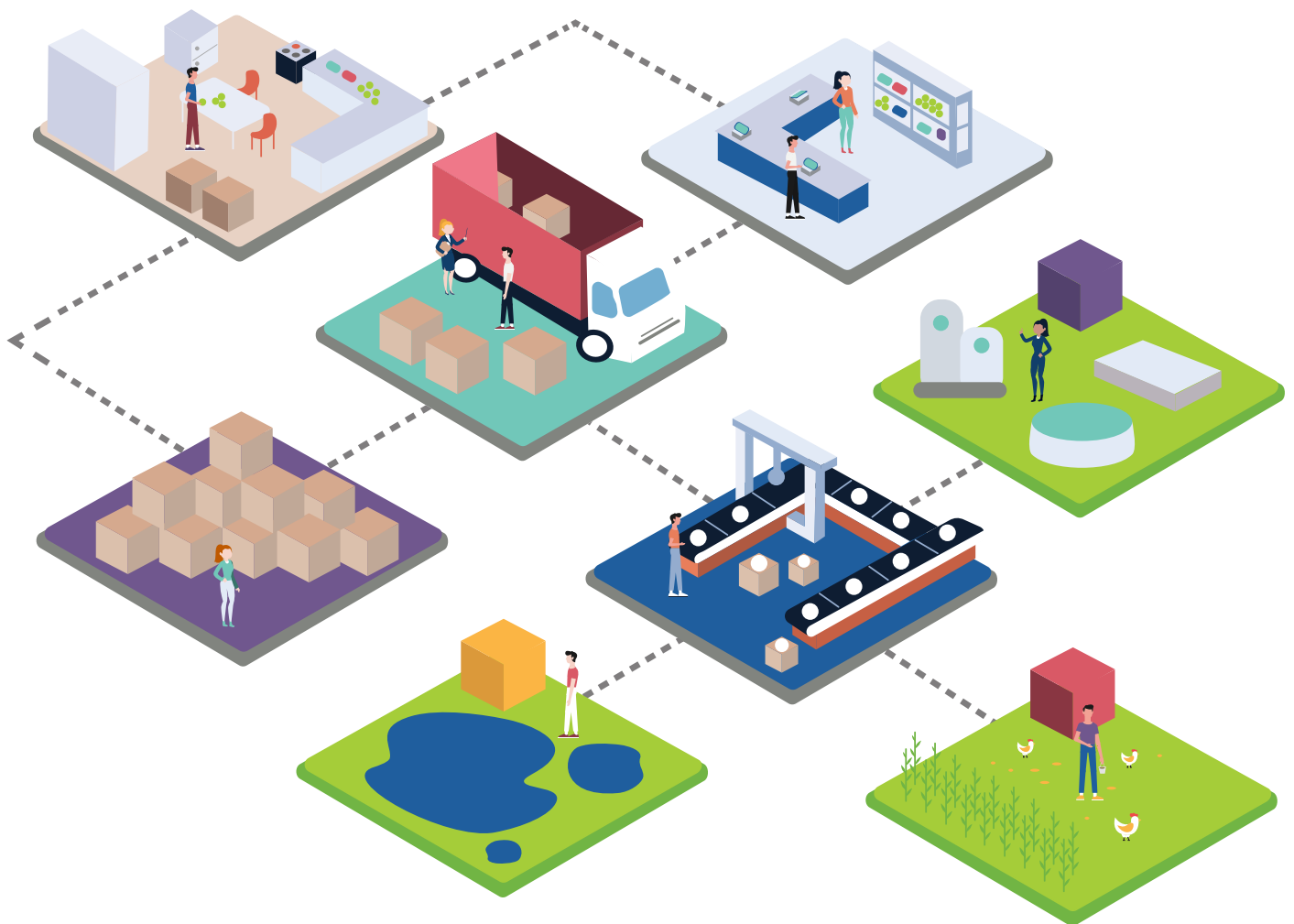


MANUAL PARA EL EMPRENDEDOR AGROALIMENTARIO





Índice

1.INTRODUCCIÓN	4
2. ANTES DEL INICIO DE LA ACTIVIDAD. Planteamiento de la idea / Plan de empresa	5
2.1 El emprendedor	6
2.2 La idea: Planteamiento y plan de empresa	8
3. CONSTRUCCIÓN/MODIFICACIÓN CONSTRUCTIVA DEL OBRADOR. DOCUMENTACIÓN TÉCNICA: PERMISOS Y LICENCIAS PARA SU PUESTA EN MARCHA	47
3.1 Licencias municipales de obra y actividad y certificaciones varias. Legalización de instalación industrial	48
3.2 Aspectos sanitarios de las instalaciones	53
3.3 Maquinaria	57
3.4 Registro sanitario	58
4. ASPECTOS SANITARIOS DE LOS PRODUCTOS	67
4.1 Planes Generales de Higiene	70
4.2 Análisis de peligros y puntos críticos (APPCC)	77
5. ETIQUETADO	79
6. TRÁMITES GENERALES DE CONSTITUCIÓN DE EMPRESA Y PUESTA EN MARCHA DE LA ACTIVIDAD	89
6.1 Trámites administrativos	90
6.2 Cumplimiento de otras normativas	91
6.3 Inscripción en el Registro de Industrias Agroalimentarias de Aragón (RIA)	92
6.4 Registro industrial de Aragón	94
7. MARCAS DE CALIDAD Y LEY DE VENTA LOCAL	96
8. ANEXOS-NORMATIVAS ESPECÍFICAS SEGÚN CATEGORÍAS DE PRODUCTOS	101
8.1 Anexo I. Leche y derivados lácteos.	103
8.2 Anexo II. Bebidas alcohólicas	112
8.3 Anexo III. Vegetales y derivados	128
8.4 Anexo IV. Cereales y derivados	133
8.5 Anexo V. Carne y derivados	139

1.INTRODUCCIÓN

La empresa agroalimentaria está regida por una profusa legislación que dificulta el proceso de planificación y toma de decisiones cuando se dispone a emprender un negocio en este sector.

El objetivo de esta guía es exponer los aspectos más relevantes que se deben cumplir, **desde que surge la idea hasta que se pone en marcha la actividad**: aspectos clave del plan de negocio, trámites burocráticos necesarios para constituir una empresa, normativa legal vigente en materia laboral y, sobre todo, y ahí radica su principal valor, los aspectos técnicos y sanitarios de instalaciones y productos, de higiene y seguridad alimentaria, entre otras.

¿Y qué es una empresa agroalimentaria? La empresa agroalimentaria es la que lleva a cabo alguna de las fases de la cadena alimentaria (o todas). Es decir, se encarga de transformar materia prima de origen animal (como carnes, lácteos, huevos, pesca y miel) y vegetal en alimentos que se llevarán al mercado para el consumo o como productos intermedios.

El proceso llevado a cabo por la empresa agroalimentaria **comprende distintas fases**:

•1. **Recepción de alimentos.**

•2. **Almacenamiento.**

•3. **Transformación**, entendida como tal cualquier acción que altere sustancialmente el producto inicial, incluido el tratamiento térmico, el ahumado, el curado, la maduración, el secado, el marinado, la extracción, la extrusión o una combinación de estos procedimientos.

Resultando:

•3.1. **Productos transformados**: productos alimenticios obtenidos de la transformación de productos (materias primas) sin transformar. Estos productos pueden contener ingredientes que sean necesarios para su elaboración o para conferirles unas características específicas.

•3.2. **Productos sin transformar**: los productos alimenticios que no hayan sido sometidos a una transformación, incluyendo los productos que se hayan dividido, partido, seccionado, rebanado, deshuesado, picado, pelado o desollado, triturado, cortado, limpiado, desgrasado, descascarillado, molido, refrigerado, congelado, ultracongelado o descongelado.

•4. **Distribución de los alimentos.**

Antes del inicio de la actividad

BLOQUE 2



2.1. El emprendedor

Cuando comenzamos un negocio solemos pensar si será viable, si tendrá éxito. Debemos saber que a la hora de emprender la persona es más importante que la idea.

Así que debemos saber si tenemos madera de emprendedor y si la idea que hemos tenido tiene posibilidades de tener éxito.

¡Hay que escuchar a los clientes!

¡Hay que analizar el mercado!

¡Hay que trabajar en red, hay que salir y establecer relaciones!

Tenemos que VER lo que los demás no han visto, PENSAR lo que nadie ha pensado y HACER lo que nadie más ha hecho.

10 COMPETENCIAS DEL EMPRENDEDOR DE ÉXITO

El emprendedor debe entrenar estas cualidades para convertirse en un emprendedor de éxito. Es más importante el emprendedor que la idea.

01 BÚSQUEDA DE OPORTUNIDADES

02 PERSISTENCIA

03 CUMPLIMIENTO DE LOS COMPROMISOS

04 CALIDAD Y EFICIENCIA

05 RIESGOS CALCULADOS

06 FIJACIÓN DE OBJETIVOS

07 BÚSQUEDA DE INFORMACIÓN

08 PLANIFICACIÓN Y SEGUIMIENTO

09 PERSUASIÓN Y CONTACTOS

10 INDEPENDENCIA Y AUTOCONFIANZA

El test del Algodón de Ana Hernández

Ana Hernández ha desarrollado una APP descargable en el market de Android para que el emprendedor pruebe su idea. Contestando sí o no cada una de las 27 preguntas, se generará un informe personalizado que ayudará al emprendedor a desarrollar su proyecto. Se puede realizar el test con todas las ideas que se tengan, tantas veces como se quiera.

Es una herramienta sencilla para emprendedores que se encuentran en la fase inicial del proyecto, pues ayuda a detectar las áreas en las que hace falta profundizar si se quiere convertir la idea en un negocio o, directamente, te indica que esa idea no es un buen proyecto para ti.

De la idea del negocio al proyecto, hay un trecho y la mayor parte de los emprendedores se quedan en el camino. La verdad es que aunque hay muchos emprendedores que nunca terminan de mejorar la idea, también lo es que otros se lanzan a montar una empresa sin pensarlo y sin red. ¡ Tan malo es lo uno como lo otro !

Al contestar a las preguntas del Test del Algodón se enfrenta a los emprendedores a la realidad de que para que una idea funcione se necesita:

- 1.** Tener carácter emprendedor y lo que ello conlleva
- 2.** Que la idea sea interesante y llegue en el momento adecuado
- 3.** Que exista un mercado para esa idea
- 4.** Que tengamos un producto o servicio claro para ofrecer
- 5.** Que sepamos quiénes son nuestros clientes y cómo acceder a ellos
- 6.** Que podamos disponer o buscar el capital necesario y los ingresos sean suficientes

Descarga el test del algodón en: <https://www.anahernandezse-rena.com/app-test-del-algodon/>

2.2. La idea: Planteamiento y plan de empresa

Una vez analizado el perfil del emprendedor es muy conveniente realizar un plan de empresa, un instrumento de planificación que tiene una doble función:

1. Analizar la idea de negocio y concretarla en un proyecto viable.
2. Servir de guía para la validación del plan elaborado. Además de ser una gran carta de presentación ante potenciales financiadores.

Un plan de negocio puede estructurarse en torno a cuatro bloques:

- **IDEA DE NEGOCIO**
- **PLAN COMERCIAL**
- **PLAN DE PRODUCCIÓN, COMPRAS Y RECURSOS HUMANOS**
- **PLAN FINANCIERO Y ESTUDIO DE VIABILIDAD**

2.2.1 IDEA DE NEGOCIO

En primer lugar, debemos concretar la idea, para ello es útil hacerse las siguientes preguntas:

- En qué consiste la actividad
- Cuáles son los objetivos principales a largo y medio plazo
- Qué estrategia general se piensa seguir
- Cuáles son los productos o servicios que se ofrecen y qué necesidades cubren
- Qué ventajas tiene frente a la competencia
- Qué conocimientos y experiencia tiene el emprendedor

2.2.2 PLAN COMERCIAL

El plan comercial es el análisis de los factores externos e internos que influyen en el proyecto empresarial. Es decir, el proceso de planificación y ejecución del producto o servicio, unido al precio, la promoción y la distribución del mismo.

El plan de comercialización tiene dos grandes patas:

- **1) EL PLAN DE MARKETING**
- **2) EL PLAN DE COMUNICACIÓN**

Una vez que se tiene clara la idea de negocio y su ubicación física, no se puede esperar a que los productos se vendan solos, por eso hay que desarrollar un plan de comercialización.

1) ¿EN QUÉ CONSISTE EL PLAN DE MARKETING?

A través del plan de marketing, trataremos de definir tres aspectos básicos: el entorno real en el que se moverá nuestra empresa, el público objetivo al que nos dirigiremos y cuáles son los atributos básicos de nuestros productos.

Una vez definidos estos puntos, podemos establecer cuáles son los puntos fuertes y débiles del negocio y definir nuestra ventaja competitiva. En base a ésta y junto con los objetivos, diseñaremos las estrategias de actuación para el lanzamiento de nuestra empresa, su crecimiento, posicionamiento y desarrollo futuro.





EL MERCADO Y LA COMPETENCIA

Debemos tener claro cuál es el mercado al que nos dirigimos y también conocer la realidad comercial actual:

- Los mercados son cada vez más maduros
- Existe una saturación del mercado; hay muchos productos para una necesidad
- Proliferan los nuevos competidores
- Globalización, compites contra el mundo
- El cliente es cada vez más exigente
- El cliente es bombardeado por publicidad
- Existe un cambio continuo en gustos, usos, hábitos...

Preguntas clave en el plan de marketing

Para desarrollar un plan de marketing efectivo y lograr con él darle valor a nuestro producto hay una serie de cuestiones clave que nos debemos plantear según el estado de nuestro proyecto empresarial. Veamos algunas de ellas.

Fases del proceso: *¿Dónde estamos?*

Análisis de la situación: *¿A dónde queremos llegar?*

Definición de objetivos: *¿A quién nos dirigimos?*

Definición del público objetivo: *¿Cómo llegaremos allí?*

Desarrollo de estrategias y plan de acción: *¿Con qué medios contamos?*

Establecimiento de presupuesto: *¿Cuánto dinero necesitamos?*



Ámbitos de actuación del plan de Marketing

Cómo actuará nuestra empresa en 4 grandes ámbitos

• POLÍTICA DE PRODUCTO

Determinaremos las características propias del producto. Para ello hay que tener en cuenta, además de las características propias del producto o servicio, otros aspectos que haya que mejorar con relación a la competencia o aspectos que influyan en la decisión de compra: garantías, servicio postventa, presentación del producto, nombre...

• POLÍTICA DE DISTRIBUCIÓN

Trata de conseguir que el producto esté disponible dónde y cuándo el cliente desee comprarlo. Existen dos posibilidades: distribución directa o indirecta a través de intermediarios.

La política de distribución es fundamental. Elegir el canal inadecuado puede elevar los costes, lo que repercutirá en el precio de venta y disminuir beneficios.

• POLÍTICA DE PRECIO

Para determinar el precio de venta tenemos que tener en cuenta tres factores: Los costes de fabricación, los precios de la competencia y la demanda. En productos de consumo se recomienda aplicar el margen comercial básico del sector sobre coste y ajustarlo al de la competencia. En productos especializados no hay que ajustarlo al de la competencia.

• POLÍTICA DE COMUNICACIÓN

Consiste en definir la imagen que se quiere ofrecer de la empresa o del producto, cómo se va a dar a conocer en el mercado y los medios de promoción que vamos a usar. Para ello debemos tener en cuenta que el conocimiento y la creación de marca pueden repercutir de forma muy positiva en la política de precio y de distribución del producto.



¿QUÉ ELEMENTOS TENEMOS QUE TENER EN CUENTA EN EL PLAN DE MARKETING?

• MERCADO O ENTORNO REAL

Debemos conocer cuál es el mercado en el que nos movemos, estimar cuál es su volumen y establecer así un volumen de venta estimado para que la empresa sea viable. Es muy importante saber si el mercado presenta alguna característica especial.



• PÚBLICO OBJETIVO

Debemos conocer a nuestros futuros clientes:

¿Qué les gusta? ¿Cómo compran? ¿Qué programas ven? ¿Qué les interesa? Cuanta más información tengamos sobre ellos más posibilidades de hacer una buena venta tendremos.

Para conocer las características de nuestro público objetivo, es muy útil SEGMENTAR LOS CLIENTES: Segmentar consiste en dividir el mercado en subgrupos homogéneos con el fin de llevar a cabo una estrategia comercial diferenciada que satisfaga las necesidades de esos grupos.

¿Por qué es importante segmentar?

Porque **no podemos atender todo el mercado** (si vamos a todo no llegamos a nada), de modo que debemos **identificar segmentos atractivos** a los que podamos servir de forma efectiva. Así **rentabilizamos el máximo** nuestra inversión en tiempo y comunicación.

Jorge Asín Marco, de Esnepi, en la formación impartida para el proyecto y los productores agroalimentarios, detalla así el proceso de segmentación:

El proceso de segmentación comienza con la definición de los segmentos de mercado y termina con la propuesta de valor para cada uno de ellos:

1	2	3	4
DEFINICIÓN DE LOS SEGMENTOS DE MERCADO	PROBLEMÁTICA Y BENEFICIOS PARA LOS CLIENTES	DETERMINACIÓN DEL TAMAÑO DE MERCADO	DECLARACIÓN DE LA PROPUESTA DE VALOR

1. Definición de los segmentos de mercado.

Para segmentar a tus clientes, puedes seguir los siguientes criterios:

Generales:

- Demográficos: Sexo, edad, estado civil, clase social...
- Socioeconómicos: renta, ocupación...
- Geográficos: rural, urbano, región...
- Estilos de vida y personalidad: intereses, opiniones, actividades...

Específicos:

- Uso del producto: quién decide la compra
- Situación de consumo: consumo diario, fin de semana, ocasional, familiar...
- Categoría de usuario: regular, potencia, ex comprador...
- Lugar de compra: on line, tienda física, supermercado...
- Ventajas o beneficios buscados: productos saludables, ecológicos, km 0...

Piensa también si son personas físicas, otras empresas, entidades públicas...

2. Problemática y beneficios para los clientes

Es preciso ponerse en la mente de tu cliente y pensar:

<u>Problemas del cliente</u>	<u>Aspiraciones del cliente</u>	<u>Carencia de la oferta actual</u>
<ul style="list-style-type: none">• ¿Qué retos tienen?• ¿Problemas de acceso?• ¿Utilidad?• ¿Necesitan más variedad?• ¿Pueden pagarlo?	<ul style="list-style-type: none">• ¿Qué busca conseguir?• ¿Eficacia? ¿Calidad?• ¿Novedad?• ¿Originalidad?	<ul style="list-style-type: none">• ¿Por qué la oferta de productos es inadecuada?
<u>Inversa problemas</u>	<u>Qué consigue el cliente</u>	<u>Emociones</u>
<ul style="list-style-type: none">• ¿Cuáles de los problemas planteados soluciona o cubren tus productos?	<ul style="list-style-type: none">• Qué otros beneficios ofrece tu producto	<ul style="list-style-type: none">• Qué sentimientos provoca tu producto

3. Determinación del tamaño de mercado

Este punto es complejo, ya que a veces es difícil encontrar los datos y, una vez encontrados, realizar las estimaciones. No obstante, te invitamos a que realices este ejercicio ya que, en ocasiones, las cifras hablan por sí solas.

4. Declaración de la propuesta de valor

La propuesta de valor es la declaración o resumen de todo lo anterior: define las principales características y funciones de tu producto o servicio, centrándote en los beneficios para tus clientes (y los problemas o necesidades que resuelve) y tu diferenciación o ventaja competitiva frente a otros productos o servicios de la competencia.

La propuesta de valor debe ser creíble, relevante y diferente a la de la competencia u otros productos similares.

Si nunca has redactado una propuesta de valor, te puede parecer complicado, así que en este enlace encontrarás algunos ejemplos que pueden inspirarte: <https://www.posicionuno.com/ejemplos-de-propuesta-de-valor/>



• ATRIBUTOS DEL PRODUCTO

En función del entorno y el público objetivo, se definen los puntos fuertes y débiles de los productos para determinar la ventaja competitiva frente a la competencia.

Debemos buscar algo que nos haga únicos frente al resto. Algo que nos diferencie.

POSICIONAMIENTO: Por lo general viene determinado por los atributos del producto que el consumidor considera importantes. Debemos identificar los mejores atributos de nuestro producto y observar la competencia respecto a éstos. Con esa información, desarrollaremos la propuesta de venta única de valor.



Tipos de POSICIONAMIENTO:

• Por PRODUCTO:

DIFERENCIACIÓN EN PRODUCTO

La diferenciación por producto tiene dos grandes patas: puedes ser diferente porque tu producto tiene alguna cualidad única, o porque eres el primero en salir al mercado.

Las diferenciaciones en cuanto a producto son difíciles de sostener si no eres la primera marca que se viene a la cabeza del consumidor cuando hablamos de esa categoría de producto.

01 BASADO EN LA CALIDAD DIFERENCIAL O EN LAS PROPIEDADES DEL PROPIO PRODUCTO

En un mundo tan competitivo como el agroalimentario la innovación en producto es constante. A no ser que encuentres un producto tan único con un sabor diferencial tendrás que invertir mucho para diferenciarte en producto.

02 REFUERZA TU DIFERENCIA CON COMUNICACIÓN

En un mundo tan competitivo refuerza tu diferencia con una imagen única, busca la colaboración de medios de comunicación.

03 INVESTIGA EL MERCADO Y PERMANECE EN VANGUARDIA

A veces una gran idea solo necesita unos cuantos años para ser copiada. Has de estar siempre alerta e intenta innovar y diversificar a partir del producto único del que dispones.



• Por PRECIO:

DIFERENCIACIÓN EN PRECIO

Si un día vas al mercado y te encuentras el kilo de patata a 500 euros, no lo dudes, son La Bonnotte. Se trata de una variedad que se cultiva en la isla francesa de Noirmoutier, en la costa atlántica, y se fertiliza a base de algas, lo que le aporta unos matices salados que le otorgan un sabor espectacular. La producción anual es muy pequeña, y esto provoca en gran parte su elevado precio.

01 PUEDES SER EL MÁS ALTO O EL MÁS BAJO EN PRECIO

Recuerda que para ser el más alto en precio y convertir en ello tu diferenciación tienes que dar un producto de alta calidad, con una comunicación aspiracional y un canal de distribución adecuado a tus políticas de precio.

02 SI NO TE ESFUERZAS EN COMUNICAR, DÉJALO

Las estrategias para darle un aire más sofisticado y caro a tu producto, necesitan que la causa del sobrepeso sea conocida por parte del cliente, si no lo vas a poder comunicar bien, cambia de estrategia.

03 SER BARATO NO ES MALO

Competir con un precio ajustado no es una mala política. De hecho hay grandes cadenas de distribución alimentaria que basan su diferenciación en ello: Lidl, Aldi...y son líderes en su sector. No temas a competir en precio, siempre que puedas mantenerlo.



• **Por DISTRIBUCIÓN:**

DIFERENCIACIÓN EN DISTRIBUCIÓN

Elegir el canal de venta de nuestro producto es fundamental para la supervivencia de la empresa. Os mostramos tres formas de distribución más comunes y cómo se asocia a marca y política de precios.

01 INTENSIVA: GALLINA BLANCA

Trata de estar en el máximo número de distribuidores posibles. La política de precio de este tipo de distribución es moderada, no puede ser un producto tremendamente exclusivo porque habrá distribuidores no interesados en ese producto.

02 SELECTIVA: DON PERIGNON

La distribución selectiva se asocia con la élite y los productos gourmet. No confundir con una política de distribución intensiva no concluida. Seleccionamos las mejores tiendas para vender nuestros productos. Requiere inversión en comunicación y una política de precios alta.

03 EXCLUSIVA: CARNICERÍA

Sólo vendes tus productos a partir de tus propios canales. No cuentas con una distribución con terceros. Aquí caben dos tipos de productos: los auténticos asociados a un oficio: panadero, carnicero, pastelero... o aquellos tan exclusivos que sólo puedes comprarlos in situ por ejemplo las tiendas Nespresso o los corner.



• **Por COMUNICACIÓN:**

DIFERENCIACIÓN EN COMUNICACIÓN

De las cuatro patas que conforman la estrategia de venta la comunicación es la más maleable.

No depende totalmente de características físicas o de los acuerdos a los que hayamos llegado con nuestros colaboradores. Depende de la propia marca.

Una ventaja que puede jugar en tu contra si no haces un plan de marca ordenado, coherente y diferente.

01 INVIERTE EN MARCA

Si vas a diferenciarte en la comunicación has de invertir en marca. No sólo en una buena estrategia, creación de imagen, fotos asociadas, envase, webs... Recuerda que todo comunica y que tu estás apostando por esa vía de diferenciación.

02 BUSCA UNA IMAGEN QUE QUIERA TU COMPRADOR

La imagen no es nada si no hay alguien dispuesto a comprar ese producto. Intenta que la imagen enganche a tu futuro cliente potencial, y no, **TODO EL MUNDO NO NECESITA TU PRODUCTO.**

03 REINVENTATE PERO SIN ABANDONAR TU MARCA

La marca ha de crecer y reinventarse, pero sin abandonar ni su esencia ni su código de imagen. Puede que tú estés muy cansado de ver siempre lo mismo, pero tu comprador agradece no tener que informarse en cada compra de qué está comprando.



• 2) EL PLAN DE COMUNICACIÓN

Para comunicar adecuadamente nuestro producto o servicio a nuestros clientes y colaboradores es preciso realizar un plan de comunicación. Un buen plan de comunicación debe cumplir una serie de requisitos:

- Ha de contener una estrategia acorde con los objetivos de la empresa
- Estar basada en hechos reales y previsiones válidas. Ser viable. Incluir acciones a corto, medio y largo plazo
- Estar bien definido, ser sencillo y conciso. Ser flexible
- Estar cuantificado
- Ser conocido por toda la empresa
- Que permita la autoevaluación

¿CÓMO SE ELABORA UN PLAN DE COMUNICACIÓN?

1. Contextualización: es conveniente realizar un análisis del entorno- aspectos externos que afectan a la empresa- y de la empresa. Para ello es muy útil realizar un análisis DAFO: Aspectos internos (Debilidades y Fortalezas) y Aspectos externos (Amenazas y Oportunidades).

2. Definición de Objetivos: sobre todo que sean reales; algunos ejemplos serían: llegar a un nuevo público, conseguir mayor visibilidad en medios de comunicación, generar confianza sobre mi marca...

3. Definición de público objetivo: conocer bien al público al que te diriges y los medios de comunicación que usan para estar al día. Aquí sirve la segmentación que hemos visto en el apartado del plan de marketing. La capacidad de entendimiento con el público objetivo es la base del éxito del Plan de Comunicación.

4. El Mensaje: Definido el público concreto, y basándonos en la propuesta de valor definida en el plan de marketing, es el elemento que se quiere comunicar: claro, conciso, directo y bien escrito.

5. La Estrategia: Es el modo que se usa para alcanzar los objetivos marcados, se define el lenguaje, el tono y los canales con los que vamos a comunicar.

6. Las Acciones: La forma en la que ponemos en marcha la estrategia para alcanzar los objetivos marcados. Los medios con los que comunicar el mensaje. Algunos ejemplos:

- Herramientas de Marketing: buzoneo, catálogos, flyers...
- Herramientas de Publicidad: blogs, webs, radio, tv, revistas, mobiliario urbano...
- Actos de relaciones públicas: eventos, invitaciones...
- Herramientas on line: redes sociales, email marketing...
- Herramientas para la gestión con los medios de comunicación: notas y ruedas de prensa, entrevistas...
- Colaboraciones con otros prescriptores o profesionales
- Promociones concretas en momentos determinados: descuentos, sorteos, bonos,...

7. El Calendario: Planificar cuándo realizamos cada acción, cuándo empieza y cuándo acaba. Calendario anual, semestral, trimestral...

8. El Presupuesto: Cantidad económica que vamos a destinar a las acciones del plan de comunicación.

9. Análisis de los resultados: para ello es preciso utilizar sistemas de control para medir si lo hemos hecho bien y hemos alcanzado los objetivos. Estos sistemas de control pueden diseñarse para analizar los resultados de una acción concreta y realizar mediciones semanales, mensuales, trimestrales...

10. Conclusiones: Tras evaluar los resultados de cada una de las acciones, llegamos a una conclusión final. ¿Se puede mejorar?, ¿Dónde se ha fallado? ¿Qué hemos de tener en cuenta para el próximo plan de comunicación?

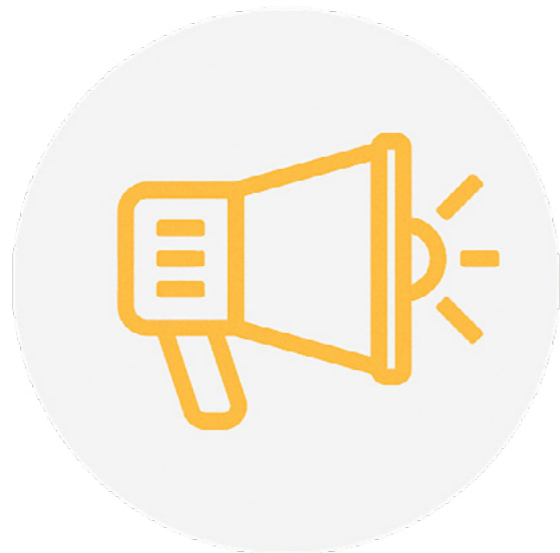
Identidad y marca

Tras determinar cuál será la política de marketing que va a llevar a cabo tu empresa se necesita ahondar en el concepto de marca e identidad.

La marca es una de las grandes fortalezas que podemos construirle a nuestra empresa o a nuestro producto. Supone una estrategia de diferenciación de lo que nosotros hacemos frente al resto de nuestra competencia y nos brinda la oportunidad de crear estrategias de precio y distribución que aumenten el valor del producto.

Crear marca no es tan sólo crear un buen logotipo sino crearle un universo, una forma de ser y de comunicar de tu empresa frente a otros. En definitiva, de darle un carácter personal a tu comunicación frente a la de tu competencia.

Luego, es cierto, esa comunicación se reflejará en el logotipo, identidad de la marca, en cómo eres. Pero en este primer proceso basta con saber cómo va a comunicar y que carácter va a tener tu marca. Es más bien definir los límites en los que se va a mover la marca de forma natural. Construir un alter ego en el que todos sepamos qué hacer para después, cuando la empresa ya tome forma, hacer que suceda.



CREANDO MARCA

A la hora de crear la marca para tu empresa hay una serie de cuestiones que debes plantearte para hacer algo diferente, diferencial y que a la vez te represente. Crear una marca es un proceso en principio, mental y de ingenio. Así que no le rachees esfuerzos, porque da grandes resultados con una inversión no tan importante.

01 ¿QUÉ CARÁCTER, ACTITUD DE MARCA VA A TENER FRENTE AL MERCADO?

Tu marca va a ser inocente, exploradora, sabia, corriente, heroica, bandida, maga, amante, bufón, cuidadora, gobernante, creadora....

02 DECIDE CUÁLES VAN A SER LOS TERRITORIOS DE LA MARCA

Cómo va a ser la experiencia del usuario de tu marca, en qué contexto se va a comprar y a consumir, qué papel va a tener el producto en el momento de consumo.

03 DELIMITA LOS ELEMENTOS VISUALES

Qué quieres transmitir con el logotipo, cuál será el nombre del producto, qué tipo de imagen quieres que el consumidor tenga de tu producto o empresa.



¿Cómo hacerlo?

Claves punto a punto para comenzar a crear marca:

IDEAS FUERTES

- Hazlo tú mismo y hazlo con otros
- Haz lo que sepas ¿En qué eres bueno? y busca colaboradores
- Comunica lo que te diferencia. Tu ventaja competitiva
- Saca partido a tus recursos (red de contactos, materiales, oficiones, tiempo...)
- Que sea sencillo. Intenta no contar demasiadas cosas a la vez
- Recuerda que comunicación no es igual que marketing.

LO IMPORTANTE ES LO QUE QUIERAS CONTAR

- La comunicación no es todo, pero todo comunica
- Transmite tus valores no sólo en lo que cuentas, sino en cómo lo cuentas
- Construye el mensaje (foco de atención, momento, públicos, herramientas)

CÓMO CONTARLO

- Actitudes, el tono (reivindica el humor, la ironía, profesionalidad, confianza, cercanía...)
- Propicia la participación y la colaboración

TU COMUNIDAD

- ¿Para quién generas valor? ¿Quién te genera valor?
- Piensa en los usuarios directos de tu producto
- Beneficiarios, profesionales
- Proveedores
- Empresas similares y complementarias
- Seguidores en las redes
- Asociaciones ...

HERRAMIENTAS

- Dedícate a aquellas herramientas que manejas bien: online, relaciones públicas, acciones especiales, publicaciones...
- Invierte tiempo en hacer redes y explora con los mínimos recursos y acuérdate de que hay otras formas de hacer: canciones, gestos, pegatinas, intervenciones en el espacio físico.

CREANDO MARCA, TÉCNICAS QUE FUNCIONAN:

STORYTELLING

El storytelling es el arte de utilizar las estructuras narrativas en la comunicación empresarial.

El objetivo es conectar emocionalmente con nuestros públicos objetivos, humanizando nuestros negocios, productos o servicios. Usando tanto por grandes marcas como pequeñas empresas o negocios.

01 GRAN EFECTIVIDAD

Tiene la cualidad de enganchar, de invitar a escuchar.

02 FACILITA LA COMPRESIÓN DE CONCEPTOS COMPLEJOS

Mediante ejemplos y metáforas

03 MUEVE A LA ACCIÓN

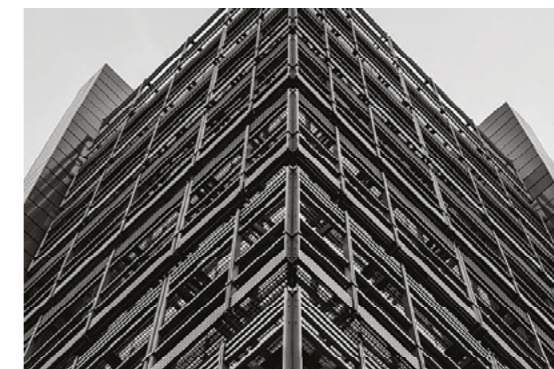
Las emociones son el puente entre pensar y actuar.

04 AYUDA A VENDER

Historia- emoción- vínculo- relaciones- venta

05 DA SENTIDO A UNA EXPERIENCIA

Podemos llegar a la empatía a partir de las historias.



¿Cómo debe ser un relato?

No consiste en inventar una historia, sino en descubrir aquella historia que ya existe. Debemos reflejar los valores de nuestra empresa y también las vicisitudes. No cuentes sólo los éxitos, cuenta también las dificultades. Eso sí, en tono positivo. Y sobre todo, debes conocer a quién va dirigido ese relato, a tu público, e incluir una llamada a la acción.

Ejemplo de Storytelling aplicado a Quiénes somos

BORDA CERVEZAS

INICIO
- QUIÉNES SOMOS -
TIENDA
EL ENTORNO
BORDA
TIPOS DE BORDA
DONDE COMPRAR
ESPUMOSOS
CONTACTO
BLOG

Síguenos
f i

Somos de la creencia que el dinero tiene que dar siete vueltas en el lugar donde vivimos, antes de que salga fuera.

Luis: cooperativista empedernido, Felipe: autor cervicero, Menchu: cocinera.
Cada uno de nosotros tenía distintas motivaciones, nos unía la necesidad crear algo diferente a lo que hacíamos hasta este momento.

Felipe y Luis tenían claro que la forma legal tenía que ser una cooperativa
Al final nació Bebidas y Maridajes de Aineto. S. Coop. Con la finalidad de elaborar cervezas, otras bebidas naturales a partir del saúco y maridar ambas con ingredientes de proximidad.

Otra de nuestras inquietudes, era nuestra voluntad trabajar en el pueblo donde vivimos. Era más fácil montar la cervecería en Sabiñanigo. Pero nos interesaba la creación de puestos de trabajo en la localidad, para generar arraigo y prevenir la despoblación.

Ejemplo de Storytelling aplicado a: Para qué estoy aquí

gardeniers, origen orgánico brota de ti

SOBRE GARDENIERS PRODUCTOS DONDE COMPRAR BLOG CONTACTO

BLOG "BROTA DE TI"

4 noviembre, 2014

FRUTERO POR UN DÍA

Blog, Eventos, Sin categorizar / By admin_factorid

Aunque ofrecemos nuestras hortalizas en algunas fruterías de Zaragoza y, directamente, por internet, uno de nuestros puntos de venta favoritos sigue siendo el puesto que instalamos los sábados en el mercado agroecológico de Zaragoza que se celebra detrás del Teatro Principal.

Nos encanta el ambiente de ese mercado, el contacto directo con compradoras, condeñados y muy

gardeniers, origen orgánico brota de ti

Buscar...

Ejemplo de Storytelling aplicado a: Quién soy con un cambio de enfoque del personaje

Ullco. Huevos Camperos de la Jacetania

Elas quieren mandarnos un mensaje

Ullco. Huevos Camperos de la Jacetania

También ellas han disfrutado el acierto

Ullco. Huevos Camperos de la Jacetania

Al poco cuando se les ocurre que si que van de la casa en el día.

Ullco. Huevos Camperos de la Jacetania

EMILIA quería hacerse un Settle con BARTOLO... o un cerca negro

Aiiiiii Qué me duermol! 🤪🤪🤪

Bartolooooo por si alguien aún está durmiendo!!!! 🤪🤪🤪

Buenos días!!! Aquí aseándonos para pasar el día!!! Guapas...

Día perfecto para buscar proteínas! 🍗🍗🍗

369 reproducciones - 22 de marzo

716 reproducciones - 9 de enero

300 reproducciones - 29 de noviembre de 2017

363 reproducciones - 18 de octubre de 2017

CALLINAS LIBRES ullco CAMPEROS

Ejemplo de Storytelling aplicado a: Quién soy contado por terceros

HUESCA PROVINCIA

En busca de 'influencers' para la longaniza de Graus

En la fabrica de embutidos Aventín buscan 'embajadores' para promocionar sus productos en las redes sociales.

Rosa Calvo. Huesca Actualizada 15/09/2017 a las 12:17

f t w

Aventín

Suculento, sano, exquisito

Aventín

2.2.3. ORGANIZACIÓN: PLAN DE PRODUCCIÓN, COMPRAS Y RECURSOS HUMANOS

Una vez diseñada la estrategia comercial, es necesario establecer cuáles son los medios materiales y humanos necesarios para cubrir esos objetivos comerciales.

El Plan organizativo es en el que se determinan los recursos tanto materiales como humanos necesarios en la empresa para llevar adelante la nueva actividad.

La primera cuestión es dónde queremos localizar la empresa. Si lo hacemos en el medio rural, consultaremos con el Grupo de Acción Local más cercano para ver en qué nos puede ayudar.

Una vez sepamos dónde queremos instalar nuestra empresa, habrá que establecer cuál es el equipamiento necesario, considerando:

- Existencias: Plan de aprovisionamiento de materias primas, capacidad de almacenamiento, ajuste de stock (entre oferta y demanda) y Proveedores del sector (productos, mercado, precio y calidad).
- Inmovilizado: Locales, edificios y terrenos. Maquinaria. Transporte y Mobiliario.

PLAN DE PRODUCCIÓN Y COMPRAS

El plan de producción y compras detalla cómo se van a fabricar o adquirir los productos que se han de vender.

Para realizar un plan de producción o compras se tendrán en cuenta:

- Compra de materias primas y productos necesarios para prestar el servicio
- Organización del proceso productivo
- Necesidades de maquinaria o equipos
- Diseño del producto
- Incorporación de nuevas tecnologías
- Cálculo de costes de fabricación
- Calidad del producto
- Gestión stocks, depósito, almacenes

RECURSOS HUMANOS

Cuánta gente necesitarás y para qué los vas a necesitar.

Establecer una organización dentro de la empresa consiste en convertir las tareas que hay que hacer en puestos de trabajo y determinar en función de las necesidades de la empresa y de las aptitudes de cada persona quién va a cumplir esas tareas.

Si debemos contratar, debemos informarnos sobre la modalidad más conveniente de contratación, la normativa que nos rige los convenios, bonificaciones y cotizaciones a la seguridad social, las ayudas a la creación de empleo.

LA VIDA DEL AUTÓNOMO:

Tú también formas parte de la plantilla de la empresa. Seas una microempresa en la que tú vayas a ser trabajador o seas un nuevo empresario con trabajadores a tu cargo vas a comenzar a tributar en el régimen de autónomos. (Hay excepciones, consúltalo con tu gestor).

¿QUÉ PUEDES HACER CON TU PARO?

En caso de que tengas prestación por desempleo pendiente de cobrar, tienes tres posibles opciones con tu paro:

• CAPITALIZARLO

Que el SEPE te entregue el tiempo pendiente que tienes de prestación de desempleo para iniciar una actividad emprendedora.

• COMPATIBILIZARLO

Recibir el pago de tu paro mientras comienza tu vida laboral emprendedora.

• COLCHÓN SI FRACASO (REABRIRLO)

Puedes reanudar tu desempleo si no ha transcurrido más de un tiempo determinado desde que comenzó la actividad por cuenta propia.

Consulta las condiciones en la **web del SEPE** o con tu gestor.

2.2.4. PLAN FINANCIERO Y ESTUDIO DE VIABILIDAD:

PLAN FINANCIERO

Para el planteamiento de empresa debemos detallar los recursos financieros con los que previsiblemente vamos a contar. Existen varias fuentes de financiación que por sus diferentes condiciones pueden ser más ventajosas o menos dependiendo de cada situación.

Habrà pues que hacer una estimación de los recursos financieros con los que vamos a contar, subvenciones a las que podemos acceder, capital que aportaremos a la empresa, así como los préstamos a corto y largo plazo y otras fuentes de financiación que precisemos, para poder calcular los costes estimados de cada uno de estos recursos.

Resultados empresariales

El documento donde se recogen los ingresos, gastos y resultados de la empresa en cada período es la cuenta de resultados (también se llama cuenta de pérdidas y ganancias). La cuenta de pérdidas y ganancias, muestra la renta generada por la actividad empresarial.

Por un lado en el debe, se recogen las compras y gastos, así como pérdidas y quebrantos incurridos en el período; por otro lado en el haber, se recogen las ventas e ingresos, así como los beneficios obtenidos en el período. Se trata de mostrar las corrientes de distinto signo que han intervenido en el cálculo del resultado, diferenciándolas según la relación que guardan con el objeto típico de explotación de la empresa, dando lugar a los conocidos tipos de resultados: de la explotación, ajeno y extraordinario.

El resultado contable es un indicador económico esencial, su cuantía permite conocer en términos globales la eficacia lograda en la gestión empresarial por los responsables de la misma.

FUENTES DE FINANCIACIÓN

Podemos recurrir a financiación pública y privada.

Recordad que los inversores privados tienen más escalabilidad, mayor retorno a c/p, apoyan más la innovación tecnológica y tienen como objetivo contentar a sus socios.

Plan financiero

FINANCIACIÓN PÚBLICA DE ARAGÓN

Gobierno (Dptos) aragon.es/DepartamentosOrganismosPublicos

INAEM inaem.aragon.es/portal/page/portal/INA/ServiciosSEPE

www.sepees/contenido/prestaciones/ag00e.html

SODIAR www.sodiares

AVALIA www.avaliasgr.com

AYUDAS LEADER : Consultar con el Grupo Leader de la Comarca donde se ubica tu negocio . Ver <https://aragonrural.org/>

FINANCIACIÓN PÚBLICA ÁMBITO ESTATAL

ICO www.ico.es

ENISA www.enisa.es

CDTI www.cdti.es

Programa nacional de Innovación e Investigación Agroalimentaria y

Forestal www.idi-a.es

ASCRI www.ascricri.org

AEBAN aeban.es

INVERSORES PRIVADOS

Seed capital, Venture Capital y Capital riesgo

Foros de emprendedores

Concursos de emprendedores y startups

Aceleradores e incubadoras de empresas

Crowdfunding (Equity Crowdfunding)

Ingresos de la sociedad

Para que una empresa sea viable tiene que tener ingresos. Los ingresos pueden provenir de muchas fuentes distintas, veamos algunas.

FUENTES DE INGRESO

- Venta de productos
- Prestación de servicios
- Intereses de cuentas bancarias
- Subvenciones. Plan PIVE...
- Indemnizaciones
- Donativos
- Publicidad
- Alquileres
- Beneficios por venta de inmovilizado
- Ayudas PAC
- Etc, cuantas más, mejor



Tesorería

Uno de los problemas del empresario es gestionar adecuadamente los fondos líquidos de la empresa con el fin de poder atender las obligaciones de pago más o menos inmediatas. Esto supone la necesidad de anticipar los movimientos de tesorería a largo, y sobre todo, a corto plazo.

El presupuesto de tesorería es el soporte informativo donde se recogen detalladamente las entradas y salidas de fondos líquidos de la empresa con indicación precisa de las fechas de disponibilidad de los ingresos y de exigibilidad de los pagos. En definitiva este presupuesto permite:

1. Prever las entradas y salidas de efectivo y el momento en el que éstas se producen.
2. Adecuar el saldo de caja a las necesidades previstas, de forma que, por un lado, no se produzcan tensiones de tesorería, y por otro, no se mantengan recursos líquidos ociosos.
3. Ajustar las políticas de cobros y pagos a las necesidades líquidas de la empresa.
4. Evaluar, atendiendo a distintos escenarios posibles, el riesgo de falta de liquidez de la entidad y el análisis de su margen de seguridad.
5. Definir las áreas de vulnerabilidad de la organización.

En el presupuesto de tesorería deben ponerse de manifiesto los siguientes conceptos:

- Cobros corrientes
- Cobros de capital
- Pagos corrientes
- Pagos de capital

Hay que tener en cuenta que hay elementos que figuran en la previsión de tesorería que tienen un componente fuertemente aleatorio, por ejemplo, nosotros podremos determinar un presupuesto para publicidad fijo e inamovible, por lo que es de más difícil ajuste son los gastos para reparaciones y conservación. Debido a estas razones es por lo que resulta conveniente cuando la empresa está funcionando hacer un seguimiento entre las previsiones realizadas y la situación real ante la que nos encontramos.



Umbral de rentabilidad o punto muerto

El umbral de rentabilidad, punto muerto o punto de cobertura viene dado por el volumen de producción y venta para que el beneficio de la empresa es igual a cero, es decir, se trata del volumen de producción y venta en el que la empresa cubre todos sus costes (fijos y variables), o lo que es lo mismo, los ingresos igualan a los costes.

$$\text{BENEFICIO (B)} = \text{INGRESOS TOTAL (IT)} - \text{COSTE TOTAL (CT)}$$

El IT Ingreso Total se obtiene multiplicando el número de unidades vendidas (Q) por el precio de venta (P)

$$\text{IT} = \text{P} \times \text{Q}$$

$$\text{COSTE TOTAL} = \text{COSTE FIJO TOTAL} + \text{COSTE VARIABLE TOTAL}$$

$$\text{CT} = \text{CF} + (\text{CVmb} \times \text{Q})$$

$$\text{Q} = \text{CF} / \text{P} - \text{CVmb}$$

Al denominador de la expresión (P-CVmb) se le conoce como margen de contribución o margen de cobertura (m) e indica la contribución al beneficio de la empresa de cada unidad producida y vendida.

$$\text{Q} = \text{CF} / \text{m}$$



Costes empresariales

El coste se define como la expresión monetaria de los consumos de factores aplicados al proceso productivo. Por tanto, el coste no existe si no existe consumo de factores.

CLASIFICACIÓN

Atendiendo a la dependencia del volumen de producción definiremos:

- 1. Coste Fijos:** son los que permanecen constantes dentro de determinados volúmenes de producción, existiendo sólo a corto plazo.
- 2. Costes Variables:** dependen del volumen de producción obtenido. No existen si el volumen de producción es nulo y aumentan a medida que lo hace éste, de forma proporcional, progresiva o regresiva.

La suma de los costes fijos (CF) y los costes variables (CV) da como resultado el coste total (CT)

El coste medio o coste unitario, para un volumen de producción determinado, se obtiene dividiendo el coste total, fijo o variable para dicho volumen de producción entre el número de unidades obtenidas.



Gastos fiscalmente deducibles

MÁS GASTOS DEDUCIBLES
MENOS BENEFICIO
MENOS IMPUESTOS

Para que los gastos sean fiscalmente deducibles:

Deben estar vinculados a la actividad económica que desarrolla el trabajador autónomo.

Han de estar debidamente justificados (facturas, recibos, etc)

Tienen que estar registrados en la contabilidad.

Son gastos deducibles:

- Alquiler del local
- Suministros: Teléfono, internet, luz, agua, carburante...
- Seguros
- Reparaciones y mantenimientos.
- Formación
- Servicios de profesionales: asesoría, diseñador...
- Cuotas asociaciones, colegios...
- Desplazamientos y transportes
- Tasas y tributos deducibles (IBI, IAE)
- Intereses y gastos financieros
- Suscripciones a revistas, libros...
- Asistencia a eventos
- Cuota de autónomos
- Nóminas y seguridad social empleados
- Vestuario actividad
- Seguros de salud
- Inversiones (se amortizan)
- Gastos difícil justificación EDS (Máximo 2000 €)

Casos conflictivos de gasto

Gastos de suministro cuando el autónomo trabaja en casa.

Gastos de manutención del autónomo.

Vehículo turismo que se utiliza para la actividad.

Teléfono móvil e internet.

Cesta de Navidad, comidas de empresas, regalos e invitaciones a clientes y proveedores.

ATENCIÓN, tanto en el apartado anterior de gastos deducibles como en el actual de Fiscalidad, estar atento a los CAMBIOS DE NORMATIVAS.

Fiscalidad

Existen dos tipos de impuestos:

- Los impuestos directos.
- Los impuestos indirectos.

Impuestos directos

Gravan la renta de las personas y empresas en función de sus circunstancias económicas y familiares. Gravan la riqueza.

- Impuesto sobre la Renta de las Personas Físicas (IRPF)
- Impuesto sobre Sociedades (IS)
- Impuesto de Sucesiones y Donaciones
- Impuesto sobre el Patrimonio

Impuestos indirectos

Gravan hechos concretos como el consumo, independientemente de la identidad y de las circunstancias concretas de la persona que los realiza. Los pagamos todos, gravan el uso de la riqueza.

- Impuesto sobre el Valor Añadido (IVA)
- Impuesto de Transmisiones y Actos Jurídicos Documentados (ITAJD)
- Impuestos Especiales (aduanas, hidrocarburos, transporte...)



Impuestos y tasas locales

Son impuestos y tasas que se pagan al ayuntamiento en el que esté radicada tu empresa. Depende de cada entidad local y pueden variar mucho de un lugar a otro.

La ubicación de tu empresa puede conllevar mayor o menor gasto en impuestos. Valóralo antes de crearla.

- IBI (contribución)
- Impuesto de circulación
- Licencias de apertura y construcciones
- Impuesto sobre Actividades Económicas (IAE)
- Tasas específicas de cada sector o actividad:
- Impuesto sobre la cerveza
- Impuesto sobre el vino y bebidas fermentadas.
- Impuesto sobre productos intermedios
- Impuestos sobre el alcohol y bebidas derivadas.



• IRPF: Impuesto sobre la Renta de las Personas Físicas

Este impuesto incluye:

- Rendimientos del trabajo
- Rendimientos de capital: mobiliario e inmobiliario.
- Rendimientos de actividades empresariales y profesionales

Estimación directa:

Es la sustracción de los ingresos percibidos por la actividad menos los gastos afectos a la actividad. Da como resultado el rendimiento neto.

En Estimación Directa simplificada tributas un 5%. Los gastos tienen difícil justificación (hay un límite de 2.000 €)

El modelo de tributación es el 130, que tienen periodicidad trimestral y se tributa un 20% a cuenta del IRPF.

Módulos:

Cada año Hacienda determina las actividades que pueden estar en módulos, por epígrafe o por volumen de operaciones realizadas en el año anterior. Si se renuncia a módulos, hay que estar 3 años hasta poder solicitarlo de nuevo.



Retenciones en el IRPF

Las empresas colaboran en la recaudación del IRPF reteniendo a sus empleados, al dueño del local que tienen alquilado, al profesional al que encargan un trabajo, etc... El responsable de ingresarlas siempre es el pagador de la factura.

Ingresos con retención

No cobrarás una parte de la factura y el importe retenido son impuestos a cuenta para la declaración del IRPF. Tu cliente deberá ingresar el importe.

Gastos con retención

No pagarás una parte de la factura y el importe retenido son impuestos a cuenta de tu proveedor, y por tanto estás obligado a ingresarlos trimestralmente en Hacienda. (Modelo 111)

Retención en actividades profesionales

Siempre entre empresas y profesionales.

Si más del 70% de los ingresos están sujetos a retención no se realizan pagos a cuenta de IRPF (modelo 130)

El tipo reducido será el 7% en el periodo impositivo de inicio de actividades y en los dos siguientes, siempre que no hubiera ejercido actividad profesional alguna en el año anterior.

Si la retención es reducida, hay que comunicarlo al pagador.

Hacer mención en los presupuestos (Impuestos no incluidos)

Ejemplo factura:

BASE.....	1.000 €
IVA 21%.....	210 €
IRPF 15%.....	-150€
TOTAL.....	1.060€



• I.V.A.

El IVA es un tributo de naturaleza indirecta que recae sobre el consumo y grava: las entregas de bienes y prestaciones de servicios efectuadas por empresarios y profesionales, las adquisiciones intracomunitarias y las importaciones de bienes.

Tipos de IVA

IVA REPERCUTIDO: Llamamos así al IVA que repercutimos nosotros en nuestra factura.

IVA SOPORTADO: Es el IVA que pagamos al comprar algo.

Una vez al trimestre se liquida el IVA, es decir se resta al IVA repercutido el IVA soportado. La diferencia la debes ingresar si es positiva o tienes 6 meses de plazo para compensar o devolver si la diferencia es negativa.

Los anticipos llevan IVA.

Exenciones en el IVA: La formación.

El IVA intracomunitario. Operaciones con la U.E

IVA en servicios digitales prestados a particulares. Regla de localización

Recargo de equivalencia. Se aplica a comerciantes minoristas que venden productos al consumidor final sin transformación.

- Artículos al tipo general del 21%: recargo del 5,2%
- Artículos al tipo reducido del 10%: recargo del 1,4%
- Artículos al tipo superreducido del 4%: recargo del 0,5%

IVA de caja

Con el régimen del IVA con criterio de caja las empresas y autónomos que facturen menos de 2 millones de euros al año no tienen que adelantar a Hacienda el impuesto de las facturas hasta que no sean cobradas. Sin embargo, deben cumplir con una serie de requisitos y obligaciones para acogerse a este régimen que no lo hacen muy atractivo:

- No está permitido deducirse el IVA hasta que no se pague las facturas.
- Fecha límite para ingresar el IVA 31/12 año X +1
- Obliga a llevar un registro contable de cobros y pagos.

• Impuesto de sociedades

Tipo general 25%

Las entidades de nueva creación pueden aplicar el 15% durante el primer período con beneficio y el siguiente (si no hay beneficio, se pierde el derecho)

REQUISITOS:

- Entidades de nueva creación, constituidas a partir de 1/1/2013 (no si son parte de un grupo)
- Que realicen una actividad económica.
- Que la actividad económica no hubiera sido realizada con carácter previo por otras personas o entidades vinculadas a la entidad de nueva creación.
- Cooperativas especialmente protegidas tributan por los resultados cooperativos un 20%

El Impuesto sobre Sociedades es un impuesto personal y directo que grava la obtención de renta por parte de las sociedades y demás entidades jurídicas que residan en territorio español a las que aplica sociedades civiles con objeto mercantil, asociaciones, fundaciones, en contraposición al IRPF que grava las obtenidas por personas físicas.

Administración tributaria - Trámites online

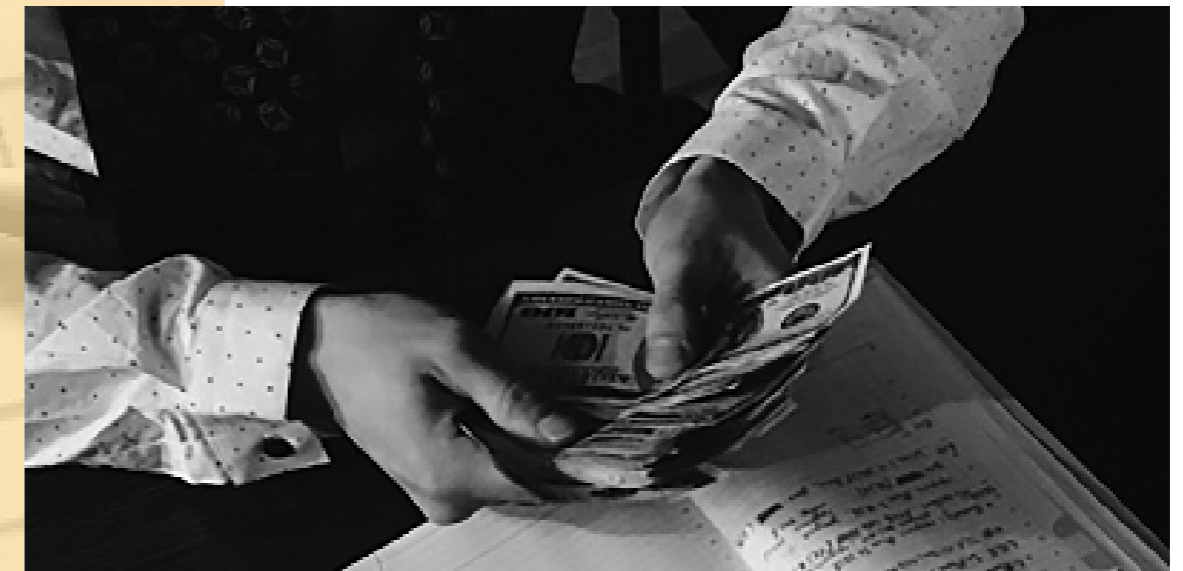
Este sistema está basado en el uso de una clave y un PIN comunicado mediante SMS. Hay que registrarse previamente en el sistema

www.clavegob.es

<https://sede.agenciatributaria.gob.es/>

RECUERDA

El desconocimiento de la Ley no exime de su cumplimiento.



ESTUDIO DE VIABILIDAD ECONÓMICO-FINANCIERA

El Estudio de Viabilidad debe recoger toda la información de carácter económico y financiero referente al proyecto para determinar su viabilidad económica.

Se trata de analizar si el proyecto reúne las condiciones de rentabilidad, solvencia y liquidez necesarias para llevarlo a cabo.

Para ello se parte de los apartados anteriores y se procede a su cuantificación económica para determinar todos los gastos en los que se va a incurrir y ver cómo cubrirlos.

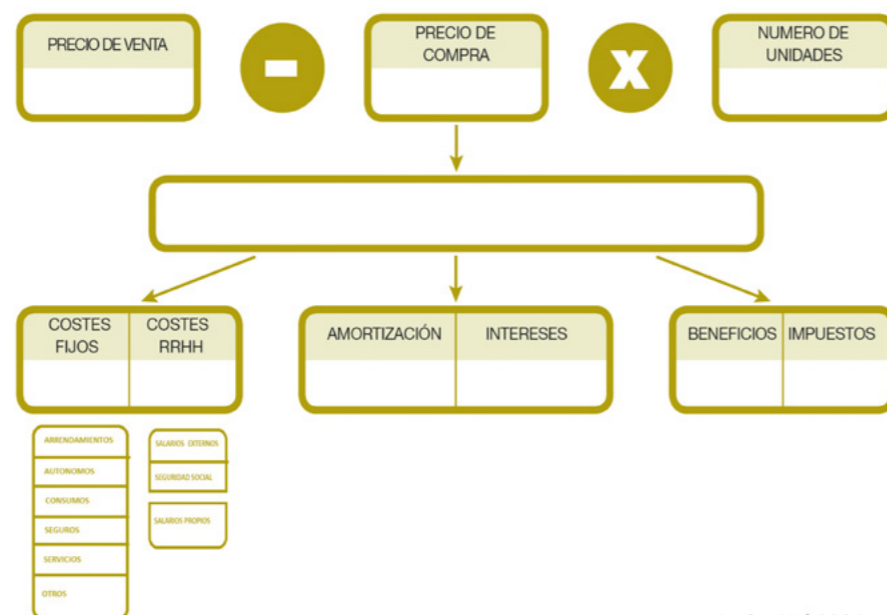
En caso de que tras su realización, se deduzca que el negocio es viable, el emprendedor podrá poner en marcha su idea de negocio, sin perjuicio de que éste deba evaluar de forma continua si las previsiones se van cumpliendo.

En el supuesto en que se deduzca lo contrario, que el negocio no es viable, esto no quiere decir que el emprendedor deba abandonar su idea sino que deberá revisar su proyecto empresarial y efectuar las modificaciones oportunas en los puntos que proceda (replantear la idea, inversiones, costes de producción, previsiones de plantilla, otros).

También puede ocurrir que el emprendedor aparque su proyecto por un tiempo porque estime que no sea el momento oportuno.

El SACME- Servicio de Apoyo y creación de empresas y mejora empresarial- comparte en la web www.emprendedoreszaragoza.com un sencillo documento que puede ayudar al emprendedor a ordenar los números por primera vez.

¿CUÁNTO NECESITO VENDER
Y A QUÉ PRECIO PARA CUBRIR MI PREVISIÓN DE NECESIDADES?



Javier Val 2021

Detallamos aquí un enlace al estudio de viabilidad que ha desarrollado Fedivalca, la Federación para el desarrollo de las comarcas de Valdejalón y Cariñena- para trabajar con sus emprendedores desde el Grupo de Acción Local.

<http://www.fedivalca.org/analisis-de-viabilidad/>, acompañado por un manual de usuario y vídeo explicativo. En 5 minutos y siguiendo unos sencillos pasos, se llega a calcular el umbral de rentabilidad y realizar un análisis de viabilidad.

En la misma web del **SACME**, podemos ver algunos recursos útiles para el emprendimiento en general. Forman parte de un manual de habilidades de la persona emprendedora que editaron junto con la DIPUTACIÓN DE ZARAGOZA que recoge, entre otros: autodiagnóstico e itinerario para emprender, chequeo, plan de negocio, ...

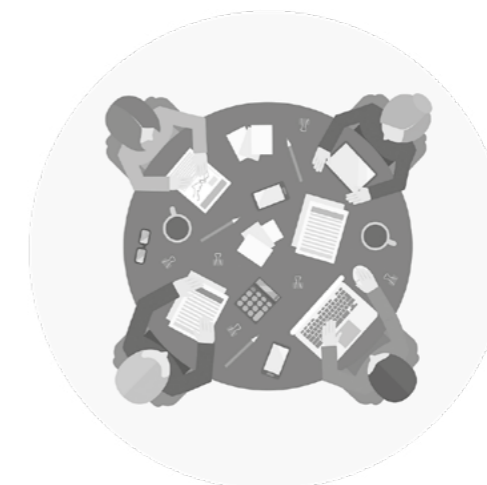
Os recomendamos ver: <https://emprendedoreszaragoza.com/documentos-y-herramientas/>

También el **SACE, Servicio de Apoyo a la Creación de Empresas**, del Instituto Aragonés de Empleo (INAEM), cuenta con un Plan de Empresa que puedes completar de forma on line <https://inaem.aragones.es/plan-de-empresa>

El 75% de las nuevas empresas creadas desaparecen antes de 3 años. ¿Hacemos bien el plan de negocio?

Muchos emprendedores creen que no hay que escribir nada, que lo tienen todo pensado, o que el plan de empresa es un mero trámite para pedir financiación. Y hacen un deficiente estudio y análisis de mercado.

Es fundamental hacer bien y coherentemente el plan de empresa para asumir, en la medida de las posibilidades, menos riesgos y tener claro nuestra estrategia empresarial.



CONCLUSIÓN

LA META NO ES CREAR UNA EMPRESA, SALVO QUE SEA **VIABLE**

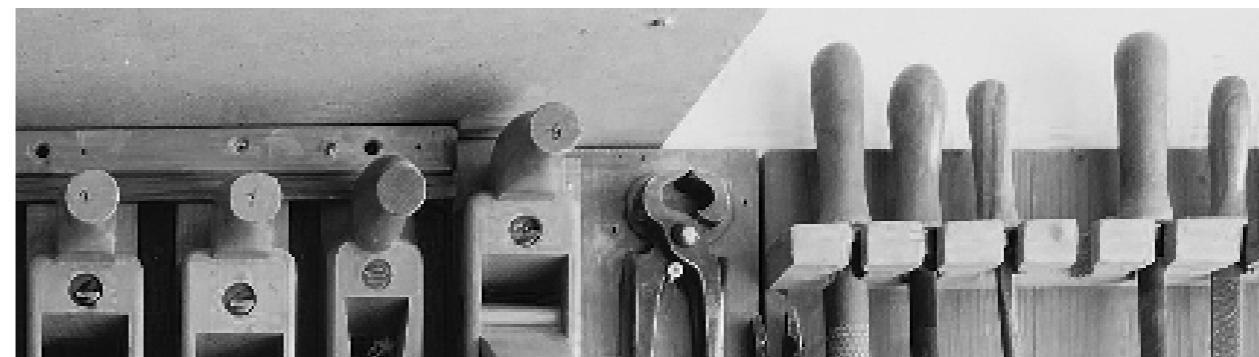
El objetivo del emprendedor

Hay que tener un OBJETIVO MÍNIMO. Mantener el umbral de rentabilidad.

Hay que seguir la evolución hasta el objetivo y adaptarse a los imprevistos y el fallo de las previsiones.

El emprendedor debe tener en todo momento un CONTROL económico de la actividad y tener un plan siempre

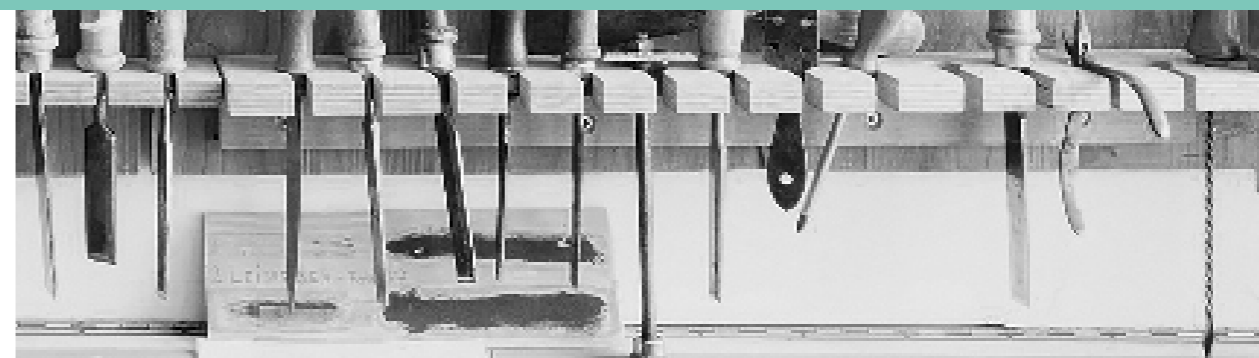
Recuerda que emprender es aprender y la peor estrategia es la de la avestruz



Construcción/
modificación
constructiva del
obrador

Documentación
técnica: permisos
y licencias para su
puesta en marcha

BLOQUE 3



3.1. Licencias municipales de obra y actividad. Certificaciones varias. Legalización de instalación industrial

Tanto para la construcción de un obrador de nueva planta como para su modificación, es necesario consultar en cada caso al Ayuntamiento correspondiente sobre los trámites a realizar tanto para la ejecución de la obra (licencia de obras) como para dar de alta la actividad (licencia de actividad)

3.1.1 LICENCIAS MUNICIPALES DE OBRA Y ACTIVIDAD

• **Licencia municipal de obras o título habilitante:** es un permiso requerido por el ayuntamiento para la realización de cualquier tipo de construcción. Se solicita **en base al proyecto o memoria técnica realizada por el técnico competente o en base a los presupuestos de obra** en función del tipo y volumen de las actuaciones.

Según el tipo de obra y la normativa municipal, puede presentarse una **Declaración responsable**, un documento mediante el cual los interesados manifiestan, bajo su responsabilidad, que cumplen los requisitos exigidos y que les permite comenzar las obras sin disponer de la licencia de obras. El **coste depende de cada ayuntamiento** y se compone de una tasa (cantidad fija) e impuesto (ICIO) que es un porcentaje que oscila entre el 2 y el 5 % sobre la base imponible admitida del coste de la obra.

Si es de nueva construcción o si las obras a realizar afectan a la estructura, modifican los usos previos del espacio o tienen cierta envergadura, se requerirá un **Proyecto técnico de ejecución de obra y proyecto técnico de actividad (suelen ir unidos en el mismo documento)**. Estos documentos deben estar elaborados y firmados por técnico competente (aparejador, ingeniero, dependiendo del tipo de obra e instalaciones) y visado, según estime el Real Decreto 1000/2010, de 5 de agosto, sobre visado colegial obligatorio.

En función de los requerimientos de las instalaciones y/o necesidades, se pueden requerir también proyectos o memorias complementarios de instalación eléctrica de baja tensión; instalaciones contra incendios e instalación de depósitos de gas en su caso, etc.

• Si el obrador ya está construido y las obras o reformas son muy básicas puede ser suficiente con una **pequeña memoria explicativa y presupuestos**, según criterio de los servicios urbanísticos municipales.

Aunque el obrador esté construido, se deberá comprobar que tenga los certificados de final de obra, instalaciones eléctricas, instalaciones frigoríficas en su caso y cumplimiento con la normativa de incendios actualizada. Si no es así, puede que haya que realizar algún acondicionamiento para cumplir con la normativa. Es probable que se requiera una memoria firmada por técnico competente para las instalaciones contra incendios.

Además de cumplir los requerimientos legales, cuando se diseñe el obrador es importante plantear espacios en función de los flujos de procesos, materiales, facilidad de limpieza, facilidad para arreglos y averías, eficiencia en consumos, durabilidad de materiales, etc.

También hay que tener en cuenta los requerimientos de normativa laboral en su caso, espacios suficientes para vestuarios con taquillas, servicios y duchas y acceso de operarios diferenciado, en general, del de mercancías.

• **Licencia municipal de actividad:** Al igual que la solicitud de licencia de obras, se solicita al ayuntamiento de la localidad donde se ubiquen las instalaciones y suele solicitarse al mismo tiempo que aquélla. Se requiere memoria o proyecto de actividad firmado por profesional competente (normalmente ingeniero) y visado (según estime el Real Decreto 1000/2010, de 5 de agosto, sobre visado colegial obligatorio). la apertura.



•**Licencia de inicio de actividad (o de apertura):** Una vez realizada la obra, los técnicos municipales giran visita, para la concesión de la licencia de INICIO DE ACTIVIDAD, que es el documento definitivo.

¿En qué casos se solicita un proyecto de actividad?

Se solicita cuando la actividad se considere **actividad clasificada**.

Para determinarlo, se tienen en cuenta varios aspectos: la dimensión y capacidad de producción de la instalación; el consumo de agua, energía y otros recursos; la cantidad, peso y tipología de los residuos generados; las potenciales emisiones a la atmósfera y a las aguas; el riesgo de accidente y el uso de sustancias peligrosas (ley 11/2014 de prevención y protección ambiental de Aragón).

En caso de actividad clasificada será necesaria la obtención de la **licencia ambiental de actividad** del Instituto Aragonés de Gestión Ambiental (INAGA), trámite que requiere previamente un informe de calificación ambiental municipal. Este trámite lo gestiona directamente el ayuntamiento donde se solicita la licencia de actividad.

Lo habitual es que una actividad agroalimentaria se considere actividad clasificada.

Cuando **la actividad no se considere actividad clasificada** por no estar incluida en el reglamento de actividades clasificadas y molestas o no lo requiere por dimensiones (según la potencia instalada y/o los m² de los locales), no es necesaria la presentación de un proyecto de actividad. Normalmente será suficiente con presentar una **breve memoria de las características de la producción, procesos y maquinarias, productos y volúmenes**, en la que se justifique que las afecciones ambientales no son objeto de calificación ambiental.

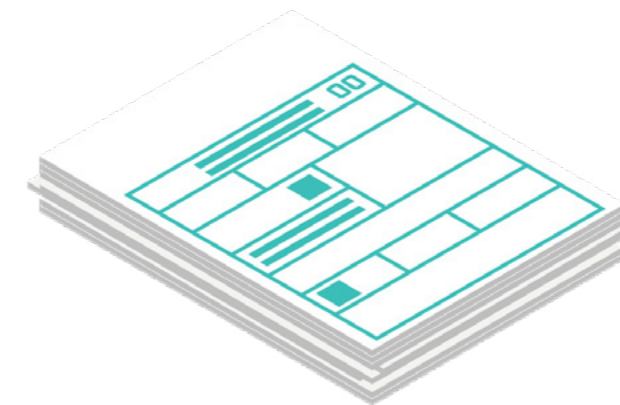
- En el caso de que el obrador ya hubiera estado en activo pero gestionado por otro titular, habrá que solicitar en el Ayuntamiento un **cambio de titularidad** de la licencia de inicio de actividad/ apertura. No obstante, es preciso tener en cuenta que si ha habido un cambio de normativa, pueden ser necesarias algunas reformas y memorias técnicas, al cambiar de titular.

<https://www.aragon.es/-/instituto-aragones-de-gestion-ambiental>

¿Que incluye un proyecto de actividad?

El proyecto de actividad debe atender a la normativa urbanística municipal (según su ubicación) e incluye la memoria, el pliego de condiciones, el presupuesto de las obras, el estudio de seguridad y planos del local o establecimiento, la descripción de las actividades a desarrollar, el proceso de elaboración, maquinaria y equipos, así como la memoria ambiental sobre posibles afecciones de la actividad en el medio ambiente (para la calificación de la actividad) y la justificación del cumplimiento de otras normativas aplicables

En esta fase de diseño es **IMPORTANTE** prestar atención a las características técnicas de la maquinaria, requerimientos de potencia e instalaciones y capacidades de los equipos de producción (autoclaves, abatidores, hornos, equipos frigoríficos, campanas extractoras, secaderos, etc.). No sólo para el cumplimiento de la normativa urbanística y ambiental, sino para **DIMENSIONAR** adecuadamente las instalaciones y equipos y evitar cuellos de botella en las futuras producciones.



3.1.2 Certificaciones finales de obra, incendios y otro tipo de instalaciones industriales específicas.

Una vez que la obra está concluida, el técnico director de las obras realiza el certificado final de la ejecución de la obra para entregarlo al ayuntamiento, quien girará la correspondiente visita de inspección y procederá a emitir la licencia de inicio de actividad (o de apertura).

En ocasiones es, además, necesario realizar los **certificados finales de obra de las instalaciones sectoriales industriales** que requieran la firma de técnico director de obra y que contemplan la normativa industrial (baja tensión, depósitos de gas...), siempre y cuando se hayan solicitado proyectos técnicos independientes de dichas instalaciones.

Los certificados son básicos para que las instalaciones estén cubiertas por sus seguros así como otros posibles trámites como registro de industrias, etc.

3.1.3 Legalización de instalaciones industriales.

La empresa deberá presentar al Servicio Provincial de Industria o a un organismo de control autorizado, las comunicaciones o declaraciones responsables según los modelos establecidos de cada tipo de instalación (incendios, baja tensión, instalaciones frigoríficas, equipos a presión, instalaciones térmicas en los edificios, etc.).

Además en este trámite se deberá presentar otra documentación como proyecto o memoria, certificados finales de obra de técnico titulado (si procede) así como los certificados de la instalación realizado por instalador autorizado, etc., para legalizar las instalaciones y su puesta en servicio (mencionados en los párrafos anteriores).

Los modelos normalizados y la documentación a entregar se pueden consultar en la página web:

[Seguridad Industrial. Gobierno de Aragón \(aragon.es\)](http://Seguridad Industrial. Gobierno de Aragón (aragon.es))

3.2. Aspectos sanitarios de las instalaciones



En esta fase del proyecto es importante tener en cuenta los requisitos sanitarios que debe cumplir el local para su posterior autorización por las autoridades competentes en materia sanitaria, ya que toda industria alimentaria, independientemente de su tamaño, tiene obligación de cumplir una serie de requisitos tanto de construcción, diseño y distribución de planta para asegurar el control de riesgos ligados a la salud del consumidor. Estos requisitos deben reflejarse en el proyecto/memoria técnica de actividad.

Los requisitos básicos son los que se muestran en el siguiente cuadro:

ESPACIO/ZONA/OBRA	REQUISITO
Ubicación del obrador	<ul style="list-style-type: none"> •Alejada de actividades o focos de contaminación
Suelos	<ul style="list-style-type: none"> •Sin grietas, perforaciones o roturas. •El material de construcción será impermeable, no absorbente, fácil de limpiar y desinfectar y no tóxico. •Antideslizante •Presentará inclinación al sumidero que facilite la evacuación de agua y evite retención de líquidos. •Nº de sumideros suficientes y construidos en material no corrosivo y sifonados.
Paredes y techos	<ul style="list-style-type: none"> •Sin grietas, perforaciones o roturas •Lisos y de material impermeable •De fácil limpieza y desinfección. •Techos que impidan acumulación de suciedad, condensación y formación de moho. •Sin desconchones
Ventanas y puertas	<ul style="list-style-type: none"> •Que impidan acumulación de suciedad •Si dan al exterior: pantallas contra insectos y plagas •Fáciles de desmontar y limpiar •Selladas que se abran hacia el exterior •Que cumplan con el Código Técnico de Edificación (CTE).
Higiene ambiental general del interior de las instalaciones	<ul style="list-style-type: none"> •Protegidos del exterior: barreras físicas de prevención y protección frente a plagas •Sin corrientes de aire entre zonas contaminadas de la empresa y zonas limpias •Separación física entre las distintas zonas: puertas o lamas •Lavamanos de acción no manual en zonas de manipulación (agua fría y caliente) + secamanos •Luz suficiente (natural o artificial) y protegida de posibles roturas •Acceso de operarios diferenciado, en general, del de mercancías

Recepción	<ul style="list-style-type: none"> •Tamaño adecuado para la materia prima •Sin corrientes de aire del exterior •Si es necesaria una primera limpieza de la materia prima (ej. vegetales) – toma de agua potable.
Almacenes	<ul style="list-style-type: none"> •Zona claramente delimitada para: <ul style="list-style-type: none"> -Materia prima e ingredientes -Aditivos -Envases y embalajes •No se puede almacenar productos NO alimentarios •Cerrados con puertas •Distribución que permita la limpieza y desinfección (L+D). •Control de temperatura y humedad relativa
Zonas de manipulación	<ul style="list-style-type: none"> •Zonas claramente delimitadas y siguiendo el diseño de flujo hacia adelante para evitar contaminaciones cruzadas. •Equipos de control de temperatura
Equipos de frío	<ul style="list-style-type: none"> •Siempre que se pueda disponer de cámara de materia prima; cámara de producto intermedio y cámara de producto final (las dos últimas si el producto requiere refrigeración (almacén de producto final si no lo requiere, ej. Miel/ Mermeladas) •Registradores de temperatura ($\leq 4^{\circ}\text{C}$)
Zona de expedición	<ul style="list-style-type: none"> •Tamaño adecuado para el volumen de producción •Provista de muelles
Zonas y aspectos auxiliares	<ul style="list-style-type: none"> •Suministro de agua potable para: producción, limpieza, elaboración de hielo que vaya a utilizarse en contacto con los alimentos, enfriar el producto tratado térmicamente. •Asegurar nº de tomas suficiente y a presión para limpieza. •Agua no potable exclusivamente para: producción de vapor en calderas, prevención de incendios, etc. y con circuito de distribución independiente. •Equipos y maquinaria de acero inoxidable o plástico de uso alimentario. Fáciles de desmontar y limpiar. •Contenedores de acción no manual para residuos •Permiso para verter residuos a la red municipal

Almacén de productos de limpieza

- Separado del resto de zonas.
- Nunca en contacto con productos alimentarios
- Puede utilizarse un armario para este uso exclusivo

Vestuario

- Acceso previo e independiente al resto de zonas.
- Obligatoriedad de pasar antes por él y cambiarse de ropa. Uso de ropa exclusiva.
- Los inodoros no comunican directamente con la sala de manipulación
- Lavamanos + secamanos
- Taquillas metálicas individuales

PROHIBICIONES

- NO se pueden almacenar útiles en la empresa que no pertenezca al proceso productivo
- Evitar el uso de madera como material de construcción y en utensilios.

NOTA: Es muy importante diseñar espacios en función de los flujos de procesos, materiales, facilidad de limpieza, facilidad para arreglos y averías, eficiencia en consumos, durabilidad de materiales, etc. Así mismo, también es conveniente tener en cuenta los requerimientos de normativa laboral en su caso, espacios suficientes para vestuarios con taquillas, servicios y duchas.

Tener en cuenta si la actividad a realizar contempla alguna flexibilización en base al [RD 1086/2020](#) por el que se regulan y flexibilizan determinadas condiciones de aplicación de las disposiciones de la Unión Europea en materia de higiene de la producción y comercialización de los productos alimenticios y se regulan actividades excluidas de su ámbito de aplicación.

3.3. Maquinaria

En la elección de maquinaria es importante tener en cuenta aspectos como la asistencia técnica postventa, precio y accesibilidad a los recambios, facilidad de desmontaje y montaje para limpieza y reparaciones así como consumos.

Prestar atención a las características técnicas, requerimientos de potencia e instalaciones y capacidades es fundamental para evitar cuellos de botella en las producciones.

Es importante contar con referencias sobre el fabricante a la hora de seleccionar algunos equipamientos que son fundamentales para la producción como autoclaves, pasteurizadores, hornos y abatidores.

Es necesario que los equipos cuenten con marcado CE que certifica el cumplimiento de la normativa de seguridad de los componentes. Atención a que cuenten con ficha técnica y manuales claros y detallados, así como las medidas de seguridad reglamentarias.

CE

3.4. Registro sanitario

Además de legalizar las obras y las instalaciones en base a lo recogido en anteriores capítulos, antes del comienzo de la actividad, y una vez que las instalaciones estén listas para su desarrollo, se debe solicitar un Nº de Registro Sanitario al DEPARTAMENTO DE SANIDAD DE GOBIERNO DE ARAGÓN.

En España, las empresas alimentarias, dependiendo del sector de la alimentación y fase de la cadena alimentaria en que desarrollen su actividad, posterior a la producción primaria, se inscribirán en uno de los dos registros que establece el artículo 2 del [Real Decreto 191/2011](#), de 18 de febrero, de Registro General Sanitario de Empresas Alimentarias y Alimentos (RGSEAA) modificado por [Real Decreto 682/2014](#), de 27 de agosto

TIPO DE REGISTRO	¿QUIÉN DEBE SOLICITARLO?
Registro General Sanitario de Empresas Alimentarias y Alimentos (RGSEAA)	Establecimientos que vendan a otras empresas (tiendas, restaurantes, otras industrias alimentarias...) así como al consumidor final, en el ámbito autonómico, nacional y europeo.
Registro Sanitario de Establecimientos Alimentarios de Aragón (RSEAA)	Establecimientos que vendan directamente al consumidor final (locales de comidas preparadas, comercio minorista, comercio menor de carnes frescas y derivados). Venta sólo a nivel autonómico

Para solicitar cualquiera de los registros es necesario rellenar el formulario correspondiente al registro y tipo de actividad de la empresa, que puede encontrarse en el siguiente enlace:

<https://www.aragon.es/tramitador/-/tramite/autorizacion-inscripcion-establecimientos-alimentarios-rgseaa-rseaa>

Así mismo, **será necesario presentar de manera adjunta:**

- La tarjeta de identificación fiscal (NIF o CIF en caso de personalidad jurídica)
- Justificante de pago de la tasa 13.
- Memoria descriptiva de la actividad alimentaria a realizar, **firmada por el titular o técnico competente**, en la que se incluya la siguiente información:

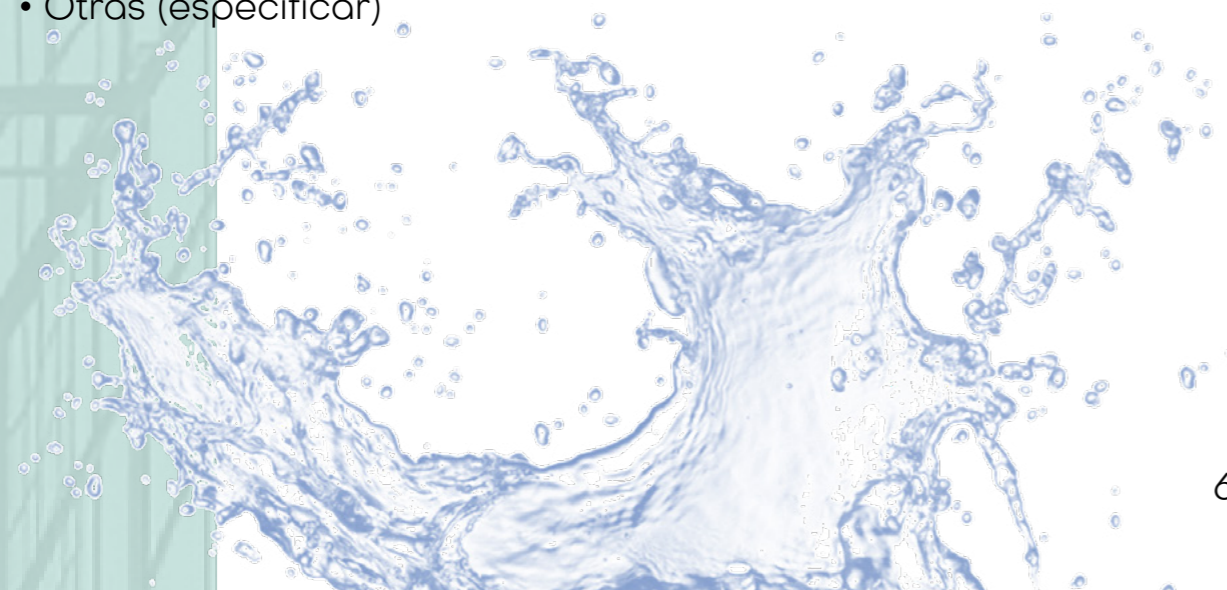
- Ubicación y descripción de la empresa
- Persona responsable
- Plano detallado del obrador
- Si dispone o no de almacén
- Tipo de productos que se van a comercializar (denominación legal, formato de venta, tipo de envase, cantidad aproximada de producto que se va a elaborar, etc.)
- Diagrama de flujo y descripción del proceso productivo que se va a seguir
- Maquinaria y utensilios que se van a emplear (material de construcción, capacidad, etc.)
- Controles sanitarios que se van a seguir (microbiológicos, trazabilidad, etc.)

Es importante destacar que, en función del tipo de actividad, se requiere únicamente la presentación de una **declaración responsable**, de modo que el establecimiento se inscribe directamente y **no necesita esperar a la resolución** por parte del Departamento de Sanidad del Gobierno de Aragón para comenzar la actividad si cumple el resto de requisitos de las instalaciones (no confundir con la declaración responsable para la licencia de actividad municipal). Es el caso de las actividades relacionadas con **productos que NO sean de origen animal**, a excepción de la miel y algunos tipos de helados (véase imagen siguiente).

De inscripción:

(Tramitación con declaración responsable)

- Grasas comestibles
- Cereales, harinas y derivados
- Vegetales y derivados
- Edulcorantes naturales, miel y derivados
- Condimentos y especias
- Alimentos estimulantes, especias vegetales para infusiones y sus derivados
- Comidas preparadas (materias primas transformadas o de origen vegetal)
- Alimentación especial y complementos alimenticios
- Aguas de bebida envasadas y hielo
- Helados (materias primas de origen animal transformadas)
- Bebidas no alcohólicas
- Bebidas alcohólicas
- Aditivos, aromas, enzimas y coadyuvantes tecnológicos
- Materiales en contacto con alimentos
- Almacenistas, transportistas, distribuidores e importadores polivalentes (distintos de origen animal)
- Otras (especificar)



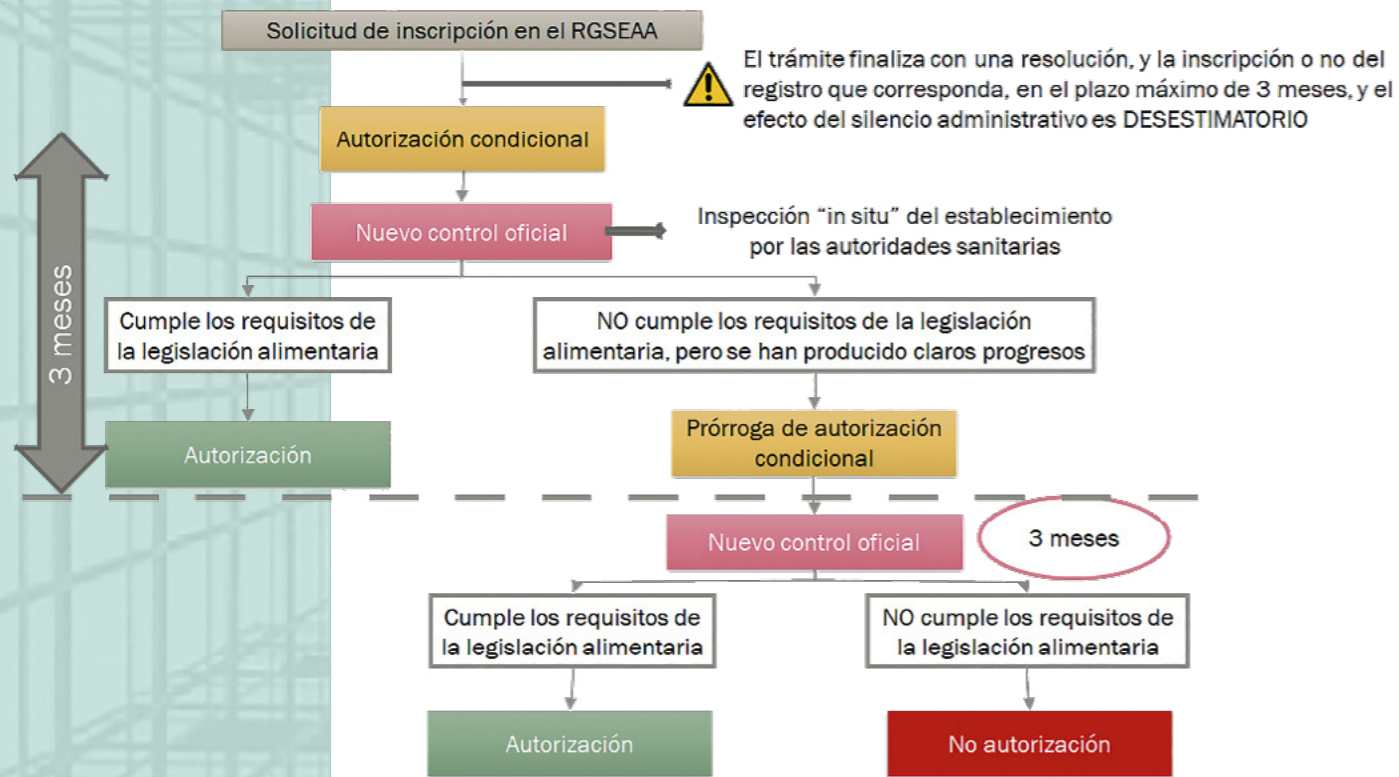
Sin embargo, otras **requieren autorización previa**, por lo que la actividad no podrá comenzar hasta que no se reciba la resolución por parte del Departamento de Sanidad del Gobierno de Aragón. Las actividades que requieren autorización previa son aquellas relacionadas con los alimentos que se muestran a continuación:

De autorización e inscripción:

(Tramitación como solicitud de autorización)

- Cárnico
- Pesca
- Lácteo
- Huevos
- Grasas de origen animal
- Comidas preparadas (materias primas de origen animal sin transformar con destino a otros establecimientos)
- Helados (materias primas de origen animal sin transformar)
- Polivalentes:
 - Cárnico
 - Pesca
 - Lácteo
 - Huevos
 - Comidas preparadas (materias primas de origen animal sin transformar con destino a otros establecimientos)
- Otras (especificar) _____

En ambos casos, los plazos para adquirir el N° de RGSEAA definitivo pueden verse en el siguiente diagrama.



Acorde a lo descrito en la memoria descriptiva de la actividad alimentaria presentada, se recibirá un N° de registro, que en el caso del RGSEAA está formado por dos dígitos, que identifican la clave de la actividad que realiza la Industria, más un número correlativo otorgado por la Agencia Española de Seguridad Alimentaria y Nutrición (AECOSAN) y la identificación de la provincia donde está situada la empresa (Ej. HU- Huesca)

Las claves de las Industrias Alimentarias son:

(las claves con * disponen al final de este manual de un anexo detallado con más información sobre normativas específicas)

Nº CLAVE	CATEGORÍA DE ALIMENTO	EJEMPLOS DE ALIMENTOS INCLUIDOS EN LA CLAVE
05	Conservación de alimentos	Alimentos conservados mediante irradiación
10*	Carnes y derivados, aves y caza	Carne fresca (canales, medios o cuartos, fileteada...), preparados cárnicos (albóndigas, hamburguesas, pinchos morunos, carne picada...), embutidos curados (ej. chorizo/salchichón/jamón serrano) o cocidos (Ej. jamón cocido, morcilla, torteta, patés de carne)
12	Pescados, crustáceos, moluscos y derivados	Caracoles terrestres vivos o congelados
14	Huevos y derivados	Huevos y ovoproductos
15*	Leche y derivados	Quesos, yogures, requesón, cuajadas, quesos untables, nata, mantequilla.
16	Oleaginosas y grasas comestibles	Aceite de oliva, aceite de girasol, aceites aromatizados (ej. con trufa), paté de aceitunas
20*	Cereales, harinas y derivados	Harina, pan, pasta fresca o seca, productos de pastelería, confitería, bollería y repostería, galletas, arroz, quinoa.

21*	Vegetales (hortalizas, frutas, setas, tubérculos, legumbres) y derivados	Aceitunas de mesa, patés de aceitunas, encurtidos, legumbres secas, mermeladas de frutas o vegetales, conservas vegetales (ej. tomate en conserva, espárragos, judías verdes...), frutos secos crudos o tostados, zumos de frutas o vegetales, vegetales frescos troceados (ej. macedonias) o deshidratados (ej. sopa juliana, arroz con setas)
23	Edulcorantes naturales, derivados, miel y productos relacionados	Azúcar de caña, azúcar de remolacha, panela, miel, polen, propóleo, hidromiel, turrones y mazapanes, garrapiñados....
24	Condimentos y especias	Azafrán, plantas aromáticas
25	Alimentos estimulantes, especias vegetales para infusiones y derivados	Café, té, hierbas para infusión, cacao, chocolate y derivados.
26	Comidas preparadas, alimentación especial y complementos alimenticios	Salsas, caldos, platos precocinados (ej. croquetas, escabechados, guisos, cremas de verduras, caracoles guisados....)
27	Aguas envasadas y hielo	
28	Helados	
29	Bebidas no alcohólicas	Refrescos, zumos de frutas u otros vegetales
30*	Bebidas alcohólicas	Vino, cerveza, vermut, pacharán, otros licores (ej. licor de frutas)
31	Aditivos, aromas, enzimas y coadyuvantes tecnológicos	Colorantes, edulcorantes, aromas, encimas...

39	Materiales y objetos destinados a entrar en contacto con alimentos	Clave para empresas que fabriquen este tipo de productos
40	Almacenistas, distribuidores, envasadores e importadores polivalentes	Clave para empresas que fabrican maquinaria, envases, etc.

Al N° de la clave del N° de RGSEAA, le seguirá otro número del 1 al 6 que completará la información sobre la actividad que desarrolla la empresa o establecimiento, clasificando a la empresa en una de las siguientes categorías:

1. Fabricación o Elaboración o Transformación.
2. Envasado.
3. Distribución
4. Almacenamiento
5. Importación
6. Fases específicas de la cadena de producción.

Seguidamente de estos tres números irá otro que hará referencia específica al tipo de producto y actividad concreta que se desarrolla en dichas instalaciones.

NOTA: El N° de RGSEAA incluye el resto de categorías implícitas que lleva el desarrollo de las primeras. Ejemplos:

- Si un establecimiento fabrica, transforma o elabora un producto, se le asigna únicamente **categoría 1** y aunque no se anota en el registro como envasador, almacenista o distribuidor del mismo porque se asume implícito, pero puede envasar, almacenar y distribuir.
- En el caso de establecimientos que únicamente envasen producto (ej. reciben legumbre seca a granel y la envasan en paquetes) se le asigna **categoría 2** y aunque no se anota en el registro como almacenista o distribuidor del mismo, pero puede almacenar y distribuir dicho alimento.
- La distribución (**categoría 3**) se asigna a las empresas dedicadas a la comercialización de productos pero que no entran físicamente en las instalaciones de la empresa (distribuidores sin depósito).

Se debe cumplimentar una solicitud para cada clave solicitada.

NOTA: Es importante destacar que el N° RGSEAA **va vinculado a una actividad y tipo de producto concreto**. En caso de querer realizar nuevos productos en esas mismas instalaciones, asegurarse de que se ajustan a las actividades permitidas en ese N° RGSEAA y en caso contrario solicitar ampliación de actividad a través del mismo formulario que para solicitar el alta en el registro.

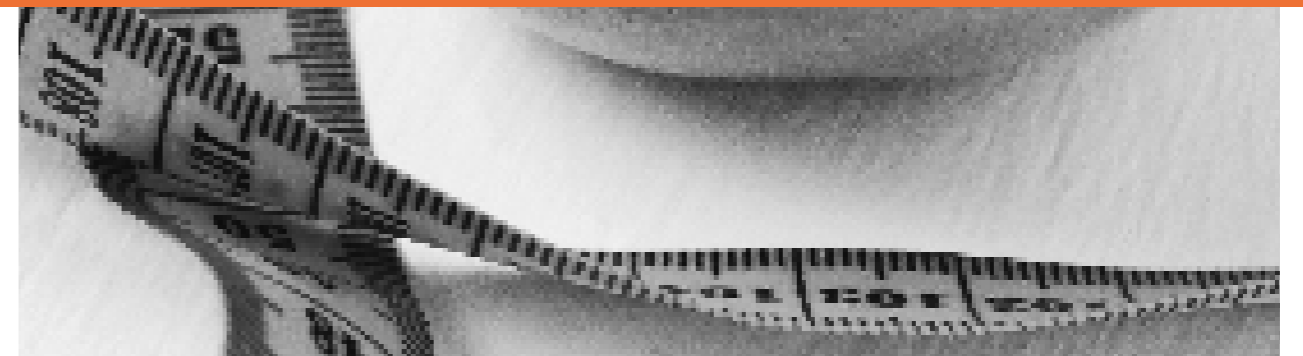
En los siguientes enlaces puede obtenerse más información acerca del registro sanitario y sus claves:

https://www.aesan.gob.es/AECOSAN/web/seguridad_alimentaria/seccion/registro.htm



Aspectos sanitarios de los productos

BLOQUE 4



Además de obtener el registro sanitario de las instalaciones, el Reglamento (CE) N° [852/2004](#) del Parlamento Europeo y del Consejo de 29 abril de 2004, relativo a la higiene de los productos alimenticios, establece que:

- “Los operadores de empresa alimentaria deberán crear, aplicar y mantener un procedimiento o procedimientos permanentes basados en los principios del A.P.P.C.C. (Análisis de peligros y puntos de control crítico)”
- “El operador de la empresa alimentaria es el principal responsable de la seguridad alimentaria”
- “Los operadores deben garantizar la supervisión e instrucción o formación de los manipuladores de productos alimenticios en cuestiones de higiene alimentaria, de acuerdo con su actividad laboral”.

La normativa exige que se desarrollen procedimientos con un enfoque preventivo, identificando y controlando los riesgos antes de que estos pongan en juego la seguridad de los alimentos, evitando así la aparición de enfermedades en el consumidor.

Para ello, la empresa debe poseer un **Plan de autocontrol de calidad higiénico-sanitario basado en el sistema A.P.P.C.C**, en el que se describen todas las medidas de control que se van a aplicar en la empresa para prevenir los peligros físicos, químicos y biológicos, así como los alérgenos a lo largo del proceso productivo. Estas medidas, así como el documento que las describe deben ser acordes con las características de su empresa (tamaño, instalaciones, personal y productos elaborados).



Es conveniente **entregar esta documentación junto con la solicitud de registro sanitario al Departamento de Sanidad del Gobierno de Aragón**, pero en caso de no hacerlo, se dispone de 3 meses desde la obtención del mismo para realizar este trámite. Su elaboración **requiere de conocimientos técnicos** por lo que habitualmente se externaliza, pero si por ejemplo el propio productor fuera un técnico con conocimiento (ej. Tecnólogo de alimentos, ingeniero agrónomo, veterinario...) podría elaborar la documentación él mismo.

Puede ser **recomendable** contratar una **auditoría externa de forma anual o bianual**. Hay que tener en cuenta que los Servicios de Salud Pública Comarcales tienen competencias para realizar inspecciones y auditorías sobre el establecimiento.

El plan de autocontrol consta de **dos partes** claramente diferenciadas:

1. Planes generales de higiene o Prerrequisitos: constituyen las condiciones y las medidas necesarias para asegurar la inocuidad y aptitud de los alimentos en todas las fases de la cadena alimentaria. Sirven de base para la siguiente parte.

2. Análisis de peligros y puntos de control críticos (APPCC): es un método que identifica y evalúa los peligros (físicos, químicos y biológicos) que pueden aparecer de manera específica en los alimentos que se elaboran en dicha industria, y a partir de ellos se establecen medidas preventivas y correctivas concretas para su control en dicha industria.



4.1. Planes generales de higiene (PGH)

Los planes generales de higiene constan a su vez de dos aspectos fundamentales: las buenas prácticas de fabricación (BPF) y las medidas generales de higiene que se controlan a través de diversos planes

Los planes para controlar las medidas de higiene en el proceso de producción alimentaria son los siguientes:

• **Plan de Formación de manipuladores:** Según la normativa europea y nacional, todos los manipuladores de alimentos han de poseer formación en Higiene Alimentaria, independientemente de si existe contacto directo con el alimento o no. En caso de inspección sanitaria, esta formación debe ser acreditada documentalmente mediante el correspondiente Certificado de Formación.

Así mismo, la legislación indica que es responsabilidad de las empresas alimentarias garantizar que su personal dispone de una formación adecuada a su puesto de trabajo, incluido el de manipulador de alimentos. Para ello, la formación de los manipuladores podrá ser impartida por la propia empresa alimentaria, empresas o entidades formadoras (reconocidas o no reconocidas por organismos oficiales), de forma presencial u *online*.

Para más información sobre este aspecto se puede consultar los siguientes enlaces:

https://www.aesan.gob.es/AECOSAN/web/home/aecosan_inicio.htm
<https://www.aragon.es/-/manipuladores-de-alimentos>

Así mismo, la empresa debe proveer a sus empleados de formación continuada acerca de otros aspectos relacionados con la seguridad alimentaria: APPCC; Alergias e intolerancias alimentarias, etc.

• **Plan de Control de proveedores:** se debe controlar desde un punto de vista higiénico los suministros (materias primas e ingredientes) y material auxiliar (envases). Todos ellos deben estar en posesión de un número de Registro Sanitario. Así mismo, acorde a lo especificado en la legislación, será necesario poseer:

•Fichas técnicas de las materias primas utilizadas y los envases.

•Declaración de conformidad de materiales aptos para entrar en contacto con los alimentos. En el caso de envases de plástico será igualmente necesario poseer el estudio de migración de plásticos. (Reglamento [10/2011](#) de la Comisión, de 14 de enero de 2011, sobre materiales y objetos plásticos destinados a entrar en contacto con alimentos).

• **Plan de Control de alérgenos.** Actualmente existen 14 alérgenos de declaración obligatoria acorde a la legislación vigente, aunque existen otras muchas sustancias capaces de generar alergias y/o intolerancias. Además, para evitar el riesgo de contaminación cruzada por alérgenos, es necesario que se tomen una serie de medidas preventivas a nivel industrial en relación con los proveedores, el personal, la manipulación de alimentos, los equipos y diseño de las instalaciones, protocolos de limpieza, etc que ayuden a controlarla

Los alérgenos de declaración obligatoria son:



En el siguiente enlace puede obtenerse información sobre cómo gestionar los alérgenos en la industria alimentaria:

<https://www.aepnaa.org/recursos/aepnaa/pdf/guia-gestion-alergenos-industria.pdf>

• **Plan de Control de plagas (DDD - Desinfección, Desinsectación y Desratización):** es conveniente externalizarlo a una empresa de control de plagas especializada, ya que se requiere disponer de carnet de manipulador de plaguicidas, manipulador de productos químicos, etc.

La legislación que lo regula es la siguiente:

- REGLAMENTO (CE) N° [528/2012](#) del Parlamento Europeo y del Consejo de 22 de mayo de 2012 relativo a la comercialización y el uso de biocidas.
- Real [Decreto 3349/1983](#), de 30 de noviembre, por el que se aprueba la Reglamentación Técnico-Sanitaria para la fabricación, comercialización y utilización de plaguicidas.
- Real [Decreto 1054/2002](#), de 11 de octubre, por el que se regula el proceso de evaluación para el registro, autorización y comercialización de biocidas.

• **Plan de limpieza y desinfección (L+D):** recoge la información detallada sobre la forma precisa en la que se realizarán las actividades de limpieza y desinfección. Esta información deberá precisar:

- Qué superficies, instalaciones, equipos y utensilios deben ser limpiados y desinfectados.
- Cuándo deben realizarse las operaciones de limpieza y desinfección.
- Cómo y con qué métodos se van realizar las operaciones de limpieza y desinfección.
- Cómo se comprobará el buen funcionamiento y eficacia de las actividades del plan L + D.
- Quién o quiénes son las personas encargadas de realizarla.
- Cómo se verificará y se mantendrá en el tiempo el plan de D+L.

Así mismo, será necesario disponer de las fichas técnicas de todos los productos de limpieza y desinfección que se utilicen en la empresa.

Únicamente se pueden utilizar productos de limpieza y desinfección (biocidas) aptos y autorizados para su uso en industria alimentaria. Para ello, es fundamental comprobar la ficha técnica y asegurarse con el proveedor que cumple dicho requisito. Además, es importante que si en la empresa se van a elaborar **productos ecológicos**, ninguno de los productos de limpieza y desinfección utilizados tenga como principio activo amonios cuaternarios.

• **Plan de control de aguas:** En la industria alimentaria el agua empleada debe ser potable para todas las actividades que se realizan en el interior de las instalaciones. Únicamente puede utilizarse agua no potable para la producción de vapor en calderas, prevención de incendios, etc. y con circuito de distribución independiente. Por ello, debe realizarse un control periódico de la potabilidad y aptitud del agua, para asegurar que se cumple con los criterios legales actuales establecidos en el [R.D. 902/2018](#), por el que se establecen los criterios sanitarios de la calidad del agua de consumo humano. Como mínimo será obligatorio analizar a diario los niveles de cloro del agua, cuando ésta se coja directamente de la red pública. En caso de que la industria disponga de sistemas de agua caliente sanitaria con acumulador y circuito de retorno, también será necesario el análisis microbiológico de *Legionella*.

• **Plan de Control de residuos:** Dependiendo del tipo de industria pueden generarse residuos muy diversos. En este punto es importante destacar que aquellas industrias alimentarias que trabajen con productos de origen animal (lácteos, cárnicos, miel, productos de la pesca...) es probable que generen SANDACH (Subproductos de Animales no Destinados al Consumo Humano) y sus derivados, los cuales entrañan un riesgo potencial para la salud pública, salud animal y la seguridad de la cadena alimentaria y animal. Por ello, las industrias que los generen deben conocer la categoría (I, II o III) de los subproductos de origen animal que se generen en sus instalaciones, y disponer de protocolos de gestión y eliminación acorde a su categoría, bien sea a través de gestores autorizados o ajustándose a las medidas de flexibilización en el caso de pequeños volúmenes.

Puede obtenerse más información al respecto en el siguiente enlace:

http://www.aesan.gob.es/AECOSAN/web/seguridad_alimentaria/detalle/SANDACH.htm

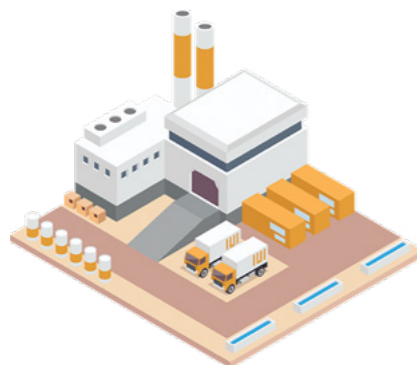
• **Plan de Mantenimiento:** asegurar el correcto estado y buen funcionamiento de los equipos es un factor crítico para controlar la seguridad alimentaria del proceso productivo. Por ello, es aconsejable hacer un mantenimiento preventivo periódico de toda la maquinaria de las instalaciones, así como de disponer de un servicio técnico autorizado.

• **Plan de Trazabilidad:** La trazabilidad es la posibilidad de encontrar y seguir el rastro, a través de todas las etapas de producción, transformación y distribución de un alimento, un pienso, un animal destinado a la producción de alimentos o una sustancia destinada a ser incorporada en alimentos o piensos o con probabilidad razonable de serlo.

La trazabilidad de los productos comercializados debe asegurarse en todas las etapas de la cadena alimentaria, así como en todas las etapas del proceso productivo, desde la recepción, el almacenamiento, la producción y la distribución.

Para llevar a cabo el desarrollo del plan, las empresas alimentarias deben poder identificar en todo momento a los suministradores de un alimento, ingrediente y envase o material susceptible de estar en contacto con los alimentos (trazabilidad hacia atrás), así como a quién se ha vendido el producto final (trazabilidad hacia adelante).

Para ello se necesita un sistema de registros que reflejen toda la información y que facilite su control tanto por parte del elaborador como de las Autoridades Sanitarias.



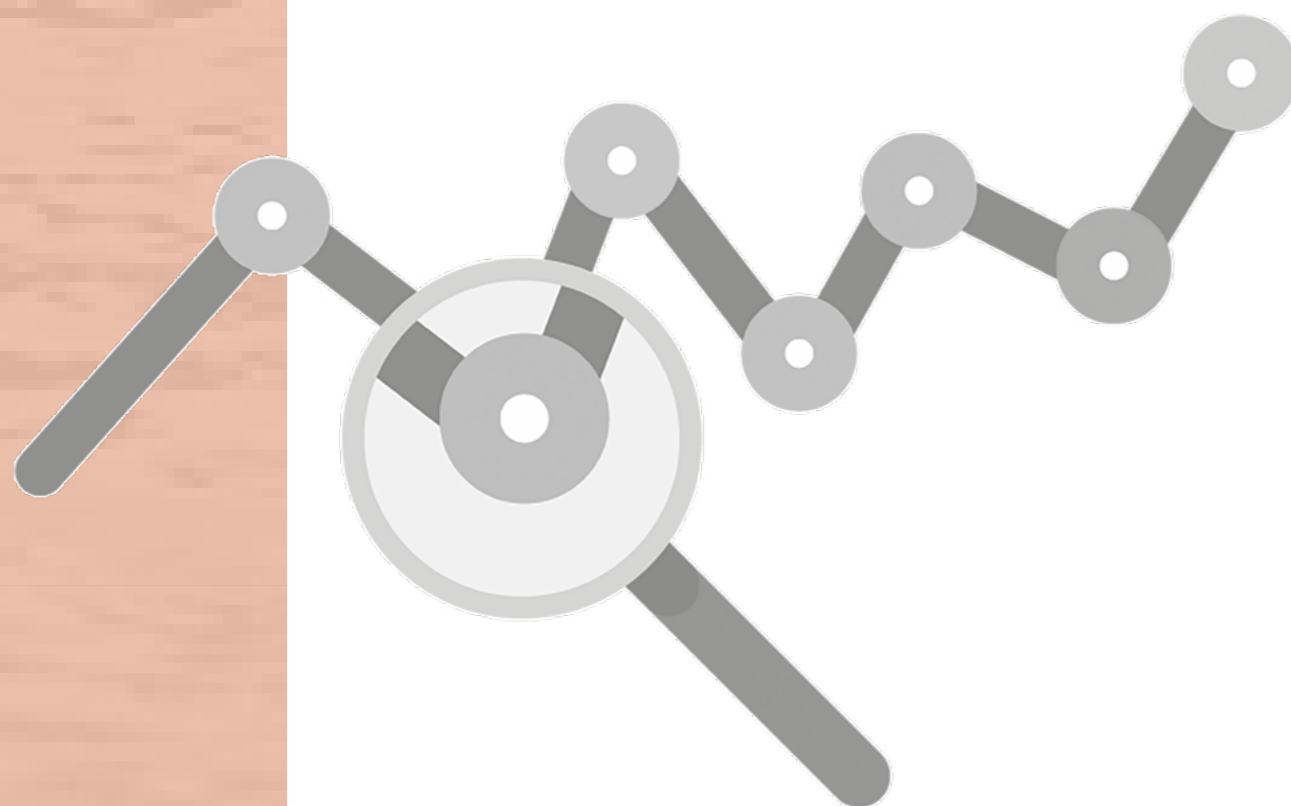
¿QUÉ INFORMACIÓN RECOGE LA TRAZABILIDAD?

1. LISTADO DE LOS PROVEEDORES	<ul style="list-style-type: none"> a) Razón social b) Datos de contacto c) Producto que provee d) Registro sanitario (en caso de que produzcan ellos mismos)
2. REGISTRO DE ENTRADA MATERIAS PRIMAS	<ul style="list-style-type: none"> a) Fecha de recepción b) Materia prima recibida c) Cantidad d) Proveedor e) N° lote de la materia en cuestión f) N° Albarán, g) Así como otra serie de cuestiones de interés desde el punto de vista de seguridad alimentaria
3. REGISTRO DE ENTRADA ENVASES Y EMBALAJES	<ul style="list-style-type: none"> a) Fecha de recepción b) Envases recibidos c) Cantidad d) Albarán o factura e) Proveedor
4. REGISTRO DE LA PRODUCCIÓN (Permite hacer seguimiento de la trazabilidad hacia atrás mediante el número de lote de producción. Se considera LOTE una cantidad de un determinado producto, fabricados bajo las mismas condiciones).	<ul style="list-style-type: none"> a) Producto fabricado b) Fecha de elaboración c) N° lote asignado al producto d) Cantidad de producto elaborado e) Materias primas utilizadas, cantidades y n° lote de cada una de ellas f) Envases primarios utilizados, cantidades y lote de cada uno g) Parámetros, según actividad alimentaria, necesarios para cumplir los planes generales de higiene y monitorizar los PCC
5. CONTROL DE STOCK (trazabilidad interna)	<ul style="list-style-type: none"> a) Número de lote b) Fecha de envasado c) Tipo de producto d) Cantidad elaborada e) Salida diaria de producto f) Stock disponible

6. DISTRIBUCIÓN	a) Fecha de salida b) Cliente c) Producto d) N° Lote asociado e) Unidades f) N° Albarán o Factura
7. LISTADO CLIENTES	g) Razón social h) Datos de contacto

MÁS INFORMACIÓN:

https://www.aesan.gob.es/AECOSAN/docs/documentos/publicaciones/seguridad_alimentaria/guia trazabilidad.pdf



4.2. Análisis de peligros y puntos de control críticos (APPCC)

Se basa en la aplicación de los siguientes 7 principios:

1) Análisis de peligros: detectar todos los peligros que deban evitarse, eliminarse o reducirse a niveles aceptables e identificar las medidas para su control.

2) Identificar Puntos de Control Críticos (PCC): determinar los PCC en las fases en las que el control sea esencial para evitar o eliminar todos los peligros o reducirlos a niveles aceptables.

3) Límites críticos: definir, para cada PCC, los límites que diferencien entre lo que es aceptable y lo que no para su adecuado control.

4) Medidas de vigilancia: diseñar y aplicar procedimientos de vigilancia efectivos en los PCC.

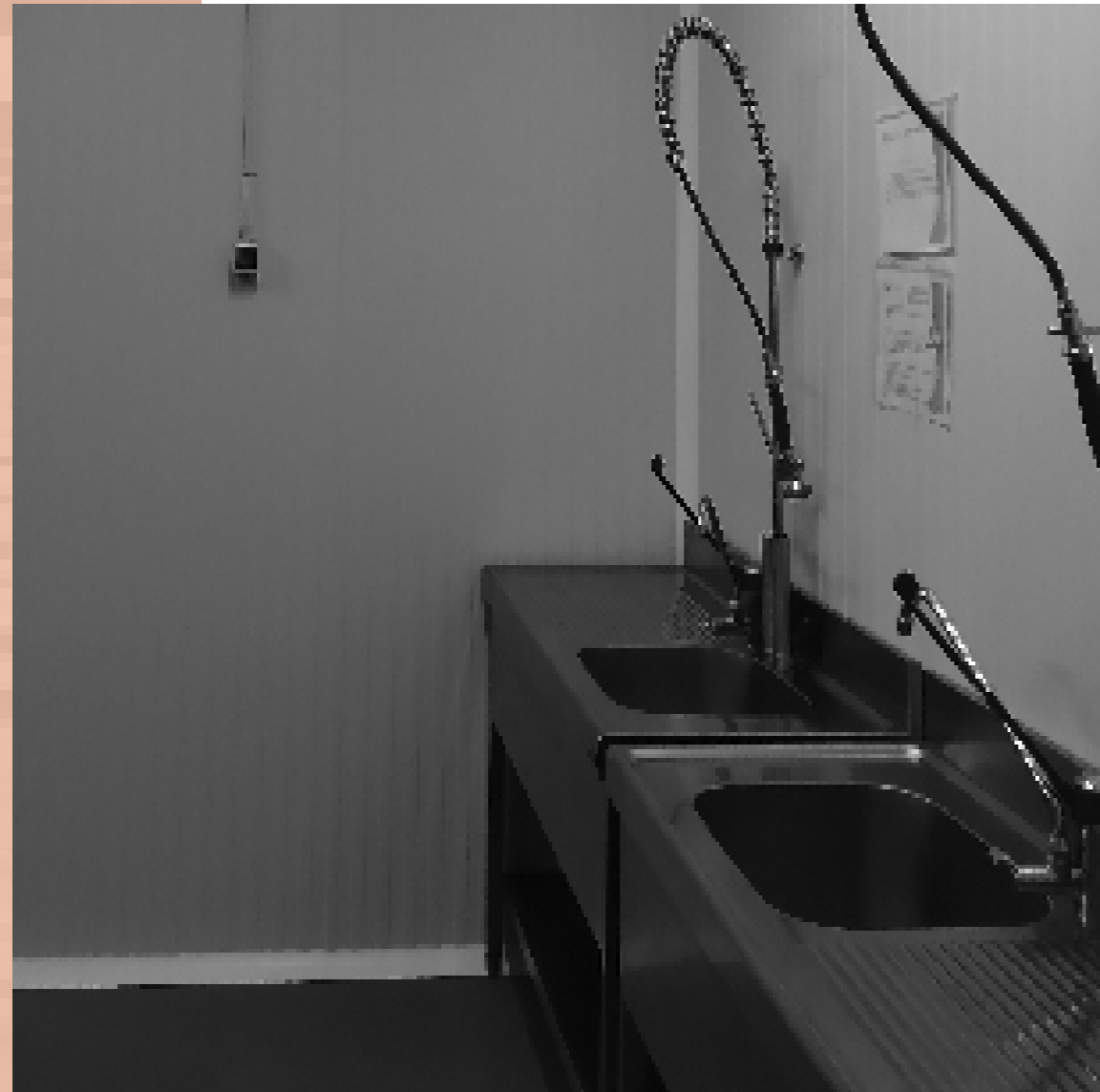
5) Medidas correctivas: establecer medidas correctivas (sobre el producto y el proceso afectado) cuando la vigilancia indique que un PCC no está controlado.

6) Verificación: crear procedimientos para comprobar que las medidas de los principios 1 a 5 funcionan eficazmente.

7) Documentación y registros: elaborar documentos para demostrar la aplicación efectiva de las medidas de los principios 1 a 6.

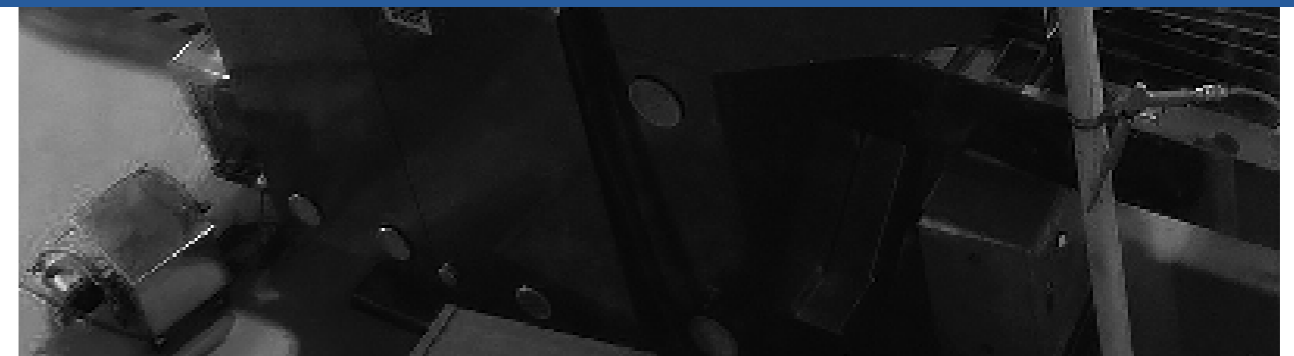
El análisis de peligros se realiza en **todos y cada uno de los productos que se elaboran** en las instalaciones, y debe ajustarse al proceso de producción que se aplica. En caso de que el proceso, materia prima, envase, etc. sufra alguna modificación, se debe volver a realizar el análisis.

Para llevar a cabo este análisis es recomendable contar con un equipo multidisciplinar del que formen parte la directiva de la empresa, conocedora del proceso productivo y las instalaciones, y de asesores externos expertos en seguridad y legislación alimentaria.



Etiquetado

BLOQUE 5



Acorde a lo especificado en la legislación vigente actual (Reglamento [Nº 1169/2011](#), relativo a la información aportada al consumidor), todos los productos envasados cuyo destino sea el consumidor final deben contener una etiqueta con un mínimo de información obligatoria.

En cualquier caso, la **información incluida en el etiquetado**:

- No debe inducir a error.
- No debe atribuir al alimento efectos o propiedades que no posee, ni insinuar que tiene características propias especiales. Ejemplo: poner en una leche entera “sin gluten” cuando, por naturaleza, las leches no tienen gluten.
- Sugerir la presencia de un ingrediente cuando éste ha sido sustituido por un componente distinto. Ejemplo: incluir una imagen de una zanahoria en la etiqueta cuando entre los ingredientes no hay zanahoria pero sí colorante naranja.

Las menciones obligatorias que se exponen a continuación, **deben aparecer en el mismo campo visual de la etiqueta**:

- Denominación legal de venta
- Cantidad neta
- Grado alcohólico (en su caso)

Además, de acuerdo al Reglamento Nº1169/2011, el tamaño de **letra** en las **menciones obligatorias** debe ser igual o superior a **1,2 mm** (excepto en el caso de la cantidad neta, véase *recuadro*). En el caso de los **envases** o recipientes cuya superficie máxima sea **inferior a 80 cm²**, el tamaño será igual o superior a **0,9 mm**.

Si se desea incluir en el etiquetado alguna declaración nutricional (ej. Sin azúcares añadidos), debe asegurarse que el producto cumple el criterio exigido por la legislación vigente para su inclusión. (REGLAMENTO (CE) Nº 1924/2006 DEL PARLAMENTO EUROPEO Y DEL CONSEJO de 20 de diciembre de 2006 relativo a las declaraciones nutricionales y de propiedades saludables en los alimentos).

Puede encontrar información relativa a este tipo de declaraciones nutricionales en los siguientes enlaces:

https://www.aesan.gob.es/AECOSAN/docs/documentos/seguridad_alimentaria/gestion_riesgos/Tabla_declaraciones_NUTRICIONALES_autorizadas.pdf

http://www.aesan.gob.es/AECOSAN/web/seguridad_alimentaria/detalle/declaraciones_nutricionales_saludables.htm

MENCIONES OBLIGATORIAS DEL ETIQUETADO

DENOMINACIÓN LEGAL DEL ALIMENTO

A falta de tal denominación, la denominación del alimento será la habitual, o bien se facilitará una denominación descriptiva del alimento.

La denominación del alimento no se sustituirá por ninguna denominación protegida como propiedad intelectual, marca comercial o denominación de fantasía.

La denominación del alimento irá acompañada de menciones sobre las condiciones físicas del mismo o sobre el tratamiento específico al que ha sido sometido (por ejemplo, en polvo, recongelado, liofilizado, ultracongelado, concentrado o ahumado)

LISTADO DE INGREDIENTES

La lista de ingredientes estará encabezada o precedida por la palabra «ingredientes».

En ella se incluirán todos los ingredientes del alimento, en orden decreciente de peso, según se incorporen en el momento de su uso para la fabricación del alimento. Los ingredientes se designarán por su denominación específica o denominación legal.

Los aditivos alimentarios y las enzimas alimentarias deberán designarse mediante la denominación de la categoría, seguida de su denominación específica o bien por el número E. Se indicará la función principal del aditivo (en caso de pertenecer a varias categorías) en el alimento de que se trate. Ejemplo: Acidulante: Ácido cítrico./// Acidulante: E 330

LISTADO DE INGREDIENTES

Un ingrediente compuesto podrá incluirse en la lista de ingredientes con su propia designación, en función de su peso global, e irá seguido por una lista de ingredientes.

Así mismo, es obligatorio indicar la cantidad de un ingrediente o de una categoría de ingredientes cuando:

- Éste figure en la denominación del alimento o el consumidor lo asocie normalmente con dicha denominación (Ej. Pastel de zanahoria – se debe indicar el % en peso que supone la zanahoria);
- Se destaque en el etiquetado por medio de palabras, imágenes o representación gráfica, o cuando sea esencial para definir un alimento y para distinguirlo de los productos con los que se pudiera confundir a causa de su denominación o de su aspecto.

ETIQUETADO DE DETERMINADAS SUSTANCIAS QUE CAUSAN ALERGIAS O INTOLERANCIAS

Se indicarán en la lista de ingredientes de la siguiente forma:

- a) con una referencia clara a la denominación de la sustancia o producto
- b) la denominación de la sustancia o producto se destacará mediante una composición tipográfica que la diferencie claramente del resto de la lista de ingredientes, por ejemplo mediante el tipo de letra, el estilo o el color de fondo.

Si no hay lista de ingredientes, la indicación incluirá la palabra «contiene» seguida del nombre de la sustancia o el producto.

No será necesario indicar la sustancia o producto en aquellos casos en que la denominación del alimento haga referencia claramente a la sustancia o producto de que se trate. Ej. leche (lactosa), harina (gluten).

CANTIDAD NETA

La cantidad neta de un alimento se expresará en litros, centilitros, mililitros, kilogramos o gramos, según el caso:

- a) en unidades de volumen en el caso de los productos líquidos;
- b) en unidades de peso en el caso de los demás productos.

El tamaño mínimo de letra en la etiqueta para expresar la cantidad neta deberá ajustarse a los siguientes criterios:

- 6 milímetros, si la cantidad nominal es superior a 1.000 gr o 100 cl.
- 4 milímetros, si la cantidad nominal está comprendida entre 1.000 gr o 100 cl, inclusive, y 200 gr o 20 cl, exclusive.
- 3 milímetros, si la cantidad nominal está comprendida entre 200 gr o 20 cl, inclusive, y 50 gr o 5 cl, exclusive.
- 2 milímetros, si la cantidad nominal es igual o inferior a 50 gr o 5 cl.

Y seguidos del símbolo de la unidad de medida o bien de su nombre.

Si un alimento sólido se vende con un líquido de cobertura (por ejemplo: unos espárragos en conserva), deberá indicarse tanto el peso total como el peso neto escurrecido. Si el alimento está glaseado, como por ejemplo el pescado congelado, el peso neto declarado no deberá incluir el porcentaje de glaseado.

FECHA DE DURACIÓN MÍNIMA, FECHA DE CADUCIDAD Y FECHA DE CONGELACIÓN

En el caso de alimentos microbiológicamente muy perecederos, la fecha de duración mínima se cambiará por la fecha de caducidad.

Después de su «fecha de caducidad», el consumo de dicho alimento no se considerará seguro para la salud.

FECHA DE DURACIÓN MÍNIMA,
FECHA DE CADUCIDAD Y FECHA
DE CONGELACIÓN

La «fecha de caducidad» se indicará del siguiente modo: Fecha de caducidad (día, mes y eventualmente, año) o en su caso referencia al lugar donde se indica la fecha en la etiqueta.

Si el producto está compuesto de varias unidades, la fecha de caducidad se debe indicar en cada porción individual envasada.

En caso de que el producto no sea microbiológicamente muy perecedero, y su consumo posterior a esa fecha no suponga un riesgo para salud, pero sí cambios organolépticos, la fecha de duración mínima se indicará del siguiente modo:

- «consumir preferentemente antes del ... (día/mes/año) cuando la fecha incluya la indicación del día,
 - «consumir preferentemente antes del fin de ...(mes/año o año)» en los demás casos;
- No obstante, como norma general en el caso de los alimentos:
- cuya duración sea <3 meses: día y el mes,
 - cuya duración sea >3 meses pero <18 meses: mes y el año,
 - cuya duración sea >18 meses, bastará con indicar el año;

Todas las indicaciones de fecha de durabilidad se podrán completar con consejos de conservación.

Para establecer la fecha de caducidad del producto es necesario, previo a la puesta en el mercado del producto, realizar estudios de vida útil en laboratorios acreditados.

FECHA DE DURACIÓN MÍNIMA,
FECHA DE CADUCIDAD Y FECHA
DE CONGELACIÓN

Acorde a la legislación, **no es obligatorio** indicar la fecha de duración mínima en los siguientes productos:

- las frutas y hortalizas frescas, incluidas las patatas,
- los vinos, vinos de licor, vinos espumosos, vinos aromatizados
- las bebidas con una graduación de ≥ 10 % volumen de alcohol,
- los productos de panadería o repostería que se consumen normalmente en el plazo de 24 horas después de su fabricación,
- los vinagres,
- la sal de cocina,
- los azúcares en estado sólido,
- los productos de confitería
- las gomas de mascar y productos similares de mascar.

FECHA DE CONGELACIÓN

Es obligatorio indicar la fecha de congelación (o de primera congelación en los casos en que el producto se haya congelado en más de una ocasión) en los siguientes productos:

- Carne congelada,
- preparados cárnicos congelados y
- productos de la pesca no transformados congelados

Se indicará mediante la frase «fecha de congelación: (día, mes, año), o referencia al lugar donde se indica la fecha en la etiqueta.

CONDICIONES DE
CONSERVACIÓN O DE
UTILIZACIÓN

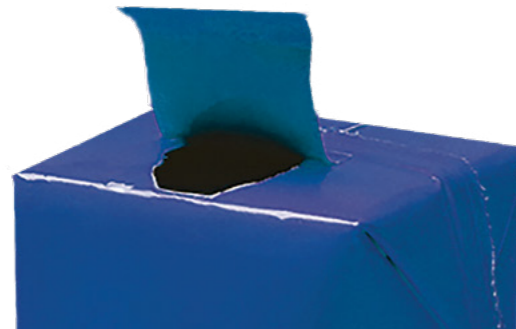
Cuando los alimentos requieran de unas condiciones especiales de conservación y/o de utilización, se indicarán dichas condiciones (ej. mantener en refrigeración)

Con el fin de permitir la conservación o utilización adecuadas de los alimentos una vez abierto el envase, se indicarán, cuando proceda, las condiciones y/o la fecha límite de consumo. (Ej. Una vez abierto el envase conservar en refrigeración).

MODO DE EMPLEO	<p>El modo de empleo de un alimento deberá indicarse de forma que permita un uso apropiado del alimento.</p> <p>Importante en los platos precocinados.</p>
GRADO ALCOHÓLICO	<p>Las normas relativas a la indicación del grado alcohólico volumétrico serán, las establecidas en las disposiciones específicas de la Unión que les sean aplicables (VINO Y DERIVADOS, BEBIDAS ESPIRITUOSAS).</p> <p>Las bebidas que contengan más de un 1,2 % en volumen de alcohol:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Se indicará la cifra con un decimal como máximo • Irá seguida del símbolo «% vol» y podrá estar precedida de la palabra «alcohol» o de la abreviatura «alc.».
PAÍS DE ORIGEN O LUGAR DE PROCEDENCIA	<p>En determinados tipos de alimentos es obligatorio por las disposiciones específicas, para una mejor regulación del mercado (Reg 1308/2013 OCM):</p> <ul style="list-style-type: none"> • Aceite de oliva virgen y virgen extra • Vino • Frutas y hortalizas • Miel • Carne de vacuno, fresca, refrigerada, congelada o picada • Pescado • Alimentos ecológicos <p>Es obligatorio indicar el país de origen cuando se trate de:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Carne de porcino, fresca, refrigerada o congelada • Carne de ovino o caprino, fresca, refrigerada o congelada • Carne de aves, fresca, refrigerada o congelada

EL NOMBRE O LA RAZÓN SOCIAL Y LA DIRECCIÓN DEL OPERADOR	
LA INFORMACIÓN NUTRICIONAL	<p>Será obligatorio indicar el valor energético y la cantidad de proteínas, grasas, grasas saturadas, hidratos de carbono, azúcar y sal por 100 gramos de producto o 100 mililitros. Esta información podrá completarse con datos sobre el contenido en grasas monoinsaturadas y poliinsaturadas, polialcoholes, almidón, fibra alimentaria y cualquier vitamina o mineral.</p> <p>La información nutricional del producto puede obtenerse a través de varios sistemas:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Análisis directo del alimento en laboratorio • Tablas de composición de alimentos <p>No hay obligación de facilitar esta información en el caso de alimentos que se envasan por el comercio minorista para venta inmediata.</p>
LOTE	<p>El lote será determinado, en cada caso, por el productor/ fabricante o envasador del producto. La indicación del lote se determinará y pondrá bajo la responsabilidad de dichos operadores. Irá precedido de la letra «L», salvo en los casos en que se distinga claramente de las demás indicaciones del etiquetado.</p> <p>Cuando los productos no estén envasados, la indicación del lote y en su caso, la letra «L», figurarán en el embalaje o en el recipiente o en su defecto en los documentos comerciales pertinentes.</p> <p>Este punto es fundamental para conseguir una buena trazabilidad.</p>

El etiquetado es revisado por el Departamento de Salud Pública de Aragón así como por el Departamento de Calidad Alimentaria del Gobierno de Aragón.



RAZÓN SOCIAL
 —
DENOMINACIÓN LEGAL
 INGREDIENTES
 —
 ALERGENOS

INFORMACIÓN NUTRICIONAL		
	Por 100g	Por unidad
Energía	KJ	KJ
Grasas	g	g
Proteínas	g	g
Hidratos de carbono	g	g
Fibra	g	g
Azúcares	g	g
Sales	g	g

PAIS DE ORIGEN
 NÚMERO DE INSCRIPCIÓN MINISTERIO
 NÚMERO DE CALIFICACIÓN
 NÚMERO DE COSECCIÓN
 LOTE
 CANTIDAD NETA. GRADO ALCOHÓLICO



Trámites generales de constitución empresa y puesta en marcha de la actividad

BLOQUE 6



6.1. Trámites administrativos

Una vez elaborado el Plan de Negocio y decidida la forma jurídica que va a adoptar la empresa, para su puesta en marcha es necesario realizar una serie de trámites administrativos que se exigen para la realización de cualquier actividad empresarial.

Muchos organismos disponen en su web de cuadros de formas jurídicas y de guías de trámites a realizar para la constitución de una empresa en función de su forma jurídica, aquí os recomendamos la del Instituto Aragonés de Empleo:

Sobre **Formas Jurídicas**: https://inaem.aragon.es/sites/default/files/recursos/cuadro_formas_juridicas.pdf

Elegir una forma jurídica u otra va a tener consecuencias a distintos niveles, desde el punto de la responsabilidad patrimonial, a nivel fiscal, diferencias en cuanto a trámites de constitución, de acceso a subvenciones, de pertenencia a un régimen u otro de Seguridad Social y otras. Es conveniente asesorarse sobre ello antes de tomar la decisión.

Sobre **trámites legales** en función de la forma jurídica: <https://inaem.aragon.es/tramites-legales>

El enlace incluye cuadros por provincia de los trámites legales para el inicio de una actividad por cuenta propia: Declaraciones, altas, afiliaciones, inscripciones... Donde se indica el lugar para presentarlo, plazo y documentación necesaria.

Es importante que el emprendedor observe qué trámites debe realizar, qué documentación debe presentar, cuál es el plazo para la realización de cada trámite y dónde debe realizarlos. También es aconsejable que antes de proceder a dichos trámites se calculen todos los costes que éstos le van a ocasionar.

En la parte de **la normativa laboral**, tener en cuenta que : Es obligatorio contar con un plan de prevención de riesgos laborales para cualquier empresa o autónomo con trabajadores contratados. Además de que la empresa debe contar con equipos de protección adecuados para limpieza, elaboraciones específicas, etc.. (EPIS), además de la ropa de trabajo adaptada.

6.2. Cumplimiento de otras normativas

- Es recomendable disponer de un **seguro de responsabilidad civil** que cubra en general la actividad, además del producto, locales, maquinarias y vehículos, etc.
- Desde el 2018 es obligatorio el cumplimiento de la **Ley de Protección de Datos y Garantía de Derechos Digitales**, para cualquier autónomo o empresa que trate datos de carácter personal como puede ser: Nombre, DNI, dirección, teléfono, etc., en resumen, cualquier tipo de dato que pueda identificar a una persona.



6.3. Inscripción en el Registro de Industrias Agroalimentarias de Aragón

El Registro de Industrias Agroalimentarias incluye las nuevas industrias así como las ampliaciones, traslados, cambios de titularidad y bajas de las ya existentes. Es un trámite voluntario pero requerido para optar a la autorización del uso de distintivos de figuras de calidad diferenciada amparadas por la [Ley 9/2006](#), de 30 de noviembre, de Calidad Alimentaria en Aragón, como por ejemplo son la marca “C’alial” y la marca “Artesanía Alimentaria de Aragón” y también para poder ser perceptor de determinadas subvenciones y ayudas.

En el apartado 7 hay más información sobre las marcas de Calidad alimentaria.

Para la inscripción de una industria en el Registro deben comunicarse los datos generales de la empresa y los datos técnicos referentes a los medios e instalaciones con los que cuenta para llevar a cabo su actividad que deberá ser una de las actividades contempladas dentro de los sectores objeto de este registro. Se realiza mediante la cumplimentación de la correspondiente solicitud acompañada de un impreso de comunicación de datos normalizado con información sobre las instalaciones y maquinaria (año de fabricación, características técnicas, kw/CV, capacidad, rendimiento horario), materias primas, proceso de elaboración y producto final, con estimación de volúmenes entre otra documentación.

La inscripción en dicho registro se tramita de manera conjunta por los Servicios Provinciales del Departamento de Agricultura, Ganadería y Medio Ambiente, (Unidades de Fomento Agroalimentario), y los Servicios Provinciales del Departamento de Industria, Competitividad y Desarrollo empresarial (Sección de Industria y Apoyo a las PYMES)

Esta tramitación puede realizarse a través del siguiente link:

<https://www.aragon.es/tramitador/-/tramite/inscripcion-registro-industrias-agroalimentarias>



6.4. Registro industrial de Aragón

El Registro Industrial de Aragón es un registro administrativo de carácter voluntario gestionado por el Departamento de Industria, Competitividad y Desarrollo Empresarial, aunque suele constar como obligatorio para licencias de inicio de actividad y cuando se solicitan subvenciones. Se deben registrar nuevas industrias así como las ampliaciones, modificaciones, traslados, cambios de titularidad y bajas de las ya existentes.

El Registro Industrial de Aragón incluye la información industrial relativa a:

- Los establecimientos y las actividades empresariales de carácter industrial
- Los servicios relacionados con ellos
- Y la infraestructura para la calidad y la seguridad industrial.




Para la solicitud hay que cumplimentar los modelos específicos. Y, además, entre otra documentación se requiere la siguiente:

- 1.** Proyecto o memoria técnica.
- 2.** Certificado final de obra firmado y visado.
- 3.** Certificados de incendios de los instaladores, además de cumplimentar los modelos propios requeridos (algunos modelos requieren la firma de un técnico). También se puede recurrir para la certificación y tramitación a un Organismo de control Autorizado.
- 4.** Certificados de instalaciones frigoríficas; aire comprimido, equipos de calor, etc...
- 5.** Marcado CE de la maquinaria del obrador (suele estar en los manuales de instrucciones de la maquinaria o viene en una placa en la propia máquina).k El marcado CE es el proceso mediante el cual el fabricante/importador informa a los usuarios y autoridades competentes de que el equipo comercializado cumple con la legislación obligatoria en materia de requisitos esenciales.

Para la tramitación hay que abonar unas tasas, mediante la cumplimentación de un modelo normalizado que puede encontrarse en el siguiente link:

<https://www.aragon.es/tramitador/-/tramite/registro-industrial-aragon>





Marcas de calidad y ley de venta local

BLOQUE 7



7.1. Marcas de calidad

La calidad diferenciada es el conjunto de características de un alimento, consecuencia del cumplimiento de requisitos establecidos en disposiciones de carácter voluntario, relativos a sus materias primas o procedimientos de producción, transformación o comercialización, y adicionales a las exigencias de calidad estándar obligatorias para el alimento. Cualquier operador que reúna las condiciones necesarias para ello puede acogerse voluntariamente a una de estas figuras de calidad alimentaria, cuya norma pasa a ser obligatoria para él.

Con la calidad diferenciada de los alimentos de Aragón se pretende incrementar su valor añadido y mejorar su competitividad en el mercado global, al tiempo que se contribuye a la fijación de la población en el medio rural y a la diversificación de su economía.

Desde el Departamento de Agricultura, Ganadería y Medio Ambiente, Servicio de Promoción y Calidad Agroalimentaria, y en concreto de la Dirección General de Innovación y Promoción Agroalimentaria se planifica, coordina e impulsa las figuras de calidad diferenciada de los alimentos:



- Los denominaciones de origen e indicaciones geográficas protegidas
- La producción ecológica
- La producción integrada
- Los especialidades tradicionales garantizadas
- La artesanía alimentaria
- Los marcas de calidad (C'aliat)

Ley 9/2006, de Calidad Alimentaria en Aragón. (Boletín Oficial de Aragón, 13 diciembre 2006)



7.2. Ley de venta local

La Ley de Venta Local regula la Venta local de productos agroalimentarios que se efectúe en el ámbito territorial de la Comunidad Autónoma de Aragón

La Ley no es de obligado cumplimiento para todos los productos y establecimientos, sino sólo para los casos en los que el productor o establecimiento quieran formar parte de la base de datos de venta local, lo que les permitirá acceder a diferentes medidas de incentivo mediante subvenciones que convoca el Gobierno de Aragón para los inscritos. Además de utilizar el distintivo que la Ley establece, para la identificación de cara al consumidor, que es voluntario para el productor, y obligatorio para el establecimiento.

Aprobada en 2017, en 2019 se establecen las cantidades máximas de los productos agroalimentarios que pueden ser objeto de la ley. En 2020 se publica la Guía de buenas prácticas higiénico-sanitarias para la venta local y se determina la estructura de la base de datos de venta local.



La ley tiene por objeto:

a) Regular y fomentar la venta o suministro de pequeñas cantidades de productos agroalimentarios por parte de los productores agrarios o forestales, o sus agrupaciones, que los han producido y, en su caso, transformado **directamente a un consumidor final o con la intervención de un único intermediario**, sea este un establecimiento local, una empresa de mensajería o cualquier otra fórmula que se establezca.

b) Establecer las condiciones de adaptación de la normativa comunitaria sobre higiene de los alimentos a los productos a los que se refiere el apartado anterior, manteniendo, en todo caso, los objetivos y principios de la normativa comunitaria sobre higiene de los alimentos: seguridad alimentaria e inocuidad de los alimentos, requisitos de etiquetado, publicidad y presentación, trazabilidad y responsabilidad de los distintos agentes de la cadena alimentaria.

c) Establecer el sistema de identificación de los productos, productores, puntos de venta y establecimientos locales que realicen la venta o suministro a los que se refiere este artículo.

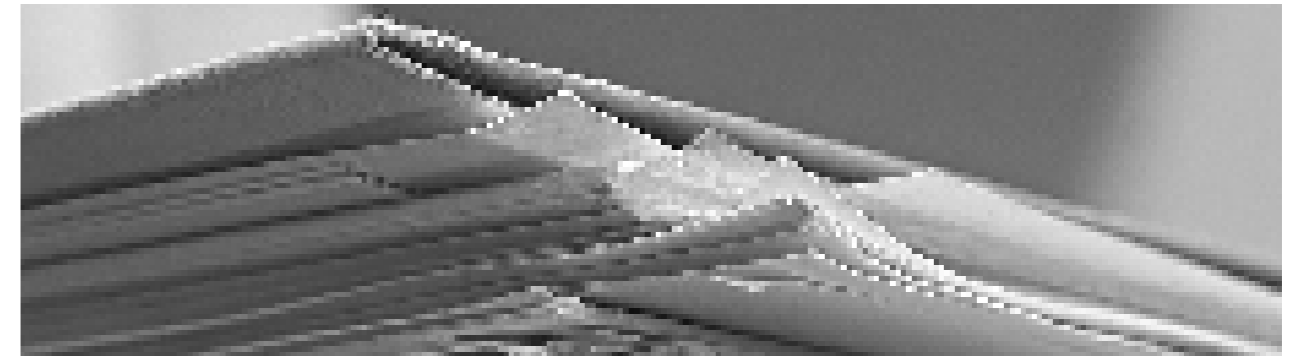
Desarrollo completo de la Ley. [Ley 7/2017, de 28 de junio, de Venta Local de Productos Agroalimentarios en Aragón](#)

En la web del Gobierno de Aragón se puede descargar toda la información sobre modalidades, productos, requisitos de productores y establecimientos e información e identificación de los puntos de venta. Así como del distintivo único para identificación y publicidad.

<https://www.aragon.es/-/venta-local-de-productos-agroalimentarios>

Más información y contacto: Departamento de Agricultura, Ganadería y Medio Ambiente, Servicio de Promoción y Calidad Agroalimentaria

Teléfono: 976 714 688 agricultura@aragon.es



Anexos- normativas específicas según categorías de producto

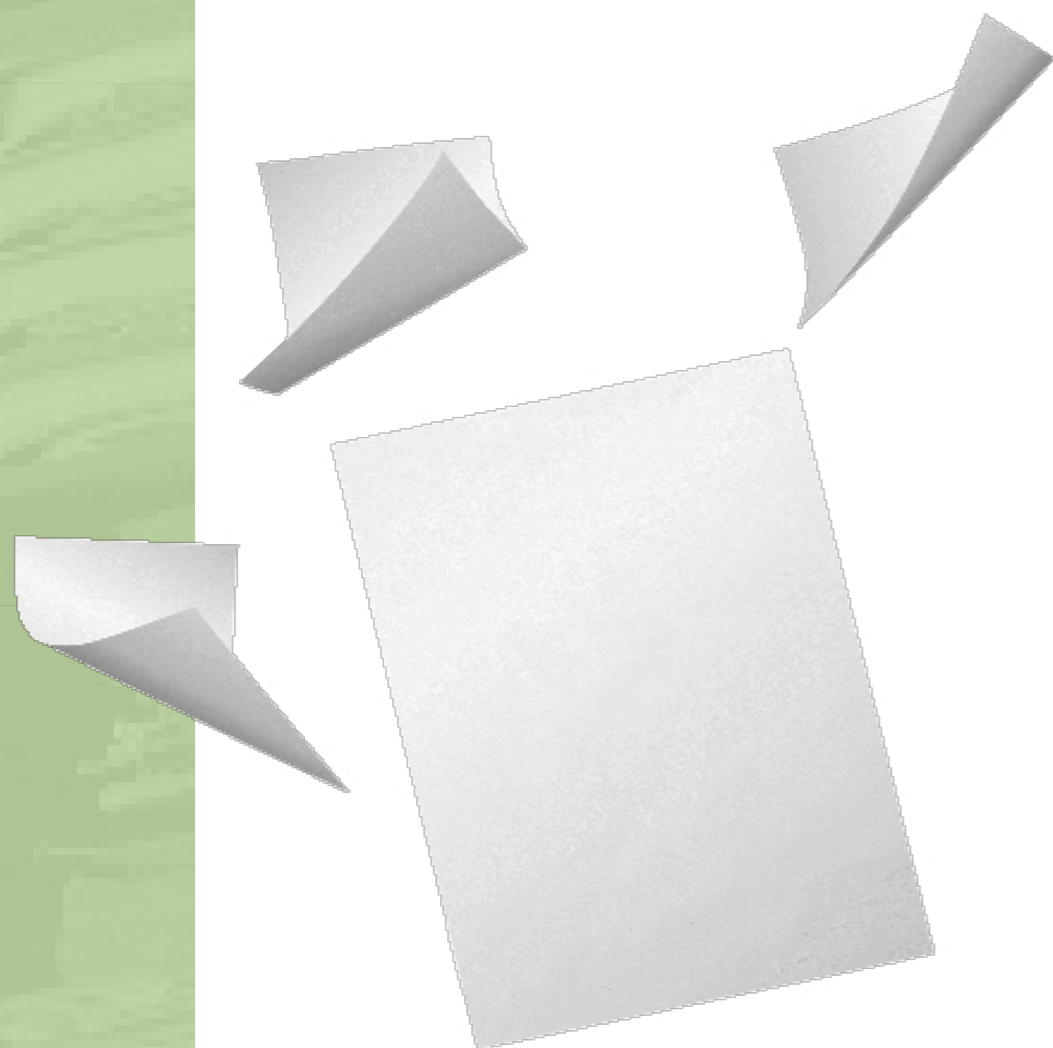
BLOQUE 8



En este apartado se detallan normativas específicas para algunas de las claves de productos que hemos enumerado en el apartado de Registros Sanitarios.

Este apartado se irá completando con anexos de otras claves de producto en función de la demanda de los emprendedores agroalimentarios.

De momento se contemplan los 5 anexos que se detallan a continuación, seleccionados principalmente por sus características especiales, como son los cárnicos y lácteos.



8.1. Anexo I- Leche y Derivados lácteos

(ALIMENTOS INCLUIDOS EN LA DESCRIPCIÓN DE LA CLAVE 15: Quesos, yogures, requesón, cuajadas, quesos untables, nata, mantequilla.)

1. ASPECTOS SANITARIOS ESPECÍFICOS.

Al tratarse de productos de origen animal, el alta en el Registro Sanitario (clave 15) requiere de autorización previa y el proceso puede tardar hasta 3 meses.

En el siguiente enlace puede disponer de la Guía de Prácticas Correctas de Higiene para la elaboración de queso y productos lácteos artesanos:

https://www.sergas.es/Saude-publica/Documents/4921/biosafety_fh_guidance_artisanal-cheese-and-dairy-products_es.pdf



1.1 LETRA Q

En el caso de las empresas en las que se trabaje con leche cruda, la trazabilidad de la misma se hace a través de un sistema informático centralizado a nivel nacional denominado **Letra Q**. En él, se registra información acerca de las explotaciones productoras y de los centros lácteos en los que se entrega la leche. Así mismo, en él quedan registrados otros parámetros relacionados con la calidad en la leche cruda, como son: recuento en células somáticas (no aplicable en el caso de la leche de oveja y de cabra), el de colonias de gérmenes a 30°C y la presencia de residuos de antibióticos. Estos parámetros, que están contemplados en la normativa comunitaria y la nacional, se registran con el objetivo de controles oficiales establecidos en el Programa Nacional de Control Oficial de las Condiciones Higiénico-sanitarias de la Producción y de la Trazabilidad de Leche Cruda de Vaca, Oveja y Cabra.

¿Cómo darse de alta?

Para poder acceder al sistema informático centralizado, será necesario inscribirse en el Registro de agentes, establecimientos y contenedores que intervienen en el sector lácteo del Gobierno de Aragón.

Puede solicitarlo cualquier persona física o jurídica que posea o maneje leche cruda, incluyendo operadores, productores y transportistas que se encuentren en el territorio de la comunidad autónoma. Para ello, será necesario entregar una solicitud de inscripción acorde al tipo de centro que sea, así como una solicitud de acceso a la base de datos Letra Q, de los responsables de centro.

Los documentos para solicitud así como el trámite puede realizarse de forma telemática a través de la siguiente web: <https://www.aragon.es/tramitador/-/tramite/inscripcion-registro-agentes-establecimientos-contenedores-intervienen-sector-lacteo>, o de manera presencial en las Oficinas Comarcales Agroambientales (OCA).

En caso de duda, pueden ponerse en contacto con su OCA, o en el email que indica el enlace al tramitador arriba indicado.

En los siguientes enlaces encontrará información relativa a la LETRA Q:

<https://www.mapa.gob.es/es/ganaderia/temas/sanidad-animal-higiene-ganadera/Higiene-de-la-produccion-primaria-ganadera/calidad-de-la-leche-letra-q/default.aspx>



1.2 ETIQUETADO

Además de lo mencionado en el apartado “Etiquetado” de la presente guía, y acorde a lo establecido en el [Real Decreto 1181/2018](#), los fabricantes de leche y productos lácteos deben **informar a los consumidores acerca del origen de la leche que utilizan** como ingrediente para su elaboración.

Esta normativa se aplica a la leche de cualquier animal de abasto (vaca, cabra y oveja), así como a **cualquier otro producto que contenga más de 50 % de leche como ingrediente (leche, nata, mantequillas, quesos, yogures, leches fermentadas...)**. En ambos casos, **se debe indicar el país de ordeño y el país de transformación**.

Dicha información debe figurar cerca de la lista de ingredientes y debe tener el mismo tamaño y color de fuente utilizados para la lista de ingredientes.

La única excepción a esta norma serán los productos amparados bajo una denominación de origen. Ahora bien, la indicación del lugar de procedencia en estos productos es voluntaria, ya que se sobreentiende que éste ya se contempla en el etiquetado. Esta normativa es únicamente nacional, por lo que sólo afecta a la leche y a los productos lácteos que se elaboran y comercializan en España. En ningún momento, afecta a los lácteos que se fabriquen fuera y que se comercialicen en nuestro país.

En el siguiente enlace se dispone de información relativa a este aspecto particular de la normativa sobre el etiquetado de este tipo de productos : https://inlac.es/wp-content/uploads/2019/11/id_11171447_Infografiaetiquetado.pdf.

1.3 GESTIÓN DE SUBPRODUCTOS SANDACH

Los subproductos y residuos que se generarán en este proceso pertenecen a los denominados **SANDACH (Subproductos Animales No Destinados Al Consumo Humano)**.

Los SANDACH engloban cuerpos enteros o partes de animales, productos de origen animal u otros productos obtenidos a partir de animales, que no están destinados para el consumo humano.

A la hora de la recogida de estos residuos existe una normativa específica (Real Decreto 1528/2012) que se encarga de regular su correcto tratamiento. Se clasifican en tres tipos de categorías en función de su nivel de riesgo para la salud pública y la salud animal, acorde a lo establecido en Reglamento (CE) N° 1069/2009.

En el siguiente enlace podrá encontrar los distintos tipos de SANDACH y categorías contempladas por la legislación:

<https://www.aragon.es/-/subproductos-animales-no-destinados-a-consumo-humano-sandach->

Para lácteos y derivados, la mayor parte de los residuos que se generarán y la categoría a la que pertenecen se encuentran en esta tabla (a menor categoría, mayor peligrosidad y por lo tanto mayores los requisitos de tratamiento de los mismos).



SUBPRODUCTO	CATEGORÍA
Productos de origen animal declarados no aptos para el consumo humano por presencia de cuerpos extraños.	II
Productos de origen animal declarados no aptos para el consumo humano que presentan agentes microbiológicos patógenos (<i>Listeria monocytogenes</i> , <i>Salmonella</i> , spp)	II
Subproductos que contengan residuos de sustancias autorizadas o de contaminantes que sobrepasen los niveles autorizados.	II
Subproductos generados en la elaboración de productos destinados al consumo resultantes de la elaboración de productos lácteos (ej. Suero lácteo)	III
Productos de origen animal o productos alimenticios que los contengan y que no estén destinados al consumo humano por motivos comerciales, defectos de fabricación o envasado, u otros defectos que no supongan riesgos para la salud	III

Si bien la legislación indica que la retirada de SANDACH de los establecimientos debe realizarse a través de gestores de residuos especializados, el Reglamento [Nº 142/2011](#) indica una serie de usos especiales de este tipo de subproductos lácteos (en este caso del suero lácteo que es el subproducto mayoritario), para el abono de tierras que posteriormente se destinen a alimentación de animales de granja con pasto.

El almacenamiento de estos subproductos deberá efectuarse a una temperatura adecuada para evitar riesgos para la salud pública o para la salud animal, en contenedores específicos y debidamente identificados como SANDACH, y en una zona de almacenamiento específica independiente dentro de un establecimiento.

Transporte:

Para el transporte de SANDACH (leche, productos lácteos, productos derivados de la leche, calostro y productos a base de calostro) se requiere de un contenedor específico que esté claramente identificado con las palabras «no apto para el consumo humano»;

Así mismo, dicho transporte deberá quedar registrado con un documento justificativo firmado por los distintos responsables en el que se indique, como mínimo, la siguiente información:

- Lugar de origen: nombre del titular y CIF, dirección, Nº RGSEAA.
- Lugar de destino: nombre del titular y CIF, dirección, Nº RGSEAA.
- Datos del transporte: nombre del transportista y CIF, datos del vehículo
- Datos sobre la carga: tipo de subproducto (ej. suero lácteo), categoría SANDACH, especie animal, fecha de recogida, Nº de contenedores, Kg o litros totales, uso que se le va a dar en destino.
- Datos de recepción: fecha de recepción, cantidad recibida (Nº contenedores y Kg o litros).

2. MAQUINARIA

Todos los equipos utilizados en la industria alimentaria deben ser fáciles de limpiar y desinfectar, a la vez que resistentes a la corrosión. Por ello, generalmente se utilizan equipos fabricados en acero inoxidable (el AISI 304 y el 316, son los más utilizados). Así mismo, los pequeños utensilios que se utilizan son de silicona o plástico de uso alimentario. El uso de **madera u otros materiales porosos está prohibido** (salvo para excepciones muy puntuales). En cualquier caso, todos los equipos y utensilios que se empleen durante el proceso productivo deben tener certificado de apto para uso alimentario.

En industrias de fabricación de derivados lácteos los equipos básicos más frecuentes son:

		EQUIPOS
General para toda industria láctea	Recepción de la leche	Bomba de trasiego y mangueras Tanque refrigerador
	Tratamiento térmico de la leche*	Pasteurizador con intercambiador de placas Cuba de cuajado con agitador
Para la elaboración de quesos		Cuba de cuajado Carro desuerador Moldes perforados Mesa de trabajo Prensa Cuba de salado Cámaras (de oreo, de maduración, conservación)
Para elaboración de yogures y requesón		Lactofermentador (en fabricación de yogures y requesón) Envasadora Armario fermentador (yogures) Cámara de conservación

* La leche cruda únicamente puede utilizarse para la elaboración de quesos curados con una maduración mínima de 60 días y los derivados lácteos obtenidos a partir de dichos quesos. En caso de quesos con periodos de maduración inferior a 60 días, yogures, requesones u otros derivados, es obligatorio aplicar como mínimo un tratamiento de pasteurización.

La producción con leche cruda requiere un mayor control sanitario del proceso por un mayor riesgo de contaminación cruzada. La pasteurización supone un tratamiento térmico que elimina las bacterias patógenas de la leche pero no todas las bacterias alterantes. Existen diferentes tipos de pasteurización acorde a las temperaturas y tiempos de aplicación. En función del tipo de pasteurización que se quiera realizar se necesitan distintos tipos de pasteurizador.

En el siguiente enlace encontrará información más detallada acerca de los tipos de pasteurización, maquinaria y requisitos necesarios de instalaciones en industrias lácteas:

<https://bit.ly/3t9RMHs>



8.2. Anexo II. Bebidas alcohólicas

Productos según la CLAVE 30: Vino, cerveza, vermut, pacharán, otros licores, (ej, licor de frutas).

1.LEGISLACIÓN ESPECÍFICA

1. Vino

La Ley [24/2003](#), de 10 de julio, de la Viña y del Vino, establece la ordenación básica, en el marco de la normativa de la Unión Europea, así como su designación, presentación, promoción y publicidad. En ella se establece que el vino es el *alimento natural obtenido exclusivamente por fermentación alcohólica, total o parcial, de uva fresca, estrujada o no, o de mosto de uva*. Además, establece que acorde a las categorías de envejecimiento, pueden incluirse las siguientes denominaciones:



TIPOS DE VINO	DENOMINACIÓN ESPECÍFICA	CONDICIONES DE ENVEJECIMIENTO
Vinos de mesa con derecho a la mención tradicional “vino de la tierra” y para los vinos de calidad producidos en regiones determinadas*	NOBLE	Los vinos sometidos a un período mínimo de envejecimiento de 18 meses en total, en recipiente de madera de roble de capacidad máxima de 600 litros o en botella.
	AÑEJO	Los vinos sometidos a un período mínimo de envejecimiento de 24 meses en total, en recipiente de madera de roble de capacidad máxima de 600 litros o en botella.
	VIEJO	Los vinos sometidos a un período mínimo de envejecimiento de 36 meses , cuando este envejecimiento haya tenido un carácter marcadamente oxidativo debido a la acción de la luz, del oxígeno, del calor o del conjunto de estos factores.
Vinos de calidad producidos en regiones determinadas**	CRIANZA	Vinos tintos con un período mínimo de envejecimiento de 24 meses , de los que al menos 6 habrán permanecido en barricas de madera de roble de capacidad máxima de 330 litros. Vinos blancos y rosados con un período mínimo de envejecimiento de 18 meses , de los que al menos 6 habrán permanecido en barricas de madera de roble de capacidad máxima de 330 litros.
	RESERVA	Vinos tintos con un período mínimo de envejecimiento de 36 meses , de los que habrán permanecido al menos 12 en barricas de madera de roble de capacidad máxima de 330 litros, y en botella el resto de dicho período. Vinos blancos y rosados con un período mínimo de envejecimiento de 24 meses , de los que habrán permanecido al menos 6 en barricas de madera de roble de la misma capacidad máxima, y en botella el resto de dicho período.

	GRAN RESERVA	<p>Vinos tintos con un período mínimo de envejecimiento de 60 meses, de los que habrán permanecido al menos 18 en barricas de madera de roble de capacidad máxima de 330 litros y en botella el resto de dicho período.</p> <p>Vinos blancos y rosados con un período mínimo de envejecimiento de 48 meses, de los que habrán permanecido al menos 6 en barricas de madera de roble de la misma capacidad máxima y en botella el resto de dicho período.</p>
--	--------------	--

Vinos espumosos	“PREMIUM” y “RESERVA”	Los vinos espumosos de calidad definidos en la normativa comunitaria y los vinos espumosos de calidad producidos en una región determinada.
	GRAN RESERVA	Los vinos amparados por la Denominación Cava , con un período mínimo de envejecimiento de 30 meses contados desde el tiraje hasta el degüelle.

*El vino de mesa podrá utilizar la mención “vino de la tierra”, acompañada de una indicación geográfica, siempre que cumpla los siguientes requisitos:

- Que el territorio vitícola del que proceda, independientemente de su amplitud, haya sido delimitado teniendo en cuenta unas determinadas condiciones ambientales y de cultivo que puedan conferir a los vinos características específicas.
- Que se expresen la indicación geográfica, el área geográfica, las variedades de vid y los tipos de vinos amparados, el grado alcohólico volumétrico natural mínimo y una apreciación o una indicación de las características organolépticas.

** Existen a su vez distintos niveles:

- Vinos de calidad con indicación geográfica.
- Vinos con denominación de origen.
- Vinos con denominación de origen calificada.
- Vinos de pagos.

Para una mayor información, consultar los artículos 21, 22, 23, 24 de la [Ley 24/2003](#), de 10 de julio, de la Viña y del Vino. **Así mismo, deben cumplir con el pliego de condiciones de la figura de calidad de la zona geográfica por lo que es recomendable ponerse en contacto con el consejo regulador de dicha denominación.**

En el marco de la normativa comunitaria, en España está prohibida la mezcla de vinos tintos con vinos blancos.

Cabe destacar además, que la Ley 24/2003, de 10 de julio, de la Viña y del Vino, es también de aplicación a los productos derivados de la uva o del vino y, en particular, **al vinagre de vino, a los vinos aromatizados, al brandy, al aguardiente de orujo y al mosto**. Reglamentariamente se regularán, para el brandy, las menciones “Solera”, “Solera Reserva” y “Solera Gran Reserva”, así como el empleo de indicaciones de edad en las etiquetas.

2. CERVEZA

La legislación encargada de establecer la normativa básica de calidad para la elaboración y comercialización de la cerveza y de las bebidas de malta es el [Real Decreto N° 678/2016](#), de 16 de diciembre por tanto la que deben seguir todos los elaboradores de cerveza.

Se considera cerveza al alimento resultante de la fermentación, mediante levaduras seleccionadas, de un mosto cervecero elaborado a partir de materias primas naturales.

Dicha legislación establece además los siguientes tipos de cerveza:

CERVEZA DE CEREALES	Cuando en el mosto cervecero la presencia de malta de cebada sea inferior al 50 % respecto al total de la malta llevará la denominación de «Cerveza de» seguida del nombre del cereal con mayor contenido en peso.
CERVEZA EXTRA	Cerveza con un extracto seco primitivo superior o igual al 15% en masa.
CERVEZA ESPECIAL	Cerveza con un extracto seco primitivo superior o igual al 13% en masa e inferior al 15% en masa.
CERVEZA NEGRA	Cerveza que supere las 50 unidades de color, conforme al método analítico de la European Brewery Convention (EBC).
CERVEZA DE BAJO CONTENIDO EN ALCOHOL	Cerveza cuya graduación alcohólica esté comprendida entre el 1 y el 3% en volumen.
CERVEZA SIN ALCOHOL	Cerveza cuya graduación alcohólica sea menor al 1% en volumen.

CLARA	Mezcla de cualquier tipo de cerveza con gaseosa, o con bebida refrescante aromatizada o bebida refrescante de zumos de frutas con carácter organoléptico exclusivamente de cítricos, en la que el porcentaje de cerveza sea superior al 50% o su graduación alcohólica sea superior a 0,5% en volumen.
FABRICACIÓN ARTESANA*	Elaborada mediante un proceso que se desarrolle de forma completa en la misma instalación y en el que la intervención personal constituye el factor predominante, bajo la dirección de un maestro cervecero o artesano con experiencia demostrable y primando en su fabricación el factor humano sobre el mecánico, obteniéndose un resultado final individualizado, que no se produzca en grandes series, siempre y cuando se cumpla la legislación que le sea aplicable en materia de artesanía.

*Las cervezas que se elaboren conforme al método de fabricación artesana podrán incluir la expresión «de fabricación artesana», como información alimentaria voluntaria en el etiquetado del producto.

Desde el punto de vista de la calidad alimentaria, además de los requisitos expuestos anteriormente, la cerveza deberá presentar las siguientes características: un pH inferior o igual a 5,5; y un amargor superior a 5 mg/l (1 mg/l de isoácidos en cervezas equivale a una unidad de amargor IBU).

En la elaboración, manipulación y venta al consumidor final de la cerveza y de las bebidas de malta, **se prohíben las siguientes prácticas:**

- La transformación del almidón en azúcares, mediante hidrólisis exclusivamente ácida.
- Cualquier manipulación o trasvase fuera de las instalaciones productivas, salvo que se realice con autorización de la empresa cervecera elaboradora.
- La adición de alcohol, excepto el procedente del propio proceso de fermentación y elaboración de la cerveza.
- La sustitución del lúpulo o sus derivados por otros principios amargos.
- La neutralización después del proceso de fermentación.

3. BEBIDAS ESPIRITUOSAS

El Reglamento [Nº 10/2008](#) y el Real Decreto [Nº 164/2014](#) establecen las normas complementarias para la producción, designación, presentación y etiquetado de determinadas bebidas espirituosas. En él, se indica que las siguientes bebidas alcohólicas deben cumplir una serie de requisitos para poder denominarse así:



BEBIDAS	REQUISITOS
RON	<ul style="list-style-type: none"> • Blanco: ron que no podrá contener caramelo añadido y que está caracterizado por su ausencia de color. • Dorado: ron procedente del ensamble de diferentes rones que han sido sometidos a maduración o envejecimiento y rones blancos. • Envejecido: ron que haya permanecido en envases de madera de roble durante un tiempo mínimo de <i>6 meses</i>. • Añejo: ron que haya permanecido en envases de madera de roble durante un tiempo mínimo de <i>1 año</i>. • Viejo: ron que haya permanecido en envases de madera de roble durante un tiempo mínimo de <i>3 años</i>.
BRANDY	<p>Su contenido en materias reductoras será, como máximo, de 35 g/l de brandy. En la elaboración de brandy queda autorizado el empleo como edulcorantes de sacarosa y glucosa.</p> <p>Queda autorizado, como método de producción tradicional del brandy, el empleo de infusiones y extractos hidroalcohólicos obtenidos de los productos que a continuación se especifican:</p> <ol style="list-style-type: none"> Uva pasa. Ciruela pasa. Fibras de madera de roble. Pericarpio de almendra. Vainas de vainilla y de nueces verdes. Lías de vino producidas en la fermentación del mosto. <p>Asimismo, queda autorizado el empleo de vino dulce natural.</p>

BRANDY	<p>Denominaciones específica en brandies envejecidos por el sistema de criaderas y solera en barricas de madera de roble de capacidad inferior a 1.000 litros:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Solera: brandy cuyo contenido de sustancias volátiles sea superior a 150 mg/100 cc de alcohol a 100 % vol. y que haya sido sometido a un tiempo de envejecimiento superior a <i>6 meses</i>. • Solera Reserva: brandy cuyo contenido de sustancias volátiles sea superior a 200 mg/100 cc de alcohol a 100% vol. y que haya sido sometido a un tiempo de envejecimiento superior a <i>1 año</i>. • Solera Gran Reserva: brandy cuyo contenido de sustancias volátiles sea superior a 250 mg/100 cc de alcohol a 100% vol. y que haya sido sometido a un tiempo de envejecimiento superior a <i>3 años</i>. <p>Los brandies envejecidos por el sistema de envejecimiento estático en barricas de roble pueden ser:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Reserva: cuando el envejecimiento sea superior a <i>1 año</i>. • Gran Reserva: cuando el envejecimiento sea superior a <i>3 años</i>.
ORUJO	<ul style="list-style-type: none"> • Blanco: orujo caracterizado por su ausencia de color. • Envejecido: orujo que haya permanecido en envases de madera de capacidad igual o inferior a 1.000 litros durante un período mínimo de <i>1 año</i>.
BEBIDAS ANISADAS	<p>Anisette: bebida espirituosa anisada con un grado alcohólico mínimo de 20% vol. y un contenido en azúcar superior a 200 g/l.</p>

BEBIDAS ANISADAS

Anís:

- *Extraseco*: anís con un grado alcohólico superior a 50% vol. e inferior o igual a 55% vol. y cuyo contenido en azúcares totales, expresados en sacarosa, no podrá rebasar la cifra de 50 g/l de producto terminado. Deberá tener un contenido en aceites esenciales de 1,75 a 3,75 g/l.
- *Seco*: anís con un grado alcohólico comprendido entre 35% vol. y 50% vol. y cuyo contenido en azúcares totales, expresados en sacarosa, no podrá rebasar la cifra de 50 g/l de producto terminado. Deberá tener un contenido en aceites esenciales de 1 a 3 g/l.
- *Semidulce*: anís con un grado alcohólico comprendido entre 35% vol. y 45% vol. y cuyo contenido en azúcares totales, expresados en sacarosa, como mínimo de 50 g/l, sin sobrepasar los 200 g/l. Deberá tener un contenido en aceites esenciales de 0,75 a 1,5.
- *Dulce*: anís con un grado alcohólico comprendido entre 35% vol. y 45% vol. y cuyo contenido en azúcares totales, expresados en sacarosa, es superior a 200 g/l. Deberá tener un contenido en aceites esenciales de 0,75 a 1,5 g/l.
- *Escarchado*: anís con un grado alcohólico comprendido entre 35% vol. y 45% vol. y cuyo contenido en azúcares alcanza la sobresaturación. Deberá presentar el azúcar cristalizado en las ramas vegetales que sirven de soporte para tal fin.

LICOR

- **Semiseco**: licor con un contenido en azúcar entre 100 y 200 g/l.
- **Dulce**: licor con un contenido en azúcar superior a 200 g/l.

PACHARÁN

Graduación alcohólica comprendida entre 25 y 30 % vol.
 Para la elaboración del pacharán se emplearán, como mínimo, 125 gramos de endrinas («Prunus Spinosa») por litro de producto final.
 El contenido en azúcares totales en el producto final será de 80 a 250 gramos por litro.

RONMIEL

El producto final tendrá un contenido del 2% en miel de abeja («Apis mellifera») y un grado alcohólico máximo de 30% vol.

NOTA: Ante los inspectores de Sanidad se deberá disponer de analíticas del grado alcohólico de cada lote de producto, para justificar que se ajustan al volumen (%) de alcohol exigido por la legislación según el tipo de producto y lo indicado en el etiquetado (ej.pacharán etiquetado con un 21% (vol) la analítica debe indicar un contenido en alcohol de entre 20,5 y 21,5%).



2. VOLUMEN DE LOS ENVASES

El Real Decreto 1801/2008 (Anexo I) establece las cantidades nominales para productos envasados y el control de su contenido efectivo. En el caso de los productos que son vendidos por volumen como es el caso de las bebidas alcohólicas, el volumen de venta por envase debe ajustarse a los siguientes criterios:

TIPO DE BEBIDA	VOLUMEN (ML) DE VENTA DE PRODUCTO PERMITIDO POR UNIDAD (BOTELLA)
Vino tranquilo	100 – 187 – 250 – 375 – 500 – 750 – 1.000 – 1.500
Vino amarillo	620
Vino espumoso	125 – 200 – 375 – 750 – 1.500
Vino de licor	100 – 200 – 375 – 500 – 750 – 1.000 – 1.500
Vino aromatizado (ej: vermut)	100 – 200 – 375 – 500 – 750 – 1.000 – 1.500
Bebidas espirituosas	100 – 200 – 350 – 500 – 700 – 1.000 – 1.500 – 1.750 – 2.000

3. IMPUESTOS ESPECIALES PARA EL ALCOHOL

La elaboración de bebidas alcohólicas está sujeta a la normativa de impuestos especiales, contando con un *tipo impositivo diferente según el ámbito subjetivo*, es decir el tipo de producto y los grados alcohólicos del mismo:

- Cerveza (tributa si el grado alcohólico es mayor de 0,5°)
- Vino y bebidas fermentadas (vinos tranquilos y espumosos; bebidas fermentadas tranquilas y espumosas). No tributan, aunque tienen que presentar los modelos trimestrales y anuales correspondientes a la normativa.
- Productos intermedios (entre 1,2° y 22° alcohólicos. Por ej. vermut, vinos de alcohol..)
- Alcohol y bebidas derivadas, espirituosas y destilados (ej. pacharán, licores de hierbas superiores a 22°)

El productor tiene que solicitar en Aduanas (Agencia Tributaria) un N° de Código de Actividad y Establecimiento (CAE) que identifica el establecimiento (bodega, obrador..) en “régimen suspensivo” (zona franca). Esto quiere decir que se liquidará el impuesto especial cuando la bebida salga del establecimiento para la venta (es el momento en el que se ponen las precintas a las botellas), pero no si va a otra fábrica o almacén con CAE o si se exporta.



Para la solicitud hay que realizar una memoria en la que conste:

- El proceso e ingredientes para una unidad determinada de producción, preferentemente en relación a la capacidad del envase que se pondrá a la venta.
- Hay que determinar el *ámbito subjetivo del producto*, estableciendo la *“Nomenclatura combinada”* que caracteriza a cada producto, en función de su naturaleza, grado alcohólico y tamaño del envase de venta (que está regulado en dichos códigos).
- Análisis del grado alcohólico de cada producto, certificado por un laboratorio acreditado.
- Planos del local incluyendo depósitos y almacenes.
- Listado de depósitos, características y capacidad.
- Memoria contable de la producción. Los libros contables que se establezcan para la gestión diaria tienen que recoger los movimientos (entradas, cambios de estados, salidas de productos) de forma actualizada (máximo 5 días de desfase) según el formato establecido por Aduanas (existe una aplicación informática SILICIE, obligatoria a partir de determinados volúmenes de producción o con varios productos sujetos a distintos tipos impositivos). Además trimestralmente y anualmente se deben realizar las correspondientes declaraciones.

ATENCIÓN al cómputo de pérdidas o mermas fortuitas o por fuerza mayor, que tienen porcentajes reglamentarios indicados en la normativa.



LEGISLACIÓN:

- [Normas básicas de impuestos especiales](#)
- Orden [HAC/1271/2019](#), de 9 de diciembre, por la que se aprueban las normas de desarrollo de lo dispuesto en el artículo 26 del Reglamento de los Impuestos Especiales, aprobado por Real Decreto [1165/1995](#), de 7 de julio, sobre marcas fiscales previstas para bebidas derivadas
- [Nomenclatura combinada](#)
Se tramita en la [Agencia Tributaria: Impuestos especiales - Agencia Tributaria](#)



4. REOVI - Registro General de Operadores del Sector Vitivinícola

Se tramita en los Servicios Provinciales del Departamento de Agricultura, Ganadería y Medio Ambiente.

Es un registro estatal al que se deben comunicar las altas, bajas y modificaciones de instalaciones relacionadas con el sector vitivinícola.

Quién tiene la obligación de estar inscrito:

- **Cosecheros.** En el caso de la declaración de cosecha, con las excepciones señaladas en el [RD 739/2015](#)
- **Productores.** Todos los productores que hayan elaborado mosto o vino deberán comunicar los datos de los proveedores y los justificantes de compra venta de productos. No será necesario la presentación del justificante de compra-venta si la declaración de cosecha está firmada también por el productor que elabora el vino.
- **Propietarios de las parcelas.** Deberán presentar declaración de destino de producciones de plantaciones ilegales realizadas antes del 1 de enero de 2016: los responsables de plantaciones ilegales de viñedo o en su defecto los propietarios de la parcela del viñedo.
- **Productores de vino o almacenistas**

Las comunicaciones se presentarán en el mes siguiente de producirse o de que se tenga conocimiento del hecho.

Para la confección de las declaraciones y tramitación del REOVI:

<https://www.aragon.es/tramitador/-/tramite/declaraciones-obligatorias-sector-vitivinicola>

5. REGISTRO DE ENVASADORES Y EMBOTELLADORES DE VINOS Y BEBIDAS ALCOHÓLICAS

Servicios Provinciales de Agricultura Ganadería y Medio Ambiente

El objeto de este trámite es solicitar la inscripción, modificación de datos o baja en el Registro de Envasadores y Embotelladores de vinos y bebidas alcohólicas de Aragón.

Es obligatorio para los que ejercen la actividad. Pueden solicitarlo personas físicas o jurídicas y deben estar inscritas previamente en el registro de Industrias Agrarias o Agroalimentarias.

Documentos a aportar:

- Solicitud
- Relación de productos a embotellar
- Bocetos de etiquetas

Los modelos se pueden descargar en la web del Gobierno de Aragón:

<https://www.aragon.es/tramitador/-/tramite/inscripcion-registro-enzasadores-embotelladores-vinos-bebidas-alcoholicas>



8.3. Anexo III- Sector vegetales y derivados

Productos de Clave 21 Vegetales (hortalizas, frutas, setas, tubérculos, legumbres) y derivados (aceitunas de mesa, patés de aceitunas, encurtidos, legumbres secas, mermeladas de frutas o vegetales, conservas vegetales (ej tomate en conserva, espárragos, judías verdes...), frutos secos crudos o tostados, zumos de frutas o vegetales, vegetales frescos troceados (ej macedonias) o deshidratadas (ej sopa juliana, arroz con setas)

1. ASPECTOS SANITARIOS ESPECÍFICOS.

Al tratarse de productos de origen vegetal, el alta en el Registro Sanitario (clave 21), NO requiere de autorización previa y puede comenzarse la actividad con la declaración responsable (véase apartado de Registro Sanitario).

Productos que están incluidos en este sector son:

- Aceitunas de mesa
- Patés de Aceituna
- Encurtidos
- Legumbres secas
- Purés o mermeladas de frutas o vegetales
- Conservas vegetales (ej. tomate frito en conserva, espárragos, judías verdes...)
- Frutos secos crudos o tostados
- Cereales (ej. muesli)
- Zumos de frutas o vegetales
- Vegetales frescos troceados (ej. macedonias), deshidratados (ej sopa juliana, arroz con setas...) o congelados

1.1 CONSERVAS VEGETALES.

Por definición una conserva es un tipo de producto que puede almacenarse a temperatura ambiente y dispone de una vida útil muy larga (hasta 2 años en muchos casos). Sin embargo es importante destacar que para ello es necesario que el producto cumpla una serie de requisitos:

1. O bien ha sido sometido a un proceso de **esterilización comercial** que implica un tratamiento térmico o cocción botulínica, con temperatura superiores a los 100°C (generalmente 110°C/30 min o tratamientos con T^a/tiempos equivalentes), capaces de eliminar los esporos del microorganismo *Clostridium Botulinum* y prevenir la formación de la toxina botulínica. (NOTA: Se debe realizar en autoclave y es necesario registrar el tiempo y la temperatura del tratamiento).

2. O bien que el producto tenga un **pH inferior a 4,6** (pH al cual *Clostridium Botulinum* no puede crecer ni generar toxina). Un ejemplo de producto que cumple este criterio serían los encurtidos. (NOTA: es necesario medir el pH en el producto final)

Si el producto no cumple con uno de los dos requisitos anteriores, (ej. únicamente ha sido sometido a pasteurización, con temperaturas inferiores a los 100°C), se considerará una semiconserva y será necesario mantenerlo y comercializarlo en refrigeración, además de que su vida útil será menor.



1.2 MERMELADAS

Las mermeladas, al igual que las conservas, son productos con una vida útil muy larga. Esto se debe a que su contenido en azúcar (medido en °Brix mediante refractómetro) es muy elevado. Concretamente, por ley las mermeladas, confituras, etc. deberían tener como mínimo 60°Brix, excepto en aquéllas en las que el azúcar ha sido parcialmente sustituido por edulcorantes.

El **Real Decreto 863/2003**, desarrolla la norma de calidad para la elaboración, comercialización y venta de confituras, jaleas, “marmalades” de frutas y crema de castañas, y en él pueden encontrarse las condiciones que deben cumplir este tipo de productos para poder denominarse así legalmente.

Etiquetado

El etiquetado de estos productos deberá incluir la indicación del contenido de fruta del producto acabado mediante los términos «*elaborado con ... gramos de fruta por 100 gramos*», si procede tras la deducción del peso del agua empleada para la preparación de los extractos acuosos.

Así mismo, deberá incluir la indicación del contenido total de azúcares mediante los términos **«contenido total de azúcares ... gramos por 100 gramos»**, en el que la cifra indicada representa el valor refractométrico del producto acabado, determinado a 20°C, con una tolerancia de +/- 3 grados refractométricos.

Ambas informaciones deberán figurar en el mismo campo visual que la denominación de venta, en caracteres claramente visibles.



1.3 ZUMOS

La vida útil de los zumos viene determinada por el tratamiento térmico aplicado: pasteurización (<100°C) o esterilización (>100°C), su pH y sus °Brix. En cualquier caso, es necesario que el tiempo entre la recolección de la fruta/verdura y la elaboración del zumo sea lo más corto posible para evitar la proliferación de microorganismos y lograr un producto de mayor calidad y menor riesgo por contaminación biológica. Así como aplicar un tratamiento térmico para limitar la oxidación del producto y los cambios de color.

En el **Real Decreto 781/2013** se establecen normas relativas a la elaboración, composición, etiquetado, presentación y publicidad de los zumos de frutas y otros productos similares (ej. néctar, zumo concentrado) destinados a la alimentación humana.

1.4 PRODUCTOS SECOS O DESHIDRATADOS

En el caso de los productos secos o deshidratados, es importante destacar que, si bien su vida útil es muy larga, las empresas que los fabriquen y/o envasen deben contar con un almacén en el que se controlen y eviten fácilmente las fluctuaciones de temperatura y humedad, para evitar el crecimiento de microorganismos en los productos.

Todas las instalaciones donde se lleve a cabo manipulación de alimentos deben estar autorizadas. Ejemplo: una planta deshidratadora y/o envasadora de hierbas aromáticas destinadas a uso como condimento o infusiones debe estar autorizada por las autoridades sanitarias competentes.



Enlaces de interés

En los siguientes enlaces encontrarás información útil sobre los aspectos sanitarios y de seguridad alimentaria aplicada al sector de los transformados vegetales:

- Guía de prácticas correctas de higiene para vegetales y derivados, frescos, mondados, troceados o envasados de la Generalitat de Catalunya: https://acsa.gencat.cat/web/.content/Documents/eines_i_recursos/guia_practiques_castellano/iv_gamo-castellano-v3.pdf
- Guía de Buenas Prácticas de fabricación en el sector de los transformados vegetales, de la Asociación de Industrias Agroalimentarias (CONSEBRO) y el Ministerio de Medio Ambiente y Medio Rural y Marino :<https://bit.ly/3c3LjrO>



8.4. Anexo IV. Sector cereales y derivados

Productos Clave 20: Harina, pan, pasta fresca o seca, productos de pastelería, confitería, bollería y repostería, galletas, arroz, quinoa.

1. ASPECTOS SANITARIOS ESPECÍFICOS.

Al tratarse de productos de origen vegetal, el alta en el Registro Sanitario (clave 20), NO requiere de autorización previa, y puede comenzarse la actividad con la declaración responsable (véase apartado de Registro Sanitario).

Productos que están incluidos en este sector son:

- Harinas, sémola y semolina
- Preparados para rebozar y otros productos amiláceos
- Granos mondados, perlados, machacados, grañones y gofio
- Cereales en copos o expandidos, con o sin otros ingredientes
- Pan
- Pastas alimenticias
- Productos de pastelería, confitería, bollería y repostería
- Productos semielaborados
- Galletas
- Salvado/fibras de cereales
- Arroz
- Cereales distintos del arroz
- Pseudocereales (ej. quinoa)

1.1 PANADERÍA

La legislación que regula la norma de calidad para el pan es el Real Decreto [308/2019](#) cabe destacar que esta normativa ha introducido las siguientes novedades:

- Para que se pueda denominar **pan integral**: el 100% de la harina empleada debe ser integral. Para aquellos panes integrales o de otros cereales que no estén elaborados de forma exclusiva con ese tipo de harina, se tendrá que indicar el porcentaje de harina en el etiquetado.
- La definición de **“pan común”** incluye ahora también panes elaborados con **harinas integrales** o que incorporan **salvado de cereales**. Por ello, ahora también el **Pan común con harina integral o salvado** de cereales tiene un **IVA reducido del 4%** en lugar del 10%.
- Por otro lado, la nueva norma **limita la cantidad de sal** que se puede emplear en la elaboración del pan común. Se establece un **límite máximo de contenido en sal** permitido en el pan común, como producto acabado, de 1,31 gramos por 100 gramos de pan (13,1 g de sal por kilogramo de pan o el correspondiente 0,52 g de sodio por 100 g de pan) si se analiza mediante determinación de cloruros o de 1,66 gramos de sal por 100 gramos de pan (16,6 g de sal por kilogramo de pan o el correspondiente 0,66 g de sodio por 100 g de pan), si se analiza mediante determinación de sodio total. Este límite máximo de contenido en sal será obligatorio a partir del 1 de abril de 2022.



- Otra de las novedades consiste en concretar la definición de masa madre, que se reserva a un tipo de elaboración que limita el uso de levaduras industriales y se establecen los requisitos para utilizar la denominación **“elaborado con masa madre”**.

- **También se define la elaboración artesana del pan**, en la que debe primar el factor humano frente al mecánico y los requisitos que se deben cumplir para poder incluir esta mención en el etiquetado de los productos.

- En el caso de pan de otros cereales, también se incluyen **requisitos más estrictos**, estableciéndose por **ejemplo para el pan de centeno que sea elaborado solo con ese tipo de harina**. También se define el pan multicereal.



1.2 ETIQUETADO “SIN GLUTEN”

Es importante tener en cuenta que existe una reglamentación específica respecto al etiquetado de productos “Sin gluten”: REGLAMENTO DE EJECUCIÓN (UE) N°828/2014 DE LA COMISIÓN de 30 de julio de 2014, que regula las declaraciones e información al consumidor que puede indicarse en las etiquetas de los productos respecto a su contenido en gluten.

En el siguiente enlace puede obtenerse dicha legislación:

<https://www.boe.es/doue/2014/228/L00005-00008.pdf>

Este Reglamento indica que:

SIN GLUTEN La declaración «sin gluten» solamente podrá utilizarse cuando los alimentos, tal como se venden al consumidor final, no contengan más de 20 mg/kg de gluten.

MUY BAJO EN GLUTEN La declaración «muy bajo en gluten» solamente podrá utilizarse cuando alimentos que consistan en trigo, centeno, cebada, avena o sus variedades híbridas, o que contengan uno o más ingredientes hechos a partir de estos cereales, que se hayan procesado específicamente para reducir su contenido de gluten, no contengan más de 100 mg/kg de gluten en el alimento tal como se vende al consumidor final.



REQUISITOS ADICIONALES PARA LOS ALIMENTOS QUE CONTIENEN AVENA.

La avena contenida en un alimento que se presenta como un producto sin gluten o muy bajo en gluten deberá haber sido específicamente elaborada, preparada y/o procesada para evitar la contaminación por el trigo, el centeno, la cebada o sus variedades híbridas, y su contenido de gluten no podrá superar los 20 mg/kg.

Para ello, los fabricantes que deseen incluir estas declaraciones en el etiquetado de sus productos deberán demostrar analíticamente que el contenido total de gluten de su producto no supera dichos límites.

En caso de que en la industria se elaboren tanto productos con gluten como sin gluten, se recomienda siempre disponer de espacios, utensilios y maquinaria exclusiva y diferenciada para la elaboración de ambos tipos de productos. Así mismo, y especialmente en caso de compartir espacios, es recomendable establecer protocolos específicos de limpieza para limitar el riesgo de contaminación cruzada y realizar analíticas de superficie en las que se compruebe si quedan restos de gluten o no.

1.2.1 CERTIFICACIÓN DE LOS PRODUCTOS SIN GLUTEN

La certificación de los productos sin gluten es voluntaria aunque altamente recomendable. En la página web de FACE (Federación de Asociaciones de Celiacos de España) dispone de más información sobre los trámites necesarios para su certificación: <https://celiacos.org/que-hacemos/certificacion-alimentaria-sin-gluten/>



1.3 NORMATIVAS ESPECÍFICAS POR PRODUCTOS

• **Harinas, sémolas y productos de la molienda:** [Real Decreto 677/2016](#), de 16 de diciembre, por el que se aprueba la norma de calidad para las harinas, las sémolas y otros productos de la molienda de los cereales.

• **Productos de confitería, pastelería, bollería y repostería:** [REAL DECRETO 496/2010](#), de 30 de abril (BOE de 14 de mayo), por el que se aprueba la norma de calidad para los productos de confitería, pastelería, bollería y repostería.

• **Pastas alimenticias:** [DECRETO 2181/1975](#), de 12 de septiembre (BOE del 13), por el que se aprueba la Reglamentación Técnico-Sanitaria para la elaboración, circulación y comercio de pastas alimenticias.

En el siguiente enlace puede obtenerse todo el recopilatorio de legislación específica que deben cumplir los productos derivados de cereales:

https://www.mapa.gob.es/es/alimentacion/legislacion/recopilaciones-legislativas-monograficas/iharinasyderivadosdisposicioneses-totales_tcm30-79101.pdf

Guías de Buenas prácticas:

En el siguiente enlace dispones de Guías de Prácticas Correctas de Higiene de los diferentes tipos de productos y obradores que engloba el sector de cereales:

<https://www.icoval.org/es/2-Todo-guias-APPCC/10-Sectores/57-Panaderia-y-pasteleria>



8.5. Anexo V. Carne y derivados

Productos Clave 10: Carne fresca (canales, medios o cuartos, fileteada....) preparados cárnicos (albóndigas, hamburguesas, pinchos morunos, carne picada...), embutidos curados (ej chorizo/salchichón/jamón serrano) o cocidos (Ejjamón cocido, morcilla, torteta, patés de carne)

1. ASPECTOS SANITARIOS ESPECÍFICOS.

1.1 Opciones de Registro:

Acorde a lo expuesto anteriormente en el apartado de Registro sanitario, los productores de este sector pueden optar por registrarse en uno de esos dos registros:

• **Registro General Sanitario de Empresas Alimentarias y Alimentos (RGSEAA):** Operadores cárnicos con este tipo de registro pueden comercializar a particulares, restauración, comercio minorista en todo el ámbito nacional.

• **Establecimientos Alimentarios de Aragón (RSEAA):** Las carnicerías con este tipo de registro sólo pueden comercializar dentro de su zona sanitaria.

Al tratarse de productos de origen animal, el alta en el Registro Sanitario (clave 10) requiere de autorización previa y el proceso puede tardar hasta 3 meses.

Cuando el establecimiento tenga autorizado el despiece de carne de distintas especies animales, deberán tomarse las precauciones necesarias para evitar toda contaminación cruzada, **separándose, en su caso, en el tiempo o en el espacio las operaciones destinadas a cada especie.**

1.2 NORMATIVA ESPECÍFICA

En función del tipo de productos a comercializar, se debe tener en cuenta que cada uno de ellos dispone de legislación propia que deben cumplir. En el siguiente enlace puede obtenerse información sobre la legislación que afecta a cada tipo de producto:

<https://www.mapa.gob.es/es/alimentacion/legislacion/recopilaciones-legislativas-monograficas/carne-derivados-carnicos.aspx>

Es importante conocer la legislación específica para ajustarse a los criterios de composición indicados en ella. Ejemplo: la carne picada debe cumplir los siguientes criterios en función de la especie de origen.

Tipo de carne	Contenido de grasa	Relación tejido conjuntivo/proteínas de carne
Carne picada magra	≤7%	≤12
Carne picada de bovino	≤20%	≤15
Carne picada que contenga carne de porcino	≤30%	≤18
Carne picada de otras especies	≤25%	≤15



Otro ejemplo sería la diferencia entre “hamburguesa” y “burger meat”. Como establece el Real Decreto [474/2014](#), se denomina “hamburguesa” al producto elaborado con carne picada con adición de sal, especias, condimentos u otros productos alimenticios. Es decir, a una hamburguesa no se le puede adicionar **NINGÚN** tipo de aditivo (incluido aquellos que suelen venir en las mezclas preparadas de condimentos). Sin embargo, acorde a ese mismo Real Decreto, se denomina “burger meat” (o burger meat) al producto fresco, elaborado a partir de carne picada y otros ingredientes, incluidos los **ADITIVOS**, con un contenido mínimo de cereal o de hortalizas, o de ambos al 4%. El Reglamento (CE) [Nº 1333/2008](#) indica que los aditivos que sí pueden utilizarse en este tipo de productos son:

- E-120: Cochinilla, ácido carmínico y carmínes.
- E-129: Rojo Allura AG.
- E-150 a-d: Caramelo.
- E 220-228: Dióxido de azufre y sulfitos.
- E 338-452: Ácido fosfórico, fosfatos, di-, tri- y polifosfatos



1.3 REQUISITOS ESPECÍFICOS DE LOS OBRADORES CÁRNICOS

Temperaturas

Las temperaturas de estos locales deberán garantizar una producción higiénica y estarán dotados de un termómetro de fácil lectura para su control. **Deberán estar climatizados a una temperatura máxima de 12°C o, en caso contrario, poder asegurar mediante controles adecuados que las carnes no sobrepasen los 7°C, los 4°C en el caso de aves y conejos, o los 3°C en el caso de despojos.**

Sólo podrán permitirse temperaturas superiores durante períodos limitados de tiempo, siempre que sean compatibles con la seguridad de los productos. Como norma general, debería contarse con equipos de climatización, a no ser que pueda asegurarse que no se sobrepasa la temperatura antes mencionada, o que los productos permanecen a temperaturas superiores por un período máximo de 2 horas (desde que las materias primas salen de la cámara hasta que los productos intermedios o terminados vuelven a las cámaras).

Equipos

Contarán con equipos adecuados y de materiales resistentes a la corrosión en función de los productos que elaboren (picadoras, amasadoras, embutidoras, etc.).

Las mesas y las superficies de trabajo serán de materiales impermeables, resistentes y fáciles de limpiar. Como norma general no deberá usarse la madera.



En caso de realizarse desembalado y acondicionamiento de las carnes y de otras materias primas, se dispondrá de zonas o locales debidamente separadas y se cuidará de que los envases y embalajes usados sean retirados rápidamente de las zonas de manipulación.

El lavado de las materias primas (ej. de tripas) se realizará en dispositivos adecuados y exclusivos donde no haya posibilidad de contaminación con utensilios, objetos, etc.

Los equipos para la **dosificación de aditivos deberán asegurar que no se sobrepasan los límites máximos autorizados. Por tanto, será necesario el uso de instrumentos de suficiente precisión.**

Locales para el secado y ahumado

Deberán reunir condiciones adecuadas en cuanto a materiales de construcción, higiene y mantenimiento, aislamiento externo, etc.

La ventilación de los ahumaderos, ya sea natural o artificial debe ser adecuada para el fin al que se destinan. Deben emplearse maderas apropiadas (no barnizadas, resinosas, pintadas o barnizadas) y la introducción de éstas en el local de ahumado se debe hacer de forma higiénica. Se admite que los materiales de combustión ocupen un lugar apartado y aislado dentro del ahumadero, por entenderse que es preferible esta ubicación que cualquier otra menos controlada y menos higiénica.

En el caso de elaborar productos curados-ahumados, aunque ambos procesos se consideran fases distintas, pueden coincidir en el tiempo. Durante el curado deberá revisarse que la temperatura y la humedad se mantienen dentro de límites aceptables dependiendo del tipo de producto, así como respetar los tiempos de curado de los productos que van a ser almacenados a temperatura ambiente.

Locales para la elaboración de productos tratados por calor (ej. jamón cocido, morcilla...)

El local o los locales destinados al tratamiento térmico de los productos **deberán ser independientes de los locales donde se despiecen carnes o se elaboren derivados cárnicos frescos**, ya que las altas temperaturas generadas por las cocinas y los hornos afectan muy negativamente a las carnes y a los productos frescos.

Deberán permitir el avance constante de las operaciones y la separación adecuada entre los distintos lotes de productos y, muy especialmente, entre los productos que ya han sido sometidos al tratamiento térmico o cocinado de los que no lo están.

Estos locales deberán cumplir con los requisitos generales en lo referente a paredes, suelos, techos y superficies expuestas anteriormente en esta guía. Además, los cocederos y cocinas deben estar dotados de campana extractora, lavamanos de accionamiento no manual adecuadamente dotado, separación de las zonas, superficies y utensilios para materias primas y productos terminados, instalaciones para el lavado de útiles que contemple una zona para la entrada de los sucios, lavado y zona para el secado y almacenamiento de limpios, etc.

Al tratarse de zonas en las que se van a elaborar productos sometidos a tratamiento térmico, se deberá contar con equipos y dispositivos adecuados para garantizar la eficacia del tratamiento térmico aplicado (aparatos para el control y registro de temperaturas y tiempos de tratamiento). Así mismo, para un enfriamiento rápido tras el tratamiento térmico, es conveniente disponer de un abatidor de temperatura.

Tener en cuenta si la actividad a realizar contempla **alguna flexibilización en base al RD 1086/2020** por el que se regulan y flexibilizan determinadas condiciones de aplicación de las disposiciones de la Unión Europea en materia de higiene de la producción y comercialización de los productos alimenticios y se regulan actividades excluidas de su ámbito de aplicación.

1.4 GESTIÓN DE SUBPRODUCTOS SANDACH:

Los subproductos y residuos que se generarán en este tipo de establecimiento, pertenecen a los denominados SANDACH (Subproductos Animales No Destinados Al Consumo Humano). Los SANDACH engloban cuerpos enteros o partes de animales, productos de origen animal u otros productos obtenidos a partir de animales, que **no están destinados para el consumo humano**.

A la hora de **la recogida de estos residuos** existe una normativa específica (Real Decreto [1528/2012](#)) que se encarga de regular su correcto tratamiento. Se clasifican en tres tipos de categorías en función de su nivel de riesgo para la salud pública y la salud animal, acorde a lo establecido en Reglamento (CE) [Nº 1069/2009](#).

En el siguiente enlace podrá encontrar los distintos tipos de SANDACH y categorías contempladas por la legislación:

<https://www.aragon.es/-/subproductos-animales-no-destinados-a-consumo-humano-sandach->

En el caso de este tipo de establecimientos, la mayor parte de los residuos que se generarán y la categoría a la que pertenecen son los siguientes (a menor categoría, mayor peligrosidad y por lo tanto mayores los requisitos de tratamiento de los mismos):



SUBPRODUCTO	CATEGORÍA
Productos de origen animal declarados no aptos para el consumo humano por presencia de cuerpos extraños.	II
Productos de origen animal declarados no aptos para el consumo humano que presentan agentes microbiológicos patógenos (<i>Listeria monocytogenes</i> , <i>Salmonella</i> , spp)	II
Subproductos que contengan residuos de sustancias autorizadas o de contaminantes que sobrepasen los niveles autorizados.	II
Las canales y partes de animales sacrificados, o bien los cuerpos o partes de animales matados, en el caso de animales de caza, que sean aptos para el consumo humano pero no se destinen a ese fin por motivos convencionales.	III
Las canales o los cuerpos y partes de animales declarados no aptos para el consumo humano de acuerdo con la legislación comunitaria pero que no muestren ningún signo de enfermedad transmisible a los seres humanos o los animales	III
Las cabezas de aves de corral. Las cerdas y plumas, pieles, incluidos los recortes y la piel dividida, los cuernos y los pies, incluidas las falanges y los huesos del carpo y metacarpo, y los huesos del tarso y metatarso, de: <ul style="list-style-type: none"> • Animales distintos de rumiantes que precisen pruebas de diagnóstico de EET, • Rumiantes que hayan sido sometidos a pruebas de diagnóstico con resultado negativo de conformidad con el artículo 6, apartado.1, del Reglamento (CE) nº 999/2001 	III
Subproductos animales generados en la elaboración de productos destinados al consumo humano, incluidos los huesos desgrasados, los chicharrones.	III
Productos de origen animal o productos alimenticios que los contengan y que no estén destinados al consumo humano por motivos comerciales, defectos de fabricación o envasado, u otros defectos que no supongan riesgos para la salud	III

Si bien la legislación indica que la retirada de SANDACH de los establecimientos debe realizarse a través de gestores de residuos especializados, en los artículos 3 del [RD 1632/2011](#), y artículo 15 del [RD 1528/2012](#), indican una serie de usos especiales de este tipo de subproductos para alimentación animal:

Las autoridades competentes podrán autorizar y establecer condiciones específicas para la recogida y uso de **material de la categoría 2** que proceda de animales que no hayan sido sacrificados ni hayan muerto como consecuencia de la presencia real o sospechada de una enfermedad transmisible al ser humano o a los animales, y de **material de la categoría 3**, para la alimentación de:

- a) Animales de zoológico.
- b) Animales de circos.
- c) Reptiles y aves de presa que no sean de zoológicos ni de circos.
- d) Animales de peletería.
- e) Animales salvajes.
- f) Perros procedentes de perreras o jaurías reconocidas.
- g) Perros y gatos en refugios
- h) Gusanos y lombrices para cebos.

En base a ello, y dado que los residuos que se van a generar habitualmente en las instalaciones son de tipo 3, se podría solicitar a las autoridades competentes su eliminación mediante el transporte a establecimientos y entidades que gestionen comederos de fauna salvaje (ej. buitreras o perreras).



1.4.1 TRANSPORTE SANDACH

Cuando el transporte de subproductos animales destinados sea la elaboración de piensos o alimentos crudos para animales de compañía, éste debe efectuarse a una temperatura apropiada. En el caso del transporte de los subproductos animales derivados de la carne y productos de la carne destinados a fines distintos del consumo humano, se hará a una temperatura máxima de 7° C (acorde a lo establecido en el Reglamento nº 142/2011, Anexo VIII, Capítulo I, sección 2), para evitar cualquier riesgo para la salud pública o animal.

Para el transporte de SANDACH se requiere de un contenedor específico que esté claramente identificado con las palabras **«no apto para el consumo humano»;**

Así mismo, dicho transporte deberá quedar registrado con un documento justificativo firmado por los distintos responsables en el que se indique, como mínimo, la siguiente información:

- Lugar de origen: nombre del titular y CIF, dirección, N° RG-SEAA.
- Lugar de destino: nombre del titular y CIF, dirección, N° RG-SEAA.
- Datos del transporte: nombre del transportista y CIF, datos del vehículo
- Datos sobre la carga: tipo de subproducto (ej. huesos vacuno), categoría SANDACH, especie animal, fecha de recogida, N° de contenedores, Kg totales, uso que se le va a dar en destino.
- Datos de recepción: fecha de recepción, cantidad recibida (N° contenedores y Kg).



2. ETIQUETADO

Además de lo mencionado en el apartado de Etiquetado de la presente guía, los productos cárnicos deben cumplir una serie de requisitos adicionales en lo referente a su etiquetado:

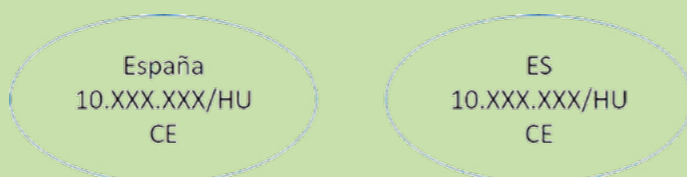
TIPO DE PRODUCTO	INFORMACIÓN ADICIONAL OBLIGATORIA
CARNE FRESCA	<ul style="list-style-type: none"> • Denominación comercial y especie a la que pertenece. • Marcado sanitario en el caso de canales, medias canales, cuartos o sextos de canal de ungulados domésticos (carnes rojas como vacuno, porcino, ovinos, caprinos y equinos) y caza mayor silvestre. <p>Esta marca deberá ponerse en el matadero y sobre la superficie de las canales, a tinta o a fuego, de manera que si las medias canales se cortan en dos o tres piezas, cada una de ellas lleve una marca. Debe tener forma oval, de 6,5 cm. de ancho y 4,5 cm. de alto, como mínimo y contener: el nombre del país con todas sus letras o abreviado en un código de dos letras conforme a la norma ISO (ESPAÑA ó ES), el nº de autorización del matadero, y las siglas CE, con letras y cifras de 0,8 y 1 cm. de altura mínima respectivamente (en el caso de corderos, cabritos y lechones, marca de 4,5 cm. de ancho y 3 cm. de alto, con letras y cifras de 0,6 y 0,8). También podrá contener una indicación del veterinario que realizó la inspección.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Marca de identificación en las canales del resto de las especies (aves, conejos, caza menor, etc.) y en las carnes despiezadas.

CARNE FRESCA

Esta marca deberá fijarse antes de que el producto abandone el establecimiento, bien directamente sobre el producto, o bien en el envase o embalaje, o estamparse en una etiqueta fijada a cualquiera de los tres. La marca podrá consistir también en una etiqueta inamovible de material resistente.

En el caso de los embalajes que contengan carne despiezada o despojos, la marca deberá fijarse a una etiqueta sujeta al embalaje, o estamparse en el embalaje. Cuando el envase ofrezca la misma protección que el embalaje, la etiqueta podrá colocarse en el envase.

La marca deberá ser legible e indeleble, y sus caracteres fácilmente descifrables. Deberá tener forma oval y contener los mismos caracteres que en el caso de la marca sanitaria: país, nº de autorización del establecimiento y las siglas CE, pero en este caso no se especifican alturas de la marca o de las letras y cifras.



En el caso de que el establecimiento realice operaciones de desenvasado, desembalado, reenvasado o cualquier otra transformación, se fijará una nueva marca de identificación que contendrá los datos del establecimiento en el que se hayan realizado tales operaciones.

CARNE FRESCA DE VACUNO

Todo lo anterior referente a la carne fresca, y además:

• **Denominación de venta** en relación con la categoría del animal establecida en función de su sexo y edad:

Denominación de venta	Sexo	Edad del animal
Ternera blanca o carne de ternera	Macho o hembra	Desde nacimiento hasta 8 meses
Ternera o carne de ternera	Macho o hembra	Desde 8 meses hasta 12 meses
Añojo	Macho o hembra	> 12 meses hasta < 24 meses
Novillo o novilla	Macho o hembra	> 24 meses hasta 48 meses
Cebón	Macho castrado	≤ 48 meses
Buey	Macho castrado	> 48 meses
Vaca	Hembra	> 48 meses
Toro	Macho	> 48 meses

- **Nº Referencia del animal o grupo.**
- **Nacido en** “País de nacimiento”.
- **Criado, cebado o engordado en** “País de cría o engorde”.
- **Sacrificado en** “País de sacrificio”, seguido de nºRGSEAA del matadero.
- **Despiezado en** “País”, seguido de nºRGSEAA de la sala de despiece.

NOTA:

En el caso de que la carne de vacuno proceda de animales nacidos, criados y sacrificados en el mismo país, las menciones referidas al país de nacimiento, engorde y sacrificio se podrán sustituir por el nombre de dicho país precedido de la mención «Origen» y el número de autorización sanitaria del matadero.

• Todos los bovinos de edad igual o inferior a doce meses deberán clasificarse en una de las dos categorías siguientes:

CARNE FRESCA DE VACUNO

1º) Categoría V: bovinos desde el día de su nacimiento hasta el día en que cumplan ocho meses de edad.

2º) Categoría Z: bovinos desde un día después de que cumplan ocho meses de edad hasta el día en que cumplan doce meses de edad.

Inmediatamente después del sacrificio se indicará en la superficie exterior de la canal, utilizando etiquetas o sellos, la letra de la identificación de la categoría (V, Z). Las etiquetas (en mataderos) tendrán una superficie no inferior a 50cm².

En el caso de que se utilicen sellos, la letra no tendrá menos de 2 cm. de altura. La letra se imprimirá directamente en la superficie de la carne utilizando un sello de tinta indeleble.

Las etiquetas o los sellos se aplicarán en los cuartos traseros al nivel del solomillo bajo, a la altura de la cuarta vértebra lumbar y en los cuartos delanteros al nivel del extremo grueso del costillar, a una distancia de 10 a 30 centímetros de la hendidura del esternón.

La indicación de la edad de sacrificio del animal será “ternera blanca” o “carne de ternera blanca” para bovinos de edad igual o inferior a ocho meses. “Ternera” o “carne de ternera” para los de edad superior a ocho meses pero igual o inferior a doce meses.

La indicación de la edad de sacrificio del animal y la denominación de venta deben presentarse en el mismo campo visual y en la misma etiqueta, serán perfectamente legibles en cada fase de la producción y comercialización.

Si la carne fresca procedente del despiece menor se congela y posteriormente se comercializa descongelada directamente (ej. tacos para guiso) es OBLIGATORIO indicar en el etiquetado que procede de carne congelada así como la fecha de congelación o de la primera congelación (para productos que han sido congelados más de una vez)

En el siguiente enlace puede disponer de una Guía de Prácticas Correctas de Higiene del sector cárnico:

https://www.fedacova.org/wp-content/uploads/2017/03/GUIA-CARNE_julio16.pdf



TEXTOS:

“Pon Aragón en tu mesa”, Grupos Leader de Aragón
Montserrat Martínez Pineda (Técnico de Calidad de los Viveros agroalimentarios de Adecuara, Asociación para el Desarrollo Integral de la Cuna de Aragón).

Equipos técnicos de Adecuara y Adefo Cinco Villas.

Algunos contenidos del apartado 2 del manual: "Antes del inicio de actividad: Planteamiento de la idea/ Plan de empresa", han sido extraídos de:

- la formación que los técnicos de los Grupos Leader llevamos a cabo en colaboración con el Instituto Aragonés de Fomento (IAF) y los profesionales que la impartieron:

Ana Hernández, Carlos Martínez Soler, Luis Francisco Casado, Carlos Amselem, Miriam Almazán, Daniel Blas, Moisés Martínez, Pilar Faustino.

- la formación impartida por Aurelio García y Jorge Asín, de la Escuela de negocios del Pirineo (Esnepi) a productores agroalimentarios de los pueblos de Aragón a través del "Pon Aragón en tu mesa".

COORDINACIÓN:

Adefo Cinco Villas, “Pon Aragón en tu mesa”.

FOTOGRAFÍA E IMÁGENES CEDIDAS:

Adecuara y Adri Teruel.

DISEÑO GRÁFICO:

Sara del Río Muntadas.
Profesor Moriarty (apartado 2).

Notas del autor:

Existen enlaces con hipervínculos que remiten a normativas y tramitadores, entre otros, que están disponibles libremente y de forma pública en internet.

Todos los derechos están reservados y para la reproducción total o parcial del documento, deberá citarse la fuente, “Pon Aragón en tu mesa”, Grupos Leader Aragón y Montserrat Martínez Pineda.

ISBN 978-84-09-42858-8



