

CARNIMAD, CON EL APOYO DEL AYUNTAMIENTO DE MADRID, LANZA LA CAMPAÑA “MUY DE BARRIO. MUY DE AQUÍ” PARA REVALORIZAR AL COMERCIO ESPECIALIZADO CÁRNICO

- La organización que representa a los profesionales de la carnicería, charcutería, pollería y casquería, CARNIMAD, lanza una campaña histórica para poner en valor al sector del comercio cárnico madrileño, gracias al Ayuntamiento de Madrid.
- A partir del 18 de agosto, carniceros madrileños llenarán las calles de la ciudad a través de 14 marquesinas repartidas en los puntos más emblemáticos y transitados de Madrid, con máxima visibilidad y una selección de citas propias que transmiten la esencia de los comercios especializados. Todo ello apoyado en acciones informativas con reparto de flyers de la campaña.
- Previo a estas acciones a pie de calle y dentro de la misma subvención del Ayuntamiento de Madrid, la asociación ha realizado, durante junio y julio, formaciones gratuitas en 19 mercados municipales para profesionales de comercio.

Madrid. 10.08.2026- Bajo el lema **“Muy de barrio. Muy de aquí”**, **Carnimad** y el Ayuntamiento de Madrid lanzan una campaña que llevará la imagen y la voz de los carniceros madrileños a los lugares más emblemáticos de la ciudad, a partir del 18 de agosto.

El proyecto, recogido en la web muydebarriomuydeaquí.netlify.app, tiene como objetivo fundamental concienciar a los ciudadanos sobre el valor socioeconómico, la sostenibilidad y la calidad humana y alimentaria que aportan estos establecimientos especializados a la vida de los distritos madrileños. Para ello, se colocarán estratégicamente en los lugares más emblemáticos y transitados de la ciudad un total de 14 marquesinas con la imagen de profesionales de la carne y, cada uno de ellos, con una cita propia que recoge el oficio, la cercanía y la esencia del comercio de proximidad, un formato de distribución que, además, da vida a las calles y ciudades, y es motor y generador de empleo.

Este impacto visual en el mobiliario urbano se reforzará con acciones promocionales informativas en las que se repartirán flyers de la campaña para invitar a los vecinos a redescubrir y apoyar el comercio de proximidad.

En palabras de Tania Hombrebueno, directora del Área de Desarrollo de Negocio de Carnimad, “con estas acciones en exterior los verdaderos protagonistas, los profesionales del comercio cárnico, hablan directamente al ciudadano desde las calles. Detrás de cada mostrador hay un compromiso diario que sostiene empleo y barrio: más de 1300 comercios que son el corazón económico y social de Madrid”.

Un proyecto integral: formación previa en los mercados municipales

El éxito de esta iniciativa se cimenta sobre un trabajo previo de capacitación integral del tejido comercial de Madrid. Dentro de la misma subvención, Carnimad ha diseñado e impartido durante junio y julio un programa de formación gratuito y eminentemente práctico en 19 mercados municipales.



Abierto a todos los sectores comerciales, no solo a carnicerías, cada taller intensivo estaba pensado 100% para la realidad del comercio de barrio, diseñado para ayudar a los comerciantes a vender más, fidelizar a sus clientes, hacer crecer su negocio de forma sencilla y lograr una gestión documental ágil. En estas sesiones, los profesionales han aprendido a:

- Crear su propia comunidad de clientes fieles.
- Gestionar pedidos por encargo de forma organizada y sin complicaciones.
- Mejorar la comunicación y fortalecer la relación directa con su clientela.
- Digitalizar el día a día de su negocio con herramientas sencillas y aplicables desde el primer día.

“Lo más gratificante de estas formaciones ha sido verlas llenas, no solo de carniceros, sino también de fruteros, pescaderos y panaderos compartiendo espacio. Los cambios dan vértigo, pero cuando se plantean desde soluciones prácticas y sencillas, pensadas para el día a día de cada negocio, el chip cambia”, recalca Miguel Bermejo, miembro del área comercial de Carnimad.

El broche de oro de este proyecto histórico se consolidará en las calles con la respuesta de los madrileños. Al conectar la modernización digital de los puestos con el orgullo de los profesionales en las marquesinas de la ciudad, la campaña aspira a generar un impacto duradero en los hábitos de consumo.

Actividad subvencionada por



MADRID

CARNIMAD