la atención.

Hablando con él te hace sentir la pasión al oficio que tiene, como nos ha contado para él su trabajo es un hobby.



UNA CONVERSACIÓN CON TINO...

¿Carne o pescado?

Me lo pones difícil ya que pienso que si son de calidad me gusta trabajar con los dos productos. En estos momentos vivimos una revolución en el mercado gastronómico que ha hecho que podamos tener a mano todo tipo de carnes y pescados de todas las partes del mundo.

¿Qué tipos de carne utilizais?

Como abarcamos toda la franja horaria utilizamos un poco de todo: carnes de cerdo ibérico (secreto, lagarto y pluma) pato que lo utilizamos en nuestros arroces, carne de potro, de vacuno (entrecote y solomillo) cordero y casquería.

¿Plancha o parrilla?

Nosotros utilizamos plancha para nuestras carnes “de momento” porque como hemos comentado antes, estamos creciendo y ya estamos pensando en adquirir una parrilla de carbón vegetal.

Por último, tu menú ideal ¿cual sería?

Yo a los clientes siempre les aconsejo unos buenos entrantes variados y con productos de temporada y acabar con una buena carne al centro, abogo por la dieta mediterránea.

Encantado de compartir con vosotros estas palabras, aquí teneis vuestra casa.



TERNERA ASTURIANA:

UN PRODUCTO GOURMET
CON LOS PIES EN LA TIERRA.



Resulta fácil asociar la Ternera Asturiana a su origen de producción. Pensar en Asturias es pensar en verdes montes, agua abundante... y vacas pastando. Sin embargo, para hacer que la I.G.P. Ternera Asturiana sea el cuarto sello de calidad en volumen de facturación en un país como España, que es una potencia mundial en el sector de la alimentación, hacen falta algo más que idílicos escenarios.

Los consumidores de carne de vacuno en España opinan que la calidad de este producto radica en el origen y la alimentación del ganado. Así lo muestra una encuesta recientemente publicada por la asociación sectorial Provacuno, en la que se destaca que el consumidor español busca carne de razas autóctonas alimentadas de un modo natural y criadas con respeto.

El origen y la crianza del ganado asturiano son alguna de las razones por las que Ternera Asturiana se ha convertido en uno de los sellos de calidad más

exitosos del panorama alimentario español. Los pastos de Asturias y el compromiso de las 6.000 ganaderías adscritas a la marca son su mejor aval.

Ternera Asturiana apuesta por un modelo de producción cercano y sostenible, fundamentado en razas autóctonas, cuyos terneros siguen una alimentación basada en leche materna y recursos naturales, bajo un sistema de manejo tradicional. Animales nacidos, criados y sacrificados en Asturias para conseguir un producto de altísima calidad capaz de competir en cualquier mercado nacional e internacional y que, sin renunciar a su origen, pueda complacer los paladares más exigentes.

Las razas vacunas autóctonas asturianas, base de la producción de la I.G.P. Ternera Asturiana, pasaron de estar al borde de la extinción, a ser, en el caso de la Asturiana de los Valles, la raza con más animales inscritos en libro genealógico de España, sin duda gracias al esfuerzo de ganaderos y comercialización.

**“LOS PASTOS DE ASTURIAS
Y EL COMPROMISO DE LAS
6.000 GANADERÍAS ADSCRITAS
A LA MARCA,
SON SU MEJOR AVAL”**

El Consejo Regulador de la I.G.P. Ternera Asturiana, cuya finalidad es controlar y velar por la calidad y seguridad del producto, tiene además la misión de promocionarlo. En este sentido “la I.G.P.”, como es conocida entre los ganaderos locales, viene desarrollando una línea de promoción basada en la sencillez, la naturalidad y la autenticidad. Mediante recetas sencillas, sabrosas y económicas, se transmite la esencia de un producto que es “de lujo” por cómo y dónde se produce, pero que es asequible y versátil a la hora de cocinar. De todo esto sin duda el mejor ejemplo es el cachopo, el nuevo plato de moda de la gastronomía asturiana, dos filetes tiernos de Ternera Asturiana rellenos de jamón y queso, rebosados y fritos. Sencillo, sabroso y muy popular, cada vez es más frecuente en restaurantes de toda Asturias y en no pocos de España.

Todos los números referidos al cachopo son espectaculares, desde los miles y miles de cachopos que se venden en cada certamen, jornada o campeonato de este popular plato hasta los impactos publicitarios asociados a él. Buena prueba de ello es la impresionante repercusión que tuvo una video receta de 30 segundos

de cómo se hace el cachopo más popular, relleno de jamón y queso, realizada y emitida por la I.G.P. Ternera Asturiana en su serie “Recetas PRESTOsas”. “El Cachopo Perfecto” alcanzó rápidamente el millón de reproducciones en todo el mundo, convirtiéndose en un pequeño y divertido foro en el unos y otras se animaron incluso a cerrar una cita en torno a este nuevo icono de la gastronomía asturiana.

También en esta línea están la “Recetas de Prao, con Sergio Rama y Ternera Asturiana”, un video recetario editado por la I.G.P. en el que el chef asturiano recorre algunos parajes idílicos del Principado armado con ingredientes y menajes “de andar por casa” y que bajo premisas de sencillez, economía de medios y salud, muestra maneras originales, variadas y ante todo asequibles de cocinar la Ternera Asturiana, en armonía con el entorno, y que ha sido emitido por el Canal Cocina.

Para disfrutar de estas divertidas y diferentes recetas, sólo tienes que seguir “**Recetas PRESTOsas**” y “**Recetas de Prao**” en la página web y redes sociales del Consejo Regulador, y animarte a cocinar con Ternera Asturiana.

Desde la IGP se organizó una visita a varias ganaderías en Quirós en compañía del presidente, Rubén Fernández, y también se les propuso el contacto de un gran embajador de Ternera Asturiana, Nacho Vaquero, de la Carnicería Hermanos Peña, en el mercado de Chamartín de Madrid. El resultado fue un reportaje y un directo de 10 minutos emitido en Espejo público en horario de máxima audiencia matinal, las 12:30. Un reportaje en el que se escuchó varias veces que las vacas asturianas producen la mejor carne de Europa dando además a conocer el modo sostenible de producción de la carne asturiana sobre el terreno, en Quirós.

Después, ya en directo, el carnicero Nacho Vaquero ensalzó las bondades de Ternera Asturiana, su calidad,

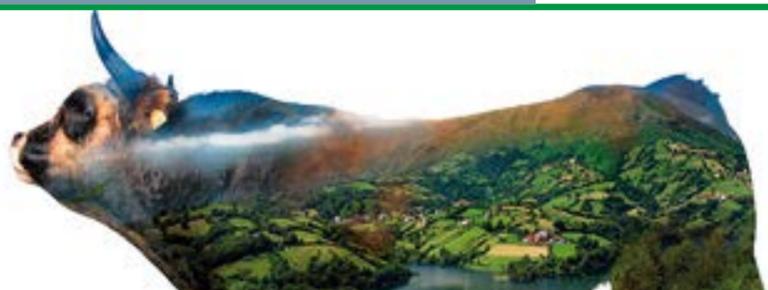
su ternera y la ausencia de grasa que la caracteriza. La directora del programa, Susanna Griso intervino para preguntar “¿Cómo sabemos que esa carne es auténtica Ternera Asturiana?” a lo que Nacho Vaquero respondió mostrando un certificado del Consejo Regulador, auténtica garantía de trazabilidad y origen.

El programa Espejo Público tiene una audiencia media diaria de 450.000 espectadores, cifra a la que hay que sumar las más de 300.000 personas que ya han visto este reportaje solamente en la página de Facebook de Ternera Asturiana. Si sumamos el resto de canales y los incontables mensajes de WhatsApp que ya han difundido este video, podemos decir sin rubor que “Ternera Asturiana, la mejor carne de Europa” es ya un mensaje viral, una acción promocional de altísimo valor fundamentada en años de trabajo bien hecho.

“Ternera Asturiana: la mejor carne de Europa” se convierte en un mensaje millonario.

El pasado 25 de septiembre la redacción del programa de A3 Media, Espejo Público, que dirige y presenta Susana Griso, se puso en contacto con Ternera Asturiana. Estaban preparando un reportaje sobre los

riesgos que supone para la ganadería española los acuerdos de importación con Mercosur y EE.UU. y, tras documentarse en la redes se interesaron por Ternera Asturiana, su forma de producción y sobre todo por el estudio cofinanciado por la UE que indica que por sus propiedades y ternera, la Ternera Asturiana es la mejor de cuantas se producen en La Unión Europea.



RECETARIO



PIERNA DE CORDERO RELLENA PARA NAVIDAD

INGREDIENTES:

- Pierna de cordero
- 8 cortadas de bacon
- 8 cortados jamón serrano
- 12-14 cortadas de tocino ibérico (según lo grande que quede la pierna)
- 1/2 kg de carne picada mixta con verduras (acelga, cebolla, carlota, pimienta)
- hilo de atar

Preparación

- 1- Se deshuesa la pierna dejando el hueso de la garreta entero.
- 2- Quedando abierta la bola y la garreta entera empezamos a rellenar, primero la capa de jamón serrano, por los huecos también.
- 3- Añadimos una capa de bacón, por los huecos también
- 4.- Añadimos la carne picada con la verdura en la base y cerramos la pierna, empezamos a envolver con tocino ibérico toda la pierna, quedando la garreta la que dejamos tal cual.
- 5- Atamos con hilo haciendo una malla.
- 6- Decorar al gusto y lista para vender.

Receta de VERONICA ESCOBAR
de CARNES VIVER S.L.

¿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



ROPA LABORAL, CALZADO DE SEGURIDAD Y EPIS

CRISAN

FABRICANTES Y DISTRIBUIDORES

C/ Mayor, 85 - Aldaia, Valencia

Tel. 96 151 45 81

www.crisanlaboral.es





TRADICIÓN GASTRONÓMICA DESDE 1910

PATÉS CON FOIE-GRAS, ASADOS GOURMET Y PRODUCTOS DE ALTA CHARCUTERÍA

www.mitjans.es



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



-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



MEAT ATTRACTION 2019

Organizada por IFEMA y ANICE; se ha convertido en una feria referente y necesaria para todos los operadores en el sector cárnico; una plataforma vertebradora de actividad y oportunidades de negocio e internacionalización para expositores, visitantes y compradores.

El pasado 17 de septiembre se celebró el día del Carnicero y Charcutero dentro de la jornada inaugural, contando con una completa agenda de actividades y que contó con la colaboración de EDUCARNE.

Durante la jornada de tarde se llevaron a cabo mesas redondas sobre la carnicería y charcutería. La primera, con el título "Charcutería y Platos Preparados, Charcutería y Platos Preparados".

La segunda mesa redonda, bajo el nombre de "Revolucionarios del sector dibujan juntos el futuro de la carnicería y charcutería", tuvo de ponentes a Anthony Puharich, CEO de Victor Churchill Butcher; acompañado por dos jóvenes promesas del sector en España, los carniceros Carlos Catalá, Gerente de Carnicería Catalá; y Álex Castany, Gerente de Carnicería Sanmarti 1850. Esta mesa fue moderada por María Sánchez, Directora de Carnimad y Educarme y Secretaria General de Cede carne.

Gran número de agremiad@s hicieron el esfuerzo de asistir a esta mesa redonda, así como la Junta Directiva del Gremio de Carniceros, en apoyo a Carlos Catalá, quien expuso la situación actual dentro de nuestro Sector.



Empezamos un 2019 cargados de ilusión... y surgió la magia



Nos espera un gran año 2020

Gracias a tod@s por ayudarnos a que sea posible.



GREMIO DE CARNICEROS Y CHARCUTEROS DE VALENCIA PROVINCIA

AGREMIADOS AL DÍA



PAQUI MOLINER
Formadora y consultora
en seguridad alimentaria
y calidad

Dentro de los objetivos del Gremio, es prestar los servicios necesarios a nuestr@s agremiad@s para conseguir la máxima eficacia de la función comercial, así como implementar todas las actividades necesarias para ello. Como ya sabéis, está llevando a cabo los cursos de implantación de la Guía de Prácticas Correctas de Higiene del sector, impartidos por Paqui Moliner, formadora y consultora en seguridad alimentaria y calidad, que además colabora con el Gremio para poder facilitar a nuestr@s agremiad@s respuestas a todas las consultas que nos realizan, para conseguir mejor capacitación en nuestros negocios.

Es por ello que abrimos esta sección en la Revista, AGREMIADOS AL DIA, para ir dando respuesta a todas las consultas que recibimos y dar a conocer temas de interés como novedades del sector, normativas, etc., siendo el respaldo necesario para el día a día de nuestros profesionales.

El primer artículo con el que empezamos esta sección es:
LISTERIA, herramientas para tenerla bajo control.

LISTERIA

HERRAMIENTAS PARA TENERLA BAJO CONTROL

Este pasado agosto hemos conocido y sufrido en España el brote mas importante de Listeria, y mucho se ha hablado de ella, de la coordinación de la retirada de productos, de la investigación, pero poco sobre que es listeria, qué importancia tiene y sobretodo que hacer para que no sea nuestro mayor dolor de cabeza, por ello desde el Gremio de Carniceros de la Provincia de Valencia consideramos de gran importancia que la conozcas y sepas como luchar contra ella.



*Sin GLUTEN, sin
LACTOSA, sin HUEVO
y sin SOJA*

LA SELVA

EL JAMÓN Y EL PAVO, DEL BUENO

Francisco Cabo Martínez
Delegado
Mv. 600 522 810 | fcabo@laselva.es

Joaquim Alberti S.A.
Delegación Valencia
Av. Dels Tramvies, 22 baixos - 46940 MANISES (Valencia)
Tel. 96 153 41 91 | Tel. Atención Cliente: 900 600 006
www.laselva.es



AGREMIADOS AL DÍA: LISTERIA

PARTE 1 ¿QUÉ ES LISTERIA MONOCYTOGENES?

L. monocytogenes es una bacteria presente en el medio ambiente, reservorio intestinal de animales y también de personas sanas, es decir está en todas partes, no solo en alimentos.

Si ingerimos (el 99% de los casos de listeriosis son transmitidos por la alimentación) *Listeria monocytogenes* en una cantidad importante (100-10.000 unidades por gramo de alimento) se produce una enfermedad que se llama "Listeriosis". Esta enfermedad tiene características diferentes a la mayoría de bacterias de transmisión alimentaria, ya que como hemos visto este verano, el índice de mortandad es elevado (entre el 20-30% en grupos de riesgo como niños, ancianos, personas inmunodeprimidas, fetos...), muchos embarazos se ven interrumpidos, pueden nacer niños con malformaciones... En adultos se relaciona con enfermedades como meningococcal, septicemia...

Esta bacteria además es peculiar ya que tiene una resistencia especial, diferente al resto, ya que crece perfectamente en ambientes refrigerados, se mantiene viva en alimentos ácidos hasta un pH de 4,2 y resiste muy bien en alimentos con relativa actividad de agua (0,9)

La *Listeria* tiene gran capacidad de crear biofilms en las superficies de trabajo incorrectamente higienizadas, lo que hace una tarea costosa su eliminación de la superficie una vez creada esta barrera protectora.

En cambio, a temperaturas de 70°C durante 2 minutos o alcanzar los 72°C, en productos no muy contaminados, la bacteria muere.

PARTE 2 ¿POR QUÉ APARECE EN LOS ALIMENTOS?

Como hemos comentado, *Listeria* es una bacteria ubicua, con lo que su aparición en los obradores es relativamente fácil ya que puede llegar por la propia carne, por otras materias primas como leche o queso o por los manipuladores aunque estén sanos.

Listeria necesita 20 minutos para "pegarse" a una superficie y crecer, aunque el obrador este refrigerado.

Hay que tener en cuenta que alimentos son los más peligrosos si se produjera una contaminación con *Listeria*, y este es el grupo de los "alimentos listos para el consumo", recordar que a 72°C *Listeria* morirá, los métodos de cocción superan con creces estas temperaturas, pero esto no ocurre en el recalentamiento de un plato preparado, ni en otros productos como fiambres cocidos, quesos, etc... Si a esto unimos una vida útil larga (la duración de la carne mechada de la alerta era de 3 meses), la bacteria tiene tiempo para poder crecer y llegar a las temidas 1000 bacterias por gramo de alimento.

- Quesos poco curados y productos lácteos elaborados con leche cruda
- Frutas y verduras crudas
- Productos elaborados sin tratamiento térmico como patés y ahumados

Y dentro de la elaboración de productos cárnicos:

- Carne cruda de rumiantes y aves
- Embutidos cocidos listos para el consumo
- Platos preparados (más peligrosos los de larga duración que los de consumo inmediato o en un par de días).

Los productos acidificados (por debajo de 4,2 de pH), salados, secados, curados (con actividad de agua menor a 0,9) son productos que no son peligrosos ante el crecimiento de *Listeria*.

PARTE 3 MEDIDAS CONTRA LISTERIA

1- LIMPIEZA: La medida más importante frente a *Listeria* es una correcta higiene de instalaciones, lo que implica la limpieza y desinfección de todas las superficies en contacto con los alimentos. La limpieza con detergentes debe ir acompañada de frotar enérgicamente las superficies para "despegar" residuos y biofilms. La siguiente etapa de desinfección debe realizarse con una dosis listericida (en caso de lejía 200ppm) y dejando actuar el tiempo necesario (en caso de lejía 15 minutos). Además cuchillos, guantes de malla y otras herramientas se deben limpiar y desinfectar. Tras la limpieza y desinfección almacenarlos protegidos de recontaminaciones.

2- MANTENIMIENTO CADENA DE FRIO: aunque es una bacteria que crece perfectamente en frío, cuanto más nos acercamos a los 0°C más difícil es que pueda crecer.

3- ROTACION RAPIDA: olvidémonos de tiempos de almacenamiento largos, ya que como bacteria que es, el tiempo va a favor de su mayor multiplicación.

4- COCCION COMPLETA Y ENFRIAMIENTO RAPIDO: cocinar por encima de los 72°C e iniciar el enfriamiento de forma rápida permite sacar al producto de la zona de temperatura de mayor riesgo, aunque crece más o menos bien a 5°C, su temperatura ideal son los 36°C, hay que alejarse de esta temperatura lo más rápido posible, como mucho en 2 horas debe estar en refrigeración.

5- HIGIENE DE LOS MANIPULADORES: el uso de ropa de trabajo limpia del día y exclusiva del obrador, el lavado constante de manos y sobretodo tras las ausencias por comida, almuerzo, ir al baño, etc, es fundamental para eliminar la contaminación recogida en las manos tras estas actividades.

6- EVITAR CONTAMINACIONES CRUZADAS: poner énfasis en la importancia de separar físicamente aquellas fuentes de contaminación de productos sensibles

a. Almacenamiento en cámaras de productos listos para el consumo se realiza separado de las materias primas o productos frescos, si hay varias cámaras es la opción ideal, pero en los pequeños comercios de una única cámara se deben proteger con envases, films o cualquier otro tipo de barrera eficaz así como separar zonas claramente identificadas.

b. En el obrador se debe separar las mesas de trabajo donde se manipulan productos frescos de los productos cocinados. Cambiar de utillaje en cada cambio de producto (y limpiarlos y desinfectarlos), utilizar tablas u organización del tiempo de trabajo para evitar el contacto crudo cocinado.

c. En el mostrador se debe poner una separación física y clara entre productos listos para el consumo y los frescos, jugando con el orden en el mostrador, uso de bandejas, filmado... y poner todos los medios que podamos en el puesto de trabajo (el tajo) para no manipular productos de consumo directo en la misma superficie donde antes se ha manipulado una carne cruda. Mucho cuidado sobre todo en el mostrador de fiambres y la cortadora de fiambres.

7- DEFINICIÓN CORRECTA DE VIDA ÚTIL, de forma genérica cuanto más vida útil le demos al producto, mayor cantidad de bacterias pueden haber al final de su vida útil, con lo que si no puedes analizar en un laboratorio la vida útil de tu producto, dale una vida corta. Un error muy común es copiar la vida útil de otro producto igual o similar que esta en el mercado, pero aunque parezcan iguales una diferencia en la temperatura de cocción, en la cantidad de sal, en la dosificación de aditivos hace que las vidas se alarguen o acorten, con lo que no copies el dato de otro producto similar.

Recuerda que estas buenas prácticas protegen a tus alimentos frente a *Listeria*, salmonella, e.coli, y demás bacterias presentes en la carne y productos cárnicos.

RECUERDA QUE ESTAS BUENAS PRÁCTICAS PROTEGEN A TUS ALIMENTOS FRENTE A LISTERIA, SALMONELLA, E.COLI, Y DEMÁS BACTERIAS PRESENTES EN LA CARNE Y PRODUCTOS CÁRNICOS.

MTH
ASESORES
Abogados - Economistas

- Asesoría de empresas laboral, fiscal, contable
- Despacho de abogados civil, mercantil, social

Somos los asesores del Gremio de Carniceros y con una larga experiencia en el asesoramiento a carnicerías y empresas de alimentación.

CARVAL.... COMIENZA UNA NUEVA ANDADURA



La Federación de Carniceros de la Comunidad Valenciana (CARVAL), nace en 1997 como organización sin ánimo de lucro y con la finalidad de ayudar y defender los intereses de los carniceros-charcuteros de la Comunidad Valenciana, ante las distintas administraciones, asesorándole, informándole y compartiendo preocupaciones y nuevas ideas.

En julio de 2019 las actuales Juntas Directivas de los Gremios de Castellón, Valencia y Alicante, tomaron la decisión de reanudar la andadura de CARVAL.

La misión de CARVAL, está dirigida a reforzar los valores, desarrollar las aspiraciones y buscar medios de adaptación a las actuales necesidades y futuras del sector para toda la Comunidad Valenciana.

Se han iniciado ya gestiones para que el Convenio Colectivo de nuestro Sector se unifique para las tres provincias de nuestra Comunidad.

Juntos somos más fuertes y con ello podremos ser un referente en el sector y ofrecer todas las herramientas que el carnicero-charcutero necesita.

El objetivo mejorar el sector, lograr un sector unido y competitivo en la Comunidad Valenciana.

¿QUIÉN COMPONE CARVAL?

Gremio Provincial de Empresarios Carniceros y Charcuteros de Alicante

El Gremio Provincial de Empresarios Carniceros-Charcuteros de Alicante, se constituye el día 25 de Mayo de 1977, siendo los promotores un grupo de carniceros de Alicante, Elche, Villajoyosa, Alcoy, Callosa, Elda y varios pueblos más. Se constituye a nivel Provincial, para poder defender los intereses conjuntos de todos los carniceros de Alicante y provincia.

Representa a un 80% de los profesionales de Alicante y Provincia, y su filosofía es que la mejor defensa de nuestra profesión, es nuestra razón de ser, y que estando unidos podremos conseguir más cosas.

En la actualidad presta servicios a los carniceros, tanto el Carnet de Manipulador, Prevención de Riesgos Laborales, Guía de Prácticas Sanitarias, Guías de Alérgenos, consultas con Sanidad, así como, todos los servicios FISCALES, LABORALES Y JUDICIALES, que corresponden directamente a nuestra profesión.

Gremio de Carniceros y Charcuteros de la provincia de Castellón

Fundado el 10 de agosto de 1977 por Manuel Museros Gual y representada actualmente por Fernando Escriche Bayo. A día de hoy el gremio cuenta con más de 80 asociados de toda la provincia.

En sus inicios el Gremio de Carniceros y Charcuteros de la provincia de Castellón se creó con el objetivo aunar el asesoramiento legal y fiscal de sus asociados ante los cambios legislativos. El gremio fue ampliando sus actuaciones según las necesidades de comunicación, tecnología y globalización.

Fue Enrique Navarro quien promovió en su mayoría los objetivos y acciones del Gremio hasta nuestros días, con el fin de crear un gremio fuerte en la provincia. Se fueron agregando diversas actividades participativas donde el intercambio de ideas y experiencias con otros gremios nacionales, incluso internacionales que enriquecerían a los asociados.

El comercio de carnicería y charcutería de la provincia de Castellón es el motivo de existencia. Reforzar nuestros valores, desarrollar nuestras aspiraciones, y buscar medios de adaptación a las necesidades actuales y futuras del sector es donde dirigimos nuestros mayores esfuerzos.

Nuestro objetivo es el de apoyar al carnicero-charcutero de la provincia de Castellón, ayudándole y defendiéndole ante las distintas administraciones, asesorándole.



Gremio de Carniceros-Charcuteros de Valencia y Provincia

El Gremio de Carniceros Charcuteros de Valencia y Provincia nace formalmente en 1977, fecha de cuando datan los primeros Estatutos. Durante toda la historia del Gremio, cabe destacar el esfuerzo realizado por todo el personal que, directa e indirectamente, han tenido relación de trabajo con la entidad.

En enero de 2019 celebramos el 40 aniversario del Gremio, durante 40 años en una sociedad cambiante nos hemos mantenido avanzando con nuestros valores, hemos pasado por diversos equipos de trabajos y aquí seguimos sumando.

Además, desde el Gremio, entre otras actividades se promueve la obtención de la marca de calidad del Centro de Artesanía C.V. para aquellos productos que presenten valores peculiares de tipo cualitativo, sociocultural o económico, con el fin de proteger su singularidad, evitando competencias desleales y facilitando la identificación de los mismos, por parte de los consumidores.



Balanzas Enrique Ribes

Distribuidor de
balanzas táctiles - MARQUES - BM5
y maquinaria para carnicerías

T. 609 712 853 - ALGEMESÍ (Valencia)
info@balanzasribes.com



**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 nuestr@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 nuestr@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 interés de nuestro sector, ante las nuevas tendencias, además de ampliar y modernizar las vías de comunicación para dar mas 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 nuestr@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 mejor 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 nuestr@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.

grāfiques
machi

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

des de 1945



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

millor sense plàstic !!



CHARCUVAL

Con una experiencia de más de 30 años en el sector de la alimentación, en el año 2002, comenzamos nuestra actividad, creando Charcuval, con un objetivo claro, distribuir en exclusiva para Valencia y Castellón, la mejor colección de productos destinados a la alimentación tradicional y a la Hostelería. Ofrecer el mejor servicio, a través de los mejores profesionales.

**Basándonos en estos principios,
hemos conseguido ser una referencia en el sector.**

ACTIVIDADES DEL GREMIO 2019_ 2º Semestre



- > **Desde Julio a Septiembre:** Formación específica para técnicos. Formación para ayudar a las asociaciones a ser más competitivas en las materias que forman parte del día a día.
- 17 de Julio:** Jornada: La importancia de conocer al cliente - BCO SABADELL
- 9 de Septiembre:** Participación en el concurso ARROS DE LA VALLDIGNA
- 10 de septiembre:** FOTOGRAFÍA CON EL MÓVIL PARA COMERCIOS
- 16 de septiembre:** Presentación del grupo COREN
- 17 al 19 de septiembre:** MEAT ATTRACTION - Feria de Madrid
- 17 de septiembre:** MEAT ATTRACTION- Mesa Redonda. REVOLUCIONARIOS DEL SECTOR- Interviniendo CARLOS CATALA de Carnicería Catala
- 17 de septiembre:** Jóvenes Carniceros 2.0
- 20 de septiembre:** WORD PAELLA DAY
- 23 de septiembre:** Taller informativo sobre la tarjeta I+

- 30 de septiembre:** Taller INSTAGRAM CREATIVO: TRUCOS Y TENDENCIAS QUE TE DIFERENCIAN.
- 6 y 7 de Octubre:** I-MEAT en Feria Cornellà - Barcelona.
- 17/18/19 de octubre:** RETAIL FUTURE 2019.
- 28 de octubre:** Presentación de GASTRONOMA 2019.
- 29 de octubre:** El I Foro CEV "Comprometidos con la alimentación saludable".
- 29 de octubre:** Taller demo - RATIONAL.
- 4 de noviembre:** NUEVA HERRAMIENTA DE MARKETING PARA EL COMERCIO: WHAT-SAPP.
- 5 de noviembre:** Curso de cocina.
- 10 al 12 de noviembre:** FERIA GASTRONOMA.
- 18 de noviembre:** Taller curso sobre QUESOS / BANDEJAS.
- 20 de noviembre:** I FORO SOBRE ALIMENTACION RESPONSABLE.



FERIAS DEL SECTOR NACIONALES Y EUROPEAS



FEBRERO '20

Del 12 al 15
> **BioFach** _Nüremberg, Alemania
Feria Líder Mundial de Productos Biológicos

ABRIL '20

Del 14 al 16
> **IFFIP** _Kiev (Ucrania)
International Forum of Food Industry and Packaging

Del 20 al 23
> **Alimentaria Barcelona** _Barcelona (España)
Salón Internacional de la Alimentación y Bebidas

MAYO '20

Del 7 al 13
> **Interpack** _Düsseldorf (Alemania)
XIV edición de la feria de embalaje y maquinaria

Del 11 al 14
> **Cibus 2020** _Parma (Italia)
Salón Internacional de la Alimentación

Del 12 al 15
> **Interclean Amsterdam** _Amsterdam (Países Bajos)
Feria internacional de higiene y limpieza

JUNIO '20

Del 2 al 5
> **FIC Guijuelo** _Guijuelo (Salamanca)
Feria de la Industria cárnica de Guijuelo

Del 9 al 11
> **SIL BARCELONA** _Barcelona
Salón Internacional de la logística, transporte, intralógica y supply chain del sur de Europa

Del 9 al 11
> **eDelivery Barcelona Expo & Congress**
Barcelona



MAURICIO
Barcelona

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
consulting
VALÈNCIA - ALICANTE - MADRID
963 942 775
COTO@COTOCONSULTING.COM
WWW.COTOCONSULTING.COM

augustavitrinas.com
91 755 79 28

Aqualife
Sistemas de Nebulización

LUMILIGHT
FABRICANTES LED ESPECIAL ALIMENTACIÓN

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



PROFESSIONAL
PROFESIONALES COMO TÚ