



2

La Revista de los  
Charcuteros, Carniceros  
y tiendas de alimentación  
del siglo XXI

charcutero.es

# charcuteros

NÚMERO 2 / MARZO-ABRIL 2023

LA COMUNIDAD  
DE TIENDAS  
DE ALIMENTACIÓN  
MÁS GRANDE  
DEL PAÍS



## LA NUEVA CESTA DE LA COMPRA ES ONLINE

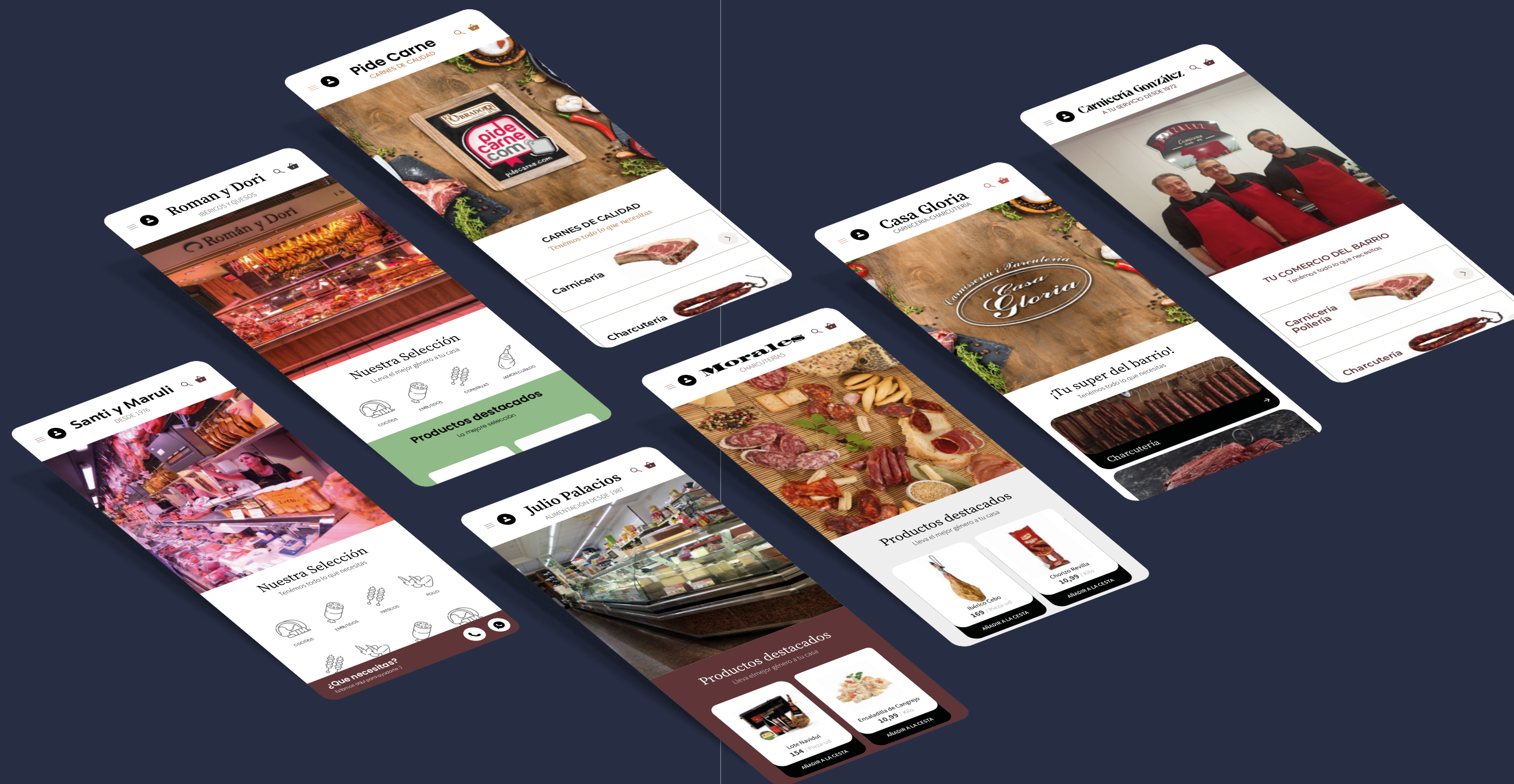
LA REVOLUCIÓN DEL SECTOR TRADICIONAL

# LA TIENDA ONLINE QUE NECESITAS



Tu web con Campofrío,  
¡aprovecha esta oportunidad!

Sujeto a condiciones, consulta a tu comercial Campofrío



✓  
Tienda Online idónea  
para el pequeño  
comercio del sector  
de la alimentación

✓  
Te acompañamos en  
todo el proceso  
de creación de tu  
página web

✓  
Trabajamos con una  
base de datos para  
agilizar la carga de  
productos a tu web

✓  
Departamento de  
marketing y atención  
personalizada de lunes  
a viernes

charcutero.es

## NOVEDADES

La venta online ha llegado a todos los modelos de negocio y Charcutero.es ha ido adaptándose a las necesidades de sus clientes.

charcutero.es

# LA COMUNIDAD DE TIENDAS DE ALIMENTACIÓN MÁS GRANDE DEL PAÍS

### AUTOMATIZACIÓN EN EL CAMBIO DE PRECIOS

Charcutero, permite cambiar el precio de los productos de forma grupal con sólo seleccionar qué sección de la web quieres modificar.

Con un par de clics la labor de cambiar precios se hace más fácil y rápida.






## CSD

SERVICIO DE ATENCIÓN PERSONALIZADO para resolver todas tus dudas

### PEDIDOS PERSONALIZADOS

Tus clientes pueden decirte exactamente cómo quieren el producto (tipo de corte, envasado al vacío...)



## +Novedades

Charcutero.es es una plataforma que se actualiza con regularidad para ofrecerte las últimas novedades del mercado online

El 2022 ha sido un año de crecimiento, evolución e innovación, las peticiones de los clientes y las iniciativas del equipo profesional detrás del proyecto han transformado Charcutero.es en la plataforma más completa del sector.

### SERVICIO DE MARKETING ESPECIALIZADO

- ✓ Campañas promocionales en redes sociales
- ✓ Captamos clientes para ti a través de acciones en punto de venta y online
- ✓ Webinars Formativas para sacar el máximo partido a tu web
- ✓ Medición de las acciones realizadas para su optimización

## 12

12 campañas anuales en redes sociales

# FUNCIONALIDADES PREMIUM



### Registro de usuarios

Tus clientes online pueden repetir sus pedidos accediendo a su cuenta y listado de pedidos realizados



### Módulo de Promociones

Fideliza a tus clientes online con promociones como las que realizas habitualmente en tu tienda.



### Módulo de Comunicación directa

Envía a través de correo electrónico, desde la propia plataforma, información sobre tus productos y novedades a tus clientes

### Diseño automatizado para que tu web luzca de maravilla

Más información en [charcutero.es](https://charcutero.es)



**"Como proveedores de referencia de nuestros clientes del Canal Tradicional, estamos obligados a ayudarles en el proceso de digitalización en el que está inmerso el Mercado"**

Federico Gómez Ramírez  
Responsable del departamento de Controlling Comercial de Campofrío



## "Queremos ayudar a los clientes en la digitalización de sus negocios invirtiendo en ellos y consolidando así una relación a largo plazo"

### ¿Qué es para Campofrío Charcutero?

Es un proyecto estratégico con el que queremos establecer una relación distinta con los clientes. Queremos ayudar a los clientes en la digitalización de sus negocios **invirtiendo en ellos y consolidando así una relación a largo plazo.**

### ¿Cómo encaja Charcutero en el mercado online de alimentación?

A diferencia de otros sectores como la tecnología, la moda, los viajes, etc, el Mercado de Alimentación on line es aún muy pequeño, pesa sólo el 2% del total valor. En grandes clientes de retail como Mercadona, Carrefour, Día o El Corte Inglés la venta on line pesa en torno al 5%. Es un Mercado que tuvo un crecimiento importante en el momento de la pandemia y que ahora y según los últimos datos se está estabilizando, veremos cómo evoluciona en los próximos años.

**Hemos visto como todos los grandes Retailers han invertido en la venta on line, mejorando sus plataformas digitales y posicionándolas cada vez mejor.** Pensamos que como proveedores de referencia de nuestros clientes del Canal Tradicional estamos obligados a ayudarles en este proceso de digitalización en el que está inmerso el Mercado, ya que hacerlo solos es muy difícil y costoso, es ahí donde encaja el proyecto Web Charcutero y donde puede generarles valor a nuestros clientes.

### ¿Qué previsiones tenéis para Charcutero? ¿A qué nuevos retos os tendréis que enfrentar?

mejorar todos los ratios de seguimiento: interacciones y posicionamiento de las páginas en redes sociales, número de reseñas en redes sociales, número de usuarios registrados por web, pedidos/web, usuarios/web, ratio de conversión, etc.

**Tenemos todos los indicadores medidos y sabemos lo que tenemos que hacer para mejorarlos.** El objetivo por tanto es lograr que nuestros clientes vendan cada vez más y de forma más eficiente en sus páginas webs.

### ¿Cómo definirías la evolución de Charcutero, desde sus inicios hasta hoy?

Lo definiría como un proceso de **aprendizaje constante**, hemos tenido que ser muy flexibles a lo largo de estos dos años para ir adaptando el proyecto a los retos y dificultades que nos hemos ido encontrando.

### ¿A qué retos se ha enfrentado el proyecto? ¿Cómo se han conseguido dar solución?

A muchos retos, pero para mí el principal es ir elevando cada vez más el grado de satisfacción de los clientes que se incorporan y permanecen en el Proyecto, el cual está directamente relacionado con sus expectativas.

Internet es un mercado muy maduro, donde hacerse un hueco es muy difícil y por lo tanto hay que hacer las cosas muy bien y ser muy constante para generar negocio. Siempre que puedo aprovecho para mandar el mismo mensaje a los clientes: **han abierto una tienda nueva en un mercado con unas reglas distintas al físico, nosotros podemos ayudarles y guiarles, pero tienen que dedicar tiempo a su nuevo negocio, sino se irá muriendo poco a poco.**

### ¿Cuál es el objetivo a alcanzar por parte de Campofrío con esta novedosa iniciativa?

Fidelizar a nuestros clientes, **colaborar con ellos en un proyecto conjunto** y mantener un volumen de negocio estable y creciente. No somos una ONG, obviamente en este proyecto tenemos que ganar todos, como dicen los británicos tiene que ser un "win/win".

Pedimos a nuestros clientes que colaboren con nosotros, que nos aseguren unos mínimos de compras, que destaquen los productos de Campofrío en sus páginas webs, que publiquen nuestros productos en sus redes sociales, que tengan en sus páginas webs un surtido suficiente de productos Campofrío, etc.



La empresa El Obrador de la Mancha, dedicada al mundo de la alimentación, basa sus principios en la innovación de platos precocionados y en sus productos elaborados, sin perder su esencia de vender carnes frescas de alta calidad.

Hace ya 10 años, Pablo Muñoz decidió crear su propia página web, convirtiéndose con ello en un adelantado en su sector. Una decisión que no fue fácil y en la que confiesa que empezó a ciegas. Así que cuando se le presentó la oportunidad de formar parte de la comunidad de Charcutero, transformó su tienda online y **ahora su nueva web [www.pidecarne.com](http://www.pidecarne.com), es su herramienta de gestión y venta.**

La idea de comunidad es algo que Pablo valora muy positivamente, al igual que el trabajo de todo el equipo, "continuamente las webs van personalizándose y mejorando en función de nuestras necesidades y las de nuestros clientes", así describe Pablo el proyecto Charcutero. Además, apunta a que tanto él como la plataforma, han tenido una evolución progresiva y se encuentran en continuo movimiento.

**EL OBRADOR DE LA MANCHA**  
EL REY DE LOS PEDIDOS

 [pidecarne.com](http://pidecarne.com)

 Castilla la Mancha

En un sector donde es difícil ofrecer el mismo servicio a nivel físico y online, Pablo ha encontrado la forma de canalizar toda la información desde que entra un pedido hasta que lo entrega, "es importante que el cliente pueda decirte como quiere su pedido, yo me encargo de que le llegue en perfecto estado", comenta.

Para Pablo, su página web [www.pidecarne.com](http://www.pidecarne.com) y sus redes sociales, son la mejor forma de seguir en el mercado, ya que los hábitos de compra de los consumidores están cambiando y sin estas herramientas, perdería clientes, sin embargo, a través de su página web, **Pablo afirma que ha recuperado clientes perdidos y ha ganado otros nuevos.**

**"Es una comunidad basada en la experiencia de todos, es decir, lo que yo apporto sirve a otros, y lo que otros aportan, me sirve a mí".**



**"Chacutero.es te permite tener un escaparate de cara al mundo"**

**Julio y Carmen**  
Alimentación Julio Palacios




Alimentación Julio Palacios es la tercera generación de una empresa que abastece a la población de Sueca, Valencia. Julio y su mujer Carmen, han apostado fuerte por adaptarse a los nuevos tiempos.

"Ahora lo queremos todo hecho y desde la facilidad de nuestra casa", señala Julio. Es por ello, que este hábil charcutero se ha adentrado en el mundo de las redes sociales y ha encontrado en ellas su segunda profesión. Julio cuenta que estar en las redes es como **"tener un escaparate de cara al mundo"**.


Por este motivo, Julio no solo es partidario de estar en este medio, sino que él apuesta por invertir y promocionar sus publicaciones para que lleguen a más público y mejor segmentado. Para ello confía plenamente en las ideas del equipo que forman parte de Charcutero y participa en todas las propuestas de campañas en redes sociales que se proponen, algo que define como **"trabajo hecho"**.

**JULIO SUECA**  
EL CHARCUTERO SOCIAL

 [alimentacionjpalacios.charcutero.es](http://alimentacionjpalacios.charcutero.es)

Alimentación Palacios fue una de las primeras empresas en formar parte de Charcutero y le orgullece ver en qué se ha convertido el proyecto y su propia web **"sois como la luz, si no estáis vamos a ciegas"**, asegura. Julio, siempre dispuesto a aprender y potenciar al máximo su negocio, destaca la funcionalidad de registro de usuarios como un "diamante en bruto" mediante el que puede estar en contacto con sus clientes habituales y fidelizar a los nuevos.

Este escaparate de venta ha hecho que su visión y organización del negocio cambie y así lo cuenta: "existen dos tipos de clientes: el que lo tiene claro y el que no. Cuando una persona lo tiene claro es muy rápido, pero si no es así debemos asesorarle y el tiempo se alarga. **Así que mientras dedico tiempo a un cliente he adelantado otros tantos por la web"**.

 Sueca (Valencia)



La Huerta del País es una empresa que desde hace 12 años vende sus productos de cercanía y de Km0 a los habitantes de Entrena, La Rioja. Ahora, Enma ha querido dar un cambio y por eso La Huerta del País ya dispone de tienda online.

Los productos de La Huerta destacan por su cercanía y por su precio **“son productos locales**, al final la gente viene a comprar y podemos explicarles de dónde vienen y como se hacen”.

En menos de un mes Enma consiguió publicar su propia página web y destaca la importancia de no solo mantener la web sino también de ser activo en redes sociales, “igual no consigo mil ventas, pero sí que es verdad que cuando publico algo en las redes (Tiktok, Instagram y Facebook), esos días viene la gente en busca de esos productos o promociones”, comenta.

En cuanto al equipo de Charcutero, Enma señala el compromiso y la cercanía y llega a definirlo como “hablar con tu prima, la que sabe mucho de informática”, y apunta a que **gracias a este asesoramiento ha aprendido fácilmente el funcionamiento de la plataforma**.

Además, destaca la disponibilidad, la disposición a la hora de la resolución de dudas y la aportación de nuevas ideas.

“La página web es otra parte del negocio, lo mismo que invierto media hora en reponer la tienda, dedico una hora a la semana en ‘reponer’ la web”, comenta Enma y en este mismo camino quiere dirigir sus próximos pasos.

“Conseguí hacer mi página web en un mes, gracias a la ayuda del servicio de atención y soporte de charcutero.es”

LA HUERTA DEL PAÍS  
CERCANÍA Y CALIDAD PARA TODOS

lahuerta.charcutero.es

La Rioja



“Internet es el futuro y las ventas online aumentarán no tardando mucho”

Ibán Morales  
Charcuterías Morales



Charcuterías Morales nace hace muchos años, pero ahora, el relevo generacional se produce con Ibán Morales, quien lleva en el proyecto desde el primer momento, siendo consciente del gran potencial para ampliar sus ventas.

“No solo se trata de tener presencia en internet sino de poder ofrecer a nuestros clientes **potenciales, el ciclo completo**, esto es: información, posibilidad de comprar online, cobro y envío, todo desde una misma página web cómoda, accesible y fácil de usar”, apunta Iban.

Morales fue uno de los primeros integrantes del proyecto Charcutero y describe la evolución de la plataforma como “una mejora evidente”. Por su parte, él mismo se ha implicado en dar a conocer entre sus clientes este nuevo canal de compra y elaborar una estrategia que le permita captar y fidelizar clientes.

Reconoce la gran evolución del propio proyecto, “de la primera página que se nos presentó a la que a día de hoy manejamos hay un mundo”, afirma.

“Internet es el futuro y las ventas online crecerán exponencialmente no tardando mucho, la cuestión es si nos subimos a ese carro o nos quedamos en tierra”, recomienda Iban a sus compañeros desde la experiencia.

Además, concluye describiendo el proyecto como una oportunidad que ofrece Campofrío, incluyendo: un acompañamiento, hosting, diseño, dedicación y funcionalidad estable en todos los sentidos.

CHARCUTERIAS MORALES  
EL CHARCUTERO EXPERTO

charcuteriasmorales.charcutero.es

Zaragoza



Hermanos Cobo Maldonado suponen la tercera generación dedicados a la alimentación con años de experiencia en la venta de jamón y charcutería al corte. Los dos hermanos que regentan hoy el negocio, siguen con la tradición, pero sin olvidar los nuevos avances técnicos.

Bartolomé cuenta que nació siendo charcutero “yo nací en la tienda, literalmente, con mi padre despachando abajo y mi madre con la comadrona dando a luz arriba”.

A pesar de que afirma ser un hombre muy tradicional a la hora de trabajar, cuando se le propuso la posibilidad de crear su propia página web, no dudó en aprovecharla. Bartolomé o “Tolo”, como todo el mundo le conoce, cuenta que durante este verano **decidió sustituir su siesta por dedicar un ratito a la creación de su propia tienda online**. “La verdad que yo soy más de cuchillos que de botones, y pensé que se me haría muy difícil. Pero con ayuda y mucha paciencia de vuestra parte, se me ha hecho sencillo y ahora me manejo sin problema”.

**HERMANOS COBO (TOLO)**  
LA TIENDA DE LOS JAMONES

 [jamonestolo.charcutero.es](http://jamonestolo.charcutero.es)

 Bailen (Jaén)

Tolo afirma que **sigue utilizando sus hojas de cálculo y apuntando todo en libretas, pero este proyecto le ha hecho pensar de otra manera**.

“Este verano cuando empecé a crear mi página estaba muy ilusionado y no quería contárselo a nadie por si salía mal, pero me he dado cuenta de que esto es poco a poco y solo funciona con constancia y perseverancia”, asegura.

En cuanto al futuro, Bartolomé lo ve claro, sabe la importancia de tener presencia en Internet, por lo que quiere seguir avanzando: actualizando su mostrador, siendo más activo en sus redes sociales, conseguir llegar a más gente y por supuesto vender.

**“Tener presencia en Internet y ser más activo, permite llegar a más gente para lograr más ventas”**



**“A raíz de la pandemia, el 80% de mis ventas se realizan a través de medios online”**

Gloria  
Casa Gloria




Casa Gloria sigue adelantándose a la competencia con la incorporación de nuevos servicios online para su carnicería-charcutería situada en Benigánim, Valencia.

El día en el que anunció en redes sociales que tenía nueva tienda online, Gloria se puso las pilas: completó su mostrador, puso la cartelera en su comercio físico y **comenzó a publicitarla entre aquellos clientes que realizaban pedidos por WhatsApp**. “Mis clientes por WhatsApp no ven el producto, **con la tienda online consigo que no solo compren lo que tienen en mente, sino que, al ver más productos, añadan a su cesta de la compra otras referencias que les llaman la atención**”, completa Gloria, enorgullecida por estar siempre a la última con su negocio.


Antes de que llegase la pandemia Casa Gloria disponía de un horario partido, pero la organización y forma de trabajar de Gloria ha cambiado con las nuevas tecnologías y para poder preparar los encargos con mayor comodidad, rapidez y precisión, ahora dispone de un horario continuo.

**CASA GLORIA**  
EL IMPERIO LOCAL

 [carniceriacharcuteriacasagloria.charcutero.es](http://carniceriacharcuteriacasagloria.charcutero.es)

“Cierro a las 14:00, sin embargo, mis clientes pueden recoger pedidos hasta las 19:00, **aprovecho cuando cierro para preparar los pedidos y elaborar todos mis productos de carnicería**”, además de esto, Gloria afirma que a sus clientes les viene muy bien recoger su compra cuando terminan de trabajar y que con estos métodos ha conseguido **reducir los gastos en luz y limpieza**.

En conclusión, esta charcutera-carnicera entusiasta confiesa que ha empezado en esta nueva etapa mucho más organizada, con una visión más futurista y con mucho que descubrir. Señala que seguirá ofreciendo sus productos de todas las formas posibles para que sus clientes **estén cómodos y ponerlo fácil para aquellos que sean nuevos**, incluso sigue innovando y preparando elaborados para las nuevas modas, como son los productos para freidoras de aire o creando sus propios stickers.

 Benigamin (Valencia)

## CHARCUTERO EN NÚMEROS

Este ha sido nuestro 2022, un año en el que hemos conseguido crecer y consolidarnos.

## MARKETING

El departamento de marketing que tu negocio necesita, charcutero.es te ayuda a promocionar tu tienda online, para que aumentes ventas, tanto online como en tienda.

Visitas páginas web charcutero.es en 2022

291.039 

un 48% más que en 2021

12

12 campañas realizadas en las redes sociales de los charcuteros durante 2022

+50%

Notable aumento de las ventas online respecto a 2021

+24%

Aumento de clientes que compran online habitualmente respecto a 2021



USUARIOS REGISTRADOS

936

936 potenciales clientes que se convertirán en futuros clientes online

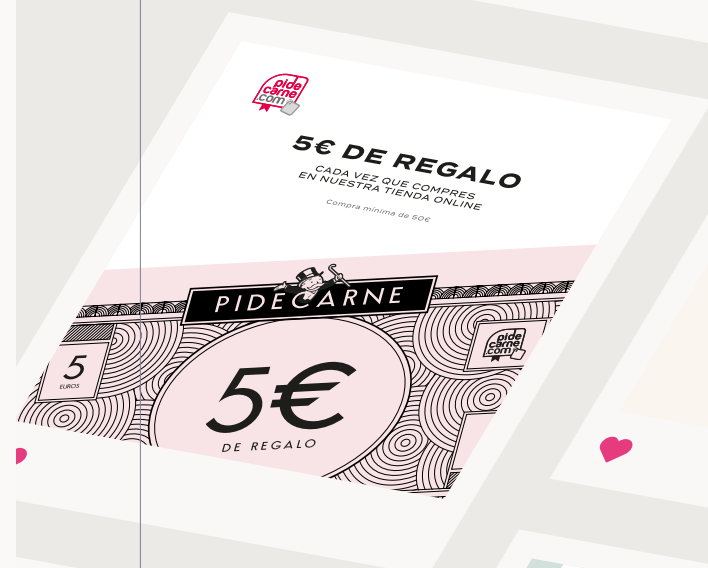
Aumentamos la facturación en 2022 con un

+78,8%

Gracias al incremento de pedidos y al número de clientes que compran en las páginas web de charcutero,

## Inversión en RRSS

Inversión en publicidad en redes para conseguir que nuestros charcuteros consigan llegar a + clientes.



1.489.545 VECES han visto nuestros nuestros anuncios

117.183 PERSONAS han interactuado con nuestros anuncios

11% DE ENGAGEMENT lo que demuestra que la comunidad de seguidores de charcutero interactúa con nuestros contenidos





# NaturArte

• JAMON COCIDO EXTRA •

• PECHUGA DE PAVO •

NUEVO

88%  
CARNE



95%  
CARNE

Asado  
y Ahumado  
Natural  
en Horno de Leña

LIBRE DE  
ALÉRGICOS\*

\*Sin alergenos de obligada declaración según el Anexo II del Reglamento (CE) 1831/2003

## CHARCUTERO A PIE DE CALLE

Pedro nos cuenta cómo se ha recibido el proyecto Charcutero por sus clientes y qué ha supuesto para él y sus compañeros esta herramienta innovadora.

### ¿Como ves el mercado online?

Actualmente el mercado online de la alimentación es muy pequeño, a diferencia de otros sectores, sin embargo, **este mercado se encuentra en pleno auge y constante crecimiento**, por lo que es importante que los sectores más tradicionales tomen nota de ello e intenten adaptarse. "Hemos tenido un poco de todo, hay que darse cuenta que se trata de un proyecto innovador dentro de un canal tradicional y aún hay gente que no ve que pueda vender sus productos a través de una página web. Pero hay que reconocer que poco a poco, los clientes van encontrando la ventaja de tener otro punto de venta además del físico", comenta Pedro.

Todos los comienzos son difíciles y más cuando se trata de abrirse a un medio que desconoces, pero con dedicación y asesoramiento todo es posible. Tras varios años trabajando como comercial, Pedro se ha encontrado con multitud de perfiles, "muchos de ellos estaban preparados para abrirse al mundo online e incluso algunos ya disponían de su propia página web, pero otros no estaban preparados". No obstante, afirma que aquellos que no habían contemplado esta posibilidad, poco a poco han ido viendo que **este puede ser el futuro de sus negocios si quieren competir con las grandes cadenas**.

Además de ser un proyecto innovador para los comercios, también ha supuesto un cambio para los comerciales de este sector. Pedro García, nos cuenta cómo ha sido este proceso y cuáles han sido los beneficios para ellos y sus clientes.

### ¿A qué nuevos retos te has enfrentado?

El mayor reto que he tenido, es hacer ver a los clientes que tenemos que entrar en esta dinámica de trabajo, si no queremos que poco a poco bajen las ventas en nuestro canal. Muchas veces se nos hace muy difícil explicar este proyecto a una persona que no cree nada en él, de ahí que el reto sea aún mayor.

### ¿Qué ha supuesto el proyecto para ti y tus compañeros?

Hablando sobre todo desde mi punto de vista, creo que es un proyecto que en un futuro próximo nos puede dar muchas alegrías, muchos de mis clientes están arrancando.

¡Cuando se empieza un proyecto como este, debemos saber que va a tener complicaciones, pero hay que seguir apostando, ya que creo que parte de nuestro futuro está ahí.

### ¿Cómo de satisfechos están tus clientes con su web de charcutero? ¿Qué es lo que más les gusta/te comentan sobre ella?

Hay de todo tipo, pero me quedo con la positividad que están teniendo muchos de ellos, particularmente la de Pablo, Pide Carne, desde que empezó el proyecto solo me ha dado buenas noticias.

Está muy agradecido a Campofrío por haberle dado una herramienta de manera gratuita, ya que sabe que aparte de costar un dinero, conlleva mucho tiempo y un trabajo que nosotros le estamos proporcionando.

También me habla mucho de lo bien que se están portando los compañeros y profesionales que hay detrás del proyecto, obtienen una respuesta rápida a cada pregunta o problema que pueda tener.

Resumiendo, está muy contento de tener una página que es sencilla, ágil y eficaz para lo que es el consumidor final.



**Pedro Garcia Hurtado**

Gestor de ventas de Campofrío en Ciudad Real, Toledo y alrededores.

## EQUIPO CSD Y OBJETIVOS

En charcutero.es contamos con el mejor equipo de atención y soporte, no se nos escapa nada, cubrimos todos los ámbitos

### Equipo CSD

Beatriz, Sandra, Marta, Sergio, Maria, Antonia, Sonia, Andrea y Jorge



### DESARROLLO

Hacen que esto sea posible y cualquier error o nueva funcionalidad que los charcuteros necesiten se encargan de hacerla realidad.

### ORGANIZACIÓN Y CONTROL

Una comunidad tan grande necesita una organización del equipo y llevar el control del proyecto, para que no se escape nada.

### MARKETING

En redes sociales: crearlas, mantenerlas y crear campañas personalizadas para tu tipo de negocio. Creación de Google My Business.

### SOPORTE Y ATENCIÓN AL CLIENTE

El paso a paso en la creación de la tienda online de cada comercio, el primer contacto con cada charcutero y asesoramiento en todo el proceso.

### DISEÑO CREATIVO

La voz de charcutero, creador y protagonista de los videos tutoriales de la Academia Charcutero. Además, se encarga de diseñar las publicaciones y creativities más originales.

**charcuteros**

Nuestro objetivo para este 2023 es seguir creciendo de la mano de los charcuteros que estén dispuestos a trabajar con nosotros y embarcarse en esta aventura online.



### AUMENTO DE PEDIDOS CLIENTES Y FACTURACIÓN

A la incorporación de nuevas empresas charcutero, nuestro objetivo es crecer en cuanto a número de pedidos, consumidores y facturación.



### LA MAYOR COMUNIDAD DE CHARCUTEROS

Seguir haciendo comunidad con nuestros charcuteros, y ofrecerles todos los servicios que necesiten para gestionar de forma correcta sus nuevos negocios online.



### PLAN DE MARKETING MUY COMPLETO

Tenemos preparado un plan de marketing con muchas acciones y planes para hacer nuevas campañas promocionales en las redes sociales de nuestros charcuteros.



### NUEVAS WEBINARS

Nuevas webinars con nuevos contenidos (explicación de nuevas funcionalidades, logística, marketing, gestión de redes sociales...)

Estate atento, ¡no te lo pierdas!

charcutero.es

LA COMUNIDAD  
DE TIENDAS  
DE ALIMENTACIÓN  
MÁS GRANDE  
DEL PAÍS



Tu web con Campofrío,  
¡aprovecha esta oportunidad!

Sujeto a condiciones, consulta a tu comercial Campofrío