

gras i magre

Agost Setembre Octubre 2010

Número 146



II CONGRÉS DE LA CARN

PROTECCIÓ DE L'ATUR PER ELS AUTÒNOMS



Federació Catalana de Carnissers i Cansaladers Xarcuters



El futur està en
la proximitat entre
el seu producte
i el seu client



Truqui'ns al telèfon:
933 994 552
www.langaconcept.com



LANGA CONCEPT S.L.
C/. Bailèn, 27
08915 Badalona (Barcelona)
Tlf. 93 399 45 52
Fax 93 388 66 01
info@langaconcept.com
www.langaconcept.com



	Editorial	4
	Carta oberta del President	6
	Federació	7
	II Congrés de la Carn	7
	Estructura del sector porcí	18
	Protecció per tancament d'activitat per a Treballadors Autònoms	26
	Els autocontrols a les empreses alimentàries: Els prerequisits	29
	Lucha contra la morosidad	32
	Fundació Escola	34
	Patrocinadors de l'Escola Professional de la Fundació Oficis de la Carn	34
	Confraria	35
	Programa VI Gran Trubada de la Confraria	35
	13è Concurs Comarcal de Ilonganissa de Pagès a Bellver de Cerdanya... 36	
	Festa del Parc i la Cervesa a Manlleu	38
	Gremis	41
	Barcelona	41
	Accésit pequeño comercio. Sánchez Blandez, Xarcuteria, S.L.	41
	Loteria de Nadal	42
	Girona	43
	2ª Fira Agroalimentària del Ripollès a Vall de Núria	43
	Els Departaments d'Agricultura i Salut donen suport a les iniciatives dels comissers de l'Escaudor Municipal de l'Armentera	44
	La batifarra de 2 colors	46
	Tarragona	48
	Premis a la Iniciativa Comercial	48
	Associacionisme	49
	Dossier	51
	Les xarxes socials, una oportunitat	51
	El sabor absolut	52
	En el Retail, haz vivir experiencias al cliente	54
	Noticies del Sector	56
	Calendari	58
	Petits anuncis • Mòduls	63



FOTO PORTADA:
Calendari Federació Octubre 2010

NÚM. 146 Agost Setembre Octubre
Deposít legal B-357-00

3

Editor:



Federació Catalana
de Comissers i
Consellers Xarcuters

President

Joan Estapé i Mir

Consell de Redacció

Eduard Escafet i Martí
Ricard Josep Llavallol
Ricard Julià i Escobedo
Prosper Puig i Brignardell

Director

Enric Pera i Uldó

Coordinació

Cristina Domènec
Barcelona: Iolanda Mantoliu
Girona: Àngel Segura
Tarragona: Sònia Castella
Udell: Josep Maria Toró

Administració i Publicitat

Consell de Cent, 80
Tel. 93 424 10 58
Fax 93 424 18 01
08015 Barcelona

Disseny i Maquetació
Infografic Comunicació Gràfica S.L.
Tel 93 470 00 37

Impressió

SA de Litografia

De les opinions que s'expressen
en els articles són responsables
únicament els seus autors.

Gras i Magre respecta la llibertat
i forma de expressió de tots els
col·laboradors. Els articles estan
escrits en català, idioma propi de
Catalunya i de els autors. Si
alguna persona per residir fora
de Catalunya o per tenir dificultat
de comprensió, necessita una
traducció de alguns dels articles,
gratuitament li serà remesa per
nuestra redacció.



Un dels temes que s'ha parlat per donar solució a la crisi econòmica, era la reforma laboral.

El Govern socialista també s'ha donat compte que era primordial el fer la reforma, però el resultat una vegada aprovada, Quin serà?

Creiem, sincerament, que molt poc resolutiu perquè sigui un factor determinant per solucionar la crisi, malgrat que s'ha venut aquesta reforma, per solucionar el problema del mercat de treball amb un excés de contractació temporal envers la fixa.

Les mesures aprovades com: reduir les indemnitzacions pels nous contractes fixos, reduir les bonificacions, etc., tindran efectes a llarg termini i serà aleshores quan siguin determinants, per tant, la crisi és una excusa, malgrat que la pressió internacional era unànime per obligar el Govern a fer-la.

Al final, la reforma laboral ha vist la llum, però difícilment serà el revulsiu, així es percep per totes les organitzacions patronals, pensant que s'ha perdut un moment òptim per encarrilar-la pel bé del país.

Queda també pendent, dins la reforma laboral, el nou marc de la negociació col·lectiva, que té un termini de sis mesos per ser negociada entre patronal i sindicat i, en especial, apartats com la força vinculant dels convenis, els àmbits territorials, la ultraactivitat, la resolució de conflictes i finalment l'extensió dels convenis laborals.

Per tant la reforma no s'ha acabat, sinó que és el principi d'un procés llarg i de resultats imprevisibles.

Al final, la reforma laboral ha vist la llum, però difícilment serà el revulsiu



Confeccionadora de **CANALONS**

Dosificació i enrotllats automàtics



SISTEMA PATENTADO
CONFORME A LA DIRECTIVA



INDUSTRIA DE MAQUINARIA PARA ALIMENTACIÓN, S.L.
C/ Les Corts, nave 4 • Pol.Ind.Les Corts • 08349 Cabrera de Mar
Tel./Fax 93 756 6176 • E-mail: info@imaindustrias.com
www.imaindustrias.com



Carta oberta del President

Sr. Joan Estapé
PRESIDENT
Federació Catalana de Carnissers i
Consaladers/Xarcuters



Saben que quan la revista estava a punt de tancar-se vaig demanar a la redacció uns quants dies de marge per poder informar de la realització del II Congreso de la Carne, ja que tenia la sensació que marcaria per tots els assistents un abans i després del mateix.

La participació dels diferents ponents ja era motiu d'èxit per ser en aquests moments referents, a nivell estatal, de com enfrontar els reptes actuals dins el mateix sector.

L'exposició de Carlos Rodríguez (Raza Nostra) i la d'Héctor Pérez (Naragil) incideixen el primer en la innovació constant per ser competitiu en el sector i, en canvi, el segon la unió de un grup de carnisers per realitzar les compres conjuntes mitjançant la central de compres per obtenir millors preus.

Però la ponència de Jordi Mas (Mas Gourmets) va impactar en els assistents per diferents qüestions, però sobretot, per la sinceritat d'explicar la seva em-

...la ponència de Jordi Mas (Mas Gourmets) va impactar en els assistents per diferents qüestions, però sobretot, per la sinceritat d'explicar la seva empresa...

presa sense amagar res i en un diàleg proper i clar per tots. Manifestà que l'empresa canviava o es veia en un futur pròxim a la fallida, és prova de valentia però també d'explicar com van fer el programa de formació del personal amb l'edició d'un manual propi de l'empresa per com s'han d'involucrar tots o, donar exemples de com innoven constantment en imatge dels productes i corporativa.

De les taules rodones de la tarda destacaria la de la *Carn i la Salut* i amb un missatge clar: la bondat de la carn i la necessitat de la seva ingesta per obtenir les proteïnes necessàries del cos, però al mateix temps reconeixien que molts professionals facultatius davant els seus pacients simplifiquen les seves recomanacions amb un "no menjar carn".

II Congreso de la Carne: La participació dels diferents ponents ja era motiu d'èxit per ser en aquests moments referents...

Bé, actes com aquests donen molta informació al sector per lluitar pel seu futur però, al mateix temps, l'Administració sap que som un sector fort i imprescindible en una economia de mercat com l'actual.



II Congrés de la Carn

El passat dilluns 27 de setembre es va portar a terme en el antic escorxador de Madrid el *II Congreso Nacional de la Carnicería y la Charcutería*, amb el títol "Tradición e Innovación".

La jornada presentava un programa intens i complet, molt més al matí que a la tarda, però amb l'objectiu de posar a les mans del participants les inquietuds de tot el sector, en especial sobre la innovació que va ser tractada en les tres ponències del matí.

El congrés es va iniciar amb la benvinguda del Sr. José Folgado (President de Cedecarne) i tot seguit la inauguració va ser a càrrec de la Sra. Isabel Bombal i el Sr. Àngel Allué Directora General de Industria y Mercados Alimentarios del Ministerio de Medio Ambiente y Medio Rural y Marino, y el Director General de Comercio Interior del Ministerio de Industria, Turismo y Comercio, respectivament.

Tot seguit es va donar pas al programa pròpiament, amb la primera ponència a càrrec del Sr. Carlos



Rodríguez, gerent de Raza Nostra que va iniciar-la amb una pregunta dirigida al públic, Què som primer: carnisseris o empresaris?

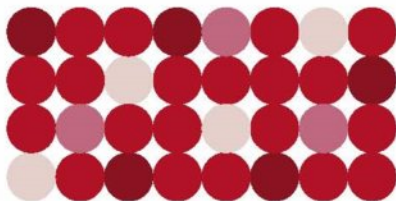
Després va tocar el torn del Sr. Jordi Mas, conseller delegat de Mas Gourmets, i membre de la Junta Directiva del Gremi de Carnissers-Cansaladers-Xarcuters de Barcelona i Comarques qui va explicar el canvi sofert en la seva empresa per lluitar en aquest món tan canviant, com ha fet el canvi i com ha planificat el procés d'expansió. Pla que de moment s'ha plasmat en la parada nova del mercat de Sant Miguel de Madrid. Tal com va dir l'èxit de Mas Gourmets va ser deixar de ser prescriptors per convertir-se en assessors.

La darrera ponència del matí la van portar a terme els companys del Gremi de Navarra amb la participació del president Sr. Patxi Goñi, per informar del projecte de constitució d'una central de compres per un grup d'associats que actuen conjuntament amb el nom de "Naragi".

En cada una de les ponències es va tenir un intens torn de preguntes que va fer que el programa fos més apretat. Després del dinar, es va continuar el Congrés amb dues taules rodones: la primera "la carn i la salut" i la segona "la comunicació i el sector".

Finalment el Sr. Estapé, vicepresident de Cedecarne, va realitzar la cloenda del Congrés.

Seguint la informació sobre el congrés, publiquem les entrevistes dels tres primers ponents de la jornada, així es podrà detectar tres formes diferents d'aconseguir amb èxit lluitar en el sector i més en aquests moments de situació de crisi econòmica.







Carlos Rodríguez Marcos
Gerent de Raza Nostra

Quins han estat al teu judici, Carles, els valors (tret) històrics de la professió de carnisser? I, els del xarcuter?

En la meua opinió, el carnisser a Espanya ha tingut un paper molt important, no només com a proveïdor d'aliments sinó com a element clau en molts pobles de l'interior, doncs era el ramader i al mateix temps, i en general degut a la bona imatge que tenia desenvolupava d'altres funcions socials.

El canvi en les dues últimes dècades ha estat radical amb l'entrada de la gran distribució. Si bé el client en ocasions continua buscant aquesta relació propera, cada vegada són més d'altres valors el que demana quan realitza la seva compra de carn, fet que sens dubte és un autèntic repte en un sector que ha destacat per la seva bonança històrica.

En quant al xarcuter potser ho tingui més complicat que el carnisser, doncs els productes i serveis que ofereix són de més fàcil copiar per la gran distribució, per això aquest ha de fer un esforç més gran si cab per aconseguir fer-se un lloc en aquesta nova situació, que per un altre costat canvia més ràpidament que mai.

Quins d'aquells valors han quedat i quins han desaparegut, tenint en compte la diversitat del sector de les carnisseries-xarcuteries i els seus titulars?

Evidentment, el coneixement de l'ofici de forma inte-

gral, des de l'explotació, passant per l'escorxador, sala de desfer i despatx final davant del client, és un procés que pràcticament s'ha perdut.

En el passat, era habitual que un carnisser conegués perfectament l'alimentació que se li donava al bestiar, que visités l'escorxador en persona, etc., doncs vivia en els pobles i ciutats petites. Actualment veig dues corrents molts diferents. Per un costat, existeix una desprofessionalització molt generalitzada, no només per obviar altres parts del procés que són importants per a vendre el producte, sinó perquè la duresa de l'ofici i altres factors (desprestigi a nivell social, etc.) han fet que no existeixi un veritable relleu generacional i que no sigui un treball atractiu. En aquest cas molts dels valors inicials del carnisser, desgraciadament, s'estan perdent.

I, per altre costat?

Per altre costat, existeix una corrent de carnisseres que estan entenent els canvis que s'estan produint i sobte tot els que vindran, i que no només s'estan adaptant sinó que estan canviant la seva forma d'entendre l'ofici. En aquest sentit s'està intentant conservar els valors tradicionals i al mateix temps afegir altres que el consumidor està demanant, com la facilitat de compra, la informació, l'assortiment, etc.

Quins valors o demandes té el client cap a la carnisseria-xarcuteria? Què busca? Què vol?

Veient el gir que està adoptant en la fórmula de venda la distribució moderna, així com el manteniment de la quota de mercat que encara té la venda tradicional, sembla clar que al menys en Espanya, la venda assistida continua essent un punt a tenir en compte en el futur. A més d'aquest aspecte, també és evident que la rapidesa en la compra, la facilitat per trobar el producte, el preu, l'assortiment, l'eix salut i la posada en escena del producte, el producte

semielaborat, etc., són d'altres claus que afecten en major o menor mesura a l'elecció del client.

Què queda de l'ofici/professió? S'ha de reinventar o readaptar atributs?

El pretendre que l'ofici de carnisser romanguí sense evolucionar, seria tant com menysprear les noves necessitats del client final, que al cap i a la fi és qui justifica precisament la professió. Efectivament sembla que s'hauria de reinventar la professió sense renunciar a aspectes que tradicionalment ha buscat el client: assessorament, frescor, elecció de la peça, etc.

...s'està intentant conservar els valors tradicionals i al mateix temps afegir altres que el consumidor està demanant, com la facilitat de compra, la informació, l'assortiment, etc.

Hi ha d'altres valors que hauríem d'incorporar, començant per la ubicació dels nostres establiments, doncs podem estar esforçant-nos a tirar endavant el nostre negoci, quan el nostre entorn ja no té clients potencials. De res serveix tenir un bon producte si no estem en el lloc adequat.

A més de l'anterior, hem de desenvolupar l'enfocament gastronòmic, la innovació dels productes, la millora en la gestió del negoci i sobre tot en el maneig del factor humà, tant a nivell intern (personal propi) com extern (els nostres clients) una gran assignatura pendent sens dubte per aquest gremi.

Està l'ofici/professió suficientment valorat pel ciutadà, pel consumidor?

Crec que encara gaudim d'una bona valoració. No obstant, ens hem preocupat poc per demanar-los que necessiten o executar després les accions necessàries.

Tot i que crec que es pot tornar a posicionar l'ofici, i per això és molt important donar a conèixer al client el "difícil" que és tenir un filet disponible quan obrim la nevera. La quantitat de processos, de persones, de recursos, de coneixement, que és necessari utilitzar per a que aquest filet estigui a la nevera. Ens hem acostumat a que això sigui així i per tant no ho valorem, i és un error.

Què fer per potenciar-ho/prestigiar-ho?

El primer és canviar nosaltres mateixos i entendre que hem de disposar de recursos per comunicar. Si no estem convençuts d'això i seguim veient aquest aspecte com una despesa i no com una inversió, serà inútil qualsevol activitat de promoció, doncs no tindrà consistència a llarg termini.

Hem de formar-nos per després desenvolupar i aplicar els coneixements al nostre sector en concret. A més, tenim moltes coses per explicar i no ens oblidem que venem el producte més consumit en la cistella de la compra (un 25% aproximadament).

Com compatibilitzar l'aposta d'empresa/màrqueting en la "dosi" necessària d'ofici/professió?

Com tot, poc a poc i no amb una visió a curt termini. Hem de formar-nos i no subcontractar sense saber el que estem fent ni el que pretenem. Per això és necessari dedicar-li temps i si no estem convençuts de que és una activitat important, sempre trobarem excuses per dedicar-li aquest temps a d'altres feines.

Què hem de fer com a carnisser-xarcuters dins del sector?

Crec que no és moment de "genets solitaris". Les sinergies amb d'altres sectors, altres empreses, etc., que fins ara hem descartat comencen a prendre força. Som un gremi tremendament individualista i actualment podem estar perdent oportunitats.

Hem de trobar els nostres avantatges competitius enfront la competència, com qualsevol altre sector, assumint el nostre tamany, però pensant en gran. L'especialització sembla un camí interessant, doncs la diferenciació en costos és cada vegada més complicada atès el nostre petit tamany.

Hem de demanar, reivindicar però En què hem de canviar individualment?

El Gremi de Carnissers fa moltes coses bé. Un gran nombre de carnisseries porten dècades sobrevivint i amb les comptes d'explotació sanejades. Pocs

Hem de formarnos i no subcontractar sense saber el que estem fent ni el que pretenem

sectors poden dir això, però potser aquesta bonança hagi estat el nostre pitjor enemic, doncs ens ha acomodat en certa mesura a treballar en el nostre cercle de confiança. Ens costa canviar i treballar d'una manera diferent, però inevitablement haurem de començar a fer-ho.



Héctor Pérez

Gerent de Golpaiz, SL y Naragi

Quan es va crear? I, quin ha estat el recorregut: any de creació, primeres passes, evolució, situació actual?

La Central de Compres es va gestar l'any 2001 arrel d'una conferència sobre Centrals de Compra que promou el Gremi de Carnissers de Navarra. Però quan realment sorgeix és en l'any 2002 de la mà d'Ederto (Central de Compres de Guipuzkoa) i és aleshores quan els socis comencen a comprar de forma centralitzada el pollastre.

Estem en contacte amb Héctor Pérez, gerent de Golpaiz, SL y Naragi per a que ens expliqui amb detall el desenvolupament i el funcionament actual, d'una experiència singular, promoguda des del Gremi de Carnissers de Navarra, que és una realitat empresarial de primer nivell i de gran interès per a tots els carnisseros xarcuters d'Espanya.

Des del mes de gener de 2010 tenim en funcionament una fàbrica/magatzem que suposarà el futur desenvolupament del grup de compres. Des d'aquesta anirem desenvolupant productes i serveis pels nostres associats de forma que els permeti ser més competitius en el mercat actual.

En 2003 es comença a operar també amb el porc amb un proveïdor local. Aquell mateix any, en el mes de juliol es construeix Golpaiz, SL, l'empresa que englobarà la Central de Compres.

En 2004 neix Naragi com a marca comercial per unir els diferents establiments sota una marca comú. Aquell any es comencen a incorporar nous productes al catàleg de la central, mitjançant negociacions amb diferents proveïdors.

En 2005 es contacta un gerent i s'emprenen diferents reptes com són la facturació centralitzada i la

incorporació de productes amb marca Naragi als diferents establiments. La facturació centralitzada ens va donar independència econòmica i va aportar un gran canvi en l'organització interna en temes com el finançament, les quotes, els cobraments i els pagaments, etc.

Entre 2006 i 2007 es va portar a terme un estudi de màrqueting a nivell de Grup de Compres que és el que ha marcat les següents passes a donar. L'esmentat estudi només es va poder portar a terme gràcies a la unió de tots els comerços, doncs es tracta d'un projecte inassolible per a un establiment en solitari.

Entre els anys 2007 i 2009 es va començar a produir productes per als carnisers, en aquest cas fregits que es poden adquirir només en les carnisseries associades.

En febrer de 2010 es va començar a operar des d'una fàbrica que es va construir al llarg de 2009 i que abasteix als establiments associats tant de producte propi (preuinats i embotit fresc) com de producte elaborat per tercers.

Ens podries donar algunes dades, aquelles que siguin més rellevants sobre volum i resultats a l'actualitat?

A l'actualitat la facturació total del grup sobrepassa els 6.000.000 euros, havent assolit aquesta xifra des dels 4.000.000 euros facturats l'any 2005.

Arel de la Central de Compres, els associats han incrementat el seu marge brut en un 15%, augmentat el seu benefici net en un 28%.

Com funciona el grup? Quina és la seva relació amb el Gremi?

El grup funciona de forma Assembleària, és a dir, les decisions importants es prenen en Assemblees

Generals. A part d'això, per al dia a dia existeix un Consell d'Administració format per 12 socis que és qui pren les decisions que competent el funcionament normal.

Amb el Gremi es porta una relació molt propera, doncs les competències de cadascú són diferents. És el Gremi de Carnissers de Navarra qui va promoure la creació de la Central de Compres i qui li va donar una seu durant els primers anys de la mateixa. A més per ser associats de la Central és obligatori ser soci del Gremi de Carnissers de Navarra.

Com es gestiona? Com funciona en el dia a dia?

Per a la gestió del dia a dia em recolzo fonamentalment en el contacte quasi continu amb el President i els membres del Consell d'Administració. La gestió de la Central és pràcticament automàtica, doncs tenim tot molt parametritzat en quant a comandes, comprovació de preus, facturació, etc. Com el Consell d'Administració es reuneix amb periodicitat, és aquí a on es prenen algunes decisions menors. Per a les decisions importants i les decisions de producte acudim a una Assemblea General que és la que decideix o ratifica aquestes qüestions.

Les apostes de cooperació pensem que són la millor manera que tenen els carnisers per assegurar el seu futur.

Quines són les dificultats amb les que us enfronteu per desenvolupar un gran grup?

Moltes vegades els proveïdors no s'acaben de creure que aquest tipus de projecte surtin endavant i procuren entorpir la marxa. Com exemple em referiré a l'any 2003, al contractar el Grup de Compres un únic proveïdor avícola, el preu del pollastre va baixar en tota la Comunitat Foral de Navarra.

Altra dificultat que és comuna en totes les centrals de compres ve de les reticències que poden tenir els associats envers el Consell d'Administració o envers qui pren les decisions, doncs satisfer a tothom en tots els aspectes del seu establiment és impossible, sempre hi ha qui es pot arribar a sentir ignorat. Per això procurem que totes les decisions importants es prenguin en les Assemblees Generals i a més estem en contacte permanent amb tots ells, tant pels nous projectes com per al dia a dia.

Teniu recolzament institucional?

La Comunitat Foral de Navarra a través de les seves institucions, ens ha recolzat molt, tant des de la secció de Comerç en accions puntuals en tots aquests anys, com des de la secció d'Indústries Agràries en la construcció de la fàbrica.

Aquest recolzament institucional s'ha vist incrementat més, si cap, per tractarse d'establiments molt abocats en els productes locals de qualitat diferenciada.

Quins són els vostres reptes actuals?

En l'actualitat estam abocats amb la nova fàbrica, des de la que tenim plantejat a mig termini, servir el 80% del volum de vendes dels nostres associats. Per

això hem d'assentar els productes que ja disposem així com desenvolupar nous que admeti el mercat.

En aquestes moments aquesta tasca absorbeix tota la nostra energia.

Quines recomanacions faries al carnisser-xarcuter en relació a aquest tipus d'aposta?

En aquest tipus d'aposta de cooperació pensem que és la millor manera que tenen els carnisseres per assegurar el seu futur. La volatilitat actual que tenen les vendes en les carnisseries i xarcuteries (com a mínim a Navarra) fa que molts establiments (en especial el que tenen treballadors) estiguin treballant més que abans de la crisi per obtenir un resultat igual, quan no pitjor. La cooperació amb d'altres establiments similars permet reduir costos, el que redunda directament en el resultat.

A més de la qüestió econòmica, jo sempre ressalto la "tasca psicològica" que obtenen els meus associats pel simple fet d'unir-se amb els seus semblants i intercanviar experiències. Estic completament segur que si demanes a qualsevol associat de Naragí et parlarà d'algun producte o d'alguna manera de treballar que ha descobert d'algun company.

Què significa innovar en la carnisseria-xarcuteria?

Innovar significa ser creatiu i adaptar-se amb noves idees a la demanda del consumidor. Però molt especialment significa ser diferent. Essent més precisos podríem dir que adaptar-nos a les noves demandes és pensar en nous consumidors, per exemple, cada vegada hi ha més llars monoparentals, aleshores hem d'oferir formats més petits. El consumidor demana nous sabors, necessita allargar la vida dels productes. Hem de situar-nos en aquesta direcció i donar més i millor informació. Doncs bé, en tot això



**Jorge
Mas
Velasco**

Conseller delegat de
Mas Gourmets

hem de ser diferents i a tot això hem de donar noves respostes.

Amb la innovació no perdrem les nostres senyes d'identitat?

Amb la innovació podem seguir transmeten la nostra identitat i filosofia però aportant un nou valor. Modernitat i actualitat.

És cert que l'excessiva innovació i el desenvolupament cap a varis establiments exigeix d'una certa estandardització i això pot provocar una imatge distanciada d'un procés amb història, construït per algú de la professió.

Però per neutralitzar això, hem de seguir amb els productes tradicionals, de sempre, comunicar bé tot el que hi ha darrera i saber posar en primera instància que hi ha una història i una experiència d'un professional darrera de tot això.

Innovar significa ser creatiu i adaptar-se amb noves idees a la demanda del consumidor.

Normalment una carnisseria-xarcuteria innova en producte, en exposició, en mobiliari, en decoració de la botiga... Quin paper juga cada aspecte esmentat?

Una carnisseria-xarcuteria té 3 elements claus: l'espai, el producte i el servei, i la innovació juga un paper clau en cadascun d'ells; la decisió de on innovar, dependrà de la creativitat i la inspiració dels seus fundadors, si en tots els elements o només en algun d'ells.

En relació a aquesta qüestió s'ha de dir que per innovar no es requereix de grans inversions ni de grans apostes tecnològiques.



De vegades és suficient amb fer petits canvis que siguin capaços de sorprendre el client, de mostrar alguna cosa com a novetat. Sempre que aquest canvi els sigui útil i aporti alguna cosa al client, al consumidor.

Què hem de fer per innovar? Com escometre una innovació?

La innovació és la resposta a una idea original i creativa que sorprèn respecte al que hi ha avui dia en la competència, però molt especialment que sigui d'utilitat pel consumidor.

Podem fer productes nous i ben curiosos com una botifarra de cola, una llonganissa amb tòfona, o una botifarra blanca amb foie o mozzarella, entre molts altres productes innovadors. Podem en espai, utilitzar materials ben diferents i condicionar zones com la zona de tast, utilitzada únicament pel client per provar novetats de producte. Introduir maquinària de tecnologia punta que ofereixi ajuda a la innovació en servei, ser més ràpids. Introduir comunicació en el punt de venda que aporti novetats i informació de valor diferencial al client.

Quin paper ocupa el consumidor en això de la innovació?

El consumidor cada vegada és més pragmàtic i pràctic davant les innovacions. Si detecta un valor afegit en la seva compra i el veu d'utilitat acceptarà satisfactòriament la innovació, sinó pot ser contraproduent, pel que s'ha de cuidar com s'innova i què vol el nostre client.

Quina mentalitat i quins canvis reporta la innovació?

El principal és valorar la innovació com un valor diferencial en l'empresa i tenir una part creativa i innovadora en tota la part cultural de la mateixa, doncs si l'empresa no pensa en col·lectiu en innovació difícilment s'aconseguirà innovar realment.

Els primers canvis que s'han de d'escometre és entendre la innovació en l'empresa com una cosa especial i important per a créixer a nivell d'empresa i carnisseria-xarcuteria. I que la innovació pot no ser la solució als nostres problemes de futur però sí un camí.

Com està això de la innovació en la carnisseria? I en la xarcuteria?

Si pensem en empreses innovadores ens venen a la ment noms com Apple, Microsoft,... possiblement per la seva aportació per productes tecnològics i de futur, però no sempre innovació ha d'anar associada a una gran inversió en infraestructura i un producte molt futurista. Innovar en la xarcuteria és aplicar productes nous atípics, amb nous sabors que satisfacin les necessitats del consumidor actual. Hamburgueses o botifarres de diferents sabors, oferir quelcom diferenciador. Creant espais variats per als diferents clients, amb diferents ambients musicals en funció del comprador, amb elements digitals que els informin, com poden ser pantalles planes; amb zona de tast, degustació, també oferint alternatives de servei, com la compra per internet i comunicant per canals de xarxes socials com Facebook o Twitter.

Quí és el futur de la innovació en el sector?

El futur el decidirà el client, però està clar que si no invertim en innovació ens perdrem una parcel·la inexplorable amb un gran potencial i que el consumidor demana i encara avui en la carnisseria-xarcuteria, està tot per fer que no estem oferint. Un inici pot ser, igual que en la restauració, potenciar el valor diferencial que pot oferir la innovació en la carnisseria-xarcuteria, per millorar el nostre posicionament com a sector en la nostra societat.

El portal de l'alimentació fresca

www.mercabarna.com

"On puc comprar fruita de qualitat per als meus establiments?"

"A quin preu s'ha venut avui la gamba llagostinera?"



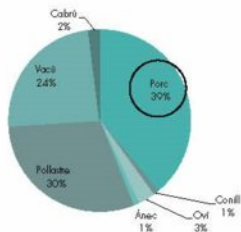
"On està situat el nou magatzem de Carns X?"

"Quins festius obre Mercabarna-flor?"

Estructura del sector porcí

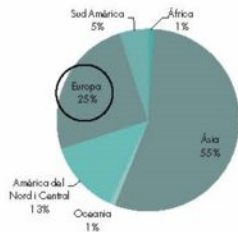
IMPORTÀNCIA MUNDIAL

Producció mundial de carn de diferents espècies al 2008



FAOSTAT(2010)

Producció mundial de carn de porc al 2008



FAOSTAT(2010)

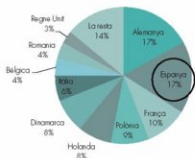
Rànkings dels països més productors de carn de porc al 2008

Països	Tones de carn	%
Xina	47.208.049	40,98%
Estats Units	10.462.284	9,08%
Alemanya	5.111.409	4,44%
Espanya	3.484.363	3,02%
Brasil	3.015.000	2,62%
Vietnam	2.553.000	2,22%
Rússia	2.042.100	1,77%
França	2.028.500	1,76%
Canadà	1.940.980	1,68%
Dinamarca	1.707.000	1,48%

FAOSTAT(2010)

IMPORTÀNCIA A NIVELL EUROPEU

Cens porcí a la UE-27 al 2009

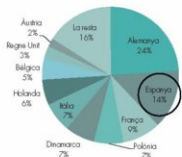


EUROSTAT(2010)

Milers de caps	1999	2004	2009	%
UE-27	163.127,2	158.562,4	153.067,3	-6,17
Alemanya	26.001,5	26.334,8	26.604,4	2,32
Espanya	22.418,0	24.895,0	25.286,8	12,80
Frància	15.991,0	15.150,0	14.552,0	-9,00
Polònia	18.223,9	17.395,6	14.252,0	-21,79
Holanda	13.139,0	11.140,0	12.873,0	-2,02
Dinamarca	11.914,0	13.407,0	12.108,0	1,63
Itàlia	8.415,0	8.971,8	9.157,1	8,82
Bèlgica	7.321,7	6.318,7	6.207,6	-15,22
Romània	5.848,0	6.494,7	5.893,0	0,77
Regne Unit	7.036,9	4.787,4	4.550,0	-35,34

EUROSTAT(2010)

Producció carn porc UE-27 al 2009



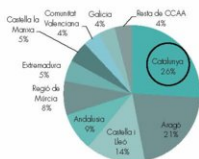
EUROSTAT(2010)

Tones	1999	2004	2009	%
UE-27	21.670.460	22.599.321		
Alemanya	4.102.593	4.307.948	5.253.795	28,06
Espanya	2.892.255	3.076.120	3.236.584	11,91
Frància	2.352.586	2.310.525	2.004.185	-14,81
Polònia	2.010.000	1.923.484	1.608.238	-19,99
Dinamarca	1.641.760	1.809.495	1.603.800	-2,31
Itàlia	1.471.703	1.589.891	1.588.444	7,93
Holanda	1.710.743	1.287.242	1.267.886	-25,89
Bèlgica	993.099	1.031.988	1.082.036	8,96
Regne Unit	1.047.443	720.036	757.166	-27,71
Àustria	519.577	515.532	533.436	2,67

EUROSTAT(2010)

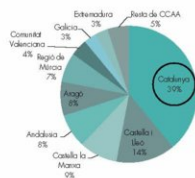
IMPORTÀNCIA A NIVELL ESPANYOL

Cens porcí a Espanya al 2008



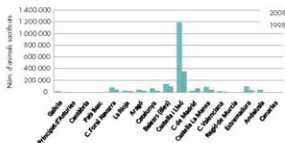
MARM(2010)

Producció carn de porc a Espanya al 2008



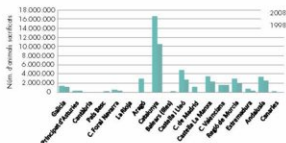
MARM(2010)

Sacrifici de Garrins



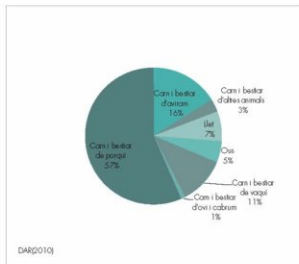
MARM(2010)

Sacrifici de porcs



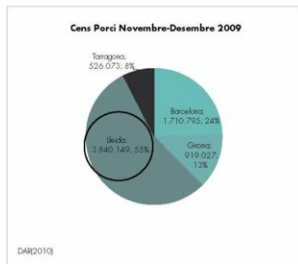
MARM(2010)

IMPORTÀNCIA A NIVELL DE CATALUNYA



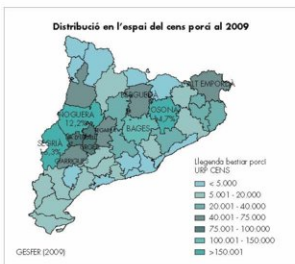
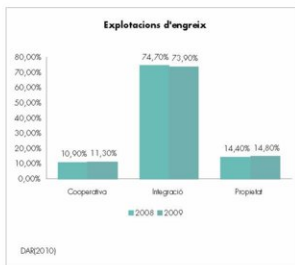
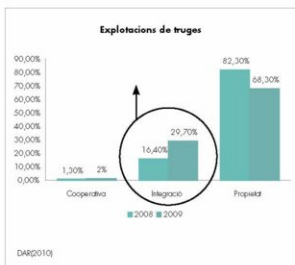
L'any 2009, el sector porcí a Catalunya va representar:

- 35% de la producció final agrària (principal subsector agrari)
- 56% de la producció final ramadera



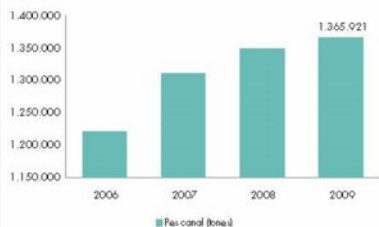
Nombre d'explotacions									
Interval places	Explotacions de producció			Explotacions d'engreix			Total explotacions		
	Any 1997	Any 2007	Variació %	Any 1997	Any 2007	Variació %	Any 1997	Any 2007	Variació %
1-49	4.698	956	-79,65	543	191	-64,83	5.241	1.147	-78,11
50-399	2.487	1.458	-41,38	1.650	732	-55,64	4.137	2.190	-47,06
400-999	184	333	80,98	2.028	1.786	-11,93	2.212	2.119	-4,2
>1000	26	91	250	1.102	1.681	52,54	1.128	1.772	57,09

DAR(2010)



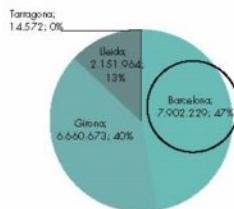


Sacrifici bestiar porcí



DAR[2010]

Caps de porcí sacrificats al 2008



DAR[2010]

Distribució en l'espai del sacrifici del bestiar porcí



Comarques	Nº d'escorxadors	Nº porcs sacrificats	%
Osona	4	5.095.570	30,4
La Selva	4	3.722.463	22,2
El Bages	4	1.694.377	10,1
La Segarra	3	1.265.390	7,5
4 comarques	15	11.777.800	70,4
Catalunya	50	16.729.435	100

DAR[2010]

Avda. Cerdanya, s/n, naus 25-26 / Polígon Industrial Pomar de Dalt / 08916 Badalona / Barcelona



CRUZ, S.L. ❄️
construcciones frigoríficas

Volem que el seu negoci sigui tot un èxit, per



això seguim apostant per la màxima qualitat

Protecció per tancament d'activitat per a Treballadors Autònoms

El passat 6 d'agost de 2010 va ser publicada en el BOE num 190 la llei 32/2010 per el que s'estableix un sistema específic de protecció per tancament d'activitat per als Treballadors Autònoms.

Es regula una protecció de desocupació equiparable als treballadors per compte aliena, per aquells autònoms que cesin la seva activitat per motius econòmics, el tancament ha de ser físic (tancament del comerç) i amb una baixa censal o d'activitat davant l'Agència Tributària.

Per poder estar subjecte a aquest àmbit de protecció prèviament s'ha de tenir contractat amb la Tresoreria General de la Seguretat Social la cotització per Contingències professionals, un percentatge d'entre un 2% i 4% (segons activitat d'CNAE) a afegir en els rebuts d'autònoms per a qui no ho tingui contractat.

A més d'aquestes cotitzacions, per a poder tenir dret a aquesta protecció s'ha de sol·licitar la cobertura per tancament d'activitat a la Mútua D'accidents de treball que tingueu com a Autònoms, aquesta, aplicarà un 2,2% d'increment sobre el rebut d'autònoms.

El plaç per a poder optar per a la cobertura de contingències professionals per als autònoms que no ho tinguessin cobert serà fins al novembre d'enguany.

A mode d'exemple:

Per a una base de cotització de 1000 euros,
aquests serien els costos:
Contingències comunes: 29'80% 298 euros
Quota Conting. professionals: (aprox.) 2% 20 euros
Quota tancament d'activitat: 2.2% 22 euros

Total cost rebut autònoms: 340 euros/mes

Els requisits per accedir a la prestació queden resumits de la següent manera:

1. Ser treballador Autònom i complir amb les cotitzacions anteriorment descrites.
2. Tenir cobert un període mínim de cotització per tancament d'activitat, segons el següent escalat:

Període de cotització -mesos-	Protecció -mesos-
De 12 a 17	2
De 18 a 23	3
De 24 a 29	4
De 30 a 35	5
De 36 a 42	6
De 43 a 47	8
De 48 endavant	12

3. Trobar-se en situació legal de tancament d'activitat
4. No haver complet l'edat ordinària per tenir dret a la pensió de jubilació (65 anys)
5. Estar al corrent de pagament de les quotes de la seguretat social.

S'entén que existeixen motius econòmics per al tancament de l'activitat quan es dona alguna d'aquestes situacions:

- a. Pèrdues superiors al 30% dels ingressos durant l'últim any, o d'un 20% durant els últims 2 anys.
- b. Embargos fins al 40% dels ingressos.
- c. La situació de Concurs d'acreditadors.

La quantia de la prestació econòmica vindrà determinada per la Base de Cotització, serà el promig de les bases de cotització durant els 12 mesos continuats immediatament anteriors a la situació legal de tancament. S'aplicarà el 70% d'aquest promig durant tot el temps a que tingui dret d'autònom de cobrar aquesta prestació amb uns màxims:

- Sense fills a càrreg: el 175% del IPREM [532,51euros] o sigui 931,89euros.
- 1 fill a càrreg: el 200% del IPREM o sigui: 1065,02 euros
- 2 o mes fills a càrreg: el 225% del IPREM 1198,14 euros

Aquest dret s'extingirà per els següents motius:

1. Per esgotament del plaç de la prestació
2. Per sanció de l'Administració en els mateixos termes que els desocupats del regim general.
3. Per compliment de l'edat ordinària de jubilació
4. Per pensió de jubilació o incapacitat permanent
5. Per renúncia expressa
6. Per defunció.

Departament laboral



Pebres, Espècies i herbes, Additius alimentaris, Ingredients, Complements, Preparats Telfel, Productes Kerry,





OBRES - REFORMES - REHABILITACIÓ

INSTAL·LACIONS COMPLETES (CLAUS EN MÀ)



OBRA CIVIL
ELECTRICITAT
FONTANERIA



CARPINTERIA D'ALUMINI • TOT TIPUS DE PORTES

CAMBRES FRIGORÍFIQUES (2° C)
MANTENIMENT CONGELAT (-18° C)
TÚNEL DE CONGELACIÓ (-40° C)

- SEMI-PANELL
- PANELL

- POLIURETÀ
- POLIESTIRÈ

- PROTECCIÓ
- PLASTISOL 200
- ANTIRATLLADES

OBRADORS

- SALA DE DESFER
- MANIPULACIÓ

Recobriments i proteccions amb diferents materials de:
SOSTRES • PARETS • TERRES

MINI-CAMBRES DE CONGELACIÓ MIXTES (a mida) en un mateix recinte

TÚNEL DE CONGELACIÓ (-40° C) i MANTENIMENT DE CONGELATS (-18° C)

Equips compactes o a distància



Els autocontrols a les empreses alimentàries: Els prerequisits

Totes les empreses del sector alimentari han de garantir la seguretat dels seus productes en les fases de la cadena alimentària de les quals siguin responsables, des de la producció fins a la venda al consumidor final.

La producció d'aliments segurs per al consum humà requereix una sòlida base de condicions i pràctiques higièniques que evitin la introducció d'agents perillosos, l'augment de la càrrega microbiològica o l'acumulació de residus i altres agents químics o físics en els aliments, de forma directa o indirecta. Aquestes pràctiques proporcionen l'entorn bàsic i les condicions necessàries per a la producció d'aliments segurs, i es coneixen amb el nom de Prerequisits. A la bibliografia també es poden trobar altres denominacions com "plans de recolzament" o "plans generals d'higiene".

El conjunt d'aquestes pràctiques engloben aspectes com ara:

- Pla de control de l'aigua
- Pla de neteja i desinfecció
- Pla de control de plagues i altres animals indesejables
- Pla de formació i capacitat del personal en seguretat alimentària
- Pla de control de proveïdors
- Pla de traçabilitat
- Pla de control de temperatures
- Pla de manteniment d'instal·lacions i equaments
- Pla de control dels al·lèrgens
- Pla de control de subproductes

En petits establiments una correcta gestió dels prerequisits permet assolir uns nivells de seguretat molt alts, i que en la gran majoria de casos podrien ser suficients per garantir el compliment dels requeriments legals en matèria de seguretat alimentària.

Cada establiment ha de determinar els plans de prerequisits que elaborarà, tenint en compte que, basant-se en la normativa aplicable, determinats programes de prerequisits són de compliment obligat.

El disseny i aplicació dels programes de prerequisits en petits establiments pot fer-se aplicant directament el conjunt de Plans que s'han mencionat més amunt, o acollir-se a les Guies de Pràctiques Correctes d'higiene específiques de cada sector alimentari.

Amb aquesta edició del Gras i Magre encetem la publicació dels fullatons orientatius per al disseny i aplicació dels diferents prerequisits que ha editat l'agència de Protecció de la Salut del Departament de Salut de la Generalitat de Catalunya.

Al llarg de les properes edicions del Gras i Magre s'aniran publicant la resta de fullatons. Esperem que us siguin d'utilitat.

ELS AUTOCONTROLS ALS ESTABLIMENTS ALIMENTARIS ELS PREREQUISITS

Pla de Formació i Capacitació del personal en Seguretat Alimentària

Què cal fer per evitar que....

... el personal sigui una font de contaminació dels aliments?



B. Específics del lloc de treball:

- Pràctiques higièniques específiques del lloc de treball. Per exemple, instruccions relatives al manteniment de la cadena del fred, l'emmagatzematge de matèries primeres, la descongelació d'aliments, la higienització de vegetals per a consum en cru, el maneig d'un pasteuritzador, la manipulació i gestió interna dels residus, etc.
- Conceptes relacionats amb les al·lèrgies alimentàries: El manipulador ha de conèixer què són els al·lèrgens alimentaris i la possibilitat de contaminacions encreuades.
- C. Del sistema d'anàlisi de perills i punts de control crític (APPC) i els plans de prerequisits.
- D. Dels requisits sanitaris i les condicions establertes a la normativa vigent per desenvolupar l'activitat que realitzen.

1 El Programa de Formació

Conèixements

A. Generals d'higiene alimentària:

- Higiene personal: higiene corporal, rentat de mans, neteja i ús exclusiu de la roba de treball.
- Estat de salut: símptomes, lesions o malalties que tenen incidència en la seguretat alimentària. Cal definir a qui, com i quan, ha de comunicar el manipulador les incidències en el seu estat de salut.
- Conductes i hàbits higiènics: el treballador ha de saber des del moment que entra a l'establiment, quines conductes li estan permeses i quines no.

Preguntes clau	Aspectes que heu de descriure
Qui es responsabilitza de la formació?	1. Nom del responsable del programa de formació de l'establiment. Si les activitats de formació les desenvolupa una entitat externa autoritzada, igualment cal designar un responsable de l'empresa.
Què necessita saber cada treballador?	2. Les necessitats formatives de cada treballador en funció de l'activitat realitzada.
Teniu descrites les activitats de formació i capacitació?	3. Les activitats formatives previstes inclouent: • Persona o entitat responsable de l'activitat formativa i la relació de docents, ja siguin interns o externs. • Metodologia utilitzada: cursos teòrics, classes pràctiques, etc. • Objectius de l'activitat. • Descripció dels continguts de l'activitat. • Relació del personal de l'empresa a qui va dirigida. • Durada en hores. • Calendari.
Què feu per comprovar que la formació és adequada?	4. Les activitats de comprovació. Permeten saber que el personal: • Treballa de forma higiènica.

Descripció de cada activitat de comprovació**4a. Procediments:****Què es comprova?**

- l'aplicació de les activitats formatives dutes a terme.
- l'assistència i l'aprofitament de les activitats formatives.
- Que el personal aplica correctament els coneixements adquirits.

Com es comprova?

Expliqueu els mètodes de comprovació que utilitzeu:

- Controls visuals dels manipuladors.
- Revisió de les acreditacions, quan n'hi hagi.
- Revisió documental del compliment del programa.
- Exàmens escrits, orals, etc.

On es comprova?

Definiu el lloc de la comprovació. Les comprovacions poden fer-se a les zones de treball i/o en l'arxiu documental.

4b. Freqüència:

Definiu la periodicitat dels controls segons les activitats formatives previstes i el seu contingut.

4c. Persona encarregada:

Encara que el programa sigui desenvolupat per una empresa externa, indiqueu qui és la persona responsable dins l'empresa.

4d. Com s'enregistren els resultats:

Definiu el sistema que utilitzareu per enregistrar els resultats, les incidències i les actuacions derivades.

Quan es contractin serveis externs, les empreses hauran d'estar inscrites al Registre d'Entitats de Formació de Manipuladors d'Aliments. En aquest cas, l'empresa externa ha d'aportar la documentació acreditativa del programa i dels resultats.

2 Els registres

Anoteu el que feu i guardeu els registres

Exemples de registres:

- Registre de les activitats realitzades i llurs característiques (destinatari, hores docents, continguts, objectiu...).
- Registre de les comprovacions de l'aplicació, per part dels manipuladors, de les pràctiques higièniques i altres instruccions de treball.
- Registre d'incidències i d'accions correctores.

Exemple:

Registre del control del compliment de les pràctiques higièniques i altres instruccions de treball:

Treballador	Data i hora	Pràctiques higièniques	Localització o lloc de treball	Resultat		Signatura responsable
				C	I	
		Higiene personal				
		Estat de salut				
		Conduïes i hàbits				
		Pràctiques higièniques específiques				
		Higiene personal				
		Estat de salut				
		Conduïes i hàbits				
		Pràctiques higièniques específiques				

C = Correcte I = Incorrecte

Per a més informació, consulteu:

La Guia per a l'aplicació de l'autocontrol basat en el Sistema d'Anàlisi de Perills i Punts de Control Crític.

www.gencat.cat/salut/acsa

Agència de Protecció de la Salut

C/ Roc Boronat, 81-95

Edifici Pere IV, 4a planta · 08005 Barcelona

T. 93 551 39 00 F. 93 551 75 05

aps.salut@gencat.cat

 **Generalitat de Catalunya**
Departament de Salut

 **Agència de**
Protecció de la Salut

 www.gencat.cat/salut

Amb la participació de:

 **Consorci Sanitari de Barcelona**
Agència de Salut Pública

 **ASSOCIACIÓ CATALANA**
DE MUNICIPIS I COMARQUES

 **Diputació de Barcelona**
xarxa de municipis

 **FEDERACIÓ DE MUNICIPIS**
DE CATALUNYA

Lucha contra la morosidad

La Ley 15/2010, de 5 de julio, modifica en parte la anterior de 29 de diciembre de 2004, que establecía medidas de lucha contra la morosidad en los ejercicios comerciales.

Foment del Treball Nacional
Asesoría Jurídica

Las circunstancias actuales originadas por la crisis económica han propiciado la nueva regulación legal que intenta contrarrestar el aumento de impagos en las operaciones comerciales, que afecta a todos los sectores.

El contenido de la Ley se puede resumir en los siguientes apartados:

1. Plazos de Pago

- Sesenta días** después de la fecha de recepción de las mercancías o prestación de los servicios.
- El plazo anterior se implanta progresivamente, en la siguiente forma:
 - Entre el 7 de julio de 2010 hasta el 31 de diciembre de 2011: **85 días**.
 - Entre el 1 de enero de 2012 y el 31 de diciembre de 2012: **75 días**.
 - A partir de 1 de enero de 2013: **60 días**.
- El indicado plazo no puede ser ampliado por acuerdo entre las partes.

2. Indemnización

El deudor que incumpla los plazos de pago e incurra en mora, deberá abonar al acreedor una indemnización por los costes de cobro que acredite y que, en ningún caso, supere el 15 por ciento de la deuda.

3. Cláusulas abusivas

Serán nulas las cláusulas pactadas entre las partes que difieran de las legisladas sobre los siguientes aspectos:

- Plazo de pago
- Tipo de interés de demora
- Requisitos para exigir los intereses de demora

4. Actuación judicial

- Corresponde al Juez competente declarar la invalidez de las cláusulas abusivas, disponiendo de facultades moderadoras para determinar los derechos y obligaciones de las partes.
- Las acciones de denuncia, cesación y retracción de las condiciones generales, a los efectos de lo establecido en el apartado anterior, podrán ejecutarse:
 - Las asociaciones, federaciones de asociaciones y corporaciones de empresarios, de profesionales, de trabajadores autónomos y de agricultores en defensa de los intereses de sus miembros.
 - Las Cámaras Oficiales de Comercio, Industria y Navegación.
 - Los Colegios profesionales legalmente constituidos.

5. Medidas preventivas y de control y seguimiento

- Las Administraciones Públicas promoverán la elaboración de Códigos de buenas prácticas comerciales.
- Se establecerán sistemas de resolución de conflictos a través de la mediación y el arbitraje.
- Se realizará un seguimiento de los plazos de pago y de la morosidad en las transacciones comerciales, con participación de las asociaciones multisectoriales de ámbito nacional y autonómico.
- Las sociedades deberán publicar de forma expresa las informaciones sobre plazos de pago a sus proveedores en la Memoria de sus cuentas anuales.

6. Conceptos varios

- Los plazos de pago se referirán a **todos los días naturales del año**, siendo nulos los pactos que

excluyan del cómputo los períodos considerados vacacionales.

- Lo dispuesto en esta ley no será de aplicación a:
- a) Pagos en operaciones comerciales en los que intervengan consumidores.
- b) Intereses relacionados con la legislación en materia de cheques, pagarés y letras de cambio.
- c) Deudas sometidas a procedimientos concursales.
- Pueden agruparse facturas a lo largo de un período determinado no superior a 15 días, mediante factura comprensiva de todas las entregas realizadas en dicho período.

7. El Sector Público

- La Administración tendrá la obligación de abonar el precio **dentro de los treinta días** siguientes a la expedición de certificaciones de obras.
- El plazo previsto anteriormente, se aplicará progresivamente, en la forma siguiente:
- a) Entre el 7 de julio y el 31 de diciembre de 2010: **cincuenta y cinco días** siguientes a la expedición de las certificaciones de obra.
- b) Entre el 1 de enero y el 31 de diciembre de 2011: **cincuenta días** siguientes a la fecha de expedición de las certificaciones de obra.
- c) Entre el 1 de enero y el 31 de diciembre de 2012: **cuarenta días** siguientes a la fecha de expedición de las certificaciones de obra.
- d) A partir de 1 de enero de 2013: **treinta días** siguientes a la fecha de expedición de las certificaciones de obra.

8. Indemnización

- El incumplimiento de los plazos indicados facultará a los contratistas para reclamar por escrito a la Administración, el cumplimiento del pago y, en su caso, los intereses de demora.
- Transcurrido un mes sin que la Administración hubiera contestado, los interesados podrán formular recurso contencioso administrativo, pudiendo solicitar como medida cautelar el pago inmediato de la deuda.

9. Régimen especial para productos agroalimentarios

- a) Los aplazamientos de pago de productos de alimentación **frescos y perecederos, no excederán de 30 días**, a partir de la fecha de entrega de las mercancías.
- b) Los aplazamientos de pago de productos que no sean frescos o perecederos, no podrán exceder de 60 días a partir de la entrega de las mercancías.

10. Nueva línea de crédito

El Gobierno instrumentará en el plazo de 30 días, a través del Instituto de Crédito Oficial, una línea directa de crédito, en condiciones preferentes, dirigida a las Entidades Locales para facilitar el pago de deudas firmes e impagadas a empresas y autónomos con anterioridad al 30 de abril de 2010.

11. Contratos de obra con las Administraciones Públicas

Las empresas constructoras de obra civil que mantengan en vigor contratos de obra con las diferentes Administraciones Públicas, podrán acordar con sus proveedores y/o subcontratistas, con carácter excepcional y **durante dos años** a contar desde la entrada en vigor de la Ley, los siguientes plazos máximos de pago:

- 120 días desde el 7 de julio de 2010 hasta el 31 de diciembre de 2011.
- 90 días desde el 1 de enero hasta el 31 de diciembre de 2012.
- 60 días desde el 1 de enero hasta el 31 de diciembre de 2013.

12. Entrada en vigor de la Ley

La Ley entró en vigor el pasado día 7 de julio de 2010.

Barcelona, septiembre de 2010



Patrocinadors de l'Escola Professional de la Fundació Oficis de la Carn

Com en les darreres edicions d'aquesta revista, la Fundació Oficis de la Carn agraïeix la participació i col·laboració de i a totes aquelles empreses que participen en el dia a dia de l'Escola Professional d'aquesta Fundació, per tal de millorar i innovar el servei formatiu ofert per la mateixa. Així, a continuació, us presentem les empreses col·laboradores:

ESPÈCIES TEIXIDOR

Circumvallació, 108-110, 08240 - Manresa,
Barcelona, Tel. 93 874 12 00

TECNOTRIP

Gerent: Sr. FERRER, l'Alguer, 22 P. I. Nord, 08226
Terrassa, Barcelona, Tel. 93 735 69 69
www.tecnotrip.com

BANC SABADELL

Plaça Catalunya, 1, 08201 Sabadell, Barcelona
(Espanya), Tel. 902 323 555,
Des de l'estranger: +34 902 323 555
Info@bancsabadell.com

CRUZ, sl - Construcciones Frigoríficas

Gerent: Sr. Cruz
Av. Cerdanya, s/n, P.I. Pomar de Dalt, nau 25-26,
08916 Badalona, Barcelona, Tel. 93 465 00 65
www.cruzsl.es

MAFRIGES

Barri Serrallonga, s/n - 08571 St. Vicenç de Torelló,
Barcelona, Tel. 93 859 27 11..
www.mafriages.com



KARELY

ENVASOS ALIMENTARIS
VISTAPAC CATERING

SERVEI RÀPID I EFICIENT

- **SAFATES:** de metacrilat, alumini, plàstic per microones, poliexpand.
- **ESTOIGS:** de plàstic, per ous, pollastres, amanides i pastissos.
- **TERRINES:** de tot tipus, per formatges, gelats, patés, etc.
- **UN SOL US:** plats, gots, cuberts, copes, tovalles, tovallons.
- **PASTISSERIA:** blondes, cartrons, "petit fous", bosses i capsos variades.
- **INDUSTRIAL:** màquines empaquetadores, termoselladores i soldadores.

Dispensadors de tot tipus, bosses de plàstic de totes mides, paper higiènic, cel·luloses, film extensible, alumini domèstic i industrial, papers parafinats, bosses per a fer el buit, cel·lofana per hamburgueses, cartells porta preus, etc.

SI VOL UN BON SERVEI, NO DUBTI A TRUCAR AL

Tel. 93 726 31 84 / Fax 93 726 64 40

C/ BORRELL, 47
08202 SABADELL

KARELY, TREBALLEM PER VOSTÈ

e-mail: info@karely.com

HIGIÈNIC
PRÀCTIC
ECONÒMIC
PRESENTABLE



Programa VI Gran Trobada de la Confraria

14 de novembre 2010

35

VI Gran Trobada dels Confreres

MANRESA, DIUMENGE, 14 DE NOVEMBRE DE 2010

10:45 Arribada i concentració dels confreres. Dipòsit Vells de Manresa	13:30-14:00 Trasllat a restaurant.
11:00-12:30 Visita guiada al Museu de la Tècnica de Manresa.	14:00-14:30 Aperitiu
12:30-13:30 Edifici de les Higièies de Manresa. Acce central de la trobada: Investidura dels nous confreres. Nomenaments i Investidura dels confreres d'honor.	14:45 Dinar de gala. Lliurament dels premis als millors estudiants de FP del curs 2009-2010
	17:30 Cloenda i Comiat.

13è Concurs Comarcal de Llonganissa de Pagès a Bellver de Cerdanya



El concurs que se celebra cada any en el marc de la Fira de St. Llorenç - Mercat Pirinenc d'Alimentació Artesana, ha arribat enguany a la 13ª edició.

El dissabte dia 9 d'agost, el jurat format per pagesos i personalitats del món cultural i gastronòmic entre els quals: els guanyadors de l'edició anterior, un cansalader de la Fundació Oficis de la Carn, un Catedràtic de Microbiologia de la UB, un representant del Col·legi Oficial de Metges de Barcelona, el titular d'un establiment gourmet, dos veterinaris del DAR, un cuiner de l'Associació Gastronòmica Cuina Pirinenca de Cerdanya, una titular d'un Hotel i restaurant i un representant de la Societat Gastronòmica dels Pirineus, es reuní a la casa de cultura de Ca les Monges de Bellver de Cerdanya amb l'objectiu de valorar les qualitats de les vint-i-quatre llonganisses presentades pels titulars de les explotacions ramaderes de la comarca, d'acord amb les bases establertes al reglament del concurs.

El resultat es feu públic l'endemà. En Pep Palau, gastrònom i secretari del jurat anà presentant els guanyadors en el marc de la Plaça Major de Bellver, lloc on es celebra la fira.

Un any més, la Fundació Oficis de la Carn ha estat convidada a participar en les deliberacions del jurat del Concurs Comarcal de Llonganissa de Pagès a Bellver de Cerdanya.

A l'acte de lliurament de premis també hi assistiren els membres de la Confraria del Gras i el Magre vestits amb la bata tradicional de cansalader i la medalla de la confraria.

Des d'aquí volem felicitar a la comissió organitzadora del Concurs de Llonganisses de Pagès per aquesta labor de recerca i manteniment de les tradicions artesanes relacionades amb la matança, encoratjar-los a tirar endavant i agrair-los, en nom de la Fundació Oficis de la Carn i la Confraria del Gras i el Magre la confiança que ens han dipositat.





Festa del Porc i la Cervesa a Manlleu



Un any més la Confraria del Gras i el magre fou convidada a participar a la Festa del Porc i la Cervesa a Manlleu que es celebrà en aquesta localitat Osonenca els passats 24, 25 i 26 de setembre.

Les activitats estrella varen ser la rostida del porc del dissabte a la tarda i matança i elaboració de productes de diumenge al matí, conduïdes pels gastrònoms Pep Palau i Pep Nogué respectivament.

La Festa del Porc i la Cervesa és l'espectacle de la capital del Ter que combina gastronomia i oci. Els assistents pogueren viure-hi en primera persona activitats tant diverses com la matança del porc, l'elaboració d'embotits, la degustació i venda de productes, tastos de cerveses de casa nostra, tallers de cuina a càrrec dels cuiners dels restaurants de la vila, concerts, activitats per la mainada i molt més.

Enguany la Fira tingué lloc al parc del Ter, on s'hi concentraren les dites activitats gastronòmiques i familiars.

L'Aula del Gust acollí diferents activitats gratuïtes, relacionades amb el món de la gastronomia i l'elaboració d'embotits, entre elles, un tast d'embotits singulars de Catalunya a càrrec de la Confraria del Gras i el Magre i conduït per Josep Dolcet.

Enguany el tast d'embotits catalans incloïa un breu recorregut per Catalunya com a terra d'embotits, per finalitzar amb un tast comentat de Xolis del Pallars, de Bisbe de Illegua, de Botifarra del perol i de Baldanes d'Arròs de les Terres de l'Ebre.



Interiorisme comercial | Vitrines frigorífiques

Anys d'experiència dissenyant, fabricant i construint xarcuteries

La nova botiga Margarit.

"En aquest cas, per optimitzar l'espai, hem dividit la botiga en dues zones diferenciades però integrades l'una amb l'altra, una de venda tradicional amb vitrina de línia avantguardista i l'altra de venda d'autoservei amb tres elements **DISSENYATS i FABRICATS** a mida.

La botiga, de línies rectes, simples i colors lluminosos, és el resultat d'estudiar minuciosament les necessitats existents, optimitzar al màxim els recursos i crear un espai amb caràcter propi".

*Mercabarna no és només
un lloc. És una garantia.
Per això, només els més
exigents treballen amb nosaltres.*

*Escorxador de Mercabarna:
qüestió de prestigi.*

mb
mercabarna



Accésit pequeño comercio. Sánchez Blandez, Xarcuteria, S.L.



Nº de empleados: 21

Nº m² 240

2 Establecimientos en Pineda de Mar y uno en Calella

Dirección: Jacinto Verdaguer, nº 2

08397 Pineda del Mar - Barcelona

Tél: 937 693 656 - Fax: 937 693 656

www.losextremanas.com

Su actividad principal se centra en la venta al por menor de productos ibéricos y de carnicería. Afrontan el reto que supone la competencia de las grandes superficies mediante dos vías: la implantación de las nuevas tecnologías de la información y la comunicación y, mediante la asociación con otros comercios, lo que ayuda a optimizar recursos y a seguir siendo competitivos sin perder la condición de comercio tradicional.

Con respecto a la primera vía, se instalaron balanzas electrónicas y ordenadores conectados a internet y a una intranet. Además, gracias al software instalado, se controlaban, en tiempo real, los pedidos, el stock, la contabilidad y las compras, reduciendo claramente sus costes respectivos.

Como segunda vía, apostaron decididamente por el asociacionismo, tanto a nivel local como a través de la sociedad Emprenjunt S.A., de la que forman parte desde su creación. Esta sociedad es una plataforma logística, a nivel nacional, que funciona como una central de compras sectorial, consiguiendo mejores

precios al poseer mayor capacidad de compra que los socios individualmente.

Para conseguir la adaptación del personal a estas transformaciones, se puso en marcha un plan de formación en la Escuela Superior de Comercio y Distribución y, con cursos impartidos por Emprenjunt BCN ACTIVA, se formó a los empleados en los aspectos relacionados con las nuevas tecnologías implantadas en el proyecto.



Loteria de Nadal

Any darrera any, el Gremi de Carnissers-Cansaladers-Xarcuters de Barcelona i Comarques us fa participar de la il·lustració d'un dels premis més desitjats de l'any: la Loteria de Nadal.



Loteria de Nadal
Fins al 31 de desembre 2010
Al 10 de gener

77.550

Nº 00000



Loteria de Nadal
Fins al 31 de desembre 2010
Al 10 de gener

Nº 00000



Loteria Nacional
Sorteig de Nadal
El sorteig tindrà lloc el 10 de gener a les 12 hores
77.550
El sorteig es farà el 10 de gener a les 12 hores
Al 10 de gener

Nº 00000

Nº 00000

**En Carnissers-Cansaladers-Xarcuters, els agents de confiança
disponibles en els nostres punts de venda al detall i al por major.
Els desitjats dels seus clients i els seus clients.**

Enguany, el número amb el que participa el Gremi és el 77.550

S'informa a tots els socis que tinguin la quota domiciliada que en el rebut trimestral hi anirà afegit un cobrament de 4,00 euros per aquest concepte. Els agremiats que no vulguin

VISITENOS EN:
HOSTELCO
(del 5 al 9 de noviembre)
Recinto Montjuic 1, Palacio P8, Calle C, Nivel 0, Stand 348

Placsell®
www.placsell.com

Sistema de revestimiento de paredes y techos, exclusivo y patentado para su aplicación en aquellas superficies donde se exige un elevado nivel de higiene libre de bacterias.



Placsell (placas selladas) cumple la normativa sanitaria y nos ofrece una amplia gama de soluciones:

Placsell sanitario industrial (PSI), plancha de polipropileno grado alimentario, sistema de ensamblaje entre planchas propio y patentado formado por un rastrel de aluminio y tapeta de presión de PVC blanca, maciza y garantizada contra golpes, al igual que toda la periferia sanitaria de remates.

Placsell sanitario decorativo (PSD), placa extra-fuerte de PVC, machihembrada y periferia auxiliar de remates en PVC, también el se precisa con acabado sanitario.

Placsell sanitario antimicrobiano (PSA), plancha de PVC, con acabado de alta resistencia química y al rayado, con efecto constante y duradero debido a la no migración de compuestos activos (Efecto antimicrobiano contra *Escherichia Coli* y contra MRSA)



(PSI) Mataderos, salas de despiece, obradores de carne, pescado, panadería y pastelería, lácteos, aceite, frutas y verduras, bodegas, cámaras frigoríficas de conservación, congelación, túneles, vaquerías, granjas, etc.

(PSD) Tiendas, cocinas, paradas de mercado, supermercados, vestuarios, laboratorios, lavabos, platos cocinados, etc.

(PSA) Hospitales, quirófanos, UCI, UVI, enfermerías, laboratorios, salas blancas, geriátricos, salas neonatales, de quemados, etc.



Revestimientos Coberplast sl.

C/ Anselm Clavé s/n - Polígono Matxóles, nave 17
08960 SANT FELIU DE LLOBREGAT (Barcelona)
Tel. 93 885 12 62 Fax 93 885 14 50
revestimientos@coberplast.com
www.coberplast.com - www.placsell.com

Con el aval de más de un millón de m2 colocados entre España y Portugal desde 1991

2ª Fira Agroalimentària del Ripollès a Vall de Núria



La Llangonisseta del Ripollès

El passat dissabte dia 3 i el diumenge dia 4 de juliol, es va celebrar la 2ª Fira Agroalimentària del Ripollès a Vall de Núria. Aquesta ha estat organitzada pel Consorci Ripollès Desenvolupament i Vall de Núria. L'objectiu principal d'aquesta fira ha estat donar a conèixer els productes agroalimentaris produïts, transformats i/o elaborats a la comarca del Ripollès.



Durant els dos dies, es van poder degustar productes del Ripollès inclosos a la marca de garantia "Producte del Ripollès" com la Coca del Ripollès, formatges, carn de Poltre

de Muntanya del Ripollès i sobretot cal destacar "La Llangonisseta del Ripollès" que van oferir als visitants els membres de l'Associació de Carnissers i Xarcuters del Ripollès i concretament de les carnisseries associades CARNISSERIA PINEDA, CARNISSERIA CONSTANS, CARNISSERIA CARLES I MILA i CARNISSERIA CA LA MAGDA totes elles de Ripoll.

A més a més de la degustació de la Llangonisseta del Ripollès, els carnisseros també van donar a degustar els diferents embotits que elaboren com la llangonissa, el fuet, bull blanc, bull negre, etc. i els visitants que van voler en van poder comprar.

La Fira tenia lloc a davant del Santuari de la Mare de Déu de Núria, però el diumenge, com que va ploure es va haver de traslladar a l'interior.

En acabar la Fira el diumenge, tocava asseure's tots junts i dinar plegats!!

Una vegada més, va ésser un gran èxit i els visitants van estar molt contents!!





Els Departaments d'Agricultura i Salut donen suport a les iniciatives dels carnisers de l'Escorxador Municipal de l'Armentera

El 15 de setembre de 2010, el Sr. Josep Guix, delegat del Departament d'Agricultura a les comarques gironines, acompanyat per la Sra. Rosa Geli, de l'Alt Empordà, i la Sra. Montserrat Domínguez, Directora de l'Agència de Protecció de la Salut a les Comarques Gironines han realitzat una visita a les instal·lacions de l'escorxador Municipal l'Armentera (Alt Empordà). En aquest escorxador sacrificuen porc, xai i vedella de bestia exclusivament de municipis de la comarca. Aquest escorxador el dignifiquen es carnisers de Sant Mori, Sant Pere Pescador, Viladamat, Camallera, Vilamacolum, Ventalló i l'Armentera, exclusivament per la seva elaboració pròpia i la venda a les seves botigues.

La inquietud dels carnisers d'aquest escorxador passa pel recolzament de l'Administració per diferenciar les carns i embotits que es treballen en aquest equipament podent-lo reconèixer amb distintiu de qualitat.

Aquest format de treball el mantenen a Sant Martí Sapresa, Peralada, Calonge, Camprodon i l'Armentera. Aquests darrers anys han realitzat importants inversions per poder seguir les directrius europees. Comenta en aquest sentit, Ricard Josep, president del Gremi de carnisers i xarcuters artesans de les comarques gironines i carnisser de la Carnisseria Sant de l'Armentera que "El present de l'ofici de carnisser i xarcuter, de llarga tradició a les nostres comarques, passa per enfortir el centre de formació de l'ofici i mantenir i transmetre les seves tradicions. El paper que juga aquest tipus d'escorxador és molt important, ja que permet un contacte entre el ramader i el carnisser, que aquest conegui el bestiar amb el que vol elaborar els seus productes i així pot oferir un tall de la peça i un producte acabat de la màxima qualitat".



La botifarra de 2 colors

Per poder elaborar aquest producte cal elaborar la massa de botifarra negra i de carn de perol com ho feu habitualment.

Utilitzant tripa ample embotir primer el perol fins que s'ompli més o menys la meitat del volum de la tripa.

Posar-ho en una safata a la cambra de fred fins que agafi consistència, aplanant una mica per que tingui un espai regular.

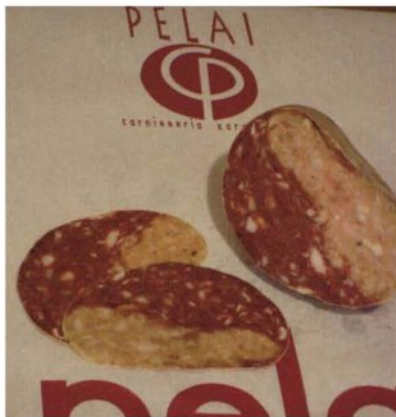
Posteriorment s'emboteix la negra omplint la resta del volum i immediatament es posa a coure amb les mateixes característiques de cocció de les botifarres cuites, ... ja en veieu el resultat!

Consells importants:

- Que refredi bé un cop s'ha embotit el perol.
- Coure immediatament un cop s'ha embotit la negra.



Enric Torrent i Navarra
Carnisseria Xarauteria Pelai



NOTA: Comparteix les teves innovacions professionals

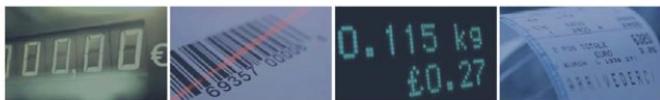
COMPARTIN GUANYEM TOTS
info@gremicarn.com



Connectivitat i Traçabilitat

Dues paraules per definir el nostre software

El programa *Totpes 6.0*[®] incorpora novetats per tal de complir amb la normativa vigent donant una bona imatge corporativa, de cara als vostres clients...



Coneix les diferents opcions del nostre software.

Etiquetatge de tots els productes de carnisseria/xarcuteria

Control Higienic

Traçabilitat

Mermes

c/Arts i Oficis, 15 local
08901 l'Hospitalet de Llobregat
Tel.93 451 23 38
info@ossistemas.com

www.ossistemas.com



**OS SISTEMES, UNA EMPRESA
AL SEU SERVEI**

TARRAGONA

GREMI



Premis a la Iniciativa Comercial

El Departament d'Innovació, Universitats i Empresa va lliurar el passat 21 de juny els Premis a la Iniciativa Comercial a 11 empreses comercials i entitats catalanes, distingint tanmateix 54 comerços centenaris de Catalunya.

del Departament, Enric Aloy, i de la directora general de Comerç, Gemma Puig, va destacar la trajectòria de 54 comerços de 17 comarques d'arreu de la geografia catalana que durant més d'un segle s'han dedicat sense interrupció a l'activitat comercial.

Amb aquesta iniciativa el conseller d'Innovació, Universitats i Empresa, Josep Huguet, acompanyat del secretari general

Una de les botigues premiades va ser "La Camisseria del Paulo" de Camarles (Baix Ebre), establiment dirigit actualment pels nostres agremiats Armando Curto Salvado i Joaquina Calduch Monteverde.



L'objectiu d'aquests premis es distingir els establiments comercials que al llarg de més de cent anys han ofert ininterrompudament un servei de qualitat i personalitzat als seus clients, adaptant-se als canvis en les necessitats de compra de la ciutadania que s'han anat produint al llarg de la seva trajectòria professional centenària i acreditant tanmateix l'adaptació de les seves instal·lacions, de la seva gestió i

de la seva oferta a l'evolució de la demanda. Així doncs, el guardo d'Establiment Comercial Centenari és un premi a l'empresa tradicional però també a la qualitat i a l'especialització, aptituds que han sabut recollir en una concepció de l'empresa familiar com un negoci competitiva i moderna.

Enhorabona companya!

Associacionisme

La que està caient no es una pluja fina sinó una depressió (no atmosfèrica) en tota regla. Encara que els polítics parlen cada dia de que el pitjor ja ha passat i els indicadors diuen que es dona una lleugera millora en l'economia mundial, hores d'ara cap de nosaltres ha notat aquestes indicacions ni de lluny.

El nostre empresariat està afrontant aquesta situació amb totes les eines possibles, però es ben cert que sembla que els astres estiguin tots d'esquena. El recent increment de l'IVA, que la majoria de les empreses hauran d'absorbir sense poder repercutir en el preu, la baixada del consum intern i l'increment dels costos i obligacions empresarials, son fosques nuvolades que preveuen pluja sobre mullat. Per tot això, just ara, tal com ja varem dir en el nostre anterior escrit d'aquesta revista, l'acció conjunta i protectora de l'associacionisme es més important que mai, necessitem un associacionisme organitzat i amb la complicitat i acció conjunta i coordinada de totes les representacions empresarials per poder fer front als interessos del col·lectiu.

Roser Cebal
Secretària general de la Junta Directiva del Gremi de Tarragona

Es així que ara hem de valorar més que mai la participació, encetada ja fa anys, del nostre Gremi dins d'altres organitzacions empresarials que ens ajuden i amb quines col·laborem amb els objectius comuns de defensa i promoció del nostre col·lectiu.

Es a través d'aquestes participacions que tot sovint canitzem inquietuds per tal de corregir una situació i a vegades -moltes vegades- intervenir en les accions dels governs. Es a través d'aquestes formacions per les que hem pogut intervenir en reglamentacions o disposicions legals abans de que aquestes vegin la llum. Es un treball intens, important, que de vegades no sabem fer arribar a l'agremiat.

Vull dir amb tot això que en defensa del nostre negoci, el nostre sector necessita associar-se i crear lligams de treball i d'influència per aconseguir la defensa d'uns interessos pels que no ens cansarem de lluitar i es per això que nosaltres creiem que ara el paper dels gremis, com primer esgrao de l'associacionisme, pren més sentit que mai. Voldríem que tots vosaltres també ho creieu així.

El compte **més despert** per a la seva butxaca

BS Compte Professional

BS Compte Professional és un compte personal o professional, sense cap tipus de comissió ni despesa d'administració ⁽¹⁾, que li permetrà gestionar la seva economia i accedir a un conjunt de productes i serveis en condicions preferents, només pel fet de ser membre del Gremi de Carnissers-Cansaladers Xarcuters de Barcelona i Comarques.



0 euros

- Comissió de manteniment ⁽¹⁾
- Comissió d'administració ⁽¹⁾
- Comissió per emissió de targeta Visa Classic



**REGAL EXCLUSIU
PER A NOUS CLIENTS**

**SabadellAtlántico li deixarà
un bon sabor de boca**

Emporti's aquesta cafetera exprés de regal⁽²⁾
en fer-se client de SabadellAtlántico

Informi-se'n a qualsevol **oficina SabadellAtlántico**
trucant al **902 323 555** o accedint
a **sabadellatlantico.com**

⁽¹⁾ Excepte comptes inoperants en un període igual o superior a un any i amb saldo igual o inferior a 150 euros.

⁽²⁾ Promoció vàlida fins exhaurir existències (500 unitats) per l'obertura d'un BS Compte Professional amb un saldo mínim de 300 euros.



SabadellAtlántico
El banc dels professionals



Gremi de
Carnissers-Cansaladers-Xarcuters
de Barcelona i Comarques

Les xarxes socials, una oportunitat

Els que temin adolescents a casa, estem patint una espècie de bogeria col·lectiva que es diuen xarxes socials; a Catalunya bàsicament Facebook, Twitter, etc. El món virtual és un repte i una oportunitat. Si ho analitzem amb deteniment és una magnífica manera de relació entre nosaltres i els nostres clients, i de fer arribar els nostres missatges a d'altres persones.

És possible que sigui agosarat pensar que podríem aprofitar aquestes xarxes per crear opinió, per relacionar-nos amb els nostres clients, per convertir-nos en assessor gastronòmic on-line, però el que avui és una entelequia demà es una realitat.

Quina és la gran virtut d'aquestes xarxes?:

- L'accés és barat, només has de tenir una connexió a internet per fer-ne ús i donar-se d'alta en alguna de les xarxes que hi ha en actiu.
- És un element totalment democràtic, tu exposes la teva idea i els altres te la compren o no sense cap tipus de barrera.
- La interrelació és immediata, el retorn a qualsevol proposta es molt ràpida, cosa que fa que puguis reaccionar amb celeritat.
- L'efecte multiplicador, en quan exposes una proposta no té límits d'expansió.

Una vegada explicades una sèrie de virtuts que tenen les xarxes socials, també hem de valorar les dificultats. És molt important la gestió dels blogs, perquè tinguin el suficient flux de visitants, que al final són consumidors de la nostra proposta, per fer-la rendible, no només econòmicament sinó per la importància que té la comunicació de les nostres idees i la possibilitat de donar a conèixer el nostre posicionament dins del mercat.

Un altre punt feble és que pot ser que no coincideixin el target dels nostres clients amb el perfil d'usuaris de les xarxes socials. De totes maneres cada vegada més s'incorporaran nous usuaris, és a dir, si el target no coincideix ara o pot fer en un període de temps molt curt.

Pròsper Puig i Brignardelli
Vicepresident del Gremi de Camissers
Canaladets-Xarcuters de Barcelona i
Comarques



Després de fer aquestes valoracions, tan positives com negatives, és el moment de plantejarnos si és convenient engegar alguna acció de tipus promocional des dels gremis o des dels propis comerços, per provar quin és de veritat el ressò i les adhesions que tindriem en un món desconegut per nosaltres, però d'un potencial inimaginable. Sabem que gent, que ha fet la prova amb una estratègia ben dirigida, amb incentius com una oferta, un sorteig d'articles o només amb unes bones receptes de cuina que es poden votar o discutir al moment han tingut un èxit inesperat.

Segurament el plantejament de tenir presència a les xarxes socials, no és desencertat, perquè al diari "El Periódico", sortia una notícia que deia "Una marca per a gourmets tasta les xarxes socials". Preguntava el periodista al responsable de la marca ¿com llançar una marca de plats preparats per a gourmets?. La resposta és: en botigues especialitzades i per internet. I no només venent a la web sinó creant amics a les xarxes socials (Facebook, Twitter) i penjant vídeos a Youtube per demostrar que cuinar els seus productes és fàcil i ràpid.

Aquest és un exemple per prendre nota i valorar si nosaltres som capaços de dur a terme una experiència com aquesta. En aquest espai virtual, la imaginació és fonamental i és possible que sigui dels pocs mons en què no tot està inventat. Ara mateix, al mercat, hi ha un terminal de telefonia mòbil, que permet tenir a un "click" de distància, tot el catàleg d'una gran empresa de roba, de parament de la llar o del supermercat d'una gran superfície.

El sabor absoluto

Al margen de recordarnos el título de una novela de Balzac, la búsqueda del absoluto también es una preocupación culinaria. El descubrimiento de un supersabor es una idea que ha preocupado a químicos y cocineros, convencidos de la existencia de un modificador del gusto parecido a la piedra filosofal, capaz de llevarnos a un nuevo futuro gastronómico.

El primer investigador que consiguió alterar el sistema clásico de percepción gustativa fue el químico Kikunae Ikeda, descubridor en 1908 del glutamato monosódico, una sustancia presente en el alga laminaria japonesa. El profesor Ikeda logró superar los cuatro gustos básicos, dulce, salado, amargo y agrio, añadiendo el de umami, alias sabor en japonés. Como siempre sucede cuando un producto multiplicador del gusto pasa del laboratorio a la industria alimentaria, (recordemos que el glutamato está presente de forma natural en muchos alimentos y como potenciador en la inmensa mayoría de conservas), los discursos de sus bondades y maldades se hacen interminables. Unos pivotan sobre el valor añadido de un gusto potente y otros aseguran que es el causante del síndrome del restaurante chino, suma de taquicardias, cefaleas y náuseas diversas, resultado del glutamato usado en grandes cantidades como arma para realzar la entidad de ingredientes que no la tienen. Los críticos más prudentes nos recuerdan el delicado equilibrio de nuestro metabolismo en cuanto a la relación sodio-potasio. El glutamato sódico tiene, evidentemente, sodio. Un sabor que potencia el gusto y el apetito es pues un arma muy afilada. Con el glutamato se consiguen sabores a caldo de carne, sin carne, como señala el crítico gastronómico vietnamita Gia Thai Pham, obsesionado por la manera ficticia de conseguir texturas gelatinosas y gustos a proteínas en una cocina como la del delta del Mekong, que no necesita nada más que productos naturales para ser exquisita. Pero cuando los productos de primera escasean, no solo

Miguel Sen
Escribtor
Director del programa Cuius de TV3
www.gastronomiaalternativa.com



por su precio, si no porque no hay relevo generacional para seguir plantando cardo rojo y dar de comer a gallinas leonadas, el sustrato químico gana adeptos. Es económico, de uso sencillo y además marca la memoria del gusto, dejando en el cerebro una huella de placer, una incitación al consumo con matices que lo emparentan con las adicciones. Si el glutamato del doctor Ikeda es vicio corriente en América, Europa y Asia, en África lo es el cubito de caldo de carne, el gran potenciador del gusto, a base de glutamato. Una vez los grandes de la producción y distribución avícola a escala mundial han acabado con el mercado de aves africanas, destrozando sus precios a partir de subvenciones concedidas en Europa, se ha inundado África de pollos congelados, verdaderos cubos de hielo con trozos de pollo en su interior, vendidos en mercados sin cadena de frío. Seguidamente, los africanos han aprendido a dar sabor a sus cazuelas a base de cubitos, etiquetados en francés, español y árabe, para que quede bien claro que son halal y por tanto de uso dentro de las normas culinarias coránicas. Si no son cubitos, ahí está su equivalente, el corrige-madame, una botella de Maggi líquido que adoran los niños por su sabor pronunciado y salado. Sobre el impacto de este tipo de potenciadores, basta leer el libro del cantante Youssou N'Dour, Senegal: la cocina de mi madre, que ha editado Intermón Oxfam, con fantásticas fotografías de Isabel Rozenbaum. Está lleno de poesía, es una incitación al descubrimiento de la cocina africana, familiar en el más amplio sentido participativo. Pero contiene alarmantes notas de aroma a cubitos de carne importados desde la metrópoli.

J A M O N E S

LA CAVA



Fieles a la tradición

Así es el cerdo ibérico. Una extraordinaria factoría donde se produce riqueza natural, metamorfosis del sabor que en JAMONES LA CAVA sabemos como tratar para que pueda ser apreciada por los consumidores más exigentes.

JAMONES LA CAVA, S.L.

Joaquim Ruyra, 8 baixos | 08025 Barcelona | Tel: 93 213 74 54* · Fax: 93 213 74 87
lacava@jamoneslacava.com · www.jamoneslacava.com

En el Retail, haz vivir experiencias al cliente

Ofrecer experiencias a los clientes no sólo fideliza, sino que a la vez transmite la filosofía del establecimiento, lo que fácilmente ayuda a percibir si somos el perfil de cliente requerido. Ofreciendo experiencias le facilitamos al cliente su elección por el establecimiento adecuado.

Jordi Mas
Conseiller delegat
MAS GOURMETS



Que vendemos? Cuál es nuestro cliente?

Esa es la pregunta que se debe hacer cada negocio, especialmente del retail para saber que debe ofrecer y como lo debe hacer.

Si por ejemplo vendemos alta calidad gastronómica, la información de selección de materias primas debe estar visible, pero a la vez el cuidado del espacio y de cómo gestionamos la atención al cliente.

No podemos vender alta calidad de producto y posteriormente no saber asesorar o tener un espacio descuidado. El cliente percibirá un producto inferior al que realmente estamos ofreciendo.

Por ejemplo si hablamos de Hostelería, en el Grupo Mas de Torrent, un complejo de lujo ubicado en Torrent, Girona, te ofrecen experiencias para vivir un sueño hecho realidad. Ofrecen a sus clientes un

lugar de desconexión y donde les ayudan a relajarse y a disfrutar de una estancia excelente.

Para ello tienen un estudiado recorrido de experiencias. Desde la Bienvenida hasta el punto final, la despedida de la estancia.

Durante toda la vivencia de la estancia se cuida la acomodación de los huéspedes, sus necesidades para el máximo disfrute, la gastronomía en los restaurantes, el ocio y el deporte. El servicio continuamente presente, satisface todo aquello que uno puede esperar para conseguir una estancia de ensueño y relajada. O lo que puede ser lo mismo vivir una experiencia de felicidad, gracias a Mas de Torrent. El porque de esta felicidad se basa en hacer vivir continuas experiencias donde el cliente se sienta feliz o detecte el esfuerzo para hacerlo feliz.

Me llamo mucho la atención el ver un slogan en el uniforme de el equipo que trabaja en Mas de Torrent *"La felicidad tiene que ser esto"*. No sólo buscan dar felicidad a los clientes, se lo toman como una filosofía de trabajo, y está claro cuando hay actitud y predisposición se logra transmitir e influenciar a los demás.

Si trasladamos el *"saber hacer"* de un excelente servicio de Hotel de lujo al mundo del retail, sucede exactamente lo mismo. El problema en su implantación, es saber *¿qué experiencias ofrecer a los clientes en un establecimiento?*



Dependerá del sector y de cómo queremos ayudar a nuestro cliente a sentirse cómodo.

Si en Zara la experiencia inicial era poder ofrecer al cliente la posibilidad de remover toda la tienda, probarse la ropa y tener la posibilidad de no comprar nada siendo algo normal. Ahora queriendo dar un salto cualitativo, intentan que los vendedores tengan mayor relevancia y potencien la compra de los clientes, lo que significa que aumentan el servicio de atención al cliente, pasando a ser prescriptores y no expendedores.

En Monvinic, un espacio del mundo del vino ofrecen tecnología, asesoramiento, catas, cultura y sociabilidad con expertos del vino, haciendo que los clientes apasionados de este mundo, disfruten y tangibilicen una experiencia bien diferenciada y especial.

Las Tiendas Apple son un buen reflejo de experiencias, entras en el futuro, el espacio minimalista y cuidado, la comunicación la necesaria, ahora sólo se habla de IPAD i IPHONE4 en las tiendas apple. Y como no los vendedores, auténticos cerebros de la tecnología, te describen, te enseñan y dan conferencias en el propio espacio de todos los productos. Y



lo más importante cuando alguien toma la decisión de compra, rapidez pago con tecnología y mucha amabilidad. Toda una i-experience.

Está claro que para hacer vivir experiencias necesitamos un bien muy preciado, capital humano. Sin ellas la experiencia de prescripción y de alto contenido emocional se hace muy difícil llegar a conectar con el cliente y poderle transmitir, el deseo de hacerlo feliz y satisfacerle. Por lo que significa que hemos de comunicar e invertir en formación, y captar personas con sensibilidad para transmitir experiencias. Hay que contratar por **valores y pasiones**.



Notícies del Sector

Inga Food i l'IRTA realitzaran un projecte conjunt en genètica de porc ibèric

2 de setembre de 2010



Els directors generals d'Inga Food S.A., Manuel García Lorenzo, i de l'Institut de Recerca i Tecnologia Agroalimentàries (IRTA), Josep M. Monfort i Bolívar, han signat avui un acord per a desenvolupar un projecte, que compta amb finançament del Centro para el Desarrollo Tecnológico Industrial (CDTI), pel qual es pretén caracteritzar de manera genètica i productiva tres línies d'ibèric i els seus creuaments, amb l'objectiu d'assentar les bases per a un futur programa de selecció i millora en porc ibèric.

En l'actualitat, la producció de porc ibèric treballa majoritàriament amb estirps ibèriques pures, utilitzant fonamentalment una sola línia femella, desaprofitant el potencial vigor híbrid (heterosi) que es podria obtenir al utilitzar dos estirps pures i diferenciades d'ibèric.

Es per això que Inga Food S.A. i l'IRTA col·laboraran en la realització d'aquest projecte, en el qual s'utilitzaran tres estirps de porc ibèric (en puresa i creua-

des) per a la seva caracterització genètica i productiva mitjançant un disseny experimental dial·lèctic, estudiant-ne els caràcters d'interès econòmic (proliferitat, creixements, percentatge de peces nobles, qualitat de la carn...). Aquests estudis es realitzaran en els centres de l'IRTA de Lleida (estudis genètics) i de Monells (qualitat de la carn) amb la col·laboració de les universitats de Saragossa i Extremadura.

A través d'aquest projecte es pretén conèixer el determinisme genètic de les tres estirps i dels seus encreuaments per als caràcters d'interès econòmic, estimar l'heterosi i la seva aptitud combinatòria. Així mateix, les tres línies seran avaluades mitjançant el control dels productes finals obtinguts del seu creuament amb mascles Duroc, en el marc del que estipula la normativa vigent per als productes ibèrics.

Els resultats obtinguts en el projecte han de permetre obtenir animals més eficients amb els que obtenir productes d'alta gama, a preus competitius, en un mercat com el del ibèric.

Inga Food S.A. és una empresa del Grupo Nutreco, que opera a Espanya dins del Grupo Nutreco España, dedicada a la producció i comercialització de porcs.

Nutreco és una companyia global de nutrició animal i aliment per a peixos i una de les companyies multinacionals més grans del sector agroalimentari, amb oficines centrals a Holanda (Amersfoort) i activitats comercials en més de 20 països, 75 centres de producció i processament i centres de R+D i laboratoris d'investigació repartits per tot el món.

Tecnotrip

Envasadores al buit



Nou model
d'envasadors
contínuus
automàtics

Extensa gamma d'envasadores des de les de sobretaula a les de rotació,
de doble campana automàtiques, sincronitzables a l'encès de rotació.

Termoselladores al buit

► Per l'envasat dels
aliments en atmosfera
modificada en envasos
preformats

manuales, semiautomáticos i automáticos



Maquinària càrnica

També nou
model de
sobretaula



Talladores
de carn



Bombos
al buit



Injectores
automàtics



Embutidores
contínuos al buit



Amassadora-
barrejadora al buit



Bombos-amassadors
al buit refrigerats

Tecnotrip

TECNOTRIP, S.A.

c/ L'Aiguier, 22 · Pol. Ind. Nord
08226 TERRASSA (Barcelona) Spain
Tel.: (Int:+34) 937 356 969
Fax: (Int:+34) 937 356 049
e-mail: tecnotrip@tecnotrip.com
web: <http://www.tecnotrip.com>



Fira de Tots Sants

Població: Bagà (Barcelona)

Dates: 2 Novembre 2010

Periodicitat: anual

Oferta a exposar: Bestiar, maquinària, automoció, artesanaria i comerç en general.

C/e: baga@diba.cat

Web: www.baga.cat

Fira de Tots Sants

Població: Vilaller (Lleida)

Dates: 2 Novembre 2010

Periodicitat: anual

Oferta a exposar: Bestiar boví, ovi i cavallar i maquinària agrícola

C/e: ajuntament@vilaller.ddl.net

Web: www.vilaller.ddl.net

Fira de Sant Martí

Població: Amer (Girona)

Dates: 7 Novembre 2010

Periodicitat: anual

Oferta a exposar: Artesania alimentària, de la fusta, fang i paper. Bijuteria.

C/e: pamer@ddgi.cat

Web: www.amer.cat

Fira d'Olost

Població: Olost (Barcelona)

Dates: 7 Novembre 2010

Periodicitat: anual

Oferta a exposar: Fira artesanal i agrícola, maquinària agrícola i bestiar

C/e: olost@diba.cat

Web: www.olost.cat

Fira Tast

Població: Girona (Girona)

Dates: 11 - 14 Novembre 2010

Periodicitat: anual

Oferta a exposar: Alimentació.

C/e: info@incatis.cat

Web: www.incatis.cat

Fira de Novembre

Població: Vilanova i la Geltrú (Barcelona)

Dates: 11 - 14 Novembre 2010

Periodicitat: anual

Oferta a exposar: Multisectorial

C/e: info@firadenovembre.cat

Web: www.firadenovembre.com

Fira de Sant Martí

Població: Montblanc (Tarragona)

Dates: 12 - 14 Novembre 2010

Periodicitat: anual

Oferta a exposar: Productes agroalimentaris

C/e: turisme@montblanc.cat

Web: www.montblancmedieval.cat

Fira de Sant Martí

Població: Banyoles (Girona)

Dates: 13 - 15 Novembre 2010

Periodicitat: anual

Oferta a exposar: Multisectorial. Concurs morfològic de cavalls, mercat d'artesanía, fira del dibuix.

C/e: promocio@ajbanyoles.org

Web: www.banyoles.cat

Fira Medieval d'Oficis del Poble Vell de Súria

Població: Súria (Barcelona)

Dates: 13 - 14 Novembre 2010

Periodicitat: anual

Oferta a exposar: Mostra d'artesans treballant en viu (oficis antics), productes artesanals, ambientació medieval i rural

C/e: turisme@suria.cat

Web: www.suria.cat

Fira d'Artesans i de Nadal

Població: Balsareny (Barcelona)

Dates: 20 Novembre 2010

Periodicitat: anual

Oferta a exposar: Productes artesans, artesanía alimentària.

C/e: balsareny@balsareny.cat

Web: www.balsareny.cat

Fira de Santa Caterina

Població: Esterrí d'Aneu (Lleida)
 Dates: 20 Novembre 2010
 Periodicitat: anual
 Oferta a exposar: Multisectorial
 C/e: ajuntament@esterrineu.cat
 Web: www.esterrineu.cat

Fira de l'Oli Novell, Cítrics i Comerç

Població: Santa Bàrbara (Tarragona)
 Dates: 20 - 22 Novembre 2010
 Periodicitat: anual
 Oferta a exposar: Oli novell, cítrics, comerç.
 C/e: informacio@santabarbara.cat
 Web: www.santabarbara.cat

Fira de Santa Caterina i del Gos Caçador

Població: Arbeka (Lleida)
 Dates: 21 - 22 Novembre 2010
 Periodicitat: anual
 Oferta a exposar: Multisectorial
 C/e: secretaria@arbeka.ddl.net
 Web: www.arbeka.org

Fira Multisectorial

Població: Constantí (Tarragona)
 Dates: 26 - 28 Novembre 2010
 Periodicitat: anual
 Oferta a exposar: Indústria, comerç i serveis
 C/e: firadeconstanti@constanti.cat
 Web: www.constanti.cat

Fira Comercial

Població: Castellar del Vallès (Barcelona)
 Dates: 27 - 28 Novembre 2010
 Periodicitat: anual
 Oferta a exposar: Multisectorial adreçada al comerç local
 C/e: acc@accastellar.com
 Web: www.accastellar.com

Fira de Sant Andreu

Població: Falset (Tarragona)
 Dates: 27 - 28 Novembre 2010
 Periodicitat: anual
 Oferta a exposar: Agricultura, comerç, indústria, artesanía.
 C/e: artesana@falset.altanet.org
 Web: www.falset.org

Fira de Sant Andreu

Població: Organyà (Lleida)
 Dates: 27 - 28 Novembre 2010
 Periodicitat: anual
 Oferta a exposar: Bestiar ovi, boví i equí. Mostra d'artesanía. Fira multisectorial
 C/e: ajuntament@organya.cat
 Web: www.organya.cat

Fira Agrícola, Ramadera i Comercial de Sant Andreu

Població: Torroella de Montgrí (Girona)
 Dates: 27 - 28 Novembre 2010
 Periodicitat: anual
 Oferta a exposar: Maquinària agrícola i productes agrícoles i ramaders; exhibició i concurs de bestiar; automoció, artesanía, fira comercial
 C/e: mroca@torroella.org
 Web: www.torroella.org

Fira de Sant Andreu

Població: Manresa (Barcelona)
 Dates: 28 Novembre 2010
 Periodicitat: anual
 Oferta a exposar: Artesanía i alimentació
 C/e: ubicmanresa@ubicmanresa.com
 Web: www.ubicmanresa.com

Fira de Mostres d'Amposta

Població: Amposta (Tarragona)
 Dates: 4 - 8 Desembre 2010
 Periodicitat: anual
 Oferta a exposar: Multisectorial
 C/e: info@firaamposta.cat
 Web: www.firaamposta.cat



COMARCALS

Mercat d'Artesans. Fira de Nadal

Població: Caldes de Montbui (Barcelona)
Dates: 4 - 5 Desembre 2010
Periodicitat: anual
Oferta a exposar: Ceràmica, fusta, terrissa i alimentació artesana, demostració d'oficis antics i objectes nadalencs.
C/e: thermalia@caldesdemontbui.cat
Web: www.visiteucaldes.cat

Mercat Medieval

Població: Vic (Barcelona)
Dates: 4 - 8 Desembre 2010
Periodicitat: anual
Oferta a exposar: Productes artesans. Demostració d'oficis i tallers tradicionals.
C/e: fires@vic.cat
Web: impevic.vic.cat

Fira d'Hivern, Mostra de Comerç i Artesania

Població: Castellersol (Barcelona)
Dates: 5 Desembre 2010
Periodicitat: anual
Oferta a exposar: Comerç, artesanía, mostra gastronòmica i automoció.
C/e: castellersol@diba.cat
Web: www.castellersol.cat

Fira de Nadal

Població: Sant Feliu de Guíxols (Girona)
Dates: 5 - 6 Desembre 2010
Periodicitat: anual
Oferta a exposar: Artesania, alimentació, avets i plantes nadalencs. Activitats culturals paral·leles i degustació de gastronomia local
C/e: turisme@guixols.cat
Web: www.guixols.cat

Fira de Sant Nicolau. Remença Medieval

Població: La Vall d'en Bas (Girona)
Dates: 6 Desembre 2010
Periodicitat: anual
Oferta a exposar: Artesania, productes agroalimentaris, exposició de bestiar. Demostració d'oficis antics.
C/e: turisme@vallbas.cat
Web: www.vallbas.cat

Fira de la Puríssima

Població: Sant Boi de Llobregat (Barcelona)
Dates: 6 - 8 Desembre 2010
Periodicitat: anual
Oferta a exposar: Bestiar i planter, maquinària agrícola, indústria, comerç i artesanía
C/e: firapurissima@santboi.cat
Web: www.santboi.cat

Fira de la Puríssima de Les

Població: Les (Lleida)
Dates: 7 Desembre 2010
Periodicitat: anual
Oferta a exposar: Aviram, productes nadalencs, artesanía, eines, animals de corral.
C/e: ajuntament@les.ddl.net
Web: www.turismoles.com

Fira Avícola de la Raça Prat

Població: El Prat de Llobregat (Barcelona)
Dates: 10 - 12 Desembre 2010
Periodicitat: anual
Oferta a exposar: Productes dels sectors comercial, industrial, avícola, agrícola i artesanal
C/e: cpe@elprat.cat
Web: www.elprat.cat

Fira de la Tòfona de Centelles

Població: Centelles (Barcelona)
Dates: 18 - 19 Desembre 2010
Periodicitat: anual
Oferta a exposar: Tòfona fresca i incorporada a productes alimentaris, altres productes alimentaris artesanals
C/e: oliverbj@diba.cat
Web: www.centelles.cat

Mercat de Nadal. Fira de Capons, Aviram i Motius Nadalencs

Població: Valls (Tarragona)
Dates: 18 - 19 Desembre 2010
Periodicitat: anual
Oferta a exposar: Articles nadalencs i aviram
C/e: valls@cambrascot.es
Web: www.cambravalls.com

COMARCALS

Fira del Gall

Població: Vilafranca del Penedès (Barcelona)
 Dates: 18 - 19 Desembre 2010
 Periodicitat: anual
 Oferta a exposar: Aviram raça Penedès, vins negres del Penedès, mostra gastronòmica, comerç, maquinària agrícola, artesanía
 C/e: turisme@ajvilafranca.org
 Web: www.vilafranca.cat

Mercat de Nadal

Població: Martorell (Barcelona)
 Dates: 19 Desembre 2010
 Periodicitat: anual
 Oferta a exposar: Artesania, alimentació, tèxtil.
 C/e: apasqual@genial.com.es
 Web: www.martorell.cat

Fira de Santa Llúcia

Població: Sant Feliu de Pallerols (Girona)
 Dates: 19 Desembre 2010
 Periodicitat: anual
 Oferta a exposar: Productes artesans i tradicionals. Tast gastronòmic de plats i productes de la Vall d'Hostoles.
 Exposició de maquinària agrícola i bestiar.
 C/e: sfp@ddgi.cat
 Web: www.ddgi.es/sfp

Fira de Nadal, Productes Artesans, Naturals i de Pagès

Població: Santa Maria d'Oló (Barcelona)
 Dates: 19 Desembre 2010
 Periodicitat: anual
 Oferta a exposar: Productes artesans, naturals i de pagès.
 C/e: st.m.olo@diba.es
 Web: www.olo.org

NACIONALS

Marca Blanca

Feria de Marcas de Distribuidor en España
 Població: Madrid
 Dates: 3 - 4 Novembre 2010
 Periodicitat: anual
 Oferta a exposar: Multisectorial
 Web: www.markexpo.com

Feria de Muestras de Marbella

Població: Marbella (Málaga)
 Dates: 4 - 7 Novembre 2010
 Periodicitat: anual
 Oferta a exposar: Turisme, Nuevos Negocios, Salud y Estética, Deportes y Naturaleza, Oportunidades, Zona Juvenil, Artesanía y Complementos, Productos de la Tierra, Degustación, ...
 Web: www.marbella.es/congresos
 C/e: macano@marbella.es

Hostelco. Saló Internacional de l'Equipament per a la Restauració, Hoteleria i Col·lectivitats

Població: Barcelona
 Dates: 5 - 9 Novembre 2010
 Periodicitat: biennal (parells)
 Oferta a exposar: Equipament per a la restauració, hoteleria i col·lectivitats
 C/e: hostelco@firabcn.es
 Web: www.firabcn.es

XII Congreso Lo mejor de la gastronomía

Població: Elche (Alicante)
 Dates: 6 - 9 Novembre 2010
 Periodicitat: anual
 Oferta a exposar: Alimentació i begudes
 C/e: ifa@feria-alicante.com
 Web: www.lomejordelagastonomia.com



NACIONALS

Cata & Saborea. Feria de la degustación y la cata gastronómica

Població: Valencia
Dates: 19 - 21 Novembre 2010
Periodicitat: anual
Oferta a exposar: Alimentación, restaurantes y hostelería.
Web: www.feriavalencia.com

easyFairs EMPACK Madrid

El salón profesional del envase, etiquetado, embalaje y acondicionamiento
Població: Madrid
Dates: 24 - 25 Novembre 2010
Periodicitat: anual
Oferta a exposar: Embalaje, emmagatzematge i condicionament de productes.
Web: www.easyfairs.com

Fira d'Alimentació i Salut. Fira de Promoció del consum ètic i ecològic

Població: Lleida
Dates: 27 - 28 Novembre 2010
Periodicitat: anual
Oferta a exposar: Productes artesans i ecològics. Conferències. Racó de Tast. Tallers infantils i tallers de cuina.
C/e: info@slowfoodterresdelleida.com
Web: www.slowfoodterresdelleida.com

1a Feria Outlet. Low Cost High Quality

Població: Madrid
Dates: 26 - 28 Novembre 2010
Periodicitat: anual
Oferta a exposar: Multiproducto
C/e: isabelb@ferialowcost.es
Web: www.ferialowcost.es

Feria del Producto

Població: Santander
Dates: 11 - 12 Diciembre 2010
Periodicitat: anual
Oferta a exposar: Alimentación, restaurantes y hostelería.
C/e: palaoexpo@ayto-santander.es
Web: www.palaoexposiciones.com

1a Feria Outlet. Low Cost High Quality

Població: Barcelona
Dates: 16 - 18 Diciembre 2010
Periodicitat: anual
Oferta a exposar: Multiproducto
C/e: isabelb@ferialowcost.es
Web: www.ferialowcost.es

INTERNACIONALS

FHC China - Food & Hotel China 2010

Població: Shanghai - China
Dates: 10 - 12 Noviembre 2010
Periodicitat: Anual
Oferta a Exposar: Alimentos, Bebidas, Retail, Equipamiento
Web: www.fhcchina.com

Feria estadounidense anual de la PLMA

Població: Chicago - EEUU
Dates: 14 - 16 Noviembre 2010
Periodicitat: Anual
Oferta a Exposar: Alimentación y bebidas
Web: www.plma.com

Fiera Internazionale del Gusto

Població: Lugano [Suïssa]
Dates: 10 - 12 Diciembre 2010
Periodicitat: Anual
Oferta a Exposar: Productos artesanos alimentarios.
Web: <http://piugusto.isicom.ch/>



VENDES

LOCALS

ES VEN:

CANSALADERIA - XARCUTERIA

EN PLE FUNCIONAMENT

68 M2 MES 10 M2 PATI

ZONA PARAL·LEL AMB TAMARIT

TEL. 93.325.29.40

ES VEN:

OBRADOR EN PLE FUNCIONAMENT

I GRANS POSSIBILITATS D'EXPANSIÓ.

TOTS ELS PERMISOS SANITARIS VIGENTS.

SITUADA AL CENTRE DE VILANOVA I LA GELTRÚ.

TEL. 620.84.90.66 ANINA

ES LLOGA:

LOCAL 120 M2.

AMB CAMBRA I UN BANY COMPLET

SENSE TRASPAS

ZONA RAVALL A PROP RONDA ST PAU

TEL. 93.454.63.21

ES LLOGA:

PER JUBILACIÓ CANSALADERIA AMB MAGUINARIA

ZONA RAVALL A PROP RONDA SANT PAU

TEL. 93.454.63.21

ES LLOGA:

NAU INDUSTRIAL CENTRE BARCELONA

2 PLANTES - PLANTA BAIXA 375 M2. PLANTA 1ª. 325 M2

CAMBRA DE 70 METRES CUBICS- PARETS DE FIBRA DE VIDRE

AMB GUAI VIGENT

PREU NEGOCIABLE

TEL. 93.429.85.26 - MÒBIL 679.440.509

ES LLOGA:

PER JUBILACIÓ

CANSALADERIA-XARCUTERIA AL BARRI DEL BON PASTOR

LOCAL EN FUNCIONAMENT

EN FRONT DE LA LINEA 9 I 10 DE METRO.

MÒBIL 625.51.88.97

VARIS

ES VEN:

DESCORNADORA ACER INOX.

PREU A CONVENIR

TARDES DE 17 A 20 HORES

TEL. 93.429.85.26

MÒBIL 679.44.05.09

ES VEN:

AMASSADORA AMB BRAÇOS TALLERS VALL 80 LITRES

TEL. 93.389.48.20

ES VEN:

MÀQUINA DE PASTA FRESCA MARCA PAT MAN

PREU A CONVENIR

TEL. 93.869.81.86

ES VEN:

PASTADORA D'ALUMINI MARCA VIVAR 50 L

MÒBIL 639.10.52.00

ES VEN:

INJECTORA DE 12 AGULLES

BAIXA INTENSITAT PER PRODUCTE ARTESA

TEL. 972.21.34.15

ES VEN:

DESCORNADORA MARCA FATOSA

AMB MOLT BON ESTAT

MÀQUINA TERMOSSELLADORA WALDISA AUTOMÀTICA

TEL. 93.735.63.56

ES VEN:

MURAL CONGELADOR

MARCA POLAR SELF DE 1,40 MS.

PREU 3000 EUROS

TEL. 972.50.41.05

ES VEN:

CUTTER HOMOLOGADA DE 40 LITRES

PREU A NEGOCIAR

MÒBIL 659.78.80.11

TRUCAR A PARTIR DE LES 18:00 HORES

(SR. ESTEVE)

ES VEN:

CALDERA JOSE LIZONDO 350 LITRES

A GAS PER COCCIO D'EMBOTITS

MÒBIL 696.43.64.17

ES VEN:

DOBLE CINTA MOTORITZADA

ENCOLADORA/REBOSSADORA

BONA PRODUCCIÓ

TRINXADORA CASTELLVALL DE PEU MODEL PM 114 DIAMETRE

MOLT NOVA. PREU A CONVENIR

MÒBIL 609.31.53.30

ES VEN:

TAULELL FRIGORIFIC
MARCA COSTAN (3,25 M)
93 821.00.24

ES VEN:

MAQUINA ENVASAR TECNOTRIP
BALANÇA PESATRONIC, 2 TALLADORS
RALLADORA DE FORMATGE, PILÒ
CAMBRA FRIGORIFICA 5 PORTES., TAULA INOXIDABLE
MOBIL 690.74.28.27

ES VEN:

MURAL FRIGORIFIC AMB 4 ESTANTERIES AJUSTABLES
DE 120X36 CM. UTILS MES EL FONDO DE 120X55 COM
MIDES EXTERIORS DEL MOBLE: 127X78X185 CM.
TENSIO 220 v
TEL 93 873 92 97

ES VEN:

TALLADORA EMBOTITS MARCA SCHARFEN
ENVASSADORA AL BUIT DE SOBRETAULA MARCA ZERMAT
EN PERFECTE ESTAT.
TEL 977.69.09.21
MOBIL 670.31.32.82

ES VEN:

PERJUBILACIO MAQUINARIA D'OBRAIDOR
CONGEIADOR I VITRINA
EN BON ESTAT
PREU A CONVENIR
TEL 93.777.13.49
MOBIL 666.21.67.37

ES VEN:

2 BALANCES
MICRA (SI S'HAN VA LA LLUM TE 2-3 HORES D'AUTONOMIA)
DINA
1 AMASADORA TRIFASICA AMB DOS POSICIONS
1 CONGEIADOR CONSTAN AMB VIDRE DEIANTER DE
METRO I MIG
TEL 977.54.48.98

ES VEN:

PERJUBILACIO
2 BALANCES DIBAL, SERRADORA MOBBA
PICADORA MOBBA, ENVASSADORA MITJANA TECNOTRIP
CALCULADORA CASIO, TALLADORA SAFDORVEN
ARMARI FRIGORIFIC, BASCULA MANUAL 50KGS.
TEL 93 466.19.89
MOBIL 626.12.60.00

TRASPASSOS

ES TRASPASSA:

CANSALADERIA XARCUTERIA
ALS MERCATS DE VALL HEBRON, GUINAUETA I SUD-OEST
BESOS
MOBIL 649.46.35.48

ES TRASPASSA:

CARNISSERIA-XARCUTERIA-VERDULERIA
AL CENTRE DE REUS AMB CUENTELA FIXA
MOBIL 650.93.36.27

ES TRASPASSA:

BOTIGA DE MENJARS PREPARATS
AMB OBRAIDOR ZONA MASNOU
MOBIL 667.03.54.55

ES TRASPASSA:

PER JUBILACIO CANSALADERIA AL MERCAT D'HOSIAFRANCS
(1 NUMERO) EN PLE FUNCIONAMENT I MES DE 50 ANYS
AL SERVEI
MOBIL 658.30.37.29

ES TRASPASSA:

CARNICA DE LLUIRE SERVEI A CANET,
TOTALMENT NOVA I EQUIPADA, 140 M2.
PORTA D'ENTRADA AUTOMÀTICA, ZONA CARROS
1 CAMBRA FRIGOFAMB 6 EXPOSITORS, CENTRAL FRED.
AIRE ACONDICIONAT
MOLT INTERESSANT
MOBIL 619.49.29.59 /651.89.37.36

ES TRASPASSA:

LOCAL IDEAL PER FABRICACIO EMBOTITS I PRECUINATS
ZONA SANS
MOBIL 696.43.64.17

ES LLOGA:

CANSALADERIA
MERCAT A L'HOSPITALET
MOSTRADOR 6 METRES. 1 TALLADORA (12 MESES)
1 TRINADORA (3 MESES) 1 ENVASSADORA AL BUIT
1 CONGEIADOR. MAGATZEM OPCIONAL 600,00 EUROS
OBERT TOTS ELS DIES
MOBIL 656.62.47.42 / 639.00.81.91

ES TRASPASSA:

PARADA D'AVIRAM
MERCAT DEL CENTRE A HOSPITALET
PLE FUNCIONAMENT, CUENTELA FXE
TEL 93.338.83.53

ES TRASPASSA:

NEGOCI SITUAT A POLINYÀ. SUPERMERCAT AMB CARNISSERIA I OBRADOR, AMB 600 M2. L'OBRAIDOR COMPTA AMB PERMISOS DE SANITAT PER LA PRODUCCIO DE CARNIS, EMBOTITS. INCLOU ELS TRANSPORTS DE L'EMPRESA.
MOBIL 626.71.43.82

GRAN OPORTUNITAT PER GENT EMPRENADORA QUE BUSQUI NEGOCI ALS PIRINEUS

ES TRASPASSA PER JUBILACIO
SALA D'ESPECEJAMENT-INDUSTRIA CARNICA A TREMP
TOTS ELS PERMISOS SANITARIS VIGENTS
MOLT BE DE PREU. A CONVENIR
MOBIL 660.45.26.45
TEL 973.65.26.45

ES TRASPASSA:

CARNISSERIA-XARCUTERIA A BADALONA
BONA FACTURACIO
TOTALMENT REMODELADA
TEL 93.701.47.26
MOBIL 619.31.81.44

ES TRASPASSA:

PER JUBILACIO
CANSALADERIA-XARCUTERIA
MERCAT FELIP II (3 NUMEROS)
EN PLE RENDIMENT, MAGATZEM SOTA MERCAT
TEL 93.349.94.96

ES TRASPASSA:

CANSALADERIA-XARCUTERIA AMB OBRADOR
ZONA BADALONA (PEP VENTURA)
CLIENTELA FIXA. PAS DE MERCAT
TEL 93 383. 90.64
A PARTIR DE LES 19:00 HORES

ES TRASPASSA:

PARADA DE CANSALADERIA-XARCUTERIA
AL MERCAT MUNICIPAL DE PREMIA DE MAR
AMB TOT MUNTAT (MAQUINARIA, CAMBRA I MOSTRADOR)
TEL 93 751.61.53

ES TRASPASSA O LLOGA:

CARNISSERIA-XARCUTERIA A ULLDECONA (TARRAGONA)
CLIENTELA FIXA, LOCALITAT TRANQUILLA
TEL 977.72.04.64

DEMANDES

ES NECESSITA:

DEPENDENTA
AMB EXPERIENCIA
HORARI DE MERCAT
TEL 93.349.09.04

ES NECESSITA :

ENCARREGAT DE PRODUCCIO PER FABRICA D'EMBOTITS I PRODUCTES CARNIS, ES IMPRESCIINDIBLE TENIR EXPERIENCIA EN L'ELABORACIO DE PRODUCTES DEL SECTOR A NIVELL INDUSTRIAL
TEL 93 588.08.41

ES NECESSITA

TECNIC AMB L'ELABORACIO DE CARN
ZONA TARRAGONA
TEL 977.33.14.17

ES BUSCA:

OBRADOR AMB REGISTRE SANITARI
ACTUALITZAT A LA ZONA DEL VALLES
MOBIL 686.33.07.77 / 615.59.91.27

OFERTES

S'OFEREIX:

CANSALADERIA-XARCUTER
EDAT 57 ANYS
EXPERIENCIA 15 ANYS
PER LA ZONA DE TARRAGONA
TEL 977.52.25.27

S'OFEREIX:

MESTRE-ARTESA-ELABORADOR
ELABORACIO DE TOT TIPUS D'EMBOTITS I PREPARATS CARNIS
ELABORACIO DE PROGRAMES PER ALS "COSTOS DE PRODUCCIO"
TECNQUES D'EMPAQUETAT I ENVASAT EN ATMOSFERA CONTROLADA
ESPECEJAMENT DE VEDELLA I DE PORC
SERIOS I RESPONSABLE
MOBIL 627.66.90.09

NECROLOGIQUES

FRANCESC CAPDEVILA I SANSÀ

MORI EL DIA 3 D'AGOST A L'EDAT DE 87 ANYS, DONEM EL NOSTRE MES SENTIT CONDOLE A LA SEVA ESPOSA M^{re} ELENA, FILLS FRANCESC, ELENA JORDI I DEMÉS FAMILIARS. DESCANSI EN PAU.



OFERTES

**STOCK DE VITRINAS FRIGORÍFICAS
REALIZADAS PARA EXPOSICIÓN EN FERIAS,
EXPUESTA EN NUESTRA FÁBRICA.**

**INFÓRMESE POR TELÉFONO O
VENGA DIRECTAMENTE A VISITARNOS.**

*Avda. Cerdanya, s/n, nave 25-26. Polígono Ind. Pomar Dalt
08916 Badalona - Barcelona (España) Tel. 934 650 065 / 934 650 441*



SECADEROS PARA EMBUTIDOS Y JAMONES

Instalaciones de salazón Pesti-Salado Secado Estufado Carga parcial Ciclo Continuo

**ESPECIALIZADOS EN LA FABRICACIÓN DE SECADEROS
PARA EL MAESTRO ARTESANO**

C/ Torre Estrella, 42-44 Nave 4 - 08030 Barcelona
Tel. 93 313 28 88 - Fax. 93 313 28 62 - email: millosa@yahoos.es - Móvil 629 76 24 88

COMERCIAL INSA

**ESPECIAS - PIMENTON - TRIPAS
PREPARADOS PARA EMBUTIDOS
MALLAS PARA CARNES Y
PRODUCTOS AUXILIARES**

**Calle Giralda, 57 - Tel. 936 650 671 - Fax 936 362 710
08860 Castelfedels (Barcelona)**

DISTRIBUIDOR DE



MAS DE 50 AÑOS
COLABORANDO CON EL
CHACINERO ARTESANO



- SISTEMAS DE AFILADO
- ATADORAS DE EMBUTIDOS
- UTILIAJE DE CORTE
- GRAPADORAS DE EMBUTIDO
- ENVASADORAS DE VACIO
- BISELADORAS DE JAMON
- SIERRAS DE CINTA
- DESCORTEZADORAS
- MAQUINARIA EN GENERAL

616 613 491

C/Orega i Gaset nº 2123 - 1^a 08812 Sant Pere de Ribes (Barcelona)

dsb_factory@hotmail.com



**Productos Auxiliares
Fórmulas completas para elaborados cárnicos
Precocinados
Asesoramiento técnico y práctico**

C. Monolit, 9 - 08184 - Palau Plegamans
Teléfono i Fax. 93 864 04 27 - joanroiges@hotmail.com

ABRIL

Distribuciones Cárnicas, S.A.

- Disposen d'una extensa gamma d'elaborats
càrnics i espediment porcí.
- Repartim diàriament a Barcelona i cinturons.

Viladomat, 72-74 - Tel. 93 424 79 01 - Barcelona

SEGURETAT AMBIENTAL I ALIMENTÀRIA



ASESORIA Y CONSULTORIA SANITARIA S.L.

☎ 93 434 21 24 ☎ 93 434 21 25

**✉ aconsa@aconsa-lab.com
www.aconsa-lab.com**

**Oficina i Laboratori
Avda. Pla del Vent 11 Local
08970 Sant Joan Despi**

**ASSESSORIA, FORMACIÓ,
AUDITORS I CONTROLS
ANALÍTICS**

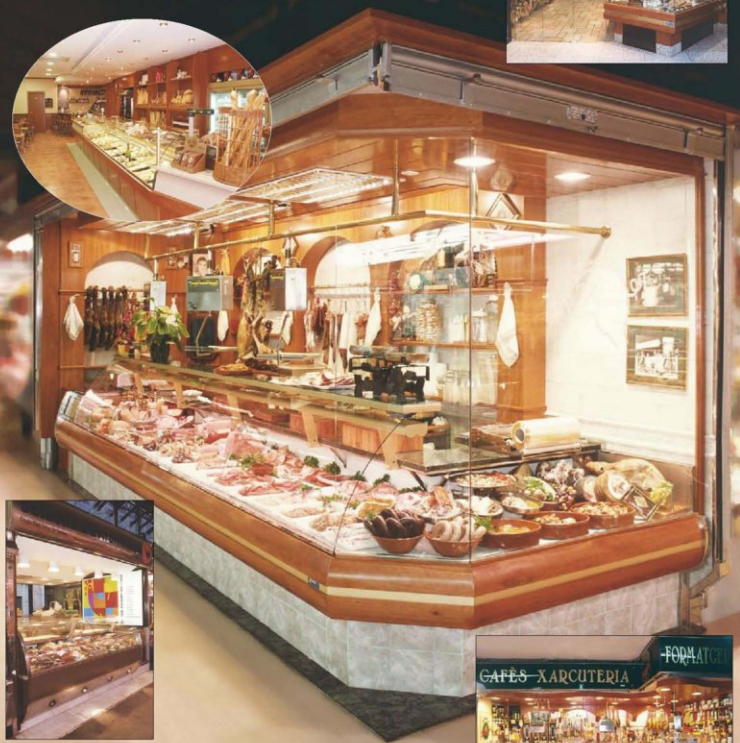
grasimagre

**Petits Anuncis,
grans resultats**

truca i informa't 93 424 10 58

**Posi la reforma del seu establiment
en mans d'uns professionals**

**Fabricació pròpia en
Acer Inoxidable i Polièster**



Fàbrica i Comercial:
Josep Bastús i Planas, 7 - Pol. Ind. Fontsaeta
08970 SANT JOAN DESPÍ (Barcelona)
Tel. 93 477 05 00 - Fax 93 477 03 76

Les vitrines per exposar el producte de dia i mantenir-lo a la nit



www.cruzs.es

Avda. Cerdanya, s/n, naus 25-26 / Polígon Industrial Pomar de Dalt / 08916 Badalona / Barcelona / T. 93.465.00.65 / F. 93.465.04.41 / cruzs@cruzs.es