

La Graella

Revista del Gremi de Carnissers-Xarcuters de València | Nov.-Des. 2020 | N. 4



GREMI DE CARNISSERS – XARCUTERS
DE VALÈNCIA I PROVÍNCIA



CONFECOMERÇ CV
comerç d'Alacant
Castelló i València



GENERALITAT
VALENCIANA

Conselleria d'Economia
Sostenible, Sectors Productius,
Comerç i Treball



artesania
comunitat valenciana



PROFESIONALES DE LA CARNE



- GRANJAS PROPIAS
- MATADERO DE PORCINO
- SALA DE DESPIECE
- SALA DE LONCHEADOS
- FÁBRICA DE EMBUTIDOS Y ELABORADOS

EMBUTIDOS LA COPE S.A.
C/ Perelló, 33 · Pol.Ind.Masía del juez
Torrent - VALENCIA (ESPAÑA) 46909
www.embutidoslacopeco.es

INDUSTRIAS CÁRNICAS LA COPE S.A.
C/Carnissers, 2 · Pol. Ind. Masía del Juez
Torrent - VALENCIA (ESPAÑA) 46900
www.carnicaslacopeco.es

SUMARIO

Nº 4 | Novembre-Diciembre 2020

5

_Saluda del Presidente del Gremio

6-7

_Servicios del Gremio

8-9

_Actividades institucionales del Gremio

10-11

_El queso es leche, cuajo, sal y mucha magia

12

_Nota de prensa. Confecomerc CV

13

_Confemercats CV

14-15

_Nuevas tendencias del consumidor postcovid-19

16

_Carne y salud. Menú infantil

17-18

_Carnisser-xarcuter, connecta't al sol

20-21

_Agremiados al día. Covid-19

22-25

_Agremiados al día.
El futuro de los plásticos en Europa

27

_Agremiados al día.
Covid-19, adaptaciones laborales

28-29

_My Way!! una APP... a mi manera

31

_Carnisseria Peinado

33

_Recetario. Por Vicente Romero

34-35

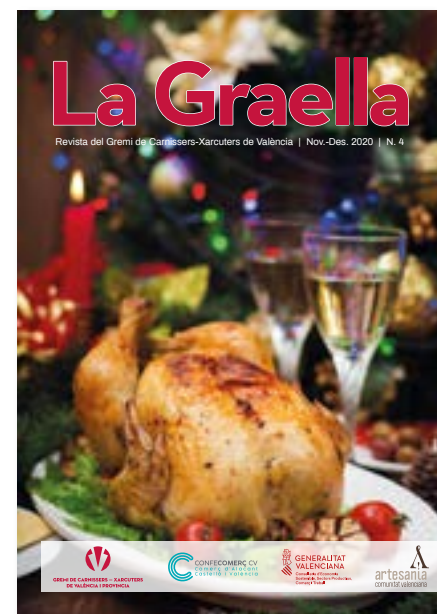
_Actividades del Gremio, 2020

37

_Gremio. Participamos formando parte de...

38

_Mediterránea Gastrónoma



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.

EL AÑO QUE NUNCA OLVIDAREMOS



GREMI DE CARNISSERS – XARCUTERS
DE VALÈNCIA I PROVÍNCIA

JOSÉ RODRIGO

PRESIDENTE DEL GREMI DE
CARNICEROS-CHARCUTEROS DE VALENCIA



Ante todo, mi apoyo a todas las personas que han perdido algún amigo o ser querido.

La vida va sumando años y años. La mayoría de ellos pasan sin pena ni gloria, y sólo de vez en cuando aparece uno diferente, especial... y sabes que el 2020 es uno de los años que nunca olvidaremos.

En este año se han producido circunstancias por todos conocidas que han cambiado nuestra forma de vivir, de relacionarnos, de movernos... y de comprar. Durante el confinamiento nuestros comercios se desbordaron y estuvimos a la altura. La gente tuvo miedo y buscó, sobre todo la confianza y la garantía del comercio de proximidad. Somos un servicio esencial y nuestro trabajo ha sido muy importante. Como siempre, lo nuestro es la atención al cliente. Hemos entregado compras a domicilio a familias confinadas, a personas mayores que no podían salir de casa... Parecía que esto iba a ser amor de un día, pero no ha sido así. Cada vez que hay un cambio, surgen nuevas oportunidades y ahora estamos en medio de un gran cambio.

Los clientes habituales ya nos conocen y valoran nuestros productos. Ahora, y debido a las actuales circunstancias, nos hemos hecho visibles para muchísima gente que, hasta ese momento comprobaba de forma automática en la gran

superficie. Estos nuevos clientes han descubierto las ventajas de nuestros comercios. Se han dado cuenta de lo importante que es el trato personalizado, la garantía del profesional, la alta calidad del producto y la confianza que transmitimos con el trabajo bien hecho de cada día. Tenemos una nueva oportunidad para captar mas clientes y demostrar las ventajas de la carnicería tradicional y artesana

Además, estamos en plena vorágine tecnológica. Las nuevas tecnologías no descansan y afianzan nuevos canales de venta: WhatsApp business, venta online, app... Hay que dedicar un esfuerzo adicional para estos temas con el fin de no descuidar nuestra línea de negocio actual. Tenemos que valorar cuál es la plataforma más adecuada a nuestro negocio. Contar con el consejo de un especialista en comunicación y redes sociales siempre es una buena idea. En el comercio actual lo único permanente es el cambio. No podemos descuidarnos ni un segundo.

Estamos en un sector importante. En momentos como el actual, ha quedado demostrado que los carniceros somos imprescindibles. De hecho, nos declararon actividad esencial. Nunca me ha gustado el adjetivo "pequeño", así que tampoco me gusta la expresión "pequeño comercio". Personalmente, prefiero que nos llamen comercio tradicional, artesano, de proximidad... Somos un Gran gremio. Como luce una frase en el obrador de un amigo "La grandeza no se mide por el tamaño, sino por la ACTITUD". Sin duda, somos UN GRAN GREMI.



GREMI DE CARNISSERS – XARCUTERS
DE VALÈNCIA I PROVÍNCIA

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@grecarval.com
www.grecarval.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.



GREMI DE CARNISSERS — XARCUTERS
DE VALÈNCIA I PROVINCIA

SERVICIOS DEL GREMIO

¿QUIÉNES SOMOS?

El Gremio de Carniceros-Charcuteros de Valencia y Provincia, es una asociación sin ánimo de lucro, con más de 40 años de antigüedad y está formado por más de 250 empresari@s y profesionales del Sector Minorista de la Carne en la Provincia de Valencia.

La imaginación, la creatividad y la innovación son factores que juegan con fuerza en el desempeño diario de nuestro trabajo, y que está encontrando en la fórmula de la colaboración, un recurso para seguir adelante y reforzar nuestros fines.

Formamos parte de:

- **CEDECARNE** (Confederación Española de Detallistas de la Carne)
- **CARVAL**. Federación de Carniceros-Charcuteros de la Comunidad Valenciana
- **CONFECOMERÇ**. Confederación Empresarial del Comercio Minorista de la Comunidad Valenciana
- **AINIA**. Instituto Tecnológico de la Industria Agroalimentaria
- **FEDACOVA**. Federación de las Industrias Agroalimentarias de la Comunidad Valenciana

“NUESTROS OBJETIVOS”

El Gremio de Carniceros Charcuteros de Valencia y Provincia tiene, entre sus objetivos representar, defender, proteger, mejorar, estudiar y fomentar el desarrollo de las empresas afiliadas, en todos los aspectos relacionados con sus distintas actividades. Todo ello, manteniendo el concepto de ‘solidaridad’ entre los agremiados y fortaleciendo la libre y justa convivencia entre todos ellos.

En este sentido, la entidad ostenta la representación, defensa y promo-

ción de los intereses profesionales, económicos y sociales de los agremiados. Además, interviene en la fijación de las condiciones de trabajo, de acuerdo con la normativa legal y reafirma el principio de libre empresa y de economía de mercado.

También destaca la fijación de las líneas generales de actuación para que el Gremio consiga la máxima eficacia de la función comercial, así como implementar todas las actividades necesarias para la gestión y de-

fensa de los agremiados, en la medida en que lo permitan sus respectivas posibilidades económicas.

Trabajamos en conjunto con el CENTRO DE ARTESANIA CV para difundir y potenciar nuestro oficio artesano en la Comunitat Valenciana, así como a promover la consolidación y la competitividad de nuestras empresas, mediante el desarrollo de políticas promocionales, informativas, formativas, de análisis, de asistencia y de coordinación.

¿PORQUÉ ME INTERESA ASOCIARME?



Trabajamos para mantener informad@s a nuestr@s agremiad@s en todos aquellos temas relativos a nuestro sector, para ello...

¿QUÉ HACEMOS?

• Respuesta a las **consultas** planteadas por nuestr@s agremiados:

- > Jurídicas
- > Fiscales
- > Sobre normativa en Seguridad Alimentaria

• **Asesoramiento general** a nuestr@s agremiad@s en todos aquellos temas relativos al nuestro sector

• Celebración de **cursos formativos** sobre la implantación de la guía de buenas prácticas correctas de higiene en el sector minorista de la carne en la Comunidad Valenciana.

Además, periódicamente nos reunimos con la Conselleria 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, por lo que organizamos talleres sobre este tema, y poder trasladar las cuestiones planteadas a los Organismos correspondientes.

• Cursos formativos sobre **Manipulador de Alimentos**, y temas relativos a la normativa actual en el Sector Minorista de la Carne.

• **Formación específica** sobre nuevas elaboraciones, aditivos, especias, etc.

A través de este tipo de formación,

creamos un **punto de encuentro** entre profesionales de nuestro sector, para promover el intercambio de conocimientos y experiencias.

Fomentar la profesionalización de l@s carnicer@s-charcuter@s y ayudarles a su correcta adaptación al mercado, consiguiendo una mejora continua y compromiso con la sociedad y transparencia en la gestión.

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

De cara al ejercicio de 2020, este Convenio se está tramitando a través de la Federación de la Comunidad Valenciana, **CARVAL**, ya a **nivel autonómico** para lograr así un mayor impacto de este Convenio.

• **Identificar, elaborar y ejecutar proyectos** para conseguir los fines del Gremio y de l@s agremiad@s a los que representan.

• **Potenciar el espíritu asociativo**, estimulando la colaboración y ayuda entre l@s agremiad@s

• **Establecer convenios** con diferentes entidades y organismos a beneficio de nuestr@s asociad@s

• Promover el **marco legislativo**, impulsando las reformas necesarias en el Sector.

• **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.

• **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 correspondientes.

• **Bolsa de Trabajo**: Creada por el Gremio, única en nuestro Sector en la Comunidad Valenciana, 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 y seguimos trabajando en ello.

• **Campañas**: Por nuestra pertenencia a distintas organizaciones, estamos adhiriéndonos a diversas campañas, tanto a nivel autonómico como nacional.

Esperanza...

“estado de ánimo que nace cuando se presenta como alcanzable o factible algo que se desea”

Gracias a tod@s
y Felices Fiestas

2020_ACTIVIDADES INSTITUCIONALES

“EN BUSCA DE LA FORMACIÓN REGLADA”

Uno de los principales proyectos del Gremio, ante la necesidad de cambiar la realidad actual de nuestro sector y constituir una herramienta que impulse el cambio y adaptación del mismo, es apostar por **la formación**. Por ello debemos ser capaces de desarrollar estrategias competitivas, e instrumentar metodologías eficientes que den respuesta a nuestra problemática y necesidades. Esto pasa por configurar la **Carnicería con Futuro**.

La formación profesional debe ser un instrumento eficaz, tanto para la dirección de la empresa, como para el trabajador objeto de la misma. Ha de ser planteada como sistema planificado y aplicado a la solución de problemas organizativos, y a la consecución de objetivos perfectamente definidos, que no puede improvisarse, y donde los fundamentos de su planifi-

cación respondan a situaciones acordes con la realidad empresarial.

En esta línea, el pasado ejercicio 2019, desde CARVAL (Federación de Carniceros-Charcuteros de la Comunidad Valenciana) de la que el Gremio forma parte y actualmente ostenta la Presidencia, y en colaboración con FEDACOVA, iniciamos contactos con la CONSELLERIA DE EDUCACIÓN, CULTURA Y DEPORTE – secretaria de la Dirección Ge-

neral de FORMACIÓN PROFESIONAL.

A pesar de la situación que este 2020 nos ha dejado, hemos continuado trabajando este tema. Es por ello que, a lo largo de este año, nos hemos vuelto a reunir con D. MANUEL GOMICIA GIMÉNEZ, Director de este área, para lo que se elaboró y presentó un estudio, que nos ha permitido definir una correcta planificación de la formación continua en nuestro sector.



Reunión celebrada el 2 de marzo, 2020



Reunión celebrada el 1 de octubre, 2020

Dada la trascendencia de este proyecto también a nivel nacional, en la última reunión mantenida contamos con la participación de Dña. María Sánchez, Secretaria General de la Federación Nacional CEDECARNE, quien trasladó la problemática en la que se encuentran en la actualidad a nivel Nacional. Tras la reunión se trazaron las líneas de actuación tanto desde CEDECARNE ante el Ministerio de Educación y Organismos competentes, como desde la Conselleria de Educación – Dirección General de Formación Profesional y CARVAL.

En esta última reunión de noviembre, quedaron pendientes matizar diversos puntos, que retomaremos a primeros del próximo ejercicio 2021.



Reunión celebrada el 5 de noviembre, 2020

En la medida que nos ha sido posible, desde el Gremio hemos continuado con nuestra gestión y hemos continuado trabajando en aquellos aspectos que consideramos fundamentales para nuestro Sector.



En febrero del 2020, nos reunimos con Rosa Ana Seguí, Directora de la Dirección General de Comercio de la Conselleria de Economía, días antes del confinamiento, para tratar sobre las subvenciones, y tratar de que se amplíen al obrador, dado que es el corazón de nuestro negocio, y no solo al punto de venta.



Hemos participado en diversos programas radiofónicos, y en noviembre nuestra agremiad@s, Jordi Manso de MAPLANES ALIMENTARIA, Amparo Aranda, de CARNES FRANCISCO ARANDA, estuvieron en el programa de PLAZA RADIO en representación del Gremio



Noviembre, 2020

Por nuestra pertenencia a CEDECARNE, participamos en la presentación que la interprofesional ASICI, Asociación Interprofesional del Cerdo Ibérico, realizó en Valencia en el Mercado Central, y contamos con la participación de divers@s agremiad@s ubicados en este Mercado, y en concreto con Francisco Dasí de Rosa Lloris.



EL QUESO ES LECHE, CUAJO, SAL Y MUCHA MAGIA

**ANDRÉS GARCÍA
HUMILDE AMANTE
Y FRIKI QUESERO**



Todo empieza en el interior, la creencia de lo más íntimo, de lo más familiar, y que casualidad, de lo que menea el mundo, lo más pequeño.

Hoy vengo a hablar de unas gentes únicas, de unas personas que, con sus palabras, con sus miradas, con sus acciones y con sus ejemplos, han hecho que sea la persona que soy, la que siempre tenía que ser, la que estaba predispuesta a ello. Te pongo en contexto.

Hace ya unos 30 años empecé a vender, defender y conocer el mejor producto del mundo, (una idea muy personal, en la cual no estoy solo en ese pensamiento) estamos hablando de unos de los 4 alimentos fermentativos más conocidos, aunque hay alguno más, que son el vino, la cerveza, el pan y como no, el QUESO, pero este último tiene cosas que lo diferencia de los demás productos del mundo. En pequeños cambios de parámetros se hacen cosas muy diferentes, por sabores, por temperaturas, por humedades, no hay un producto con texturas mas diferentes, con olores mas dispares, con colores más sugerentes, algo único.

Pero hoy no estoy aquí a hablarte de la grandeza gastronómica de este manjar de dioses, ni de recetas, ni de maridajes, ventas, ni mucho menos de legislaciones y esos rollos (como se decía en mis tiempos) hoy te voy a hablar del alma del QUESO, sus familias.

Si, has leído bien, siempre digo que el QUESO es leche, cuajo, sal y mucha magia, así lo veo, algo tan querida como es la leche con unos polvos mágicos (cuajo y sal), la leche se hace inmortal y surge las infinitas clases de QUESO.

Esta magia, no está exenta de trabajo, lucha, desastres, imaginación, creatividad, buen hacer y un sinfín de etc. La magia es ese rebaño, pastoreado en altas cumbres y en las laderas del mar, es esas personas que trabajan los 365 días del año, ha leído bien, los 365 días del año, lo escribo 2 veces por si alguien no se lo cree, los animales no saben de bajas laborales, excedencias, festivos y días de guardar, aquí empieza la familia, he conocido a QUESER@S que por encima de todo, es la familia, y la familia son el rebaño, lo mas importante unos para los otros, cada uno con su roll, pero cada uno imprescindible para el otro, he conocido a PASTORAS que han quemado las

redes sociales, por que su cabra Pileta se había roto la pierna y había que recaudar 600€ para operar, dudo que por ella lo hubiese hecho.

Cuando les pregunto a algunos, esto es un negocio, no lo olvidéis ¿Cuándo ya no dan leche, las lleváis al matadero?, ¿verdad? Algunos nos dicen, que no, la jubilación de estas es estar con el rebaño, ellas siguen enseñando, ellas siguen haciendo familia, que casualidad que muchos creemos que hay que hacer los que la sociedad del ser humano nos ha inculcado. Los Mayores bien lejos, el Cementerio bien lejos y si puede ser con muros cada vez más altos, no sé, pero veo más anti-natural estos hechos, que cada vez es más común.

Conozco QUESER@S que su paz está con el ganado pastoreando, entiendo la tranquilidad y el enfoque de esa soledad y a la vez esa compañía para crear, como a uno de los mejores poetas de la historia, Miguel Hernández y muchos más, cuantas leyendas, rimas, rondallas, romances, prosas, ha inspirado la estampa de un PASTOR y el ganado, de ovejas, cabras o vacas.

QUESER@S que no tienen música, ¿qué mejor música que los pájaros en la ventana, el tintineo de las changarrillas (pequeños cencerros que llevan cabras y ovejas) el balar de estas, el goteo de la leche en la cuba y el desuerado, el crujir del queso en la prensa? esa humildad que hay en las pequeñas cosas del día a

día, que tantas veces nos perdemos.

Otra cosa que dignifica este mundo es la multi funcionalidad de sus gentes, dueño pero auto empleado, jefe pero limpiador, economista pero limpiando excrementos, estratega pero transportista, vendedor por camioneros y por trozos de 100g. al vacío o como usted quiera, ganadero, agricultor, veterinario, experto en laboratorios, afinador, madurador, maquinista, biólogo, nutricionista, ecologista, veterinario, psicólogo, segador, empacador, etc.. y no sigo mas porque ya me he cansado y solo de decirlo ¿y TÚ?

Pues sí, esta gente está sola, somos así, los mas débiles se quedan atrás, perseguidos por las fieras, los mas pequeños, de los que tenemos que aprender, esta sociedad corrompida hace estas cosas, no comprendemos que no es así, pero seguimos en esta despiadada humanidad o des humanidad, mejor dicho.

Estas gentes que están en la zona rural, manteniendo lo poco auténtico, que en muchos casos lo dejaron todo, con carreras, con trabajos fijos, de ciudades, de herencias, de sueños, de lo inimaginable, pero la realidad, que trabajan cada jor-

nada, en los pequeños pueblos, a veces son las únicas pequeñas industrias, los únicos que generan empleo, los únicos que limpian con su pastoreo los bosques si no hubiese habido ganado toda su historias, muchos no hubieran llegado a nuestros días, sembrando en esos campos, los cuales cada vez menos estamos dispuestos a trabajarlos, no quiero ser mas cansino ni pésimo, pero no pararía.

Pues, ahora bien, nos ataca un bichito a esta sociedad, la naturaleza es sabia y nos avisa, y ¿qué hacemos en general? nos vamos a los supermercados a comprar lo que sea que se pueda comer, nos da igual, industrial, lo que sea, nos da igual (no estoy en contra de supermercados ni de industrias, creo que en esta sociedad todo es necesario) pero si estoy en contra de no pensar y actuar sin medir las consecuencias. Luego, eso sí, aplaudimos a los sanitarios, transportistas, agricultores, ganaderos y mas del sector primario, ¿Qué seríamos sin ellos?

Tengamos conciencia de los más débiles que sin ellos no podríamos haber subsistido.

Por eso te digo que en gran medida soy quien soy y en quien me voy a convertir, en gran medida, por estos héroes y heroínas, me han enseñado:

- A tener paciencia, por lo que mas queramos, todo necesita su tiempo natural.
- Trabajar por lo que más quieres, por tu familia y tu forma de vida.
- Honradez, ser justo con uno mismo y los demás.
- Abrir el corazón, siempre las puertas abiertas, enseñar y dar lo que se tiene.
- Cuidarse para poder cuidar, estar fuerte para poder dar lo máximo de ti a los demás.
- Sencillez, dejarlo todo para vivir con menos cosas, sin estar tan atado al materialismo.
- Humildad, de palabras, gestos y de hechos.
- Que cuando uno suda, lucha y defiende lo mismo que tú, no es competencia, es compañero y colega.
- La grandeza en las pequeñas cosas de cada día.
- El agradecer constante, y un sinfín de aprendizajes más.

De las mejores personas de mi vida, las he encontrado en forma de PASTORES, QUESER@S, VENEDORES, doy gracias al tren de la vida, que me haya puesto estos compañeros en mi vagón.

Espero haberte despertado un poco a estos seres increíbles, herederos, defensa y vida de unos de los oficios mas antiguos de nuestra civilización, los cuales si no existieran los tendríamos que inventar, los que se merecen todo nuestra valoración y respeto ¿no crees?





CONFECOMERÇ CV DESTACA EL ANUNCIO DEL CONSELLER DE LOS BONOS COMERCIO COMO MEDIDA PARA REACTIVAR EL SECTOR

- Confecomerc CV es la única organización autonómica de comercio que ha reclamado esta actuación tan demandada por el sector
- Además, la Confederación ha denunciado hace semanas que en los presupuestos de 2021 todos los sectores estratégicos de la Conselleria registran un aumento, excepto comercio, cuando es uno de los más castigados por la Covid-19



Valencia, 27 de noviembre de 2020.- La Confederació de Comerç d'Alacant, Castelló i València, CONFECOMERÇ CV, se muestra moderadamente satisfecha tras el anuncio ayer en les Corts por parte del conseller de una de las iniciativas más reclamada por la patronal autonómica de destinar una partida a los Bonos Comercio, por valor de 10 millones de euros, que irán 50% a cargo de la Dirección General de Comercio y 50% a cargo de los Ayuntamientos. Este es el resultado del intenso trabajo realizado por Confecomerc CV, entidad más representativa del comercio de la Comunitat Valenciana.

La organización empresarial ha sido la única entidad representativa del sector que ha reclamado esta medida de los Bonos Comercio desde el confinamiento y la única también en denunciar públicamente que en los presupuestos más altos de toda la historia de la Generalitat no se ha registrado aumento alguno para la partida de comercio, a pesar de ser uno de los sectores más afectados por la Covid.

Confecomerc CV denunció hace semanas el hecho de que en los presupuestos de la Generalitat de 2021 no se contemplaba ningún aumento para comercio, siendo estos recursos fundamentales y especialmente necesarios para afrontar el camino hacia la

recuperación, cosa que sí ocurría en otros sectores económicos destacados como Agricultura, Turismo e Industria.

Desde Confecomerc CV, el presidente Rafael Torres y los vicepresidentes de la Confederación de las tres provincias mostraron su total y absoluta disconformidad al conocer esta partida, totalmente insuficiente e inapropiada, ante una situación tan complicada como la que vive el sector.

Apuntar que el borrador de los presupuestos registra en los principales sectores estratégicos de la Comunitat Valenciana un incremento como mínimo en todos de un 10%, excepto en Comercio, al tiempo que representa el presupuesto más bajo de todos con diferencia (un 60% menos que el tercero con mayor dotación).

El presidente de Confecomerc CV, Rafael Torres señala que "no hemos parado de insistir en esta circunstancia, que desde luego representa un agravante comparativo y un perjuicio, que incide directamente en el desarrollo e impulso de las pymes y autónomos de comercio, que son el grueso del tejido empresarial de la Comunitat Valenciana, y que generan 210.983 puestos de trabajo directos, inyectando al sistema 4.410.388.632 euros en sueldos y salarios y 1.181.544.828 euros en inversión en activos materiales".

Torres ha señalado que "nos hemos reunido con grupos parlamentarios de les Corts, del gobierno y de la oposición, con la Federación Valenciana de Municipios y Provincias (FVMP), con miembros representativos de la Conselleria, y se ha trabajado directamente con el Conseller, contando también con el apoyo de la CEV, con el fin de poder encauzar esta situación que denunciamos y que vemos que constituye un agravio para un sector que lo está pasando mal y del que dependen muchas familias y miles de puestos de trabajo".

El presidente de Confecomerc CV se ha mostrado moderadamente satisfecho por la propuesta de la Conselleria, al destinar una partida de 10 millones a incentivar la demanda a través de bonos comercio, si bien "hay que ver cómo se lleva a cabo y se implementa este anuncio". La actuación que la patronal autonómica del comercio elevó a la Administración tiene como finalidad incidir en el impulso del consumo y poder reactivar al sector, que actualmente sigue gravemente afectado por la crisis sanitaria, con restricciones de aforos como las anunciadas recientemente del 50%, limitando así su capacidad empresarial y el ejercicio de su actividad comercial



CONFEMERCATS CV

LA VOZ DE LOS MERCADOS MUNICIPALES DE LA COMUNITAT VALENCIANA

La Confederació d'Empresaris de Comerç, Servis i Autònoms de la Comunitat Valenciana ha impulsado Confemercats CV, con el objetivo de preservar y defender la identidad de los mercados municipales de nuestra autonomía.

Los mercados constituyen un símbolo de nuestra cultura, un escaparate de los mejores productos, presentes en la gastronomía valenciana. Son sin duda, las catedrales del producto fresco y de calidad.

Hablar de Mercados es hablar de alimentación saludable. Solo ya eso justificaría que los reivindicemos y ensalce-mos, pero es que, además, no podemos olvidar que durante el estado de alarma y el confinamiento fueron esenciales y pusieron de relieve su gran capacidad de trabajo y esfuerzo. Estuvieron en primera línea trabajando intensamente, dando lo mejor de sí mismos, siempre pendientes de atender las necesidades de la población, velando por su seguridad, dotándoles de la mayor cercanía.

Es por ello que, ahora más que nunca, debemos cuidar ese valor estratégico que tenemos tan cerca, que forma parte de nuestra identidad, tradición y costumbres y que ha sido esencial en el confinamiento y lo sigue siendo.

Afortunadamente, la Comunitat Valenciana es una de las comunidades autónomas que más mercados municipales registra, en comparación con otras autonomías, y eso constituye a nivel autonómico y nacional una ventaja competitiva, que nos diferencia respecto a la oferta comercial de otros países.

La calidad y la frescura de los productos, la amplia va-

riedad que nos brinda la oportunidad al consumidor de poder elegir entre diferentes puestos del mercado -característica única que le diferencia de otros formatos- la proximidad y la confianza, el trato personalizado, el ambiente de compra, son cualidades intrínsecas de los mercados municipales.

Y entre esa variedad, destacamos los productos de una agricultura propia, un pescado fresco de nuestras costas, unos dulces auténticos, enseña de nuestra Comunitat, y por supuesto una gran oferta de carne, charcutería y embutidos tradicionales, en los que prima la artesanía, tan arraigada en nuestra comunidad autónoma. Por ello, debemos fomentar esa profesionalidad que sin duda alguna distingue al sector y que ofrece la oportunidad de poder disfrutar de unos productos que tienen una repercusión directa sobre la calidad de vida de los ciudadanos.

Los Mercados son la suma de todos esos profesionales de los distintos gremios de alimentación, que exponen en cada puesto sus productos de calidad.

Además, son vertebradores de nuestros barrios y no sólo por su gran aportación en el ejercicio de su actividad económica, que indudablemente es no-

toria sino por su carácter social, dinamizador de los entornos urbanos y de los municipios.

El concepto de Mercado tiene cualidades intrínsecas como la proximidad y la confianza, el trato personalizado o el ambiente de compra que se genera entorno a los mismos.

Contribuyen activamente a potenciar nuestra producción local y son referentes de la economía sostenible, que vela por el cuidado y el respeto por el medio ambiente, preservando así nuestro territorio.

Por todo ello, Confemercats CV nace con el espíritu de ser la voz de todos los mercados municipales de la Comunitat Valenciana, defendiendo sus intereses, dando visibilidad ante la sociedad y administraciones públicas, colaborando estrechamente en iniciativas, encaminadas a reforzar y compartir buenas prácticas, dar a conocer la función social que ejercen los mercados, fomentando la labor de los productos locales, autóctonos, propios de la autonomía, así como promover una cultura de consumo responsable, basada en la sostenibilidad, y en la apuesta por la alimentación saludable, muy importante en nuestro día a día.

Confemercats CV, además de ser la voz de los mercados de la Comunitat es miembro de la Confederación de Mercados Tradicionales de Abastos de España, entidad que representa a los mercados a nivel nacional, y que pone en valor la aportación y riqueza que generan estos centros neurálgicos que son un emblema de las ciudades y municipios de nuestro país.



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 Cármicos
www.valgrasa.com

NUEVAS TENDENCIAS DEL CONSUMIDOR POSCOVID-19

Y SU IMPACTO EN EL COMERCIO ESPECIALIZADO DE ALIMENTACIÓN



En la primera edición de esta revista, hace ahora algo más de 1 año abordé, en un contexto completamente distinto al actual, las tendencias de consumo que estaban impactando en el comercio minorista de alimentación. Las tendencias a las que hacía referencia ponían en el foco en la búsqueda de salud en la alimentación pero combinada con la comodidad/conveniencia y el creciente valor de la sostenibilidad junto a la innovación y la experiencia de compra como pilar fundamental de diferenciación de las tiendas físicas. ¿Sigue siendo válida esta lectura? En este nuevo artículo pretendo abordar tomando como punto de partida el informe que realizamos en Coto Consulting Retail&Shopper en la era Post-Covid, cuáles son las tendencias del consumidor en la era COVID-19 desde el punto de vista de la alimentación, y como puede impactar concretamente en el comercio especializado de alimentación. Según los datos que manejamos y comparando con otros sectores del retail, el sector alimentación ha tenido un buen comportamiento interanual, con crecimientos interanuales de ventas entorno al 7% y superiores en el caso de frescos y productos cárnicos. Independientemente de esto, hay una serie de factores que conviene tener presente de cara al futuro próximo y que pueden condicionar el éxito de la venta en las carnicerías y comercio especializado de alimentación.

HIPERHIGIENIZACIÓN Y CONVENIENCIA

Estamos viendo como **la experiencia de compra se está convirtiendo en conveniencia**, entendida como una compra rápida y directa (cómoda y ágil) donde la seguridad que se transmite adquiere una gran importancia. En este sentido, es posible que los clientes prefieran que el personal no realice determinados cortes delante del cliente (como el fiambre) o que no quieran comprar productos frescos que potencialmente hayan sido manipulados por otros clientes, encontrándonos incluso con recubrimientos antivirales comestibles para evitar la contaminación de la superficie del producto fresco. Asimismo, el horario de apertura a medio plazo puede necesitar extenderse para adecuarse a las demandas de tiendas con menor aforo y con repartos a domicilio. No son pocos los pequeños comercios que han adoptado un horario de apertura ininterrumpida, sin cierre a mediodía, implantando 2 turnos de trabajo y disponiendo a la vez de más tiempo para preparar pedidos o realizar trabajo interno. Estas cuestiones, junto al factor proximidad del comercio de alimentación, tan importante en tiempos de desplazamientos cortos y compras más rápidas, son factores que claramente pueden ayudar a competir mejor en el contexto actual.

INFORMACIÓN AL CONSUMIDOR: ORIGEN, COMPOSICIÓN Y TRAZABILIDAD DEL PRODUCTO.

La información de lo que vendemos, transmitida de una forma clara y comprensible, es más necesaria que nunca. El consumidor pide transparencia y control de lo que come. La procedencia de los productos, la información de terceros (otras empresas implicadas en la cadena) y la composición de los productos será más importante y esta información deberá ser compartida. Es crítica la trazabilidad para permitir la identificación de productos en riesgo y la gestión de lotes facilitando alertas cuando los productos vuelvan a estar disponibles. Asimismo, los compradores pueden tener recelos en relación a productos procedentes de algunas regiones, pero sobretodo quieren saber lo que comen y que cadena de valor ha seguido de un modo claro, comprensible y transparente.

SALUD Y BIENESTAR

Este es un factor que permanece y sigue siendo importante pero con una nueva perspectiva: el mantenernos sanos. La prevención de enfermedades es ahora una prioridad máxima y vemos un interés creciente en productos naturales, plant-based y veganos, formulaciones con ingredientes probióticos, reducción de grasas y sal... y en definitiva todo lo que ayude a cuidar nuestra salud digestiva y reforzar el sistema inmunológico, pero que a la vez nos facilite la elaboración y el consumo, haciendo más fácil nuestro día a día.



Pedro Reig Catalá
Sociólogo y consultor de Retail comportamiento del consumidor
Director de Coto Consulting
www.cotoconsulting.com

DIGITALIZACIÓN

A raíz del periodo de confinamiento hemos vivido una aceleración sin precedentes de la venta online lo que ha llevado consigo el cambio en la gestión del modelo de negocio más rápido jamás vivido, en un camino (ya no opcional) sino obligatorio hacia la digitalización. Según un reciente estudio de OpinionWay en Francia, Italia, España, Portugal y Alemania durante la crisis del Covid-19, ocho de cada diez españoles han incrementado el uso de, al menos, un nuevo servicio digital en los últimos meses, frente a uno de cada cinco de media en Europa. La realidad a día de hoy es una brecha más pronunciada entre los que apuestan por la digitalización y los que no. El camino hacia el que nos dirigimos es a un comercio más **omnicanal** y unas **ventas más mixtas** (on-off), en las que los dos canales (físico y online) se apoyan para ofrecer una solución completa y ampliada a un **cliente cada vez más híbrido**, que no significa que sea solo digital. Servicios como reserva de pedidos y listas de clientes vía *Whatsapp*, mejorar la geolocalización a través de *Google My Business*, crear videos en redes sociales presentando productos y ofertas del día, escribir y

publicar tips vía blog sobre salud y cocina o disponer de sistemas ágiles y sin contacto de pago desde el móvil como *Bizum* son ejemplos de digitalización que no requieren grandes esfuerzos ni desarrollos. A partir de ahí valorar si quiero vender online, que puedo vender y a quien. Vender online no es trasladar mi tienda a otro canal, sino priorizar el producto en el que puedo diferenciarme y a que publico me dirijo. Pero esto es otro tema.

No olvidemos que esta transformación digital no es ajena a la población senior. La aceleración de cambios del consumidor en tiempos de COVID ha traído la aceleración en la digitalización del segmento senior. Durante el periodo de confinamiento en gran consumo, el 9,3% de los compradores mayores de 65 años han comprado online (+1,3% que 2019), con una evolución en valor del 210%, muchos de ellos continuarán, lo cual ha traído una clara oportunidad de ofrecer productos y servicios online para los segmentos senior.

¿Y qué pasa con el precio? En nuestro informe dábamos un peso relevante al auge del precio, sobre todo fundamentado en la enorme cantidad de stock generado durante el confinamiento

y la paralización de sectores como el equipamiento personal o ciertos bienes ocasionales (joyería por ejemplo). Esto no ha sucedido en el sector del comercio de alimentación, lo cual no significa que el auge del factor precio no vaya a impactar, debido a la incertidumbre y percepción de empeoramiento de la situación económica del consumidor, lo que se traduce en mayores tasas de ahorro familiar y menor cantidad de dinero destinado a la compra de bienes y servicios, incluida la alimentación, sobre todo la de gamas mas altas y momentos ocasionales, sin menoscabo de las opciones de compra de productos para momentos especiales de consumo en el hogar, lo cual debemos saber aprovechar tras el auge del *cocooning* (hacer más vida dentro del hogar en detrimento de la vida social).

Vivimos tiempos de incertidumbre y de volatilidad, donde la creatividad, la omnicanalidad y la capacidad y velocidad de adaptación y la flexibilidad de los modelos de negocio van a ser necesarias de cara a competir en un entorno incierto. Pongámonos cuanto antes manos a la obra.

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
consulting marcando
VALENCIA - ALICANTE - MADRID
f i g o s t i n
963 942 775
COTO@COTOCONSULTING.COM
WWW.COTOCONSULTING.COM



LOS NIÑOS Y ADOLESCENTES DEBEN LLEVAR UNA DIETA EQUILIBRADA QUE LES PROPORCIONEN TODOS LOS NUTRIENTES NECESARIOS PARA UN CORRECTO DESARROLLO.

MENÚ INFANTIL: UNA ALIMENTACIÓN COMPLETA PARA LA VUELTA AL COLE

La vuelta al cole, a los deberes y a las clases extraescolares supone para los más pequeños un gran reto. Las circunstancias excepcionales debido a la crisis sanitaria, han provocado que los niños lleven más de seis meses sin pisar las aulas. Es por ello, que **una buena alimentación es fundamental para superar la vuelta a la rutina** con la mayor vitalidad y energía posibles.

El primer paso comienza por establecer unos horarios regulares, tanto para las horas de sueño como para las cinco comidas al día; también debemos plantear menús equilibrados, que incluyan todos los grupos de alimentos, y contar con una buena hidratación.

Hay que tener en cuenta que los **requerimientos nutricionales de un niño o adolescente no son los mismos que los de una persona adulta**. Estos se encuentran en pleno desarrollo y crecimiento, por lo que la restricción de ciertos nutrientes en su

alimentación pueden causar en ellos inevitables e importantes deficiencias nutricionales.

Para evitarlo los productos cárnicos, además del resto de grupos de alimentos de la Dieta Mediterránea, cobran una importancia especial, ya que refuerzan el sistema inmune de la población infantil, especialmente en esta particular vuelta al cole donde su organismo debe permanecer más fuerte que nunca para evitar nuevos rebrotes y posibles casos de Covid-19.

Por último, recordar que, sin duda, la mejor forma de reducir el riesgo de contagio es seguir de forma rigurosa a las normas impuestas por nuestra comunidad autónoma, extremando la higiene y manteniendo distancias de seguridad, pero además, es necesario cuidar aún más si cabe la alimentación, y las escuelas son un lugar idóneo para hacer hincapié en la cultura nutricional.

EL PAPEL DE LOS PRODUCTOS CÁRNICOS EN NUESTRA SALUD

La carne es el aliado perfecto para mejorar nuestra respuesta inmunitaria, ya que contiene los ocho aminoácidos esenciales para fortalecer las defensas de nuestro organismo.

Los productos cárnicos son ricos en **vitaminas B6 y B12**, que contribuyen al correcto funcionamiento del sistema inmunitario; minerales como el **zinc**, que contribuye al mantenimiento de los huesos y la piel, así como a la función cognitiva y al metabolismo normal de los macronutrientes; **el selenio**, considerado como uno de los minerales esenciales de nuestro cuerpo. Este mineral antioxidante contribuye a la protección de las células frente al daño oxidativo y previene la formación de radicales libres.

El consumo de carne oscila entre **3 y 5 veces por semana**, donde se recomienda combinar los diferentes tipos de carnes, y es esencial llevar a cabo una alimentación completa donde se consuman todos los grupos de alimentos.



Artículo extraído de la Plataforma Carne y Salud. Más información en www.carneysalud.com

AUTOCONSUMO:

CARNISSE-CHARCUTER, CONNECTA'T AL SOL

COMO AHORRAR EN LA FACTURA DE LA LUZ CON AUTOCONSUMO FOTOVOLTAICO



Como podrás comprobar en tu negocio, hoy en día, los márgenes son cada vez más estrechos en el sector de las Carnicerías/Charcuterías, por lo que hay que buscar alternativas para reducir aquellos costes sobre los que se puede actuar, sin renunciar a la calidad de nuestros productos.

En sectores productivos donde existe una gran competitividad, cada detalle cuenta y puede marcar la diferencia, en el caso de la industria cárnica el autoconsumo fotovoltaico puede ser una pieza clave para reducir los costes de explotación y mejorar el margen de beneficios.

AUTOCONSUMO FOTOVOLTAICO, ¿Qué es? Hace referencia a la producción individual de electricidad para el propio consumo a través de paneles solares fotovoltaicos, que puede llevar a cabo cualquier persona o empresa. Gracias a la reducción de costes de las instalaciones fotovoltaicas, este sistema permite ahorros importantes en la factura de la luz. Ponte en contacto con nosotros y en unos días tendrás confeccionado un **presupuesto sin compromiso** en base a tu factura y la ubicación de tu vivienda, negocio o nave industrial.

¿QUÉ ES UNA INSTALACIÓN FOTOVOLTAICA? Es una instalación que produce energía mediante los siguientes

componentes: **Módulos fotovoltaicos (Placas solares)** que son las encargadas de captar la energía del sol convirtiéndola en energía fotovoltaica gracias a estos módulos contruidos con silicio. **Inversor**, este dispositivo es el encargado de transformar la corriente generada por los módulos en corriente alterna para ser utilizada o volcada a la red. **Monitorización**, para controlar la instalación de forma remota, empoderando a las personas con la información de la instalación.

ENERGÍA FOTOVOLTAICA, ahora sí. Durante mucho tiempo hubo políticos y grandes empresas del sector eléctrico negaban la importancia y el interés para nuestro país de contar con la energía fotovoltaica, ya que decían que resultaba cara y nunca serviría para mucho más que para dar un poco más de luz que una linterna, pero con la nueva legislación, el impuesto al sol ya es un error del pasado y de pronto, casi sin darnos cuenta, nos hemos dado cuenta que la energía renovable fotovoltaica es necesaria, buena, es bienvenida y debe ser protegida e impulsada por todos los estamentos públicos, tanto locales vía deducciones del IBI y reducciones del ICIO, como regionales con subvenciones del IVACE o deducciones en la renta y nacionales como apoyos del IDAE.



IVACE. Julia Company, directora, indica que la producción de energía a nivel local "km0" es indispensable para fomentar la producción de energía renovable y difundir la democracia energética, por ello el objetivo prioritario del Ivace en materia energética es lograr un modelo energético sostenible y al mismo tiempo más justo, más participativo y más democrático, en el que los ciudadanos adquieran un papel protagonista.



IDAE. A través del RD244/2019, nos indica las condiciones administrativas, técnicas y económicas del autoconsumo de energía eléctrica, además desarrolla el autoconsumo tanto individual (el que una persona/empresa se pone sobre su tejado) como el colectivo/compartido (el que realizan un grupo de personas/empresas con una distancia máxima de 500m).

AUTOCONSUMO: CARNISSER-XARCUTER, CONNECTA'T AL SOL

MODALIDADES DE AUTOCONSUMO

SIN excedentes: Cuando existen sistemas antivertido que impiden la inyección de la energía sobrante a la red de distribución.

CON excedente: Cuando las instalaciones de generación pueden, además de suministrar energía para autoconsumo, inyectar la energía excedentaria en las redes de distribución y compensar. Dentro de este caso, también hay dos tipos:

CON excedentes ACOGIDAS a compensación (opción preferida): En esta modalidad la energía que no se autoconsume de forma instantánea por el día se vuelca a la red de manera que al final del periodo de facturación (máximo un mes) el valor de esa energía vertida se compensará en la factura del consumidor.

CON excedentes NO ACOGIDAS a compensación: En esta modalidad la

energía que no se autoconsume de forma instantánea se vuelca a la red y se VENDE obteniendo por ella el precio del mercado eléctrico, pero obligando fiscalmente a realizar las liquidaciones trimestrales del IVA y/o IRPF, por lo que esta opción solo la recomendamos para grandes industrias con muchos m2 de techo donde ubicar las placas.



ODS DEL ONU Y PACTO VERDE EUROPEO

Es una hoja de ruta para dotar a la UE de una economía sostenible, ya que el cambio climático y la degradación del medio ambiente son una amenaza para todos. La realización de este objetivo exigirá que transformemos los retos climáticos en oportunidades para lograr una transición ecológica justa para todos. El plan de acción quiere impulsar un uso eficiente de los recursos mediante el paso a una economía limpia y circular, así como restaurar la biodiversidad y reducir la contaminación.



Todo esto que hemos comentado (reducción de la factura energética junto con una mayor protección del medio ambiente) está muy bien, pero yo tengo una carnicería/chartutería, trabajo muchas horas y no tengo tiempo para ver el tema energético, por lo que ¿Qué puedo hacer?

1º Buscar "dos minutos" y ponerte en contacto con Vicent García al 626 431 312 o por correo a vicentalbalat@gmail.com, para que como asesor energético, pueda analizar tanto la factura eléctrica del negocio, como la ubicación del negocio y poder plantear soluciones a medida en base al consumo y techo disponible. Además, solo por ser socio del GREMI DE CARNISSERS DE VALENCIA, realizaremos una visita a la vivienda o local para confeccionar **totalmente gratuito un presupuesto sin compromiso alguno**.

2º Una vez tengamos la conformidad al presupuesto presentado, nosotros nos encargamos de todo, solicitud de permisos municipales, tramitación de posibles ayudas autonómicas y legalización de la instalación en industria para que tu comercializadora aplique la compensación mensual.

Vicent García
626 431 312 – vicentalbalat@gmail.com – Economista y Asesor energético



www.incarto.es
C/ Major, 152
46135 Albalat dels Sorells (València)



VICENT GARCÍA
vicentalbalat@gmail.com
Móvil: 626 431 312



MesMadera @MesMadera
Fabricación, venta y reparación de diversos productos derivados de la madera. Especialista en tablas de cocina, accesorios madera de cocina, soportes...
Reparación de pilones de carnicería entre otros.

+34 686 27 88 16
mesmadera@gmail.com



AGREMIADOS AL DÍA

COVID-19

PAQUI MOLINER

Formadora y consultora
en seguridad alimentaria
y calidad

¿Cuál es la probabilidad de contagio por covid transmitido por los alimentos?

A día de hoy sigue sin haber una evidencia científica de la transmisión de COVID19 por los alimentos, y este no puede multiplicarse en los alimentos. Todas las autoridades sanitaria concluyen que los alimentos no son ni fuente ni vía de transmisión para COVID19.

¿En que se basa el control en las empresas sobre el COVID-19?

Los objetivos en las empresas alimentarias son 2 principales: evitar el contagio de los trabajadores y evitar que pueda llegar unidades viables de COVID19 a los alimentos.

Partiendo de estos dos objetivos principales las empresas deben reorganizar todos sus recursos y espacios para permitir que tanto sus trabajadores como sus productos queden protegidos tanto de los contactos internos en la empresa como por los clientes en el punto de venta, es por todo esto que desde las guías definidas para la gestión de los entornos de trabajo en la era covid se parta de indicaciones orientadas a mantener la distancia de seguridad de cada persona, bien sea cliente o trabajador reorganizando espacios que permitan mantener la distancia mínima de 1,5 m, como por ejemplo marcado en suelos de posiciones para los clientes dejando distancia entre ellos y entre los trabajadores, al igual que limitar el aforo de forma que se garantice 4m2 por persona, definiendo zonas de trabajo para evitar contactos entre trabajadores a la vez que se garantice estas distancias en vestuarios y comedores haciendo entradas y salidas de estos escalonadas. Para que estas medidas de distanciamiento sean mas efectivas y se pueda eliminar las microscópicas partículas que quedan suspendidas resulta muy importante airear todas las estancias al menos 2 veces al día 10 minutos.

Junto con la distancia interpersonal se deben implantar otras medidas de higiene que permitan eliminar la posible presencia del virus de las manos y superficies mediante la limpieza y desinfección de superficies (limpieza con detergente seguida de desinfección con lejía 20mL por cada 980 ml de agua) y la limpieza de manos con jabón durante 40 segundos o gel hidroalcohólico.

co si no se dispone de punto de limpieza con agua y jabón. Dentro de las medidas de higiene la limpieza de los uniformes diaria a 60°C cobra un especial peso en la protección de trabajadores y productos, así como la etiqueta respiratoria de retener estornudos o toses con papel desechable o bien con el codo flexionado para no dejar las proyecciones libres en el ambiente.

¿Cuáles son las bases de la gestión del COVID19 en las empresas del sector?

¿puedo volver a mezclar la plantilla en lugar de mantener los 2 turnos?

Dentro de las empresas manufactureras en las que no se puede trabajar la estrategia principal es la de separar a la plantilla en grupos estables con el fin de minimizar la cantidad de trabajadores a aislar en cuarentena en el caso de presentar un positivo en la plantilla. Si tenemos 2 equipos de trabajo que están juntos por turno en caso de 1 positivo se aísla solo a ese turno y no a toda la plantilla, por ello es totalmente aconsejable que dentro de la organización de la empresa se mantengan estos turnos de trabajo estables hasta que la batalla contra el virus quede controlada.

¿Y si un contacto da positivo o muestra signos de haber cogido la enfermedad?

Las actuaciones en caso de posible contagio han sufrido fluctuaciones en los 9 meses que llevamos de pandemia y puede ser que sigan cambiando en los próximos meses ya que este virus y su actuación son nuevos para todos. En caso de duda lo mejor es asesorarse bien por el servicio de prevención contratado o bien con el teléfono defino por Conselleria específico del covid 900300555. Los protocolos se basan en conseguir aislar en cuarentena a todos los posibles contactos estrechos, aquellos que tienen una probabilidad alta de poder haberse contagiado al compartir espacio con el caso positivo o mantener un contacto durante mas de 15 minutos, a una distancia inferior a 2 m

La importancia de dar información a los trabajadores

La enfermedad por coronavirus (COVID-19) es la primera pandemia de la historia en la que se emplean a gran escala la tecnología y las re-

AGREMIADOS AL DÍA: COVID-19

des sociales para ayudar a las personas a mantenerse seguras, informadas, productivas y conectadas. Al mismo tiempo, la tecnología de la que dependemos para mantenernos conectados e informados permite y amplifica una infodemia que sigue minando la respuesta mundial y comprometiendo las medidas para controlar la pandemia, por esto resulta de

vital importancia para la correcta aplicación de las medidas en las empresas que estas informen de forma detallada a sus trabajadores sobre las características del virus, el riesgo al que se esta sometido, la sintomatología que debe reconocer un trabajador para no acudir al centro de trabajo y llamar a su centro de salud, las medidas aplicadas dentro de las ins-

talaciones de la empresa y las medidas preventivas a llevar acabo fuera de esta como en el traslado al centro de trabajo, la intensificación de las medidas de higiene, etc. Todo esto permite eliminar bulos adquiridos de redes sociales y medios de información y conseguir un equipo coordinado y trabajando en el mismo sentido.



INSPECCIONES SANIDAD EN 2019

INFORME ANUAL DE RESULTADOS DEL PLAN NACIONAL DE CONTROL OFICIAL DE LA CADENA ALIMENTARIA POR AESAN



1 Controles Realizados

Inspecciones a Establecimientos	561.091
Control de la Información facilitada al consumidor	144.143
Análisis de alimentos	118.720



2 Alertas

Se notificaron 84 alertas

Entre ellas la mas destacada el caso de Listeria en Magruds



3 Sanciones

Incoaciones de expediente sancionador	8.956
Sanciones impuestas	7.716
Suspensiones cautelares de establecimientos	1.025
Retiradas de producto de mercado	2.558



4 Nivel de cumplimiento muy Alto

El cumplimiento ronda entre el 98,8% y el 78,6%

AGREMIADOS AL DÍA _POR PAQUI MOLINER

EL FUTURO DE LOS PLÁSTICOS EN EUROPA

Para 2050, podría haber más plásticos en el océano que peces, por ello desde Europa se están definiendo estrategias que permitan reducir estos contaminantes en mares y océanos.

2021: EL FIN DE LAS BOLSAS LIGERAS

Nos acercamos a la tercera fecha definida en el RD 293/2018 sobre reducción de bolsas de plástico. A partir del 1 de enero del 2021 el uso de bolsas queda de la siguiente manera:

Bolsas muy ligeras galga menor de 60 o de 15 micras	Bolsas usadas en la venta a granel, necesarias por higiene, Estaban exentas de cobro	Prohibidas todas menos las compostables
Bolsas Ligeras Galga= 60-199 o micras=15-49	Bolsa común, como tipo camiseta	Prohibidas excepto las compostables
Bolsas no ligeras Galga superior a 200 o superior a 50 micras	Bolsa gruesa conocida como reutilizable	Prohibidas las que tengan menos de un 50% de reciclado. Se debe cobrar por bolsa (0,10 €) a no ser que su porcentaje de reciclado sea mayor del 70%

El texto definido en el real decreto indica de forma explícita:

“Se prohíbe la entrega (gratuita o no) de bolsas de plástico ligeras y muy ligeras al consumidor en los puntos de venta de bienes o productos, excepto si son de **plástico compostable**. Los comercian-

tes podrán también optar por otros formatos de envase para substituir a las bolsas de plástico. “

“Todas estas medidas afectarán también a las bolsas que puedan suministrarse en la venta online, así como a las entregadas a domicilio. Se excluyen los so-

bres de plástico empleados para las ventas a distancia, si bien estos deberán ser considerados envases si cumplen con la definición de envase y sus ejemplos establecida en la Ley 11/1997, de 24 de abril. Se establece la obligación de marcado de las bolsas compostables”.

SANCIONES

Infracción		Mínimo	Máximo
Muy grave	al poner al mercado bolsas incumpliendo la ley y cuando el volumen de las entregada afecte gravemente al medio ambiente	45.001€	1.750.000€
Graves	al poner al mercado bolsas incumpliendo la ley y cuando el volumen de las entregada NO afecte gravemente al medio ambiente	901€	45.000€
Leves	muy escasa cuantía el incumplimiento	1€	900€



Augusta

15 años optimizando sus comercios



CASA FLORA
León



augustavitrinas.com
91 755 79 28

AGREMIADOS AL DÍA: EL FUTURO DE LOS PLÁSTICOS EN EUROPA

TIPOS DE BOLSA DE PLÁSTICO:

«**bolsas de plástico**»: bolsas, con o sin asa, hechas de plástico, proporcionadas a los consumidores en los puntos de venta de bienes o productos, lo que incluye la venta online y la entrega a domicilio;

«**bolsas de plástico ligeras**»: bolsas de plástico con un espesor inferior a 50 micras;

«**bolsas de plástico muy ligeras**»: bolsas de plástico con un espesor inferior a 15 micras, que son necesarias por razones de higiene, o que se suministran como envase primario para alimentos a granel, como fruta, legumbre, carne, pescado, entre otros, cuando su uso contribuye a prevenir el desperdicio de estos alimentos;

«**bolsas de plástico fragmentable**»: bolsas de plástico fabricadas con materiales plásticos que incluyen aditivos que

catalizan la fragmentación del material plástico en microfragmentos. Se incluye en el concepto de plástico fragmentable tanto el plástico oxofragmentable como el fotofragmentable, el termofragmentable y el hidrofragmentable;

«**bolsas de plástico compostables**»: bolsas de plástico que cumplan los requisitos de la norma europea vigente EN 13432:2000 «Envases y embalajes. Requisitos de los envases y embalajes valorizables mediante compostaje y biodegradación. Programa de ensayo y criterios de evaluación para la aceptación final del envase o embalaje» y en sus sucesivas actualizaciones, así como las bolsas de plástico que cumplan los estándares europeos o nacionales de biodegradación a través de compostaje doméstico;

A TENER EN CUENTA. ¡¡¡QUE NO OS LA CUELEN!!!

Hay ciertas bolsas en el mercado que pueden inducir a error, ya que no es lo mismo DEGRADABLE que COMPOSTABLE, estas bolsas DEGRADABLES NO ESTAN PERMITIDAS:

- **Bolsas de plástico Oxodegradables**: En esas bolsas se incorporan aditivos a los plásticos convencionales que, con el paso del tiempo fragmentan el plástico en pequeñas partículas que permanecen en el medio ambiente.

- Bolsas de plástico **fotofragmentable, termofragmentable e hidrofragmentable**, por lo que procede hablar de bolsas fabricadas con plásticos fragmentables, son bolsas de plástico fabricadas con materiales plásticos que incluyen aditivos que catalizan la fragmentación del material plástico en microfragmentos por la acción del sol, el calor o el agua.

AGREMIADOS AL DÍA: EL FUTURO DE LOS PLÁSTICOS EN EUROPA

¿TIENEN QUE DESAPARECER LAS BANDEJAS DE POLIESTIRENO DE LAS CARNICERIAS?

Actualmente está en vigor varias normativas europeas con el fin de reducir el residuo plástico en el medio ambiente, en la DIRECTIVA 2019/904 relativa a la reducción del impacto de determinados productos de plástico en el medio ambiente es en la que se describen los acuerdos definidos en el pleno del parlamento europeo celebrado en marzo del 2019. Define como objetivos la desaparición de objetos plásticos de un solo uso como bastoncillos para los oídos, pajitas, platos y cubiertos de plástico... como segundo objetivo conseguir en 2029 la recogida del 90% de las botellas de plástico y se recoge también el en acuerdo la aplicación mas estricta de quien contamina paga, y es en esta directiva en la que salen a relucir los envases de poliestireno.

Dentro de las restricciones de los productos plásticos la directiva define diferentes actuaciones según el producto y su uso, por ejemplo esta directiva trata de forma diferente ellos envases para alimentos que son listos para su consumo en el propio envase de los que no («un consumo inmediato en el propio envoltorio o envase sin ninguna otra preparación posterior»), es decir esta directiva establece limitaciones sobre el uso de plásticos flexibles, bandejas de plástico y bandejas de poliestireno en productos listos para su consumo, pero no para la comercialización de alimentos que no pertenezcan a estos grupos como las carnes frescas y los preparados de carne, a los productos que si establece prohibición de uso y restricciones a los fabricantes son para bandejas y cajas de plástico o poliestireno a utilizar en alimentos listos para su consumo como los productos cár-

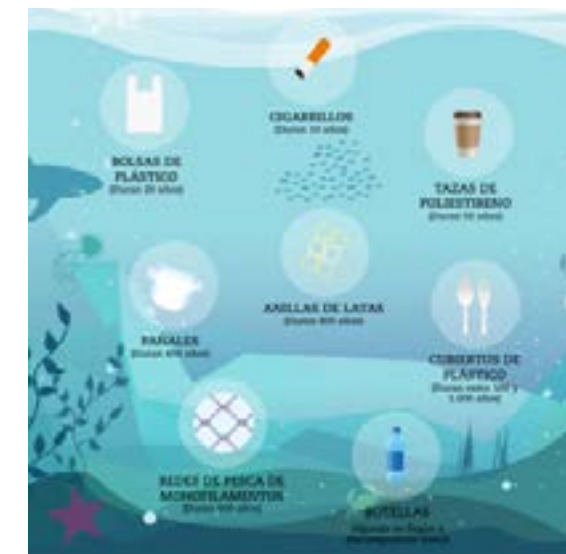
nicos curados, secos o los platos preparados. Aunque por ahora todo hace indicar que los alimentos frescos se van a poder seguir comercializando en este tipo de envases, recordar que Europa tiene como objetivo la reducción al mínimo del uso de componentes plásticos no degradables, con lo que todo nos hace pensar que en un tiempo no muy lejano se regule el uso de las bandejas para productos frescos.

Los productos que deberán desaparecer en 2021 son:

- cubiertos de plástico de un solo uso (cucharas, tenedores, cuchillos y palillos),
- platos de plástico de un solo uso,
- pajitas,
- bastoncillos de algodón para los oídos fabricados en plástico,
- palitos de plástico para sostener globos, y
- plásticos oxodegradables y contenedores alimenticios y tazas de poli estireno (para alimentos listos para su consumo en el envase).

Según la Comisión Europea, más del 80% de la basura hallada en el mar es plástico. Los productos cubiertos por esta legislación constituyen el 70% del total de los desechos marinos. Debido a su lento proceso de descomposición, el plástico se acumula en mares y playas, en la UE y en el mundo. El plástico es ingerido por los animales, como tortugas, focas, ballenas y aves, y también por peces y mariscos, por lo que acaba llegando a nuestros platos.

En Europa se realizan planes para la reducción de residuos en el medioambiente y en los próximos años vamos a ver la reducción o eliminación de muchos productos que su degradación es muy lenta.



innova society
innova 2 evoluciona

TECNOLOGÍA AL SERVICIO DEL CARNICERO

¿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

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 !!

AGREMIADOS AL DÍA

COVID 19 ADAPTACIONES LABORALES



**JOSÉ HERNÁNDEZ
CARRILLO**
Asesor del Gremio

Tras las vacaciones estivales, en plena pandemia y con rebrotes por toda la geografía española, **muchas son las familias que afrontan la vuelta al cole con incertidumbre y preocupación**, sobre todo cuando se plantean “¿y si mi hijo o hija se contagia o tiene que guardar cuarentena?”.

La ministra de Trabajo y Economía Social, **Yolanda Díaz Pérez**, aseguró que se iba a prorrogar la vigencia del contenido del Real Decreto 8/2020 relativo **al carácter preferente del teletrabajo y el Plan MECUIDA**, prevista inicialmente hasta el próximo 22 de septiembre, y que el Gobierno estaba trabajando para extender la cobertura de incapacidad temporal por cuarentena prevista en el Real Decreto- Ley 6/2020 **a los supuestos denominados de incapacidad temporal indirecta, es decir, aquellos en los que la persona trabajadora deba atender a un hijo o hija que se haya contagiado por Covid-19 o que deba guardar cuarentena.**

Posteriormente se han producido manifestaciones de distintos miembros del Gobierno, incluso del presidente, **apoyando o descartando en todo o en parte estas opciones**, sin que hasta la fecha se hayan aprobado ninguna de las medidas anunciadas.

El Real Decreto-ley 8/2020, de 17 de marzo, de medidas urgentes extraordinarias para hacer frente al impacto económico y social de la Covid-19, establece que siempre que sea técnica y razonablemente posible y si el esfuerzo de adaptación necesario resulta proporcionado, **se deberá optar por el teletrabajo, pudiendo ser esta una solución para quienes tienen a su cargo a un menor enfermo o en cuarentena.**

También regula este Real Decreto-ley el Plan MECUIDA que **permite la adaptación (cambio de turno, alteración de horario, horario flexible, jornada partida o continuada, cambio de centro de trabajo, cambio de funciones, cambio en la forma de prestación del trabajo, incluyendo la prestación de trabajo a distancia, o en cualquier otro cambio de condiciones que estuviera disponible en la empresa o que pudiera implantarse de modo razonable y proporcionado) y/o reducción de la jornada de trabajo, con la correspondiente reducción de sueldo, de hasta el 100%.**

Según la regulación actual **pueden acogerse a este Plan** las personas trabajadoras por cuenta ajena:

- a) **Cuya presencia sea necesaria para atender a un hijo** que, por razones de edad, enfermedad o discapacidad, necesite de cuidado personal y directo por motivo de la Covid-19.
- b) Cuando se produzca el **cierre gubernativo de centros educativos** o de cualquier otra naturaleza que dispensaran cuidado o atención al hijo o a la hija.
- c) Cuando quien hasta el momento se hubiera encargado de su cuidado o asistencia directos **no pudiera seguir haciéndolo por causas justificadas** relacionadas con la Covid-19.

De producirse la extensión de la cobertura de incapacidad temporal por cuarentena prevista en el Real Decreto-Ley 6/2020 a estos supuestos, **supondría considerar que las personas trabajadoras cuyos hijos o hijas se hayan contagiado por coronavirus o deban permanecer en aislamiento o cuarentena como consecuencia del mismo están en una situación asimilada al accidente de trabajo.**

De este modo, desde el día siguiente a la baja laboral, **percibirán una prestación equivalente al 75% de la base reguladora de su salario**, que puede ser complementada por la empresa hasta el 100% de la base si tiene establecido un complemento de incapacidad temporal.

Actualmente las madres y padres trabajadores que se encuentren en esta situación podrán solicitar teletrabajar cuando ello sea posible, permisos retribuidos o no retribuidos, días de vacaciones, excedencia voluntaria, excedencia para cuidado de hijos, suspensión temporal del contrato de trabajo, o la aplicación de otras medidas de conciliación previstas en el convenio colectivo, Plan de Igualdad o Plan de Conciliación aplicable, o acordar con la empresa una solución que satisfaga a ambas partes.

En cualquier caso, actualmente no hay ninguna contraprestación económica, por tener que guardar una cuarenta, salvo que se este contagiado de Covid 19, por lo que si un trabajador no tiene baja médica, no cobraría cantidad alguna.

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 bajos - 46940 MANISES (Valencia)

Tel. 96 153 41 91 | Tel. Atención Cliente: 900 600 006

www.laselva.es



Sin GLUTEN, sin
LACTOSA, sin HUEVO
y sin SOJA

MY WAY!! UNA APP... A MI MANERA

Cuando mi bisabuelo empezó en el negocio, él mismo criaba sus animales, los mataba en el corral de casa y después los vendía en el mercado, las básculas eran con pesas y apenas necesitaban saber leer y escribir

Mi abuelo, ya llevaba los animales al matadero, las cosas iban evolucionando, pero muy lentamente.

Y mi padre, ya vivió toda una revolución, de las balanzas de varillas a las digitales, de ver matar en el corral de casa los animales a toda una retahíla de normativa de sanidad, maquinaria nueva y sin saberlo estaba haciendo marketing creando un logotipo, poniendo carteles de ofertas, también llegó la hamburguesa y una nueva forma de comer y de vivir... cosas que pueden parecer muy básicas ahora pero que en la época de nuestros padres fue un fuerte cambio que se orquestó durante varias décadas.

Mi Hermana y yo, vivimos ahora una revolución que es como estar dentro de un remolino, nos ha tocado vivir en un mundo que cambia de una forma espeluznantemente rápida. En la época de mis bisabuelos los cambios eran cada 50 años, mi abuelo cada 30, mi padre cada 15 o 20 años, pero ahora sufrimos cambios constantes cada 2, 3 como mucho 5 años.

¿Con esto qué quiero decir? Que quien no vea la ola del cambio no podrá subirse a ella y le arroyará.

Hace apenas 20 años, nadie tenía una web, solo los negocios grandes

y potentes podían permitírselo, hoy no solo nos lo podemos permitir, si no que es absolutamente imprescindible. Pero no solo una web, también trabajar las redes sociales, estudiar a nuestra clientela, a nuestra competencia (que ya no es el carnicero sino las grandes superficies)

En el mundo de internet, nosotros empezamos como casi todos, encargando una web a un informático... es lo normal... somos carniceras, no informáticas, el proceso fue muy sencillo, un chico que estudia informática, te ofrece hacerte una web que te resulta barata, que tu no sabes ni como funciona, te pide que le escribas unos textos... y no sabes ni que poner, no sabes como poner contenido en ella... en definitiva casi que lo dejas en manos del informático que es quien sabe y él hace lo que buenamente puede. Seguro que os habéis sentido identificados con esto el 90% de los car-

niceros que estáis leyendo el artículo.

Te hacen la web y piensas, "Ya está, ya estoy dentro de internet.. misión cumplida"... pues no..., te equivocas, viene el informático y te dice que tienes que pagarle x euros por el mantenimiento

“Si no analizas estás perdido, si no te subes a la ola estás perdido, si te rindes estás perdido, si no amplias el punto de mira estás perdido, sin equipo estás perdido”

del hosting, del dominio, de los plugins... y no se que palabrejas más que tú ni entiendes y dices... pero si no me has cambiado nada en la web, si está igual desde el primer día, y además está ya fea y anticuada"... solución, cambio de informático y de web... y ya que estamos

¿Por qué no intentamos vender online? jejejeje seguro que es super fácil. Seguro que hasta este punto también habéis llegado muchos de los que estáis leyendo.

Pues eso, a la búsqueda del informático perfecto... y lo encontramos, nos hizo una web preciosa con un diseño actual (para la época... ahora nos parecería horrible) buscamos un fotógrafo que nos

orientara en como hacer las fotos de los productos, me dio unas nociones básicas de Photoshop. Hicimos fotos de todos los productos uno por uno, el informático me enseñó a poner los productos, rellenar los campos y a entender algunas palabrejas de su jerga que a mí me sonaban a chino.

Pues eso... ya tenemos tienda online... ¿sabéis en 4 años cuantas ventas hicimos? 0... no... una y la hizo de prueba el informático para que lleváramos la compra a su casa.

¿Dónde estaba el fallo?

Pues analizamos todos los factores del derecho, del revés, por arriba, por abajo.... y llegamos a la conclusión de que otros productos se pueden vender por internet pero el nuestro no. El quiz de la cuestión está en el tipo de producto, cosa que en parte es cierta... pero con muchísimos matices.

Como de producto no íbamos a cambiar, teníamos que cambiar la estrategia.

WhatsApp nos funcionaba muy bien, empezamos a explorar las redes sociales y vimos que funcionaban, así que empezamos manos a la obra por los cimientos. Lo primero era la formación, aprender el funcionamiento de las redes sociales, de los motores de búsqueda, de la herramienta para hacer webs, plugins, entender toda la jerga de los informáticos. Nos pusimos en faena y cambiamos la web pero esta vez sin ningún informático... La hizo una carnicera y desde el punto de vista y el análisis de negocio de una carnicera, no fue fácil ni sencillo, asistí a muchas clases, hice muchas pruebas, muchísimas y sobre todo invertí lo más caro y valioso que tenía.... Mi tiempo (hay que decir que jugaba con un poco de ventaja... mi marido es ingeniero y consultor y me guió y orientó en todo el proceso, sin su empujón y su visión del mundo empresarial no me habría aventurado)

Conseguí hacer una web que me funcionaba como un escaparate de nuestros productos y una presentación de nuestra empresa, todos los pedidos se canalizaban por whatsapp y teléfono. Hasta aquí todo perfecto, pero inesperadamente llega una pandemia, los pedidos de un día a otro nos desbordan, el WhatsApp echa humo y hace falta una persona solo cogiendo el teléfono y organizando los pedidos, era una situación inviable a largo plazo, pero se presentaba una ocasión única de fidelizar a la clientela que no podíamos dejar pasar. Así que después de muchas pruebas y muchas, son muchas y mucho analizar el producto, el cliente y todo lo analizable, hice una app con un formulario de pedidos lo más parecido a un WhatsApp, que era el canal que preferían mis clientes (Tengo que decir que todos los informáticos que consulté me lo desaconsejaron, me dijeron que no funcionaría y que no era buen sistema de ventas).



Mi App tenía que ser robusta, fiable, fácil para el cliente y cómoda para el día a día, que me quitara trabajo, que no se perdieran los pedidos, que en los momentos punta de trabajo no se bloqueara, que le gustara al cliente, había que publicitarla muy bien para que el cliente la usara y dejara de utilizar el WhatsApp y un montón de premisas más.

Tengo que decir que a día de hoy, reto conseguido. He montado una App que gusta a mis clientes, que los clientes la utilizan y hacen pedidos, que automáticamente imprime en tienda los pedidos, con un resguardo para la compra y otro para comprobar que todo está correcto, hemos tenido más de 1.000 descargas en 2 meses y cerca de 1.500 pedidos en solo dos meses. Tenemos a una persona dedicada en exclusiva a poner los pedidos que entran por la App, no se pierde ningún pedido y algo muy importante pero que la mayoría de la gente no ve, hemos elaborado una importante y fiable base de datos que está sirviendo para analizar a nuestros clientes, ver cual es su comportamiento, qué clientes compran de una forma, que clientes compran de otra y cuando.

Conclusión, si no analizas estás perdido, si no te subes a la ola estás perdido, si te rindes estás perdido, si no amplias el punto de mira estás perdido, sin equipo estás perdido. Tu negocio es vender carne, si no sabes informática, no puedes o no quieres formarte, busca profesionales que te ayuden a analizar tu negocio y como enfocarlo.

"Los que sobreviven no es por ser ni más grandes ni más fuertes, sino por ser los primeros en adaptarse" (Charles Darwin)

Amparo Aranda



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.





Descubra nuestra amplia gama de adobos para carne.

Excelentes ideas y desarrollos para condimentar sus productos!

El buen sabor, la alta calidad y la visión para las tendencias han convertido a AVO en uno de los principales especialistas en condimentos de Europa. Su surtido de más de 8000 artículos abastece a clientes de los sectores artesano e industrial con especias naturales, mezclas, condimentos líquidos, marinados y aliños.

AVO-WERKE August Beisse GmbH
Industriestraße 7 · D-49191 Belm · Germany
S.Oliver Brucker · AVO España · Tlf.: 653 127 085
oliver.brucker@avo.de · www.avo.de

zaika
Sabor & Tecnología

Distribuidor Comunidad Valenciana:
Grupo Pare Pere
Tlf.: 966 477 147 · 635 523 208
Andres@zaikaespecias.es



ROPA LABORAL, CALZADO DE SEGURIDAD Y EPIS

CRISAN
FABRICANTES Y DISTRIBUIDORES

C/ Mayor, 85 - Aldaia, Valencia
Tel. 96 151 45 81
www.crisanlaboral.es



DESEMBRE 20

31

CARNISSERIA PEINADO

Ha utilizado y rentabilizado, más que nunca, para ayudar a nuestros clientes durante la pandemia, el servicio que WhatsApp ha ofrecido; WhatsApp Business



Desde hace un año, a través del gremio de carniceros, tuve la oportunidad de asistir a un curso que realizaron sobre WhatsApp Busines. Una plataforma que nos permite a los pequeños comercios publicar y comunicar nuestros productos a los clientes.

Pero para poder contaros mi experiencia, primero me presento; mi nombre es Domingo Gabriel Peinado Serrano, gerente de "Carnisseria Peinado", situado en Torrent, València, c/ José Iturbi, 17 bajo, dentro del el sumpermercado el Día.

Nos ha dado la oportunidad de acercarnos más.

Esta plataforma nos ha dado la oportunidad de acercarnos más a nuestros consumidores y poder acceder a ellos de una manera más sencilla y directa. Es muy sencillo, con tener nuestro número de teléfono fijo en la agenda, reciben promociones y pueden acceder a nuestra lista de productos, consultando sus precios si es necesario. Además, si lo desean, pueden realizar sus compras, sin necesidad de estar físicamente en la tienda.

Esto ha facilitado y nos ha ayudado mucho durante esta cuarentena. Ya que, gracias a esta plataforma, y las redes sociales, hemos podido disponer de un medio accesible y totalmente gratuito para que tanto las personas que no nos conocían, como nuestros clientes, pudieran tener en la puerta de su casa, sin necesidad de salir a la calle, su compra.



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.

Estamos en: AV. Del Oeste, 43-1º - 46001 VALENCIA - Telf. 960 64 47 57



www.timbradosalbal.com



**TIMBRADOS
ALBAL**
PAPELES, BOLSAS Y ENVASES PARA ALIMENTACIÓN

TIMBRADOS ALBAL, S.L.
Senda de les Animes, 215
Pol. Ind. de Catarroja
46470 CATARROJA - Valencia
Telefono 96 127 23 08
comercial@timbradosalbal.com

RECETARIO POR VICENTE ROMERO

TRONCO DE NAVIDAD

Ingredientes:

- 1 ½ kg de traseros de pollos deshuesados y sin piel
- 300 gr. jamón york
- 300 gr. queso edam de barra
- 300 gr. queso cheddar en barra
- 300 gr. bacon sin la piel de arriba
- 2 botes de setas variadas cocidas (300 gramos aproximadamente)
- Burger Meat nugget de CEYLAN (60 gramos) + 150 gr. de agua para mezclar
- Pan tramezzini (como el pan BIMBO sin corteza en formato largo se consigue en barra)
- 1 bote de cacao puro
- 2 masas hojaldre rectangulares
- 2 rulos de cabra en formato pequeño
- 1 brocha de pelo
- Frutos silvestres
- Hierbas frescas; romero y tomillo para decoración

Preparación:

- 1 ½ kg de traseros de pollos deshuesados y sin piel
- 300 gr. jamón york
- 300 gr. queso edam de barra
- 300 gr. queso cheddar en barra
- 300 gr. bacon sin la piel de arriba
- 2 botes de setas variadas cocidas (300 gramos aproximadamente) – escurridas

Todos estos ingredientes los picamos a la misma vez, consiguiendo una masa uniforme. Añadiríamos el Burger Meat nugget (60 gr) y 150 gr. de agua, que previamente hemos mezclado y conseguimos una crema espesa (densa). Añadimos esta crema a la mezcla picada. Una vez todo junto removemos bien para que se repartan todos los ingredientes y reservamos.

Pondremos el pan tramezzini, 4 lonchas de pan grandes juntas, consiguiendo así una masa de pan de molde rectangular grande donde pondríamos la mezcla que terminamos de hacer y la extenderíamos sobre un centímetro o dos, sobre toda la base de los panes, consiguiendo así dos capas una de pan y otra de masa uniforme de mezcla arriba, en total unos 4 centímetros. Pondríamos los dos rulos de cabra juntos en un extremo del pan y pasaríamos a enrollarlo como un brazo de gitano, enrollado sobre sí mismo bien prieto.

Después, ponemos las dos masas de hojaldre sobre la mesa, estirándolas y uniendo el extremo de una masa con la otra para que se alargue más y de más capacidad al

brazo de gitano. Envolvemos sobre el hojaldre todo entero, dándole dos vueltas a todo el tronco, y ya tendríamos hecho el tronco con el pan, la mezcla y el hojaldre por fuera. Tendríamos que cortar los dos extremos de las puntas para que se pudiese ver el interior (el relleno). Una vez hecho, con un cuchillo simularíamos sobre el hojaldre las vetas de un tronco natural.

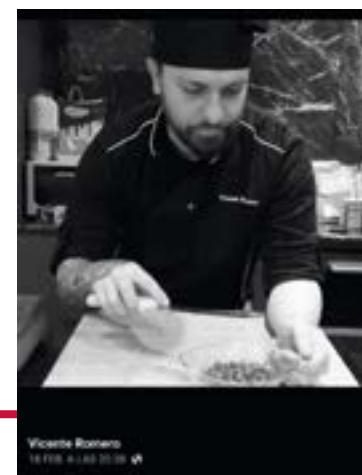
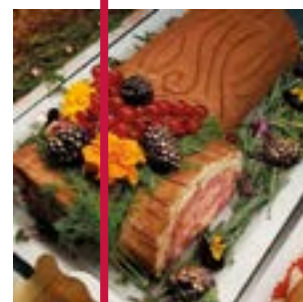
Coger la brocha de pelo (no de goma) y dándole brochazos con el cacao por encima al tronco, para simular el color de un tronco, no dejando mucho cacao por encima solo para manchar.

Cortar un filete del propio tronco unos 3 o 4 cm. y con los dedos y un poquito de queso filadelfia se lo pondríamos en un lateral apretándolo contra el tronco para conseguir el efecto de dos ramas.

Decorar al gusto con frutos silvestres y hierbas frescas (previamente lavadas), para simular el tronco de un árbol.

Cocinado

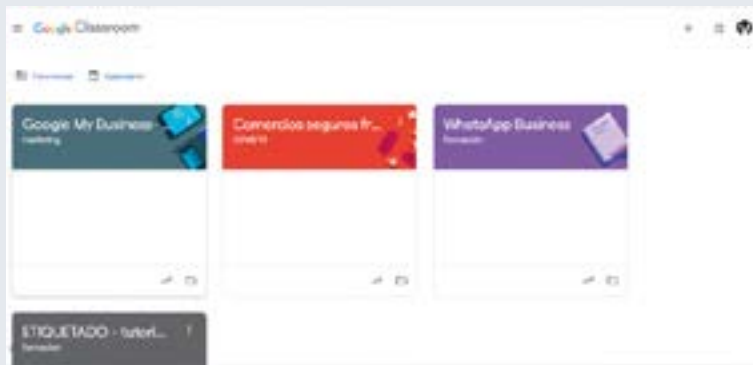
180° entre 35/40 minutos al horno (si es un horno de casa un poco más)



2020_ACTIVIDADES DEL GREMIO

Érase una vez un reino feliz y tranquilo en el que carnicer@s y clientes convivían con cierta normalidad... Hasta que a finales del 2019 llegó un bichito, muy muy pequeño, llamado COVID19 de un país muy muy lejano, tan lejano que pensamos que esto no nos iba a molestar, y sabemos que esto nos va a cambiar muchas cosas... entre ellas la formación...

El Gremio de Carniceros-Charcuteros de Valencia y Provincia sabe lo importante que es la formación para sus agremiados y compañeros del sector. Por ello, hemos tenido que ponernos manos a la obra para poder ofrecer formación de calidad como siempre, pero diferente... adaptándonos a la nueva era postcovid.



Utilizando plataformas, hemos creado Aulas Virtuales, y a través de diversas plataformas hemos realizado las siguientes formaciones:



> Junio 2020 - Taller sobre elaboración de Escandallos, en colaboración con EDUCARNE.



> Seminarios Gratuitos con proveedores.



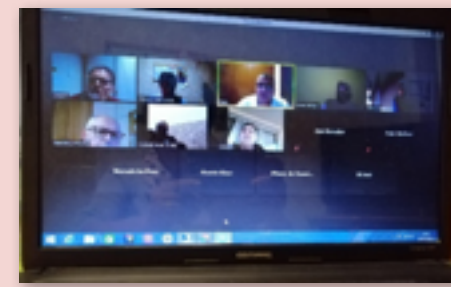
> Julio 2020 Talleres sobre la aplicación de redes sociales en nuestro negocio.



> Dado el éxito obtenido, volvimos a repetir en Julio el taller sobre Escandallos-balances y cuenta de resultados.



> En octubre pudimos realizar un taller semi-presencial sobre "cocina al vacío", que repetimos exclusivamente on-line la semana siguiente.



> Y cumpliendo un objetivo del Gremio, en noviembre iniciamos nuestros cafés de carnicer@-charcuter@, para tratar temas tan importantes como la próxima campaña de Navidad. Este encuentro ha sido también on-line, y tenemos proyectos varios para el próximo ejercicio 2021.



> MANIPULADOR DE ALIMENTOS Hemos realizado varios cursos de manipulador de alimentos, tanto presenciales (reducidos) y ya ultimamente se realizan a través del Aula virtual.



> Implantación de la Guía de Prácticas Correctas de Higiene en el Sector minorista de la carne.

Y también a través del Aula Virtual, durante este ejercicio se han realizado los cursos de implantación de la Guía. Para el próximo ejercicio también esta previsto seguir realizándolos por este medio.

i COVID-19

> Por nuestra pertenencia a CONFECOMERÇ y a través de convenios de colaboración desde Abril hasta finales del ejercicio, hemos podido participar en más de 90 talleres enfocados a la mejora del comercio frente a la situación producida por la COVID 19, como temas de marketing digital, redes sociales, escaparates...

> También y por convenio que tenemos firmado con el Banco de Sabadell, nos han ido informando de las actualizaciones que se han realizado en esta época post-covid, como el bizoom para empresas, créditos ICO...

FUTURO INMEDIATO...

Seguimos trabajando en colaboración con la CONSELLERÍA DE SANITAT UNIVERSAL, para mejorar la "Guía sectorial sobre prácticas de higiene" para adaptarla a las nuevas normas.

Ya se está preparando el último borrador de modificaciones, que se ha trabajado de forma conjunta con los Gremios de Castellón y Alicante, y esperamos que a lo largo del próximo ejercicio pueda estar ya finalizado. Para ello se han realizado diversas consultas a nuestra@s agremiad@s, con objeto de conocer dudas y sugerencias respecto de la misma.



CAMPAÑAS EN LAS QUE HEMOS PARTICIPADO

A lo largo del presente ejercicio, dada la situación excepcional por la COVID 19, en colaboración con los Organismos a los que pertenecemos, hemos participado en diversas actividades, para ayudar a nuestra@s agremiad@s en su día a día.





Compañía dedicada a la cría y venta de cerdo ibérico y comercialización de diferentes tipos de razas de vaca, Rubia gallega, Simental, Frisona, etc.

En Salamanca está situada nuestra Finca el Encinar de Montejo, en un entorno idílico compuesto de encinas centenarias y regada por el pantano de Santa Teresa.

A diez kilómetros de nuestra Finca el encinar de montejo se sitúa Guijuelo, epicentro del cerdo ibérico a nivel mundial.

En el internacionalmente conocido mercado central de carnes (Mercamadrid), se encuentra nuestra plataforma de recepción, producción, venta y distribución nacional e internacional de productos cárnicos.



RESEÑAS DE NUESTROS CLIENTES

CARNICERÍA PALANCA

"El Cerdo Ibérico fresco era una asignatura pendiente en la oferta de producto de nuestra carnicería, ningún proveedor había conseguido traernos la calidad que tiene Compañía La Ibérica"

CARNICERÍA CATALA

"Soy Carlos Catalá tercera generación de una saga de carniceros que ya dura más de 60 años. desde mis abuelos los cuales eras ganaderos siguiendo mis padres y ahora nosotros nuestra prioridad es siempre priorizar la calidad en nuestras tiendas. Optamos por la opción de trabajar con Compañía La Ibérica ya que somos una empresa muy comprometida aparte de con la calidad con el bienestar animal y ganaderías nacionales que trabajen y amen su trabajo como nosotros. Estamos muy contentos con el servicio y género que recibimos esperamos seguir muchos años más con vosotros."

DELEGACION VALENCIA
Facundo Hinojal +34 689 570 378

Carretera Villaverde a Vallecas km 3.8, Mercamadrid, Plataforma Baja, Módulo 20B
Tels: +34 91 785 37 94 / +34 658 08 67 82 E-Mail: comercial@carneslaiberica.com

carneslaiberica.com

DESEMBRE 20



GREMI DE CARNISSERS — XARCUTERS
DE VALÈNCIA I PROVINCIA

PARTICIPAMOS FORMANDO PARTE DE:



CIBC (CONFEDERACIÓN INTERNACIONAL DE CARNICEROS-CHARCUTEROS)

Es la Asociación de Federaciones Nacionales de pequeñas y medianas empresas de carniceros, charcuteros y abastecedores que representa a 16 asociaciones profesionales de países de la UE y de la AELE que reagrupan a más de 150.000 empresas artesanas de la carnicería-charcutería dando empleo a cerca de 1 millón de personas.



Confederación Española de Comercio

CEC (CONFEDERACIÓN ESPAÑOLA DE COMERCIO)

A través de Cedecarne y Confecomerc somos miembros de pleno derecho de la CEC, que es la organización empresarial para la defensa, la representación y el fomento de los intereses generales del comercio urbano y de proximidad y está integrada por confederaciones y federaciones de ámbito autonómico y provincial de autónomos y pequeño y mediano comercio, así como organizaciones sectoriales de ámbito nacional, representando en su conjunto a cerca de 450.000 comerciantes. Cedecarne es miembro de su Junta Directiva.



INTERPROFESIONAL DEL PORCINO DE CAPA BLANCA

Cedecarne es miembro de la Junta Directiva de Interporc como la organización que representa al último eslabón de la cadena de la carne de porcino. Desde la interprofesional del porcino de capa blanca se ponen en marcha mecanismos y acciones de colaboración entre todos los participantes de la cadena para que se difundan al consumidor las bondades de la carne de porcino y el saber hacer de los profesionales del sector.



ORGANIZACIÓN INTERPROFESIONAL AGROALIMENTARIA DEL OVINO Y CAPRINO

Interovic es la entidad que representa los intereses de productores, industria, comercializadores y curtidores del sector cárnico ovino y caprino. Desde Interovic se llevan a cabo actividades de investigación, desarrollo e innovación tecnológica, efectuar acciones promocionales que redunden en beneficio del sector, mejorar la información y el conocimiento sobre las producciones y los mercados de ovino y caprino de carne y realizar acciones de formación necesaria para la mejora de la cualificación profesional y la incorporación de jóvenes cualificados de la rama de la transformación-comercialización.



INTERPROFESIONAL DEL VACUNO DE CARNE

Provacuno se puso en marcha en el año 2014 con Cedecarne como miembro de su Junta Directiva desde sus inicios como respuesta a la unidad estratégica y de actuación demandada por los diferentes operadores del sector en aras de afrontar la situación en que se encuentra el sector siendo la Interprofesional un mecanismo asociativo necesario tanto en el marco global de la UE, como en las especiales circunstancias que hoy tiene la demanda de carne de vacuno en España

MEDITERRÁNEA GASTRÓNOMA...

EN UN AÑO DIFERENTE



A pesar de las de las circunstancias, este año también pudimos disfrutar de GASTRÓNOMA los días 8 y 9 de noviembre, evento en el que el Gremio también participó.



El domingo 8, Carlos Catalá participó en el taller sobre TÉCNICAS DE ELABORACIONES CÁRNICAS EN FRÍO, que también se pudo seguir a través de streamings, dentro del espacio Cooking/Espacio Artesano, del CENTRO DE ARTESANÍA CV, en colaboración con VALENCIA CLUB COCINA.



También dentro de las actividades previstas en este evento, nuestro Vice-Presidente Francisco Escobar, participó en una mesa redonda sobre oficios artesanos en alimentos, así como en algunas entrevistas, que se realizaron durante estos días.



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



PROFESIONALES COMO TÚ



Valencia, Avda. Tres Cruces, 52 (Avenida del Automóvil) - Tel. 96 370 71 00

MAJESTAD
JAMONES



100% CURACIÓN NATURAL

SIN CONSERVANTES NI ADITIVOS AÑADIDOS

**Sólo Sal Marina y Aire Puro
de Sierra Nevada**

CON LA GARANTÍA DE


Antonio Álvarez
JAMONES



*Parque Natural
de Andalucía*

