

Xuño 2014, Nº 1 | Exemplar gratuíto | Primeira edición

# A praza é túa

Federación de Prazas de Abastos de Galicia





2-5	O día da nai
6-7	Os bos clientes
8	Venta de tarde
9	Normativa
10	A túa praza en tapas
11	Historia das prazas
12-13	Entrevista directora xeral
14	Que é FEPRAGAL?
15	Novas tecnoloxías
16-17	Fórmula anticrise
18-19	A túa praza
20-21	Promocións
22-23	Concurso de debuxo
24	Produto do mes

## a praza é túa

revista sobre as prazas de Galicia

### EQUIPO EDITORIAL

Xunta directiva da Federación de Prazas de Abastos de Galicia

**Coordinación:** Mari Rodríguez

**Redacción:** L Louzao

**Fotografía:** Janite, Miguel Souto, C. Pontanilla

D.L.: PO 268-2014

Páxina Web: [www.fepragal.es](http://www.fepragal.es)

[www.facebook.com/fepragal](http://www.facebook.com/fepragal)

© FEPRAGAL 2014

Patrocinado pola Dirección Xeral de Comercio da Consellería de Economía e Industria da Xunta de Galicia.



**XUNTA DE GALICIA**  
CONSELLERÍA DE ECONOMÍA  
E INDUSTRIA  
Dirección Xeral de Comercio

# AS MELLORES NAIS ESTÁN NAS PRAZAS

**N**ai non hai máis que unha, pero para cada quen a mellor é a súa. Por iso é que, por haber, hainas a centos, e as mellores están nas prazas de abastos; peixeiras que se erguen cedo para ter o peixe fresquiño no posto, labregas que recollen de mañá as leitugas máis saborosas para levarllas aos seus clientes, vendedoras de flores que alegran a xornada a primeira hora... E por suposto, amas de casa que queren o mellor para os seus, avoas que enchen a neveira dos netos mentres os seus pais traballan, fillas que coidan e alimentan os seus pais maiores... Dun e doutro lado dos postos das prazas de abastos están as maravillosas nais, e sabedores diso, desde Fepragal e desde as distintas asociacións de comerciantes das prazas asociadas quíxose o pasado 4 de maio facerlle un agasallo a esas mulleres que viven vencelladas aos mercados, sexa como vendedoras ou como clientas.

Non é o primeiro ano que o fan, dende logo. En Fepragal xa é costume ter un mimo cos seus clientes. Por iso, chegado o Día da Nai, cada asociación decidiu agasallar as súas clientas como mellor consideraron ou seguindo o bo resultado das campañas feitas en anos anteriores. En Pontevedra regaláron plantas, o mesmo que en Padrón; en Caldas decidiron ofrecer caraveis a todas as nais e avoas que ese día fixeron a compra; na Pobra sortearon oito vales de 50 euros para canxear en perruquerías da zona; en Moaña tamén había vales que logo se podían empregar en diferentes establecementos comerciais; en Portonovo, eses tiques valorados en 50 euros podíanse canxear en centros de estética, e en Cangas, as nais foron de volta a casa cunhas xeitosas bandexas cheas de pequenos agasallos.

E así nas trece prazas que forman parte de Fepragal. O obxectivo, facer felices a todas as nais, xa fora con detalles sinxelos como as flores ou as plantas ou con vales para poñerse máis fermosas aínda na perruquería ou no salón de beleza. Porque como dicían as asociacións na súa campaña, «agasallaremos cun cariño a todas as nais que se acerquen á nosa praza». E así o fixeron, do mesmo xeito que unhas semanas antes fixeron cos pais, que cada vez son máis os que sós ou en familia acoden aos mercados.



Entre esas afortunadas clientas está Menchu, asidua da praza de abastos de Pontevedra que o 3 de maio levou un exemplar do milleiro de plantas que repartiu ese día a asociación local de comerciantes. «Veño os venres desde o outro lado de Pontevedra —dicía sorrinte—, pero o fago porque me gusta o peixe e a carne». Foi unha xornada agotadora para Ángela e Marta, que repartían as plantas, pero como dicía Mari Carmen Santos, a presidenta, «á xente gústalle, vanse contentos e para nós é unha satisfacción».



AS PRAZAS AGASALLARON AS SÚAS MELLORES CLIENTAS  
PRAZA DE PONTEVEDRA



# TODA UNHA VIDA



NIEVES PEREIRO XUBILOUSE LOGO DE 25 ANOS DE TRABALLOS  
PRAZA DE ABASTOS DE MOAÑA

## NIEVES PEREIRO

Estivo 25 anos ao fronte dun posto de roupa en Moaña que lle axudou a criar a catro fillos. Agora deixa na praza a unha delas, Laura, que é a presidenta da asociación. Nieves goza xa dunha merecida xubilación.

«Acordaron darme un tempo, asegúreme e conseguín o posto».

Ao principio, compaxinando a atención da tenda de roupa coa limpeza de portais, para poder pagar a concesión, e logo xa un pouco máis aliviada, comprando blusas, saias e pantalóns en Portugal para venderllos aos veciños

“Non querían darme o posto e ata chamaron á policía. Quitoume o sono moitas noites e ata chorei e todo, pero por fin o conseguín. Foi hai 25 anos.”

Cansa de limpar o lixo dos demais e preocupada pola enfermidade do seu home e por como sacar adiante os fillos, Nieves Pereiro acudía decote á praza de abastos de Moaña, na que xa tiña un posto a súa nai, e vía con cobiza aquel comercio de roupa que había á entrada e que atendía unha muller moi maior que era de Vigo. Nieves soñaba con ese posto, e finalmente conseguíuno. Era o ano 1989 e agora, no 2014, logo de 25 anos detrás do mostrador, Nieves acadou a merecida xubilación. Segue, con todo, vinculada á praza de abastos, porque a súa concesión quedou en mans da súa filla Laura, presidenta da asociación de comerciantes no mercado de Moaña.

Aínda que preocupada polo futuro dos fillos nestes anos difíciles, bota unha ollada atrás en harmonía coa vida que lle tocou vivir. E así é como repasa a súa traxectoria profesional. «Foi a miña nai a que falou con aquela señora, e aínda que o Concello dicía que ese posto íase abolir, eu compreille a mercadoría que tiña e entrei». Pero non foi tan fácil. «¡Ata veu a policía a botarme fóra! Fun á asistente social e conteille a miña vida, que tiña catro fillos, que o meu marido estaba enfermo... Quitoume o sono moitas veces e ata chorei e todo. ¿Que lle vou dar de comer os fillos?, pensaba». Pero non se arredou e con esa forza e esa personalidade que da loitar toda unha vida na praza, Nieves acadou o seu obxectivo.

de Moaña. E así ata este ano, cando definitivamente pechou as portas.

Pero parte da súa vida segue na praza. Sempre formou parte da asociación e estivo na directiva. «Había un carnicero que miraba máis alá e que nos dixo que tiñamos que estar unidos. Eu sempre lle din a razón e primeiro fun tesoreira e logo secretaria, e a miña filla, que ten un posto onde tiña eu antes o almacén, é agora a presidenta».

Non nega a súa preocupación polo futuro da filla, porque os tempos xa non son os que eran. Pero tamén di que hai que saber vivir co que un ten. Unha fonte de sabeduría que, dende logo, deixa unha profunda pegada na praza de abastos de Moaña.

# O SUSTENTO DA FAMILIA ENTEIRA

Cando Celia bota a vista atrás e recorda que chegou a vender ata 200 polos asados nun día... «Agora bo é se se vende a metade», reconece. Pero antes de chegar a ese récord, ela e o seu home pasaron as súas. Non lles foi mal na vida, pero ninguén lles regalou nada, como recorda agora que vén de xubilarse logo de 37 anos na praza de abastos de Padrón.

Casou, e cando tiñan dos nenos pequenos, ela e o seu home marcharon para Suiza. Os nenos quedaron cos avós, o que fixo que en canto eles xuntaran uns cartos, voltaran a casa co desexo de xuntar de novo á familia. Unha familia que por outra banda non deixaba de crecer, porque aos nenos varóns sumáronse despois dúas rapazas. «Viñemos no 77 —recorda—. A nai do meu marido xa vendía pementos na praza, e foi ela a que nos dixo que estaban a facer postos novos. O meu marido comprou un camiión e decidimos abrir un posto de polos asados, porque no restaurante no que traballei en Suiza había un».

Foi un éxito total; chegou a moda de levar os polos á praia e todos os que ían á costa pola estrada de Padrón compraban os de Celia. Non quedaba outra que ampliar o posto, e así o fixeron.

## CELIA COTÓN

Logo dunha tempada en Suiza, abriu en Padrón un posto de polos asados no que chegou a vender ata 200 diarios á xente que os domingos ía á praia. Xa non son eses tempos, pero xubilase tranquila cos catro fillos traballando.



CELIA COTÓN DEIXOU OS FILLOS NO MERCADO  
PRAZA DE ABASTOS DE PADRÓN

“Teño os catro fillos traballando, un deles e máis a nora seguen na praza de Padrón, e iso é unha sorte; non da para aventuras pero si para pagar os recibos”

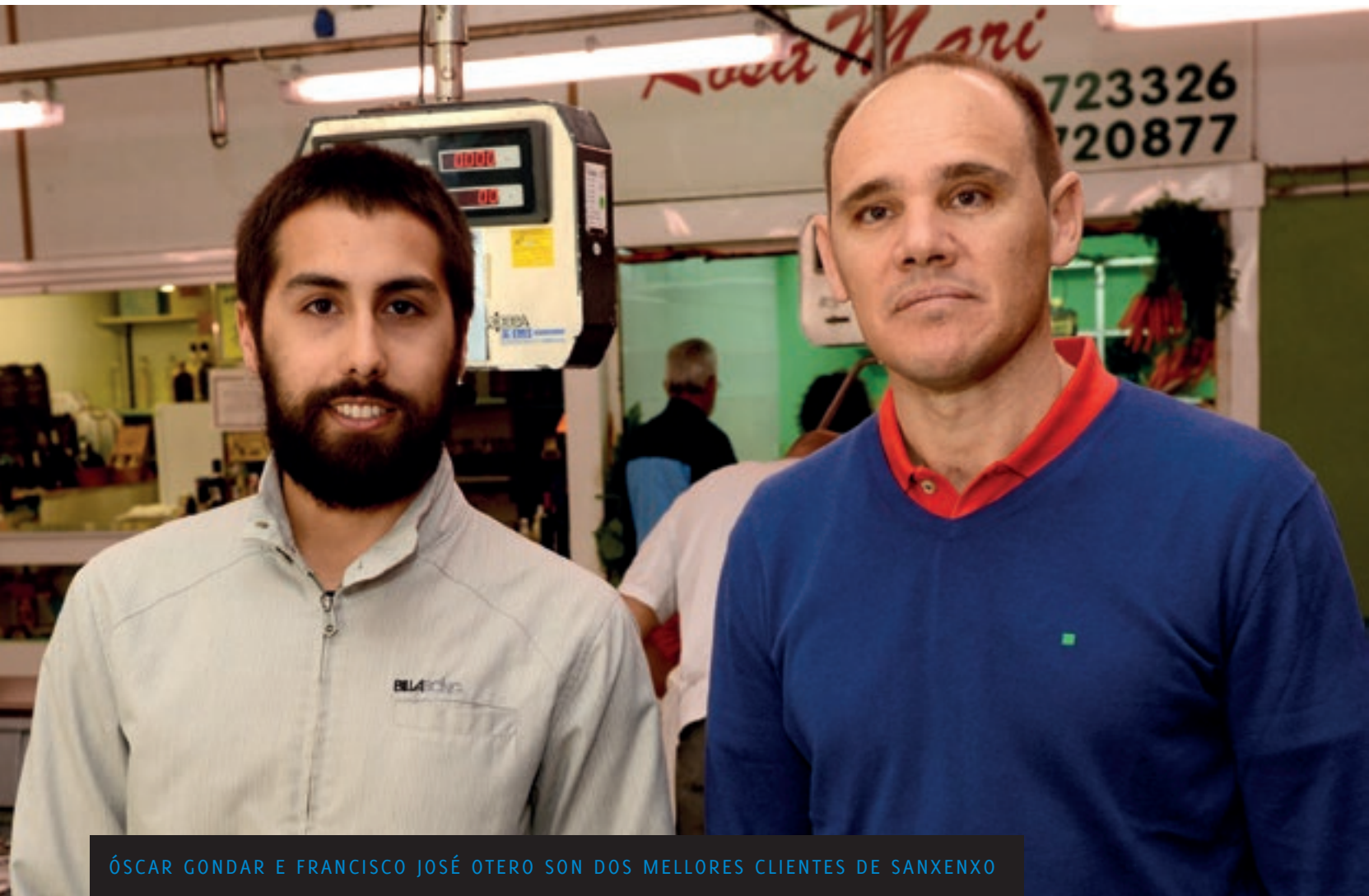
Os fillos foron crecendo e botando unha man, ata que un deles casou e quedou xunto coa nora encargado doutro posto de conxelados que tiña a familia. E alí seguen, cos polos e co marisco. Por iso Celia non acaba de despedirse da praza por moito que este ano, con 66 as súas costas cargados de alegrías e de traballo, de penas e de recompensas, collera a máis que merecida xubilación.

Agora bota unha man cos netiños, que xa ten seis, o máis pequeno de seis mesiños, e coida da horta tranquila porque os seus catro fillos están traballando, «que é unha sorte, a vida non está boiante, non está a cousa como para facer aventuras, pero mentras dea para pagar os recibos...».

Vive en Valga, pero como ten o fillo e máis a nora na praza de Padrón, «aínda vou os domingos a dar unha volta». O marido tamén se xubilou, vendeu o camiión e un taxi que tiña deixoullo a outro fillo. E así segue Celia contando a súa vida ata que o netiño, no seu colo, reclama a súa atención. E Celia atendeuno. Que para el e para o resto da familia taballou 37 anos na praza de abastos de Padrón.



# COMO NA PROPIA CASA



ÓSCAR GONDAR E FRANCISCO JOSÉ OTERO SON DOS MELLORES CLIENTES DE SANXENXO

**H**ai quen non concibe a súa vida sen a praza de abastos. Óscar é un deles, porque desde neno vai todas as semanas coa súa familia a facer a compra no mercado de Sanxenxo. Sorprendémolo precisamente o sábado cando saía coa cesta chea. «Veño da carnicería, de coller carne picada, hamburguesas, lomo adobado que teñen moi rico e filetes de polo. Hoxe tamén fomos ao peixe, collimos aneis de luras»

Óscar Gondar é de Raxó. Ten 24 anos, pero coma quen di, aprendeu a camiñar na praza, porque vai desde pequeno cos seus tíos e xa é unha tradición familiar. Ás veces vai a súa nai, cando non traballa; ás veces tamén algunha prima... «Aforramos combustible vindo todos xuntos, é máis fácil aparcar e logo imos todos tomar un café. Mínimo, unha vez por semana.»

Asegura Óscar que cando era pequeno ía máis como espectador, «para axudar a cargar». Pero como a súa nai traballa e el non, agora a compra corre da súa conta, e faina para el, para a súa nai e para os avós. Se é necesario, tamén fai a comida. «Se é complicada deixaa preparada a miña nai, pero senón cociño eu.»



ÓSCAR SÓ COMPRA NA PRAZA

El o ten claro. Para o fresco, a praza. «Dame máis confianza. Para o peixe, seguro, e para a carne tamén; é raro que a colla no supermercado. Ao súper vou dúas veces ao ano por emerxencia. Aínda que a praza me queda a oito quilómetros, síntome máis cómodo, é outro trato».

Ademais, está encantado cos seus praceiros de sempre. «Tratan aos clientes por igual, a min xa me coñecen de toda a vida, pero tamén aos turistas». Como persoa xoven que é, non lle gusta moito o de regatear, pero pensa que no seu caso nin sequera é necesario. «Se teñen un prezo e eu penso que é correcto non é necesario, eu non o fago. Iso era antes, agora xa non se fai tanto».

Deixámolo organizando a compra. «Os aneis para o conxelador, o polo tamén para conxelar, e o lomo é para preparar hoxe».

# «NON SE ME OCORRE OUTRO LUGAR PARA FACER A COMPRA DO FRESCO»

**A**min conquistáronme. Agora mesmo non se me ocorre outro lugar para facer a compra do fresco que non sexa a praza». Quen fala así, con tanta rotundidade, é Francisco José Otero Fernández, un veciño de Sanxenxo de profesión garda civil que case todos os días acode ao mercado coa súa pequeniña de vinte meses. «E os sábados imos a familia completa, coa miña muller e os dous nenos, xa forma parte das nosas rutinas».

Os dous traballan, o que non lles serve de escusa para deixar de ir á praza. «Eu fago a compra para dous días, levo o peixe, a froita e a carne para o día». Pero Francisco José reconece que non é o normal na xente xoven. «Si, vese moi pouca na praza, matrimonios xóvenes non hai moitos, e iso que fan unhas boas campañas de promoción. Supoño que van ao máis cómodo. Nós antes de que nacera o neno tamén éramos de supermercado, pero agora buscas unha alimentación máis sana; os produtos son frescos e de tempada, e veñen da nosa zona. Ademais son xente moi amable. Cada un ten o seu posto de confianza, pero



O PEIXE É UN DOS PRODUTOS PREFERIDOS DE FRANCISCO JOSÉ

“Ao súper vou dúas veces ao ano por emerxencia. Aínda que a praza me queda a oito quilómetros, sintome cómodo, é outro trato”

**Óscar Gondar**

“A miña muller e máis eu desde que temos fillos coidamos máis a alimentación, por iso vimos sempre á praza de abastos”

**Francisco José Otero**

en xeral o trato é moi cordial, e falas do tempo, do deporte, da política...»

As únicas queixas que pode ter este bo cliente de Sanxenxo non teñen que ver cos seus praceiros nin co produto, senón coas infraestruturas. «A praza está vella; limpa, pero vella. E o problema maior é no verán, que non hai aparcamentos suficientes».

Esa mesma satisfacción a transmite Kiti Portela, veciña de Paxariñas e clienta da praza de Portonovo. Casada, taballadora e con tres fillos, pensa que non vale dicir que non se poden sacar uns minutos para ir á praza. «Vou ás nove da mañá, antes de ir ao traballo; son dez minutos, e a esa hora hai pouca xente, despachan rápido e o peixe xa cho dan limpo. Eu son máis de peixe que de carne, trato de coidar a alimentación e os nenos acostumáronse tamén ao peixe. Busco produtos naturais e a horta da casa, e penso que iso en Galicia témolo. A froita da tempada, as fresas que están boísimas, os tomates, as cebolas, as patacas... Temos a sorte de telo todo aquí ao lado».

Na procura da mellor alimentación para ela e para os seus fillos, Kiti confía nos seus praceiros de Portonovo. «O hábito herdeino da miña avoa e penso que paga a pena. Os nenos saben perfectamente cando un ovo é da casa e cando non. Si, pode que sexa un chisco máis caro, pero é o que aforras en saúde. Polo menos é o que eu penso».



A FAMILIA OTERO, NA PRAZA DE SANXENXO



# CANDO O CLIENTE DIGA

Un dos principais retos aos que se confrontan as prazas de abastos para competir cos supermercados son os horarios comerciais, tendo en conta non só que as grandes superficies abren pola tarde, senón que hai algunhas que xa teñen horario continuo para dar servizo tamén ao cliente que ten que facer a compra ao mediodía.

Porque ese é o obxectivo; servir ao cliente. O que o cliente diga e cando o diga, e en contra diso, non valen excusas, como non se cansa de repetir calquera experto na materia. Ao traballador que ten que comprar o peixe pola tarde non lle preocupa se a peixeira tivo que erguerse ás cinco da mañá. El quere o peixe pola tarde, e se non o atopa na praza, irá ao súper, onde tamén hai pescada do día aínda que, por suposto, nunca coa calidade nin a garantía da praza.

Pois ben, na Dirección Xeral de Comercio sábeno; algúns alcaldes tamén o saben e o saben en Fepragal. Nas prazas, uns o saben mellor ca outros, pero pouco a pouco, os vendedores o van entendendo.

Fepragal conta con catro prazas que, con maior ou menor éxito, abren pola tarde. Faino así Caldas, aínda que con dificultades para atraer os clientes, o que seguramente precisará dun maior esforzo para animalos e para dar a coñecer a



LALÍN



BUEU



CALDAS

oferta que o mercado ten en horario de tarde para traballadores e xóvenes que non teñen por costume ir facer a compra a primeira hora. Algo así ocorre en Bueu e en Moaña; nesta última praza son moi poucos os que abren de tarde, polo que ao cliente non se lle fai atractivo ese horario.

No outro extremo está o caso de Lalín, onde os vendedores están convencidos de que deben abrir todo o día e, de feito, organizan actividades pola tarde para que o cliente saiba que a praza está aberta. O presidente da asociación de praceiros, Miguel Rodríguez, recorda que é unha tradición que data xa do ano 1959. Abren os postos ás 18.30 horas porque «as xubiladas e as amas de casa veñen pola mañá, pero a xente nova ven pola tarde. E veñen cada vez máis, porque vanse concienciando de que teñen de todo e de calidade, e que non é máis caro. Entre as sete e as nove da tarde temos ese tipo de cliente», subliña o presidente.



MOAÑA



## O NOME DO PEIXE



OS ETIQUETADOS PERMITEN MODIFICAR O PREZO  
PRAZA DE ABASTOS DE SANXENXO

## A LEI OBRIGA A ETIQUETAR O PRODUTO CO PREZO Á VISTA

**A**vaquiña polo que vale». E o leite, e o queixo, e o xurelo e o quilo de mazás. Todo polo que vale e co prezo ben clariño para que o teña en conta o consumidor.

O etiquetado e a exhibición do prezo do produto é unha das asignaturas pendentes nas prazas de abastos. E se ben é certo que cada vez son máis os praceiros que se decatan de que tamén deben ofrecer ese servizo, aínda é habitual atopar bancadas enteiras nas que non figura unha etiqueta e nas que o consumidor ten que preguntar ao dependente polo prezo do produto que ten diante.

E non é só porque sexa máis cómodo para o cliente ou porque o consumidor o esixa, que tamén, senón porque o recolle a propia normativa. Sen ir máis lonxe, o capítulo III da Lei 13/2010 do Comercio Interior de Galicia, que no apartado das condicións da oferta, prezos e garantías di o seguinte: «Os produtos expostos para a súa comercialización estarán marcados polo seu prezo de forma inequívoca e facilmente identificable.

Os prezos dos artigos expostos nos escaparates resultarán visibles desde o exterior. Todos os establecementos que presten servizos aos usuarios exhibirán ao público de forma perfectamente visible os prezos a aplicar aos mesmos».

É, ademais, unha necesidade se se quere convencer o público xoven. É certo que o produto da praza é cada vez máis apreciado e que pouco a pouco vai habendo un tipo de cliente máis novo que volta ao mercado na procura dun xeito de vida e de alimentación máis sano. Pero ese novo cliente aínda por conquistar coñece cales son os seus dereitos e os esixe, e entre eles figura o prezo e o etiquetado do produto. «Non teño porque andar a preguntar por todos os postos o prezo, quero que figure á vista e logo eu xa decido», di un xoven usuario das prazas que reconece que aínda é habitual que a compra dependa dese regateo ao que os máis novos non están acostumados nin queren acostumar.

E ollo, que incumprir a lei pode ser motivo de sanción.

O CLIENTE  
XOVEN QUERE  
SABER O  
IMPORTE,  
COMPARAR E  
LOGO ELEXIR  
SEN REGATEAR



Hai nomes que sorprenden especialmente, como o da palometa, que segundo a zona chaman castañeta, zapatero e ata japuta. E os do rapante tamén resultan chamativos: ollón, sollón, meiga ou gallo.

Aínda que a maioría destes nomes son galegos, algúns adoptáronse do castelán, feito que amola especialmente ao escritor Mendez Ferrín, que lamenta que ao rapante se lle chame agora gallo, á rabada rape, á xouba sardinilla, merluza á pescada ou pulpo ao polbo.

Curiosamente, o peixe máis popular en Galicia non ten máis que un nome: a sardiña. ¿Non si?





# PETISCOS DE GLORIA EN LALÍN



A DIRECTIVA DA ASOCIACIÓN DE PRACEIROS, COA DIRECTORA XERAL DE COMERCIO, SOL VÁZQUEZ; A CONCELLEIRA DE COMERCIO DE LALÍN, MARÍA JOSÉ BATÁN, E A PRESIDENTA DE FEPRAGAL, ELENA OTERO

O percorrido habitual dunha carta que presuma de calidade é ir da praza á mesa do restaurante. Pero no mes de maio, en Lalín, fixeron o camiño ao revés: foron do restaurante á praza. Xa se sabe que hosteleiros e praceiros maridan ben, e con ese entendemento de base e unhas poucas ganas de facer ben as cousas, os mellores restaurantes da vila e os seus subministradores habituais, ou sexa, os vendedores da praza de abastos, puxeron en marcha unha novedosa iniciativa que, dende logo, dará que falar de aquí en adiante.

De falar e de comer, porque diso se trataba. Partindo dunha experiencia piloto do ano pasado, cando o recoñecido cociñeiro Diego López de La Molinera e un dos vendedores, Lucas Requejo, serviron unhas tapiñas aos clientes da praza, a asociación de praceiros argallou unha iniciativa máis ambiciosa que se materializou co nome de *A túa praza en tapas*, e que consistiu en cursar invitacións aos restaurantes da zona para que foran servir os mellores petiscos de xeito gratuíto na praza; iso si, elaborados integramente con produtos propios.

A experiencia pode calificarse, sen dúbida algunha, como formidable. Ata sete locais responderon á chamada:

Agarimo, A Molinera, A Lareira, Pazo de Bendoiro, Taberna A Cunca, Cabanas e Cervexería Laxeiro.

O xoves 22 de maio foi a inauguración, coa presenza da directora xeral de Comercio, Sol Vázquez. Ese día acodiron todos os restaurantes, que nunhas bancadas axeitadas para a ocasión serviron as súas propostas, auténticos petiscos de gloria que deixan claro que a gastronomía é cousa seria en Lalín. Unha invitación de cenería con iogur e cereais, unha ensalada de polo escabechado e queixo, tortilla de



vexetais, sardiña mariñada, unha tosta quente de xamón, tomate e espárragos con ovo de paspallás e outra fría con salmón afumado e ovo cocido, ovos escachados con verduriñas e flor de salvia e un batido de vainilla, crema de plátanos e crema de cacao foron as saborosas propostas da primeira xornada. Nas seguintes, sempre de sete a nove da tarde, os cociñeiros fixeron quendas para ofrecer os seus mellores petiscos aos clientes.

Miguel Rodríguez, presidente da asociación de praceiros de Lalín, indicou que o obxectivo desta campaña era «fomentar os produtos dun xeito gratuíto contando coa colaboración da hostelería local; eles poñen o mellor do seu traballo e nós a materia prima». Unha idea que contou co apoio do Concello porque, como explicou María José Batán, concelleira de Comercio e Emprego, «nós estaremos sempre con calquera iniciativa boa que parta da praza, e esta é boa, dende logo». Tamén quedou gratamente impresionada a directora xeral de Comercio. Sol Vázquez subliñou que era un exemplo a seguir porque daba un servizo en horario de tarde e porque «achega a cociña e a hostelería ao produto fresco para ofrecer ideas novedosas, como ben se pode ver hoxe aquí».



## O EXPERTO JAVIER OLLEROS

**A** praza é un destino obrigatorio ao que vou todos os días porque no noso restaurante queremos ofrecer calidade, frescura e confianza, que é o mesmo que eu atopo nas prazas. Para iso, a relación coas vendedoras é algo fundamental. Creo na praza como lugar de encontro para encher a nosa despensa pero tamén como foro público.

É certo que os tempos cambian, pero eu penso que é necesario recuperar a vida que tiñan os mercados. O cliente evoluciona e a praza ten que adaptarse, pero sen esquecer que o seu segredo está na frescura, na calidade e na confianza.

Iso si, hai que darlle unha voltiña, facer un esforzo por adaptarse á realidade actual, que todos poñamos algo da nosa parte; eu comprométome co mercado indo todos os días e a xente da praza tense que comprometer adaptándose aos tempos.

Con todo, non é só unha cuestión entre vendedor e cliente. Outra parte moi importante é a administración, que ten que recuperar eses espazos e dotalos da vida que tiñan antes, que ten que darlles importancia, que ten que entender que este é o momento dos mercados. Non vale facer promocións sen percorrido que non van a ningures e das que todos nos esquecemos ao día seguinte; hai que facer unha planificación en serio sobre o futuro das prazas de abastos. Ou sexa, que temos que implicarnos todos. Eu o primeiro, porque a praza é a miña despensa.

**Javier Olleros**, xerente e cociñeiro do restaurante Culler de pau, no Grove.



ANTIGA PRAZA DE ABASTOS DE VILANOVA  
DO LIBRO "VILANOVA DE AROUSA, CRÓNICAS DUNHA VILA"

## DO SÉCULO XIX AO SÉCULO XXI

**N**o século XIX, superada a economía de subsistencia, o nivel de vida das capas sociais máis baixas de Galicia mellorou pouco a pouco polos avances tecnolóxicos que permitiron engordar as colleitas dos cultivos agrarios e polo perfeccionamento das artes de pesca que conseguiron, do mesmo xeito, que os mariñeiros regresaran a terra de cada volta con máis peixe nas gamelas. Todo iso dou lugar a uns excedentes aos que había que buscarlles saída. Esa circunstancia, sumada a unha especialización cada vez maior da produción en plena era industrial e á mellora dos transportes, que facilitaban o acceso a vilas e pobos que non dispoñían de produtos do mar ou do agro pero que si tiñan cartos para pagalos, propiciou o inicio dunha rudimentaria actividade comercial que case sempre se desenvolvía nas prazas máis céntricas.

Non é casualidade que no século XIX se lle chamara Praza do Mercado á Praza de Fefiñáns, en Cambados, ou que en Vilagarcía hoube-se, por unha parte, a praza da Peixería e, por outra, a da Verdura. Non son máis que pegadas deses mercados improvisados que pouco a pouco ían establecéndose nos núcleos de poboación das Rías Baixas. O número

de agricultores que se desprazaban a eses postos de venda nas rúas era cada vez maior; o peixe saía dos peiraos en carros tirados por mulas cara os mercados, e cada vez eran máis os produtores de gando do interior que, aproveitando as melloras das estradas ou a liña ferroviaria, ían vender as súas carnes e o leite as vilas costeiras.

Ese tráfico, bo para o desenvolvemento económico das vilas e dos seus habitantes, non tardou en provocar un problema de hixiene e de saúde pública; o peixe quedaba exposto ao sol, as verduras compartían currunchos co gando e as carnes lavábanse nas augas sucias que baixaban polas rúas sen sumidoiros. A propagación de enfermidades e as denuncias veciñais obrigaron as autoridades a tomar cartas no asunto e a habilitar recintos específicos

e axeitados para os mercados: así naceron as prazas de abastos, uns edificios que foron acadando tal importancia que non tardaron en ser as vilas as que creceron e se desenvolveron comercialmente arredor destas construcións.

As máis antigas datan de finais do século XIX e primeiras décadas do XX. A de Pontevedra, por exemplo, fundouse en 1872, e a de Caldas foi inaugurada no ano 1929.

A PRAZA DA  
VERDURA, EN  
PONTEVEDRA,  
FUNDOUSE EN  
1872, E A DE  
CALDAS, NO  
ANO 1929






---

“Hai que ter en conta que a razón a ten sempre o cliente e temos que pensar que as nosas ideas teñen que coincidir coas deles”

---

Por **L. Louzao**

Cunha longa e fructífera traxectoria profesional na Consellería de Industria, a ferrolana Sol María Vázquez Abeal —licenciada en Dereito e máster en Dirección e Xestión de Comercio Exterior—, xa se volcara coas prazas de abastos no seus anos como subdirectora de Comercio. Nomeada directora xeral en febreiro do ano pasado, non fixo senón reafirmar ese compromiso.

— **¿Por que esa aposta decidida da Dirección Xeral de Comercio polas prazas de abastos galegas?**

— Porque nos últimos anos o gusto da xente vaíse decantando pola proximidade, ata os cociñeiros máis recoñecidos apostan por ese produto que en Galicia temos dabondo; Galicia ten agora unha moi boa oportunidade para reivindicar as prazas de abastos como espazo para os veciños, para os xóvenes e tamén para a promoción dos produtos gourmet; todo iso no contorno da praza de abastos. Iso é precisamente o que está a facer a Federación de Prazas de Abastos de Galicia (Fepragal) con campañas como o Peque-Chef e o concurso de debuxo, a posta en valor das pradeiras e a procura desa praza de abastos profesionalizada. Fepragal, cunha experiencia profesional, traballa na mellora e unificación da imaxe das prazas, nos horarios... Hai que ter en conta que a razón a ten sempre o cliente e que temos que pensar que as nosas ideas teñen que coincidir coas deles. Fepragal ten trece prazas e cada unha delas ten a súa particularidade, pero cada unha ten que explotar o mellor que teña cuns obxectivos en común. As prazas están de moda e hai que estar aí, esa moda ten que collernos preparados.

“Nas axudas que temos para os concellos un dos aspectos que se recolle é o de actualizar as ordenanzas dos mercados”

“O praceiro o que ten que facer é asociarse. A praza non é unha suma de praceiros, é un todo, cos seus uniformes e a súa marca”

“Os emprendedores teñen unha saída nas prazas, sobre todo en modalidades de venta aínda non xeralizadas e polo relevo xeracional”

**Sol María Vázquez Abeal**, directora xeral de Comercio da Xunta de Galicia

## «AS PRAZAS ESTÁN DE MODA»

– **¿Con esa intención mantéñense as liñas de axuda?**

– Mantemos o importe, si. Son 2,2 millóns de euros que se adican á dinamización ou compra de material necesario para esa mellora da imaxe, pero tamén temos outras liñas para cada praza e logo as que se destinan á federación, e Fepragal pode facer actuacións diferentes en cada praza ou promocións conxuntas. Por último, convocamos tamén subvencións para os concellos, para que poidan mellorar as condicións físicas dos mercados; de feito, nos últimos anos, as prazas asociadas a Fepragal xa melloraron a súa imaxe.

– **¿As administracións locais o ven tamén así?**

– Si, os concellos están moi involucrados, uns máis ca outros, pero en moitos casos xa levan tempo reformando os mercados e saben que a súa praza de abastos é o motor do comercio de proximidade, que arredor da praza vanse creando outros postos complementarios, que se trata de crear vida no contorno. Ata os supermercados tratan de achegarse ás prazas, mesmo na estética, imitando a dos mercados tradicionais. Iso quere dicir que a xente volve os ollos onde está a calidade e a calidade está na praza. Nas axudas que temos para os concellos, que son de concorrencia competitiva, un dos aspectos que se recolle é o de actualizar as ordenan-

zas de mercados, porque son eles o que deben dicir a que hora se abre e se pecha e establecer outras normas.

– **¿Que debe aportar o praceiro?**

– O praceiro o que ten que facer é asociarse. A praza non é unha suma de praceiros, é un todo, cos seus uniformes e a súa marca corporativa. A mellora da praza non consiste só en poñer vinilos ou en pintala. Hai que facer campañas conxuntas. Logo está tamén o tema dos servizos; aparcamentos, envío a domicilio... En resumo, asociarse, axudar a mellorar a imaxe e darlle un bo servizo ao cliente.

– **¿E do cliente que se espera?**

– O cliente ten que sentirse cómodo na praza, hai que poñela en valor

para darlle facilidades, cunha oferta variada, unha cafetería, unha degustación de produtos... Un espazo agradable onde atope todos os servizos que precise.

– **¿Un posto na praza é unha boa saída profesional en tempos de crise?**

– Por suposto, están abertas aos emprendedores. Os autónomos están crescendo e tanto en restauración como en comercio teñen unha saída nas prazas, sobre todo en modalidades de venta aínda non moi xeralizadas e para dar relevo xeracional.

– **¿Vostede é clienta da praza?**

– Son clienta de fin de semana, que é cando podo, e por suposto teño os meus postos favoritos. O cliente da praza é moi fiel e eu tamén o son.



SOL MARÍA VÁZQUEZ ABEAL  
DIRECTORA XERAL DE COMERCIO



## TRECE PRAZAS: UN BO NÚMERO A MELLORAR SE AÍNDA MEDRA

**A**s prazas de abastos de Galicia pelexan por recuperar o esplendor que lles corresponde como eixo arredor do cal creáronse a finais do século XIX as vilas máis importantes de cada municipio. O abandono dos edificios, a escasa autoestima dos praceiros e a competencia dos centros comerciais provocaron o seu deterioro, sobre todo a partir dos 70.

Conscientes dunha situación que estaba a poñer en perigo o medio de vida de milleiros de familias, os vendedores decidiron asociarse e reivindicarse como profesionais. «Era fundamental traballar coa motivación e a autoestima das mulleres autónomas, que non se consideraban empresarias nin comerciantes cando a economía das súas familias dependía delas», recorda Mari Rodríguez, xerente da Federación de prazas de abastos de Galicia (Fepragal).

Pasou máis dunha década dende aqueles bos propósitos iniciais, e neses anos camiñouse moito, pero aínda queda moito por andar. Os primeiros



A FEDERACIÓN DAS PRAZAS DE ABASTOS NACEU HAI CATRO ANOS

“Hai que darlle ás prazas o esplendor que lles corresponde, porque os pobos creáronse arredor delas e hoxe están degradadas”

**Mari Rodríguez, xerente**

vendedores que acordaron constituirse en asociación foron os de Caldas e O Grove. Logo entraron Sanxenxo e Portonovo, e progresivamente os demais ata chegar a trece, número de entidades federadas que podería aumentar se se sumaran máis colectivos. Hoxe xuntan a 700 familias que se alimentan dun movemento comercial que ofrece, non cabe dúbida, o mellor produto, pero que ata agora non sabían vendelo.

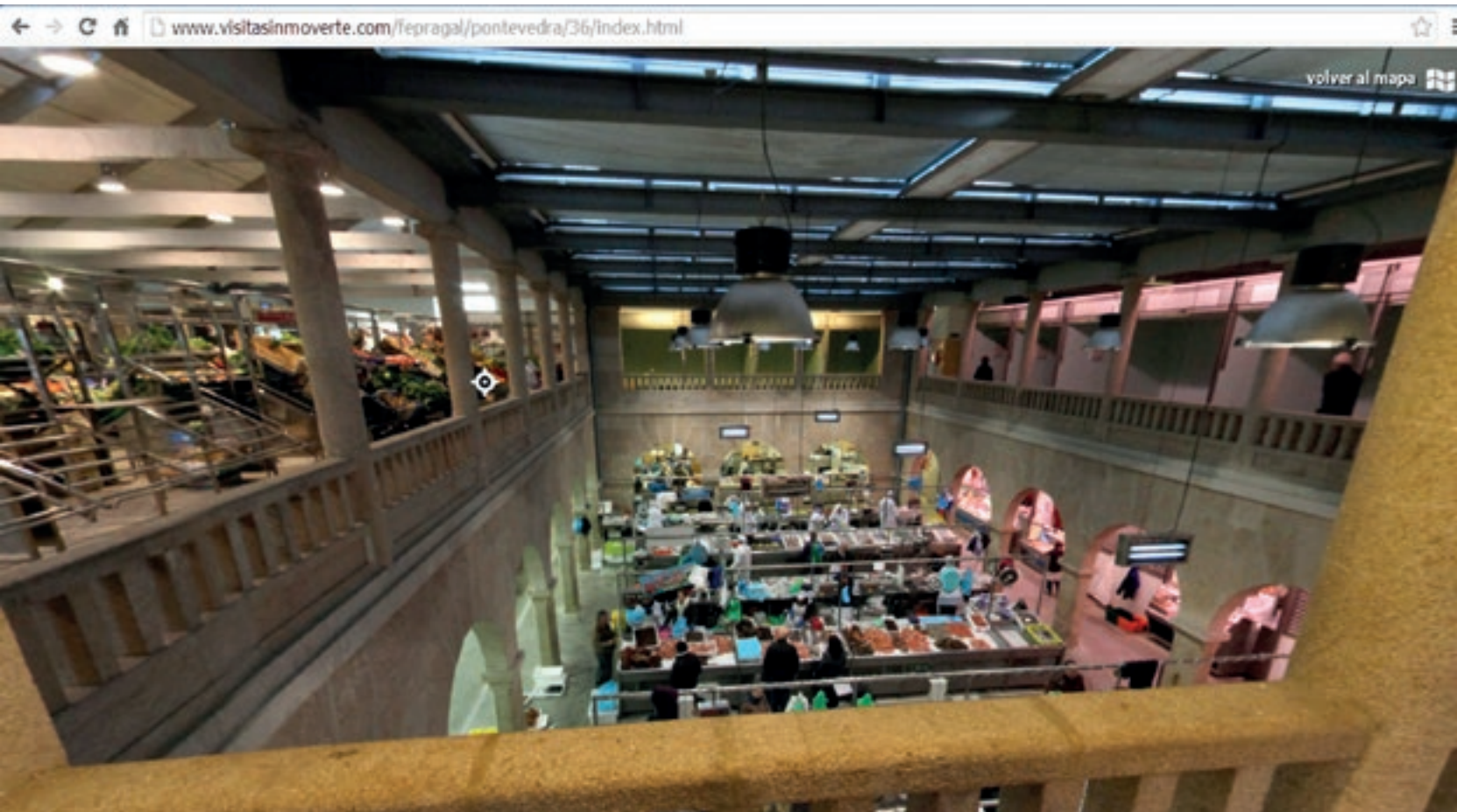
Foi no ano 2009 cando se constituiu a federación da que forman parte, como queda dito, O Grove, Caldas, Sanxenxo e Portonovo, pero tamén Lalín, Pontevedra, Padrón, Moaña, Cambados, Bueu, Cangas, A Pobra e Vilanova. Dous son os obxectivos nos que traballan tanto cada asociación en particular como a federación en xeral: a fidelización do cliente, premiando e animando aos que xa van ás prazas, e a promoción, con campañas de captación que non esquecen a canteira dos cativos.

As asociacións reciben axudas da Dirección Xeral de Comercio que permitiron mellorar e modernizar as prazas. Pero queda moito por facer, e a forza necesaria para andar ese camiño faise coa unión.

## ¿CALES SON AS AVANTAXES DE ESTAR ASOCIADO?

Das axudas que reciben as prazas benefíciense todos os vendedores, estean asociados ou non, o que demostra que os que traballan nesa primeira liña o fan con moita xenerosidade. Pero as vantaxes son aínda moito maiores para os que se asocian, apoiados por unha marca e con acceso a cursos de formación e outros servizos. Como recorda Mari Rodríguez, «animámoos a asesorámoos para crear as asociacións». Poden informarse na web ou no teléfono 669 776 017.





# O FUTURO CAEU NA REDE

**N**on se entende a modernización sen as novas tecnoloxías, e por iso as prazas tiñan que entrar no mundo virtual. E fixérono.

O primeiro paso foi crear unha páxina web, pero a de Fepragal non é unha web calquera. «É unha invitación a unha visita virtual ás prazas, para que entren e vexan», explica a xerente da federación, Mari Rodríguez. E de aí un percorrido en 360 graos polos recintos que xa permite navegar pola maioría das prazas asociadas e botar un ollo a cada un dos seus recunchos.

Imos alá, pois. O primeiro é entrar na súa páxina web, [www.fepragal.es](http://www.fepragal.es). Nese espazo xa se nos invita, se queremos, a acceder a cada unha das asociacións de profesionais que compoñen a federación, co seu logo e a súa marca corporativa. Todo iso logo dunha introdución na que se nos di que é Fepragal e cales son os seus obxectivos, ademais de describir as principais campañas nas que traballa.



Se de feito imos a un mercado determinado, xa podemos facer o percorrido virtual polo seu recinto. Primeiro se nos informa da situación, logo visitamos os espazos exteriores e as zonas de aparcamento e posteriormente entramos no edificio acompañados dun mapa que nos da a situación real de cada posto.

Pero tamén podemos interactuar, porque cada praza ten o seu propio Facebook no que os vendedores se comunican cos seus lectores, informan das súas ofertas e penduran imaxes e comentarios das súas campañas máis chamativas, como o concurso de debuxo infantil *A vida na*

*túa praza* ou o Peque-Chef. E por se todo isto fora pouco, os praceiros tamén teñen o seu propio blog.

As novas tecnoloxías xogan tamén en beneficio do cliente. Por iso unha das posibilidades que Fepragal anda a barallar é a de colocar TPV nas prazas para que os compradores poidan pagar con tarxeta. O futuro anda cerca.





A COMPRA NA PRAZA PERMITE NON GASTAR MÁIS DO DEBIDO

## O PETO FAI BOAS MIGAS COA CESTA DA COMPRA

**L**onxe quedan os tempos de farturas nos que ir á compra significaba encher un carro de produtos que na maioría dos casos non eran necesarios pero nos que se sucumbía polo poderío da oferta, do tres por dous, da aproximación decimal e da publicidade enganosa. Hoxe en día o consumidor mira como nunca o peto e, para non gastar máis do necesario, súbese ao carro da compra responsable e racional, unha maneira de facerse cos alimentos necesarios de cada día que ten como modelo as prazas de abastos, onde os malabarismos publicitarios nunca estiveron de moda.

Saber cada día o que se precisa, fa-

cer unha lista do que hai que comprar, optar polos produtos da tempada que soen ter mellor prezo e confiar no vendedor de toda a vida son as fórmulas para que encher a cesta non desequilibre a economía familiar.

Por outra banda, comprar na praza é solidarizarse co praceiro que tamén está a sufrir a crise e contribuír ao desenvolvemento económico do pobo, de tal xeito que os cartos investidos revisten na propia comunidade. Non deixarse levar por cantos de serea é, polo tanto, fundamental, pero tamén hai que ter en conta que o barato ás veces sae caro, sobre todo se se está a falar de alimentación e de saúde.

## COMO BEN DI O REFRÁN...

**A**sabeduría popular reflíctese en máis de 13.500 refráns recollidos na Biblioteca das Letras Galegas, e neles hai consellos dabondo para referirse á economía familiar e ao consumo intelixente. Xa se sabe que «amiguiños si, pero a vaquiña polo que vale». Por iso, falando do produto de tempada, cómpre recordar agora que chegan estas datas que «por San Xoán a sardiña molla o pan», aínda que nunca está de máis desconfiar porque do mesmo xeito, «a choiva de San Xoán quita o viño e non da pan». Aínda así, como «non hai mal que cen anos dure» e «nunca choveu que non escampara», pois tamén é verdade que «polo San Miguel sabe o touciño a mel».



**O**u sexa, que como «o que garda sempre ten» e «comer e rañar eche cousa de empezar», pois «ao mal tempo boa cara» que «cando o trigo vai louro, o muxe vale ouro», e ademais, xa se sabe, «do porco cómese ata o rabo». Tamén é certo que ás veces «Deus da pan a quen non ten dentes» e que «a galiña que máis canta non é a que máis pon». E logo hai que ter en conta, á hora de sentarse na mesa, que «sogra e nora e can e gato non comen ben no mesmo prato» e que falando de negocios «o que ten tenda que a atenda e senón que a venda». En fin, que «cada un fala da feira segundo lle foi nela».

# UNHA SAÍDA MOI PROFESIONAL

Cansos de buscar un emprego sen que nada apareza, de ir a entrevistas de traballo nas que non se cumpre o perfil e de quedar na casa sen saber que facer mentras esgotan o paro, os que o teñen, son moitos os xóvenes de hoxe en día que se decantan polo autoemprego. Pero ser emprendedor require máis que ilusión e gañas de traballar, require tamén dunha inversión inicial que non todo o mundo pode acometer. Alugar un local sen saber se o proxecto sairá adiante nestes tempos é un risco case sempre prohibido, de aí que agora haxa xóvenes, cada vez máis, que miran ás prazas como una saída laboral.

Ten a súa explicación. As administracións miman cada vez máis os mercados, de tal xeito que o autónomo pode atopar unha serie de servizos aos que posiblemente non puidera acceder ou non puidera pagar nun local propio. Pero ademais, unha vez acadada a concesión do posto, a cota mensual que hai que pagar é escasa, o que permite ao emprendedor con poucos recursos probar uns meses sabendo que, de non saír ben, as perdas son asumibles.

Ese é un dos motivos polos que as prazas comezan a rexuvenecerse. Ade-



PEREGRINA E CRISTINA



LUIS LACEIRAS

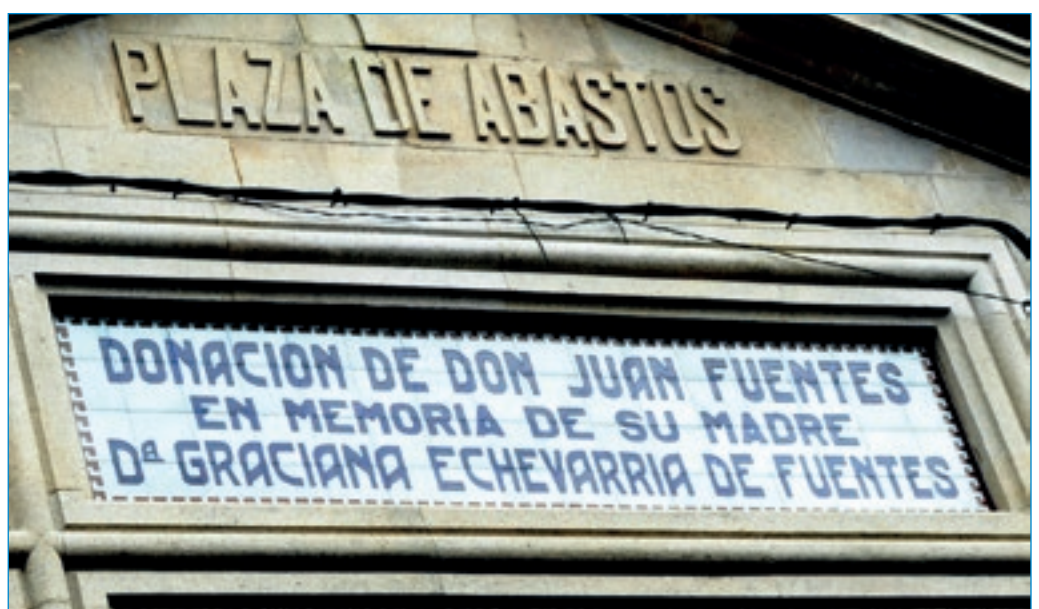
mais do lóxico e inevitable relevo xeracional, en moitos casos son os propios pranceiros os que deixan o posto aos seus fillos ou aos seus netos. Aínda que teñan estudos, non lles importa comer do que a eles sempre lles dou de comer e que aprenderon a querer xa de nenos: as prazas de abastos.

O caso de Vilanova é significativo. Nos últimos catro anos sumáronse cinco vendedores novos, algúns nas tendas que dan á rúa e outros dentro da praza. Entre eles está Cristina García, unha xoven de 33 anos que asociouse cunha compañeira, Peregrina Varela, e abriron unha tenda de conxelados. «As dúas quedamos sen traballo; eu, nunha multinacional, e ela traballara no concello. Saíu o posto a subasta animámonos, e iso que non coñecíamos o sector, partíamos de cero. Pero pensamos, ¿que é o que non hai en Vilanova? E non había conxelados. E si, estamos contentas, tal e como están os tempos... É unha axudiña que entra na casa e as dúas temos nenos e podemos estar con eles pola tarde. ¡É un traballo que moitos quixeran para si!».

Do mesmo xeito opina Luis Laceiras, de 26 anos, que leva tres cunha panadería dentro da propia praza. «Abrimos pola tarde e ata os domingos. E podes pensar, ¿quen vai ir á praza o domingo? Pois a xente vai collendo costume e veñen. O único problema é que non temos saída para fóra, pero hai clientela e imos tirando, que xa é moito. Eu desde logo animaría a máis xente xoven a que probara».

Adiviña...

EN QUE  
PRAZA  
SE TIROU  
ESTA  
FOTO ?





# OS RETOS QUE PETAN NA PORTA

**A**s prazas de abastos viven un momento de gloria que se sustenta no apoio que teñen das administracións e, sobre todo, na aposta que por elas fixeron os restauradores. É o resultado do intenso traballo das asociacións de praceiros e de Fepragal, que levan dez anos demostrando o que agora xa todos semellan ver. Pero aínda así son moitos os retos que petan na porta para poder superar a competencia feroz dos supermercados —que por outra banda tampouco venden máis barato, chega con ir e comprobalo— e para atraer os clientes máis xóvenes.

E niso andan, aínda que sexa con dificultades. Cambados, por exemplo, ten a praza nun lugar privilexiado. Pero nese espazo á beira do mar non só se estableceu o mercado hai moitos anos, senón que tamén abriron nos arredores os supermercados que lle fan a competencia. Á espera dunha modernización das instalacións na que está involucrado o Concello, os praceiros van ter que unirse para entre todos loitar por esas melloras. Cambados sumouse a Fepragal pero

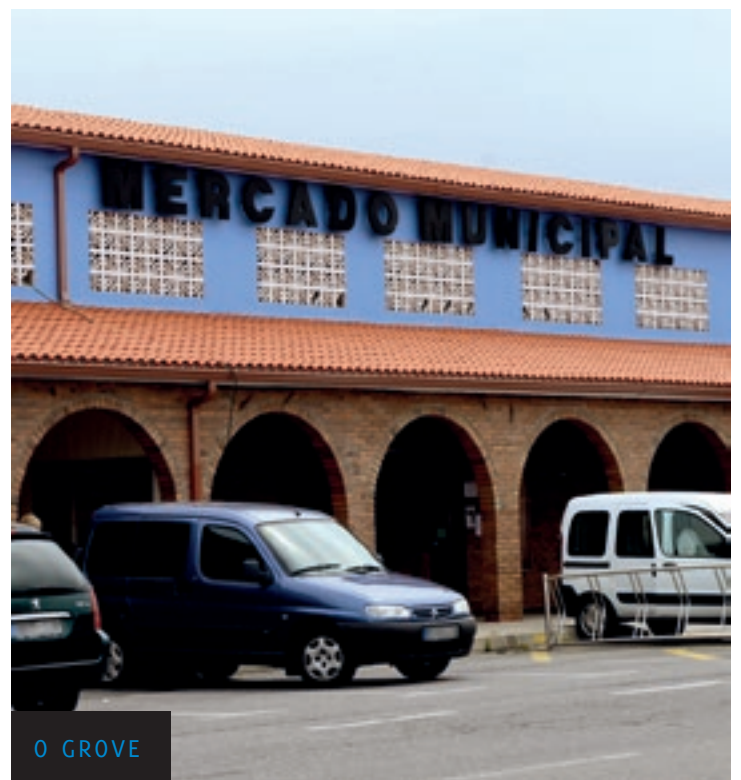


CAMBADOS



parte dos seus vendedores non están asociados aínda, un proceso imparabile tendo en conta que eles son o sustento da súa casa e que teñen que armarse de razóns para que o cliente opte por eles e non polas cadeas de alimentación.

Outro tipo de competencia é a que está a sufrir O Grove. Como no caso de Cambados, a ubicación da praza é ideal. Pero as peixeiras teñen que loitar dende hai uns anos coa oferta da propia confraría de pescadores, que abriu no mercado un pósito de venda de peixe que chega directamente desde a lonxa. E o fan coas súas mellores armas. A primeira, que dende ese mesmo mar que chega o peixe da confraría chega o delas, polo que en calidade non hai diferenza. Pero as vendedoras do Grove, ademais, contan coa complicidade dos seus mellores clientes, fieis dende hai anos ao produto da praza e á peixeira de toda a vida. Unha estratexia, a da fidelización, que debería funcionar tamén na conquista de novos compradores.



O GROVE

# DE FAENA TODO O ANO



Unha das principais características do trasego comercial nas prazas de abastos é a estreita relación entre vendedor e cliente, baseada na confianza e ata na amizade. Por iso o comprador do mercado é cliente todo o ano, do pote de xaneiro ao bacallao de Nadal. Malia que iso é así, nas Rías Baixas dáse tamén outro tipo de mercado que vive sobre todo do turismo, dos meses de enchenta de xullo e agosto. Pasa en Bueu, pasa en Sanxenxo e pasa, en xeral, naquelas vilas que ven medrar a súa poboación na tempada estival.

Co todo, en Bueu foron quen de desestacionalizar as súas vendas, un exemplo que poden seguir outros mercados de características similares. Aínda que a cesta segue a encherse máis no verán, acadaron unha clientela fixa que chega mesmo de Vigo e de Pontevedra na procura de peixe fresco. O bo funcionamento da asociación de praceiros pode que teña algo que ver. Iso e a magnífica situación do edificio coa lonxa xusto ao lado, o que dá á mercadoría do mar esa frescura que vai buscando o cliente da cidade que anda na procura da calidade.

Ese esforzo tivo premio por partida dobre, porque Bueu foi tamén quen de concentrar arredor da praza a zona de chiquitas e de venta minorista, co que logrou imitar aos antigos mercados,

que eran precisamente o eixo arredor do cal ían medrando as vilas máis importantes, unha tendencia que se está a recuperar tanto por parte da sociedade como das administracións.

Aspectos positivos todos eles que son un reto para Portonovo, que pode presumir dun edificio coa cara lavada por mor das inversións que fixo o Concello de Sanxenxo na súa mellora, coa renovación total da praza da verdura e a incorporación de vinilos. Ten, ademais, a media de idade máis baixa dos centros asociados a Fepragal, polo que hai ganas de traballar. Súmase a todo iso a súa boa ubicación e as prazas de aparcamento que permitirían, como en Bueu, recibir como propios aos clientes das localidades próximas. Por algo será que en Portonovo non hai postos de venta libres.

Iso non quere dicir que vivir do turismo sexa malo, todo o contrario. De feito, hai mercados que poderían contar cunha maior promoción entre este tipo de clientes ocasionais se tiveran a colaboración da administración local. É o que pasa coa praza de abastos de Caldas, por exemplo. Un mercado nunha ubicación envidiable á porta do Camiño de Santiago que podería sacar máis beneficio deses peregrinos que xa non esperan ao xubileo para poñerse a andar. Camiñan, pernoctan e comen todo o ano.

BUEU FOI  
QUEN DE  
CONQUISTAR  
CLIENTES  
DE VIGO OU  
PONTEVEDRA  
QUE BUSCAN  
CALIDADE





CENTOS DE DEBUXOS REFLECTIRON A PRAZA DE CANGAS



OS MENOS DE MOAÑA PASARON A TARDE COAS SÚAS PRAZEIRAS

## DA CLASE Á PRAZA NO MORRAZO

**X**a se sabe que se a montaña non vai a Mahoma... Non é este o caso, porque coas campañas de promoción que Fepragal fai nas prazas, cada vez son máis os rapaces que senten o mercado como parte da súa vida. Pero os praceiros de Cangas e de Moaña pensaron que aínda había que facer máis, e por iso para o concurso *A vida na túa praza*, que permite aos máis pequenos interpretar en debuxos ás da súa vila, botaron man dos colexios, que é a maneira de chegar ao maior número de rapaces. E non lles faltaba razón, porque foi arredor dun cento os que participaron nesta segunda edición do certame en ámbalas dúas prazas.

Co fallo do xurado na man e agasallados os gañadores cos seus premios, as praceiras de Cangas achegáronse aos colexios para facer entrega aos moitos nenos participantes dos diplomas e os regalos que lles correspondían pola súa participación —todos eles recibiron un libro e lambetadas—.

Foi unha bonita xornada de convivencia interxeracional na que os nenos falaban dos seus debuxos e os representantes da asociación de praceiros e de Fepragal agradeceron aos alumnos e aos profesores a súa colaboración. Nun dos centros celebrouse un multitudinario encontro no salón de actos; noutro, foron clase por clase entregando as certificacións e os agasallos, coa sorpresa de que os gañadores do certame, Sabela e Anxo, atopáronos na mesma aula.

Moaña fixo ao revés. Sacando ventaxa de que a praza abre pola tarde, a asociación de praceiros e Fepragal pedíronlle aos mestres que levaran os nenos participantes á praza para recoller os seus regaliños fóra do horario escolar, e así percorrer o mercado e ir tomando nota para participar na seguinte edición. Foi, polo tanto, outro acto multitudinario no que case un cento de rapaces foron agasallados por reproducir a cores e con esa limpa visión infantil a praza na que a diario conviven cos seus vendedores de confianza.





ARRIBA, OS CHEFS DE PONTEVEDRA; ABAIXO, OS DA POBRA

## OS PEQUE-CHEFS, COS CINCO SENTIDOS

Cociñar é divertido, e se aínda por riba un ten o privilexio de ter os mellores produtos á súa man, a experiencia resulta irrepentible. Fepragal sábeo, e por iso dentro das súas campañas de promoción das prazas de abastos organiza o Peque-Chef, unha das súas actividades máis exitosas que conquista aos clientes máis xóvenes.

Cada mes nunha praza, os mestres da cociña comparten as mañás dos sábados cos máis pequenos da casa, que se transforman en chefs en canto visten os mandís de Fepragal e se poñen coas mans na masa. Baixo a batuta do restaurador Luis Paz, o Peque-Chef estivo estas semanas nas prazas da Pobra e de Pontevedra para convencer aos nenos dos beneficios de comprar, cociñar e consumir produtos da praza. «O planing do día é o seguinte —indica Luis—: Explícolles cal é a receita, logo baixamos aos postos a buscar os ingredientes, ensínolles cales son as súas propiedades e as diferentes especies que hai no caso do peixe, ordenamos a compra e logo, ¡todos a lavar as mans antes de poñerse a cociñar!».

Os profes escollen receitas que lles permitan aos rapaces manipular

“Estamos facendo unha pizza con froitas, leva chocolate, plátano, fresas, kiwi... Adiviña que é o que máis me gusta... ¡O chocolate!”  
Elisa (A Pobra)



os alimentos e ser eles mesmos os que cociñen os menús que logo levan orgullosos as súas casas. Na Pobra, por exemplo, Elisa aprendeu estes días pasados un montón de segredos culinarios: «O primeiro día fixen unha hamburguesa de salmón; o segundo, albóndegas con arroz; o terceiro non puider vir porque me doía a cabeza e hoxe —dicía na xornada de clausura— estou cociñando unha pizza».

Era, desde logo, unha pizza moi peculiar, porque a base ía untada de chocolate e os ingredientes eran vexetais: kiwi, fresa, plátano... Unha explosión de cores e sabores que invitaban a traballar cos cinco sentidos. «E máis san imposible», dicía unha nai que non só marchou cos seus fillos entusiasmados senón tamén cunha boa parte da comida do día feita.

En Pontevedra atopámoslos cociñando hamburguesas de salmón. Ademais de ser un prato distinto, demostra aos pequenos que o peixe é unha comida saborosa e que se pode preparar de xeito moi divertido. ¡Non deixaron nin as migallas!

Luis remata canso, pero satisfeito. «Traballar cos nenos é enriquecedor, colaboran moito e son moi participativos». ¡Pois que aproveite!



# A VIDA NA TÚA PRAZA



## OS ARTISTAS

Unha visión fresca de como os máis xóvenes da casa ven o seu mercado de proximidade. Centos de debuxos reflexárono e aquí temos unha escolma dos mellores deseños presentados á segunda edición do certame de debuxo organizado polas prazas de abastos asociadas a Fepragal.



## OS PREMIOS

Foron seleccionados dous traballos por praza, un para menores de 7 anos e outro para maiores. Todos os participantes recibiron lambetadas, un libro e un diploma de agasallo; os gañadores, tamén un completo pack de debuxo. Nenos, pais e praceiros gozaron dunha experiencia tan marabillosa que están dispostos a repetir o ano que vén.



## OS TRABALLOS

Por suposto que cada rapaz ten unha visión moi persoal e que cada traballo é diferente, pero en xeral, todos eles quixeron reproducir non só os produtos que máis lles chaman a atención da praza e que logo degustan na súa mesa, senón tamén a familiaridade no trato cos seus praceiros de confianza ou a naturalidade coa que eles e as súas familias fan uso do mercado.





No mercado de Cangas, os mellores deseños foron os presentados por Sabela Alfaya (7 anos) e Anxo Casás (8 anos). En Bueu, os gañadores foron Jorge Costas, de 6 anos, e Aurora Cerviño, de 9 anos. O xurado de Caldas de Reis seleccionou a Fabio Casal (6) e Yohanne Rey (7), e na Pobra gañaron Guillermo Vidal (9) e Iria Luisa Nimo (5). Vilanova elixiu a Yaiza Abalo (9) e a Andrés José Padín (5).

# CERTAME DE DEBUXO



Lalín elixiu a Nuria Couto (9 anos) e Santi Fernández (7) como gañadores do certame «A vida na túa praza». En Pontevedra foron galardoados Alejandra García (9) e Iago Villanueva (7). Os mellores de Sanxenxo foron Jorge Pinheiro (9) e Carolina Vázquez (6). Padrón premiou a Julián Serramito (9) e Nerea Vázquez (6). En Moaña os seleccionados foron André Ríos (7) e Laura Troncoso (9).



Os pequenos clientes da praza pasárono moi ben coas súas creacións. Como dixo Sabela, gañadora en Cangas, «é a primeira vez que me presento e xa gañei». Tanto ela como Anxo, que tamén levou premio, pensan presentarse a todas as edicións. En Pontevedra, Alejandra debuxou a Loli, a da floraría, e á presidenta da asociación, Mari Carmen Santos. «¡Fixouse en todos os detalles —destacaron as praceiras—, ata nos mandís!».



# A SARDIÑA MOLLA O PAN

AS PRAZAS DE ABASTOS RECOMENDAN AOS SEUS CLIENTES CONSUMIR PREFERENTEMENTE PRODUTOS DA TEMPADA; POR TRES RAZÓN: PORQUE SON DA CASA, PORQUE ESTÁN NO SEU MELLOR MOMENTO E PORQUE TEÑEN PREZOS MÁIS POPULARES. POR ISO «A PRAZA É TÚA» QUERE RENDER HOMENAXE A ESE PRODUTO QUE SE ALZA POR RAZÓNS PROPIAS CO TÍTULO DE PRATO ESTRELA DO MES. COMO NON PODÍA SER DOUTRO XEITO, A RAÍÑA DA MESA EN XUÑO É A SARDIÑA, QUE SAÚDA AO VERÁN EN MILLEIROS DE CACHADAS QUE POR SAN XOÁN ALUMEAN GALICIA PARA GOZAR DA NOITE MÁIS MÁXICA DO ANO.



XUNTA DE GALICIA  
CONSELLERÍA DE ECONOMÍA  
E INDUSTRIA  
Dirección Xeral de Comercio



Traballamos [ParaTi.com](https://www.paraTi.com)