

Decembro 2016, Nº 7 | Exemplar gratuíto | Primeira edición

# A praza é túa

Federación de Prazas de Abastos de Galicia

## Memoria

**FEDERACIÓN  
de Prazas de  
Abastos**

A TUA PRAZA DE ABASTOS. ESPACIO DE VIDA  
MERCA NA TUA PRAZA



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

2-3	Estamos de moda
4	As prazas do Camiño
5	Novas tecnoloxías
6-7	Entrevista
8	Qué é FEPRAGAL
9	Directiva FEPRAGAL
10-11	Entrevista
12	Somos patrimonio
13	Dinamización
14, 17, 18	FEPRAGAL
15	Infraestruturas
16	Letra
19	De pais a nais
20-23	Quere o teu mercado

## a praza é túa

### EQUIPO EDITORIAL

Xunta directiva da Federación de Prazas de Abastos de Galicia

**Coordinación:** Mari Rodríguez

**Redacción:** L Louzao

**Fotografía:** Janite, Miguel Souto, C. Pontanilla, Sonia D., José Luis Oubiña, Bruno Novoa

D.L.: PO 268-2014

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

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

Tfno. 669 776 017

© FEPRAGAL 2015

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



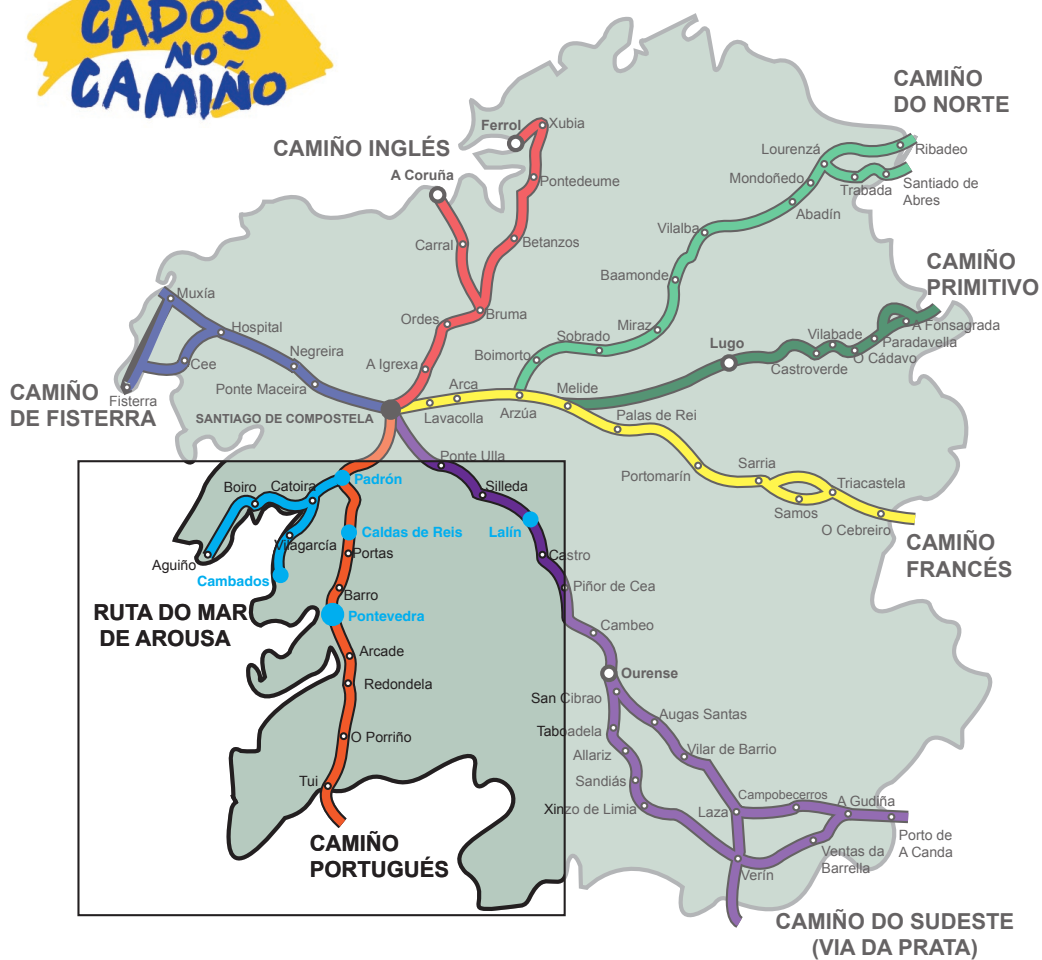
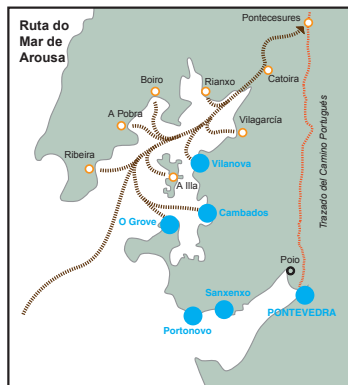
OS MÁIS NOVOS APOSTAN HOXE EN DÍA POR UNHA VIDA SANA, E A ALIMENTACIÓN PRAZAS DE ABASTOS, E AS DE FEPRAGAL OS POÑEN NAS SÚAS MANS



# Estamos de MODA

É FUNDAMENTAL PARA MANTERSE EN FORMA; OS SEUS PRODUTOS OS ATOPAN, COMO NON PODERÍA SER DOUTRO XEITO, NAS

# MERCADOS NO CAMIÑO



- Ruta do Padre Sarmiento
- Variante Espiritual
- Ruta do Mar de Arousa
- Cambados Prazas asociadas

COÑECER A GASTRONOMÍA AUTÓCTONA É UN DOS PRINCIPAIS OBTIVOS DOS PEREGRINOS QUE CHEGAN A GALICIA

## AS PRAZAS COMO RECLAMO TURÍSTICO E GASTRONÓMICO DOS CAMIÑOS DE SANTIAGO

Calquera viaxeiro coincidirá en que, para coñecer a vida social, a historia e a idiosincrasia dun pobo, hai dúas visitas obrigadas: o cemiterio municipal e o mercado local. ¡Se o saberán os peregrinos do Camiño de Santiago, que teñen a fortuna de atravesar un feixe de prazas de abastos na súa ruta cara a tumba do apóstolo!

O camiñante quiere empaparse da cultura dos pobos polos que atravesas, e a gastronomía autóctona é fundamental para coñecela, esa que se elabora cos produtos que se cultivan na comunidade e que, por suposto, son os máis

auténticos, sans e dunha indiscutible calidade. Ás veces preguntan ao chegar, outras xa chegan informados polo boca a boca ou polas guías turísticas, pero o produto estrela de cada pobo, ou ese prato que nese lugar preparan como só eles saben, ese é o que escollen os peregrinos cando fan parada e fonda logo de percorrer un tramo do Camiño. E os restauradores aseguran que dá gusto alimentar a comensais tan agradecidos.

Nas nove rutas oficiais do Camiño de Santiago —dez, se se inclúe o Camiño do Inverno—, ou nas alternativas que se foron deseñando nos últimos anos,

o visitante atopa prazas de abastos dabondo para mergullarse na cultura gastronómica do pobo que visita; desde Tui a Padrón polo Camiño Portugués ou de Ourense a Lalín pola Vía da Prata. Por iso, localidades como Pontevedra, Caldas, Padrón e agora tamén Vilanova —porto natural da Ruta Espiritual— ven vencellada a súa actividade diaria ao fenómeno da peregrinaxe.

Moitas desas prazas está asociadas a Fepregal, o que é unha garantía para o visitante. O tradicional Camiño Portugués atravesas as de Pontevedra, Caldas de Reis e Padrón; a Vía da Prata vai por Lalín, e a chamada Variante Espiritual, que percorre os mosteiros de Poio e Armenteira, atravesas polas prazas de abastos de Pontevedra, Vilanova e Padrón. E a chamada Ruta do Padre Sarmiento, que vai pola costa, pasa por Pontevedra, Sanxenxo, Portonovo, O Grove, Cambados, Vilanova e Padrón.

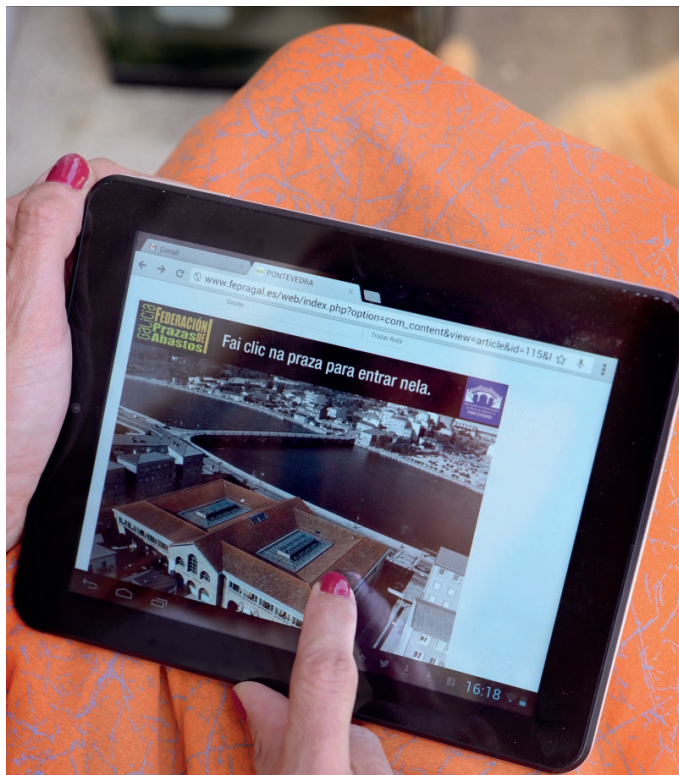


# O FUTURO CAEU NA REDE

**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.

“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 vaise 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.





“Arrancar foi complicado, porque non éramos unha asociación de empresarios, éramos autónomos e había un vacío legal”

**Elena Otero**, presidenta

“Temos que incentivar o asociacionismo; aínda que pareza que cada un vai ao seu, no fondo temos todos os mesmos problemas”

**Javier Paz**, tesoureiro

“Quédanos por facer tanto ou máis do que levamos feito, porque todos os días hai necesidades e xorden cousas novas”

**M<sup>a</sup>. J. Cerqueiro**, vicepresidenta

**Directiva** da Federación de Prazas de Abastos de Galicia

## «AGORA SI NOS ESCOITAN»

Por **L. Louzao**

Cando xa as trece asociacións das prazas de abastos levaban feito o seu camiño, xurdiron novas necesidades, e para enfrontarse a elas foi necesario federarse. Pasou hai cinco anos, e cóntao dunha maneira moi simpática a presidenta, Elena Otero Serantes, praxeira de Sanxenxo. «Un bo día a xerente díxome que tiñamos que formar unha federación, e que como eu lle parecía unha persoa sensata... e así desde aquela. Tivemos que ir varias veces a Santiago, á Xunta, e cando xa fomos falar cos xefes empecei eu a poñerme nerviosa, porque decateime de que a cousa ía en serio».

— **¿E como foi que convenceron aos responsables da Consellería de Industria e Comercio de que realmente ía en serio?**

— (Mari Rodríguez) Penso que viron sinceridade e ganas de traballar, que éramos xente da rúa e que non tiñamos outros intereses que dignificar os mercados. A directora xeral era daquela Nava Castro, e seguimos a ter a mesma sintonía coa actual, Sol Vázquez. Penso que elas viron que realmente había un colectivo desfavorecido, que as asociacións de comerciantes nunca pensaran neles, que consideraban á xente da praza como de terceira categoría, e que



FEPAGAL DEFENDE OS INTERESES DE TRECE PRAZAS EN GALICIA

había moito traballo por diante que facer.

De sacar adiante ese traballo encárganse, ademais da presidenta Elena Otero e da xerente Mari Rodríguez, a vicepresidenta María José Cerqueiro, o tesoureiro Javier Paz, a secretaria Rebeca Rodríguez e Víctor Rodiño, o máis xoven, que vén de sumarse á directiva de Fepragal; un colectivo de praceiros concienciados e desinteresados que miran polo futuro de centos de familias que viven dos mercados.

— **Antes traballaba cada asociación**

**pola súa conta. ¿Que foi o que obrigou a crear Fepragal?**

— (Mari Rodríguez) Todas tiñan máis ou menos os mesmos problemas, pero cada unha andaba polo seu lado. O obxectivo da federación era, e é, darlle publicidade ás prazas, que se deran a coñecer. Tivemos que devolverlles o lugar que lles correspondía historicamente, dignificar o sector e recuperar ese lugar que tiñan antes dende o punto de vista comercial.

— (Javier Paz) Tamén temos que demostrarlles as administracións que somos un todo, que temos unha identidade propia.

“As prazas de abastos supoñen un atractivo turístico ata para os comercios que están ao seu arredor e para a propia cidade”

“O segundo lugar máis visitado de Santiago de Compostela despois de, por suposto, a Catedral, é a súa praza de abastos”

“Actualmente os peregrinos poden selar as súas credenciais do Camiño de Santiago nas prazas de abastos e nos mercados”

**Nava Castro**, directora xeral de Turismo da Xunta de Galicia

## «O PÚBLICO VOLTA ÁS PRAZAS NA PROCURA DO AUTÉNTICO»

Por **L. Louzao**

A directora xeral de Turismo coñece moi ben as prazas asociadas a Fepragal, porque nas súas anteriores responsabilidades como directora xeral de Comercio impulsou os mercados tradicionais en estreita colaboración coas asociacións de praceiros e coa Federación de Prazas de Abastos de Galicia. Hoxe, nas súas actuais funcións institucionais, volve os ollos ás prazas de abastos para recoñecer e explorar as súas potencialidades turísticas.

—Os libros de viaxes din que para coñecer un lugar hai que visitar os seus cemiterios e os seus mercados. ¿Cre vostede nesas potencialidades turísticas das prazas?

—Por suposto. Estou convencida da importancia das prazas de abastos como recurso turístico, xa que nos permiten consolidar a nosa comunidade como destino de turismo gastronómico tanto a nivel nacional como internacional, ademais de axudarnos a desestacionalizar o turismo grazas a oferta culinaria centrada nos produtos de mercado de tempada. Un exemplo da potencialidade turística dos mercados e das prazas de abastos é o feito de que o segundo lugar máis visitado de Santiago de Compostela, despois de, por suposto, a Catedral, é a súa praza de abastos. Por iso,



**NAVA CASTRO**, (Ponteareas, 1969), foi directora xeral de Comercio da Xunta de Galicia na anterior lexislatura, e dende o 17 de xaneiro de 2013 é directora xeral de Turismo.

estamos a facer un gran esforzo por fomentar a modernización dos mercados galegos. Coa posta en marcha de iniciativas como a ampliación dos horarios de apertura e peche para adecualos aos novos hábitos de compra e consumo, a mellora da accesibilidade e das zonas de aparcamento, o mantemento axeitado das insatalacións, a incorporación de novas tecnoloxías, a posta en marcha dunha oferta de servizos comúns, reforzaríamos o comercio local e o turismo da nosa comunidade. Trátase de incrementar a competitividade das nosas prazas de abastos e transformalas así en motores do comercio local e en elementos de atracción turística.

—Gastronomía, cultura, etnografía e tu-

risimo van sempre da man. ¿Non están todos estes conceptos nas prazas?

—Sen dúbida. Unha visita á praza permite ao turista descubrir as características non só da nosa gastronomía a través dos seus produtos, senón tamén das nosas tradicións, costumes e cultura. As prazas son o mellor reclamo gastronómico de cada cidade, pero ademais inclúen aspectos que van máis alá do culinario: culturais, enolóxicos, turísticos e comerciais, son dinamizadores económicos e sociais extraordinarios. E ese efecto dinamizador actúa tanto cara dentro como cara fóra das cidades, xa que as prazas de abastos estimulan o consumo interno e son recursos turísticos que aportan valor e unha oferta complementaria.



AS PRAZAS ACOSTUMAN FORMAR PARTE DOS CASCOS HISTÓRICOS E SON UN ATRACTIVO MÁIS PARA O PEREGRINO

—¿De que maneira pode aproveitarse que o Camiño de Santiago pasa por moitas prazas para dalas a coñecer como centros dinamizadores das vilas e de venta dun produto autóctono que o visitante non vai atopar en ningún outro sitio?

—O Camiño de Santiago é, sen dúbida, un importante canle de intercambio con outras culturas gastronómicas. Un dos principais plans de acción que aborda o Plan Integral de Turismo de Galicia, presentado a principios deste ano, é o desenvolvemento dun Plan Director do Camiño de Santiago que contribúa á mellora do mesmo ao longo das súas rutas. Este Plan Director está xa en proceso de elaboración e un dos seus obxectivos é incentivar a calidade dos servizos que se ofrecen aos peregrinos nas diferentes localidades polas que pasa o Camiño de Santiago. Unha das medidas que se levarán a cabo é a de incentivar a oferta da produción local e de proximidade e aí, por suposto, as prazas de abastos xogan un papel fundamental.

—¿É posible promocionar as prazas nos albergues tendo en conta que teñen servizo de cociña?

—Nos albergues da Rede Pública do Camiño de Santiago as dotacións de cociña existentes cubren unhas necesi-

dades mínimas dos peregrinos, posto que o obxectivo é fomentar que os peregrinos poidan degustar a gastronomía autóctona nos establecementos de hostalaría, dinamizando así a economía de cada localidade. Os peregrinos amosan un grande interese por coñecer a produción autóctona e, neste senso, a creación de ofertas complementarias nas prazas de abastos, como por exemplo a posibilidade de cociñar in situ a compra realizada, incrementarían o seu atractivo de cara aos posibles usuarios.

—¿Como ve a posibilidade de que os peregrinos poidan selar as súas credenciais nas prazas do mesmo xeito que o fan en locais de hostalaría?

—Actualmente os peregrinos poden selar as súas credenciais nas prazas de abastos e nos mercados. É posible selar a credencial do Camiño de Santiago en calquera establecemento público, non existe limitación algunha ao respecto.

—Ademais do Camiño, ¿que outros atractivos turísticos ofrecen as prazas?

—As visitas aos mercados ofrecen un triple interese: cultural, gastronómico e arquitectónico. Os mercados de abastos están en alza porque o público volta a eles na procura do auténtico, de

produtos frescos, locais e de calidade, e iso atópase nos seus postos. Pero ademais posúen un indubidable valor patrimonial tanto pola arquitectura na que se plasman, xa que moitos deles atópanse en edificios emblemáticos e en emprazamentos históricos e polo que representan para as economías locais, como por algo máis inmaterial que forma parte da nosa cultura, as relacións sociais, xa que son lugares de intercambio e sociabilidade excepcionais.

—Algunhas van incluídas en rutas urbanas pola súa importancia patrimonial ou pola contorna. ¿Non se poderían elaborar rutas que as teñan en conta?

—Si, sempre partindo da base de que as prazas de abastos supoñen un atractivo turístico, ata para os comercios que están ao seu arredor e para a propia cidade na que se ubican, pero a adaptación aos novos tempos ten que ser notoria con actuacións encamiñadas á promoción da súa contorna. Na actualidade son moitos os mercados que están evolucionando para lograr un maior nivel de eficiencia e competitividade, aí é cara onde temos que ir, acadando así consolidar as nosas prazas de abastos como referentes de excelencia comercial e constituíndo, ademais, un foco de atracción turística nelas.

# CAMBADOS é historia



## SOMOS PATRIMONIO

A praza de abastos de Cambados xa é historia. Por dúas razóns, porque o edificio actual non tardará en ser derrubado para construír un novo, e porque o mercado cambadés sempre se desenvolveu entre pedras, desde que se celebraba ao descuberto na contorna da praza de Fefiñáns ata o moderno pero de novo emblemático mercado que se quere levantar para que o centro de compras que foi sempre a praza cambadesa se sitúe ao mesmo nivel que tantos inmobles nobres que conserva a vila, sexan de carácter clásico como o Pazo de Fefiñáns ou o Parador de Turismo, sexan as modernas instalacións que se reconvirton moitas das mellores adegas de albariño do concello.

Cambados é, das Rías Baixas, a poboación que mellor soubo conservar o seu patrimonio e a que mellor o sou-

bo vender. Cambados vende pedra, vende historia, vende cultura e vende calidade, e nese contexto encaixan a pedir de boca os produtos que se comercializan na praza de abastos, os seus mellores peixes, os mariscos recién saídos do mar, as frescas froitas e as verduras da horta do Salnés...

A nova praza de abastos disporá tamén de espazos gourmets, de recantos de degustación e de postos de exhibición nos que se porá en valor o mellor da súa gastronomía, de tal xeito que poderá competir en igualdade de condicións con outros mercados que son un consolidado atractivo turístico, como pode ser o de Barcelona, o de Xixón, ou mesmo o de Santiago de Compostela.

E o deseño do novo edificio fará un aceno ao pasado. Porque Cambados sabe que conservar é evolucionar.



A PRAZA É O CORAZÓN COMERCIAL E SOCIAL DE PONTEVEDRA, E COMO TAL, ATRAE TODO TIPO DE NEGOCIOS

## PRAZAS COMO A DE PONTEVEDRA ENCHEN DE VIDA A SÚA CONTORNA

Unha clienta da praza que ao saír compra o pan, un home que vai polo seu xornal de cada día, unha copia das chaves de casa que «xa ves que cabeza teño que non as levanto», unha bufanda para o neto, unha que reclama unha débeda e outro que ven do médico. Así é cada mañá na rúa Serra e nos seus aledáños, as rúas César Boente, García Escudero ou a rúa Real. Así é, en definitiva, unha xornada na contorna da praza de abastos de Pontevedra; un foro cheo de vida, unha algarabía de xente que vai e ven, que entra e sae, que olla e mira, que fala, ri e discute. O corazón da cidade.

É certo que no caso da capital da provincia de Pontevedra, o Concello fixo un esforzo moi importante pola recuperación do seu casco vello, e ese esforzo acadou a súa recompensa porque o modelo de peatonalización de Pontevedra foi recoñecido con premios internacionais e é un exemplo a seguir para outras vilas e cidades. Pero tamén é certo que no casco antigo da cidade

do Lérez segue a haber rúas, baixos e comercios que non foron quen de adaptarse aos novos tempos, xa fora pola crise ou polo abandono deses vellos inmobles por parte dos seus donos. Non pasa iso cando un se achega á praza de abastos, o que quere dicir que o mercado municipal segue a ser un foco de atracción do comercio da vila.

O rebumbio xa se nota ao baixar pola rúa Real, onde seguen abertas logo de moitas décadas antigas tendas de textil, cesterías, ferreterías, barberías ou outros sectores que noutros pobos ou noutras partes da cidade terían desaparecido. Eses vellos comercios conviven con outros novos, como tendas de decoración, florarías ou marroquinerías rexentadas por inmigrantes que foron quen de establecerse comercialmente no centro neuráxico da cidade, ao lado da praza de abastos.

Xa na rúa Serra atópase un supermercado, unha polería, unha droguería, un quiosco, unha carnizaría e ata unha xoiería, negocios que viven do cliente que a diario entra e sae da praza.

E o que pasa en Pontevedra non é máis que un exemplo do que ocorre en todas as vilas que teñen prazas de abastos, que non fan senón repetir unha tendencia histórica, que o mercado tradicional é o que da vida á cidade e o que dinamiza a súa contorna.

Foi así dende que a finais do século XIX, cando Galicia empezou a mellorar as súas comunicacións e a súa economía, nas prazas máis céntricas dos núcleos de poboacións comenzo a bulir un incipiente mercado de produtos de alimentación que levaban as xentes do campo para vender aos burgueses, artesáns e profesionais liberais que pouco a pouco foron asentándose no xerme das actuais cidades.

Eses vellos mercados nas rúas instaláronse logo en edificios feitos para dar cobertura a ese tráfico comercial cada vez máis bulicioso. Así foi entón e así é na actualidade. E así o defenden as asociacións de praceiros e Fepragal: que as prazas recuperen o lugar que lles corresponde na historia.



A IMAXE DA PRAZA DE MOAÑA MELLOROU MOITO DENDE QUE NO 2006 A ASOCIACIÓN INCORPOROUSE A FEPRAGAL

## OS LOGROS EN MOAÑA 8 ANOS DESPOIS DE UNIRSE Á FEDERACIÓN

Os sábados poal mañá hai unha actividade frenética na praza de abastos de Moaña. Mimando o seus clientes está Mari Carmen Trigo, membro da directiva da asociación de praceiros, e tamén a súa presidenta, Laura Ríos. Un pouco máis alá non para de cortar talladas de tenreira Gerardo Solla, que foi antes que Laura presidente por oito anos, en substitución de Manolo, que xa non está na praza.

Dende o 2006 forman parte da Federación de Prazas de Abastos de Galicia (Fepragal). E xa choveu, o que lles dá unha perspectiva axeitada para valorar o que supuxo para a praza, para os praceiros e, sobre todo para os seus clientes, pertencer a unha rede de prazas en Galicia que teñen entre os seus obxectivos principais converter os seus mercados en centros de venda de produtos de alimentación de calidade. Dende logo Mari Carmen o ten claro: «¡Fixemos moitísimas cousas nestes anos. Eu estou moi contenta, porque senón íamos bos, estar asociados é para nós un apoio moi grande».

Laura tamén está satisfeita, aínda que como presidenta saiba o traballo que dá ir petanto de porta en porta para conseguir as cousas. «En solitario non somos nada; se queres ir ao Concello ou á Xunta, temos que ir unidos, e os socios teñen que decatarse diso».



LAURA RÍOS, presidenta dende hai tres anos da asociación de praceiros de Moaña.

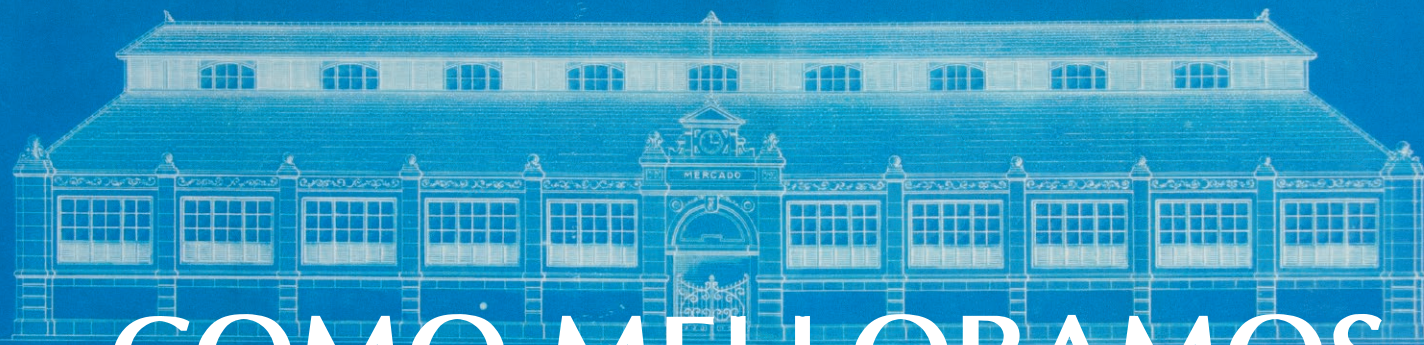
Antes que Laura estivo Gerardo. Eran os primeiros tempos e a el tocoulle transmitirlles aos praceiros as ventaxas de estar asociados. «Ao principio todos estaban concienciados, logo algúns botáronse atrás, pero eu penso que se equivocan, eu deixei a presidencia porque xa levaba oitos anos e o relevo é imprescindible, pero sigo aí porque penso que paga a pena estar. É positivo para nós e para a praza».

Laura e Mari Carmen fan relato das melloras físicas que acadaron nos últimos anos grazas ás axudas que obtén a federación, sobre todo da Dirección Xeral de Comercio da Xunta de Galicia. Exterminadores de insectos, unha neveira para a froita, o solo renovado, as portas do peixe novas, as fiestas... E o que aínda queda. «Fomos moitas veces ao Concello polos baños e están igual, así que haberá que seguir insistindo», advirte a presidenta. E logo está a mellora na imaxe corporativa: «As bolsas, os calendarios e as campañas que facemos, que a xente agradece moito. Sorteos, actividades cos nenos, e Peque-Chef, o concurso de debuxo, que este ano tivo unha participación masiva con máis de trinta nenos dun colexio. Facemos festas e agasallos, porque de cando en vez hai que ter un mimo co cliente que é de quen vivimos». Mari Carmen asinte: «¡E o cliente tamén agradece que teñas un detalle con el!». E quen non...

PROYECTO DE MERCADO  
PARA  
CANGAS

F R E N T E

Moza 4.1



# COMO MELLORAMOS EN CANGAS !!!

O traballo dos praceiros e de Fepragal permitiu transformar un edificio histórico nun mercado moderno e funcional

Non foi de balde que Cangas pasara de ter unha praza en estado case ruinoso a presumir de ter un dos mercados máis modernos e funcionais que hai en Galicia. Non foi de balde porque todas esas melloras son produto do traballo da directiva da asociación de praceiros e de Fepragal, que tiveron que chamar a moitas portas para acadar esas reformas.

A praza de abastos de Cangas sitúase nun edificio histórico inaugurado no ano 1925 grazas a unha doazón do empresario José Félix Soage Villarino. De aí o seu valor patrimonial e a súa beleza. Pero co tempo foi necesario adaptalo ás necesidades dun mercado moderno e funcional. E iso conseguírono os praceiros co apoio de Fepragal, de aí que a praza de Cangas teña un antes e un despois.

Os solos cheos de auga, as humidades e o deterioro das instalacións son xa historia. Cambiouse o tellado e colocouse un falso teito -os praceiros recordan que se sacaron contedores enteiros de musgo da antiga cuberta-, ademais de pintar as paredes e construír baños novos e vestiaros para os profesionais.



## O desenvolvemento do pobo

Aínda é necesario que o Concello leve a cabo melloras reclamadas polos praceiros, que son os que día a día e ano tras ano pelexaron para convencer as administracións de que o desenvolvemento da praza de abastos supón tamén o desenvolvemento de Cangas. A asociación tivo que facer un esforzo

moi grande para adaptar as instalacións ás necesidades dos clientes e ás dos vendedores. Porque ese é o obxectivo final dos profesionais, que o mercado municipal sexa un verdadeiro centro de venda especializado en alimentación. E así, seguir mellorando.



**CAMILO JOSÉ CELA** foi un gran amante da boa mesa, do que deixou constancia en revistas de gastronomía que hoxe se conservan no seu museo natal en Iria Flavia.

## PEGADAS LITERARIAS EN PADRÓN

**P**adrón é terra de escritores e de poetas. Eses fructíferos campos bañados polo Sar e polo Ulla pariron autores da valía de Rosalía de Castro e Camilo José Cela, pero tamén do trovador Macías o Namorado e de Xoán Rodríguez de Padrón. Medrando neses lares nos que as leiras foron quen de mimar un alimento como o pemento de Padrón e as súas augas albergar a seres prehistóricos e misteriosos como as lampreas, non é de estrañar que as referencias á gastronomía, aos produtos típicos e ao costumbrismo sexan constantes nas súas obras, sobre todo naquelas nas que a poetisa galega e o premio Nobel de Literatura voltan os ollos aos anos da súa añorada e lonxana xuventude.

Semella casualidade que, precisamente, a casa museo de Rosalía de Castro en Padrón se chamara Casa da Matanza, porque a matanza do porco, como as romaxes, como as comidas campestres, os produtos da horta e as reminiscencias etnográficas son unha constante na súa poesía, na que o mesmo fala de carnes vermellas e consistentes —“raxo en sorsa cun cheiro que convida, i a sangre das morcillas sustanciosa en fregada caldeira rebotando a que fagan morcillas convidando”— que de froitos moito máis lixeiros

---

“Fígado ou cebola ben frixida i unha folliña de laurel cheirosa, que inda a un morto ben morto dera vida de tan rica, tan tenra e tan sabrosa” **Rosalía de Castro, Cantares gallegos**

---



---

“El vagabundo y su primo se habían pasado por la calle de los Olmos a comerse dos nécoras y un puñado de pimientos de Padrón. “¿Pican?”, preguntó el vagabundo. “Más pica la sarna y no alimenta.”” **Camilo José Cela, Del Miño al Bidasoa**

---



---

“Ha remontado los ríos galaicos la lamprea. Trae en su carne la canela de los bosques submarinos y acaso por su sabor sepamos a que saben los besos de las sirenas” **Álvaro Cunqueiro, Vida gallega**

---

—“Fun noutro tempo encarnada como a color da sireixa”—. E así o versa na súa recoñecida obra poética.

Se as referencias de Rosalía de Castro hai que buscalas, sobre todo, nos seus poemas costumbristas, as de Camilo José Cela aparecen, máis que nada, nos seus libros de viaxes, e principalmente en *Del Miño al Bidasoa*, escrito moito antes que o famoso *Viaje a la Alcarria*. Nesa obra, que tivo unha versión televisiva da man de Labordeta, o protagonista comparte mesa e bos pratos cos comensais que vai atopando polo camiño, e así as caldeiradas, o polbo á feira e outras riquísimas viandas que seguramente Camilo José Cela puido admirar de cando en vez na praza de abastos de Padrón, van enchendo de arrecendos e sabores as páxinas do libro.

Pero non só os autores autóctonos quedaron embriagados pola gastronomía das terras de Sar. O mindoñense Álvaro Cunqueiro, un namorado da boa mesa, citou nas súas obras o maravilloso pemento de Padrón, sobre todo para recomendar unha maneira de preparalo, con patacas cocidas, que practicamente se perdeu. A lamprea, que comenará a capturarse a primeiros de ano no Ulla para logo venderse na praza de abastos de Padrón, o tiña tamén conquistado. Chamáa a serea verde.





# FEPRAGAL

## participou no encontro Falemos de Mercados de Futuro organizado pola Xunta de Galicia

O pasado 18 de novembro de 2015 a Xunta de Galicia organizou en Santiago de Compostela o encontro “Falemos de mercados de Futuro, no que praceiros, consumidores e administracións debateron sobre a follla de ruta para continuar modernizando os nosos mercados e prazas de abastos.

Na xornada, coa que se buscaba implicar a todos os axentes no futuro Plan de Mercados Excelentes, participou o Conselleiro de Economía, Emprego e Industria, Francisco Conde, que destacou a importancia dos mercados e prazas de abastos como “centros xeradores de emprego e actividade económica nas nosas vilas e cidades”

Conde foi o encargado de pechar unha xornada de debate na que a Xunta agradeceu a participación e as achegas de comerciantes, consumidores e concellos na elaboración do Plan de Mercados Excelentes, unha follla de ruta que incluíra medidas específicas para que os mercados galegos sigan camiñando cara a excelencia, como apoios para a mellora da imaxe e a atención ao cliente, ou axudas para que as asociacións de praceiros melloren servizos e equipamentos.

Do mesmo xeito, o Plan, que tal e como salientou Conde busca “continuar modernizando os que son os máis importantes centros de dinamización do comercio de proximidade”, contemplará iniciativas para reforzar o emprendemento nas prazas, entre as que se atopan o impulso á apertura de novos establecementos en mercados de baixa ocupación.

O conselleiro de Economía, Emprego e Industria sinalou que o Plan detallará tamén os requisitos que deberán cumprir as prazas que desexen obter o distintivo de Mercado Excelente, sinalando que a Xunta traballa co obxectivo de que a principios do ano 2016 podan estar acreditados os primeiros mercados excelentes.

Para iso, sinalou o conselleiro, estableceranse auditorías nas que se medirán parámetros como a arquitectura, as instalacións e a accesibilidade, a xestión e a organización, a actividade comercial, a atención ao cliente, os servizos engadidos ou a mellora continua.

No encontro debateuse sobre as oportunidades e fortalezas das prazas de abastos e se expuxo a experiencia

de Fepragal, coa intervención da súa xerente María del Carmen Rodríguez, que destacou a importancia da unión dos praceiros e praceiras e do asociacionismo como ferramenta para mellorar o funcionamento dos nosos mercados e o servizo prestado ao cliente

Tamén interviron no encontro Marta Rey, xerente da Federación da Praza de Abastos de Santiago de Compostela, Delmiro Hermida, representante da Federación dos Mercados de Vigo (Mercacevi), e os alcaldes de Bande, José Antonio Armada, e de Tomiño, Sandra González, que detallaron os proxectos desenvolto nos mercados dos seus respectivos concellos. O encontro contou así mesmo coa intervención de Marcos Balboa, vicepresidente da Federación Galega de Xoves Empresarios (Fegaxe-Aje Galicia).

Tal e como subliñou Conde, estas experiencias deixan de relevo “que Galicia está a traballar xa en prazas de abastos que funden as súas raíces na tradición para medrar cara ao futuro” sinalando que “co Plan de Mercados Excelentes como follla de ruta e o traballo conxunto de todos lograremos seguir avanzando neste camiño”.



A DIRECTORA XERAL DE COMERCIO, SOL VÁZQUEZ, COA DIRECTIVA DE FEPRAGAL NA PRESENTACIÓN DA REVISTA

## UNHA XANELA ABERTA

Foi a festa grande de Fepragal, un premio a un lustro de loita, o recoñecemento ao traballo ben feito, a colleita da boa semente... O pasado 17 de xuño, na praza de abastos de Vilanova, presentouse o primeiro número desta publicación que teñen nas súas mans, así como a páxina web fepragal.es. Ámbalas dúas ferramentas, xunto coa entrada de Facebook, son unha xanela aberta pola que calquera pode asomar para coñecer as actividades da Federación de Prazas de Abastos de Galicia e os méritos destes cinco anos, desde que as asociacións de praceiros do Grove, Caldas, Sanxenxo, Portonovo, Lalín, Pontevedra, Padrón, Moaña, Cambados, Bueu, Cangas, A Pobra e Vilanova acordaron unir os seus esforzos na defensa do mercado de proximidade.

Foron moitos os que quixeron estar presentes. Por suposto, estivo a directora xeral de Comercio da Xunta de Galicia, Sol Vázquez Abeal, sempre atenta ao seu compromiso con Fepragal. Acudiu tamén o alcalde de Vilanova, Gonzalo Durán, a concelleira de Mercados de Lalín, María José Batán, e membros da directiva de Fepragal, entre eles, a súa presidenta, Elena Otero, Javier Paz Jueguen —presidente da asociación de praceiros de Vilanova— e María José Cerqueiro, de Bueu, xunto con membros das asociacións de vendedores de Padrón, Bueu, Pontevedra, Lalín e Vilanova.

Nunha pantalla mostrouse a páxina web que contén información de todas as

actividades de Fepragal e de cada unha das súas asociacións, así como un útil vínculo á páxina de Facebook na que os propios praceiros penduran as súas fotos e informan das súas actividades, as súas ofertas, os produtos da tempada, etcétera.

Ao mesmo tempo, a revista ía de man en man, co seu atractivo deseño e un concepto de publicación dinámica que pretende transmitir aos potenciais clientes das prazas de abastos a riqueza do mundo que se desenvolve no mercado, coas súas vivencias persoais, as súas historias humanas, os seus grandes clientes, as novas xeracións, os máis pequenos da casa e, en definitiva, todo o rebumbio que rodea a un mercado do século XXI.

Así o subliñou tamén a directora xeral de Comercio, que aproveitou o acto para destacar a importante labor da Federación de Prazas de Abastos de Galicia e das asociacións que forman parte dela na mellora competitiva dos mercados, coa posta en marcha de iniciativas conxuntas ao longo de todo o ano. Sol Vázquez Abeal salientou que

tanto a nova publicación como a páxina web servirán para abrir «novas canles de comunicación» cos clientes, recollendo as súas opinións e achegando información de interese, e lembrou que o asociacionismo é un dos eixos nos que traballa a Xunta para mellorar a competitividade do comercio de proximidade.

A xanela, como poden ver, segue aberta.

A PRAZA DE VILANOVA  
ACOLLEU O 17 DE XUÑO A  
PRESENTACIÓN DA REVISTA  
E A WEB DE FEPRAGAL



# As prazas tamén son COUSA DE HOMES

**H**ai que admitilo. Hai moito tempo que as prazas de abastos deixaron de ser un mundo en feminino. A un e ao outro lado das bancadas hai cada vez máis homes. Carniceiros, panadeiros, froiteiros e ata peixeiros que moitas veces se teñen que poñer ao fronte do posto nada máis volver do mar. Iso por unha banda. E pola outra, homes que non traballan ou que teñen un horario máis cómodo que o das súas mulleres para ir facer a compra; pais que fan a comida e que buscan o mellor produto para a súa familia, avós que se preocupan pola alimentación dos seus netiños... Así que as prazas son tamén cousa de homes, e se é de lei ho-

menaxear ás clientas por mor do Día da Nai, tamén será xusto acordarse dos pais por San Xosé, e as prazas asociadas a Fepragal xa hai anos que o veñen facendo. Non só por xustiza, tamén por igualdade.

## Alimentar os fillos

Pais que se teñen que erguer cedo todos os días para ir traballar pero que atopan un oco para escoller na praza os mellores peixes, as carnes máis brandas e a friota máis fresca para alimentar aos seus fillos. Pais que saen ao mar de madrugada, chova ou neve, para ter o peixe a primeira hora da mañá nas prazas. Pais que percorren quilómetros na procura da tenreira galega que esperan os seus

clientes. Pais que marchan correndo do mercado coa compra na man e a tixola agardando no lume. Pais que de paso que levan aos nenos ao parque van facer a compra. Pais que pasan a noite amasando no forno para que o molete estea quentiño pola mañá na praza. Pais que agora son avós e acompañan aos seus netiños ao Peque-Chef e que lles dan ideas para o concurso de debuxo. Avós que van todos os días á praza para que a avoa non cargue soa coa compra, como moitos anos antes fixeron coas súas nais... Avós, pais, fillos, netos, xenros, noivos, amigos... homes que visitan e percorren as prazas. Porque eles tamén teñen moito que dicir.

FRANCISCO CONDE, Conselleiro de Economía e Industria.

# «OS MERCADOS FORMAN PARTE DA NOSA TRADICIÓN»

O conselleiro de Economía e Industria, Francisco Conde, considera o apoio ás prazas de abastos un dos eixos estratéxicos do impulso ao comercio galego. Este ano o seu departamento promove, en colaboración co sector, a posta en marcha por primeira vez en Galicia da iniciativa *Quere o teu mercado*, e a celebración, o 30 de maio, do Día do Mercado.

—Por qué cre vostede que, tal e como di a campaña, debemos querer os nosos mercados?

—Porque os mercados forman parte da nosa tradición e da nosa cultura, e son unha parte moi importante do atractivo turístico da nosa comunidade. Son un patrimonio común de todos os galegos que entre todos debemos preservar e impulsar, asegurando un futuro asentado na calidade e a competitividade, tendo en conta ademais a súa contribución á creación de riqueza e emprego. E porque son a mellor maneira de tomarlle o pulso ás nosas vilas e cidades.

—Cales son os obxectivos da iniciativa *Quere o teu mercado*?

—Trátase dunha campaña que se desenvolve en 16 países de todo o mundo coa que se resalta dunha forma divertida o papel que xogan as prazas na compra de produtos frescos e de calidade, e na cultura, e coa que se dá a coñecer tamén as prazas como un lugar idóneo para a posta en marcha de novos negocios. En Galicia, en colaboración cos concellos e coas diferentes Federacións e Asociacións de Praceiros e Praceiras, entre as que destaca Fepragal, desenvolvemos distintas actividades para visualizar e pro-



**Francisco Conde López**, (Monforte de Lemos, 1968) é desde decembro de 2012 conselleiro de Economía e Industria. Doutor en Ciencias Económicas e Empresariais, exerceu como profesor e ocupou diferentes responsabilidades na Universidade CEU San Pablo. Entre 2009 e 2012 foi asesor do presidente da Xunta.

mocionar as prazas como pezas clave do comercio de proximidade.

—Que diferenza as prazas galegas das doutros lugares?

—Sen dúbida a excelencia dos produtos do mar e da terra, e por suposto, a

profesionalidade dos nosos praceiros e praceiras, que son o principal activo dos nosos mercados. Por iso unha das nosas liñas de traballo na potenciación das prazas de abastos se centra no impulso ao asociacionismo comercial, apoiando





## o teu mercado

as iniciativas que desenvolven Fepragal e as asociacións de praceiros. Actuacións nas que se implican os propios profesionais das nosas prazas que van desde campañas de dinamización, entre as que me gustaría destacar *Peque Chef*, pola importancia de achegar os máis novos ás prazas de abastos e á alimentación saudable, ata sistemas de fidelización de clientes e proxectos de sinalización comercial, ademais de melloras nos equipamentos colectivos.

**—Cara onde camiñan os mercados galegos?**

—Na Consellería de Economía e Industria vemos as prazas de abastos desde unha tripla vertente: como verdadeiros centros de negocios, con espazo e servizos comúns para todos os que nelas

desvolven a súa actividade; como eixos vertebradores para todo o sector comercial das nosas vilas e cidades; e como un auténtico servizo público. Nesas tres direccións ten que ir o futuro dos mercados galegos: como un polo de emprendemento; un foco de atracción de clientes aos nosos centros urbáns; e con novos e mellores servizos para os clientes, situándose á vangarda sen perder a súa esencia, asentada na calidade e o trato persoal.

**—E como contribúen desde a Xunta a que isto sexa posible?**

—Cremos que a colaboración entre todas as partes implicadas, desde a propia Administración aos vendedores e os clientes, é a mellor maneira de mellorar as nosas prazas. Nos últi-

mos anos, a Xunta facilitou actuacións en máis de 80 prazas, con apoios que superan os 17 millóns de euros, tanto a través de acordos puntuais cos concellos como a través da orde de axudas que se pon en marcha anualmente para a modernización dos mercados e prazas de abastos.

Ademais, estamos a traballar na posta en marcha da Rede de Mercados Excelentes. Entre os criterios para acceder ao distintivo de Mercado Excelente, que se están a perfilar, estarán o interese arquitectónico, a accesibilidade e os servizos.

Todas estas actuacións están encamiñadas a potenciar as prazas de abastos como líderes na venda de produtos frescos e de calidade, aproveitando ao mesmo tempo sinerxías con outras actividades como a restauración ou o ocio. Consolidalas, en definitiva, como un punto de referencia na vida comercial, económica e social das nosas vilas e cidades.



As trece prazas de abastos asociadas a Fepragal sumáronse á campaña internacional “Quere o teu mercado”

# De festa



**M**aio foi unha festa nas prazas. As asociacións de prairos unidas por Fepragal sumáronse a unha campaña internacional de apoio e promoción aos mercados de proximidade que encheu as prazas de abastos de bandeiriñas, corazóns, globos, sorrisos, lambetadas, rebumbio e bo humor dende o día 15 ata o 30 dese mes. Todo grazas á colaboración da Consellería de Industria e Comercio da Xunta de Galicia e da asociación World Union of Wholesale Markets, que promociona as prazas de abastos en todo o planeta.

Máis de cincuenta prazas galegas participaron na campaña “Quere o teu

mercado” (“Love your local market”) que se desenvolveu ao mesmo tempo en boa parte do territorio europeo e en países de Asia e América, de tal xeito que as súas rúas enchéronse todas xuntas da cor roiba dos corazóns da campaña e da festa que estreitou lazos entre os mercados de España, Reino Unido, Francia, Alemaña, Holanda, Polonia, Italia, Irlanda, Bélxica, Grecia, Dinamarca, Suecia, Hungría, Serbia, Hong Kong e Estados Unidos, formando unha cadea solidaria que percorreu o globo terráqueo.

O obxectivo deste evento alén de fronteiras non foi outro que promocio-

nar os mercados de proximidade, potenciar a economía local e animar aos cidadáns a consumir os produtos sans e de calidade que ofrecen as prazas de abastos; é dicir, os mesmos obxectivos nos que levan taballando dende hai anos Fepragal a as prazas asociadas (Sanxenxo, Portonovo, Vilanova de Arousa, Moaña, Cangas, A Pobra do Caramiñal, Pontevedra, Cambados, Bueu, Lalín, Padrón, Caldas de Reis e O Grove) coa colaboración da Xunta de Galicia e o compromiso persoal do conselleiro de Industria e Comercio, Francisco Conde, e da directora xeral de Comercio, Sol Vázquez.



# en festa!

Milleiros de banderíns, globos, piruletas, bolsas, corazóns, sorrisos e ata un divertido fotocall



## o teu mercado



**i** Nas prazas asociadas a Fepragal divertíronse a tope! A festa arrancou o día 15 de maio coa presentación oficial na praza de abastos de Sanxenxo, á que asistiron membros das asociacións de produtores, a directiva da Federación de Prazas de Abastos de Galicia e a directora xeral de Comercio, Sol Vázquez Abeal, que ratificou así unha vez máis o compromiso do seu departamento co desenvolvemento das prazas de abastos. Milleiros de banderíns, moitos globos, bolsas de tea co agarimoso logotipo de “Quere o teu mercado” e piruletas para repartir entre os máis novos e os que non o eran tanto encheron de colorido e bo humor a

praza de Sanxenxo como entrante do que se ía repetir durante dúas semanas nas trece prazas asociadas a Fepragal.

### Doces e corazóns

Ao día seguinte, a festa chegou aos clientes, que nada máis atravesar as portas dos seus mercados foron recibidos con globos adornados co fermoso corazón da campaña, con doces para os máis cativos e cos edificios enchidos de banderíns de cores e os seus produtores estrenando mandís e regalando sorrisos. E así un día tras outro e outro máis, quince días nos que as prazas rebosaron ambiente e bo humor e dos que tanto clientes como

produtores deixaron constancia a través das redes sociais e os perfís de Facebook de cada asociación, onde xa se poden ver as fotografías e gozar coas divertidas instantáneas que tanto os vendedores como os compradores tiraron nos fotocalls. Moita algarabía, moito agarimo e moito amor dende que arrancou a festa o día 15 ata que o 30 se clausurou co Día do Mercado.

Unha data que tivo especial relevancia na praza de abastos de Vilanova, onde se celebrou o acto de clausura coa presenza de numerosas autoridades que ratificaron, unha vez máis, o seu compromiso cos mercados de proximidade. Porque eles tamén aman o seu mercado.



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



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