

Decembro 2016, Nº 8 | Exemplar gratuíto | Primeira edición

A praza é túa

Federación de Prazas de Abastos de Galicia

Un camiño
feito



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

4-5 • O Grove

6-7 • Moaña

8-9 • Portonovo

10-11 • Sanxenxo

12-13 • Bueu

14-15 • Cangas

16-17 • Vilanova
de Arousa

18-19 • Padrón

20-21
Entrevista

22-23 • Cambados

24-25 • Pontevedra

26-27 • Lalín

28-29 • As Conchiñas

30-31 • Elviña

32-33 • Eusebio da Guarda

34-35 • Monte Alto

36-37 • San Agustín

38-39 • Ribeira

a praza é túa

EQUIPO EDITORIAL

Xunta directiva da Federación de Prazas de Abastos de Galicia

Coordinación: Mari Rodríguez

Redacción: Alba García

Fotografía: Oscar Vífer

D.L.: PO 268-2014

Páxina Web: www.fepragal.es

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,
EMPREGO E INDUSTRIA
Dirección Xeral de Comercio

Hai cinco anos que varias asociacións de prazas galegas decidiron dar un paso cara adiante. Co lema “a unión fai a forza” por bandeira, fundaron **Fepragal**, a Federación de Prazas de Abastos de Galicia, que a partires dese momento as acompañaría, apoiaría e guiaría nas súas conquistas.

Fepragal nace para reclamar as cuestións que necesitaban as prazas de abastos. A nivel local, a forza das pequenas asociacións dependía demasiado da vontade dos concellos. Por iso os praceiros decidiron que era o momento de recorrer a niveis máis altos da Administración (provincia, Xunta e incluso Estado), e a Federación converteuse no vehículo para poder acceder a eles.

A día de hoxe, **Fepragal** dá osíxeno ás asociacións das prazas de abastos, traballando polo conxunto do sector. Aínda que cada praza é diferente, tamén parten dos mesmos problemas: a falta de atención e a falta de medios. Mentres a Federación pelexa por reclamar o espazo que deberían ter as prazas, as asociacións poden centrarse nos seus asuntos “domésticos”. Así acadar os obxectivos convértese en algo moito máis viable.

Neste lustro, **Fepragal** conseguiu que se valore a figura do ‘praceiro’, pero non só na administración. Este avance foi posible grazas a un cambio de mentalidade, e dende a Federación traballaron moito para que o propio sector mudara a concepción de si mesmo, dignificando o profesional. Os vendedores das prazas de abastos pasaron de creerse “peixeiros” a ser conscientes do que realmente son: profesionais da venda de produtos de alimentación frescos e de gran calidade. Un cambio que tamén souberon trasladar ao cliente grazas aos esforzos por mellorar a súa imaxe, construíndo unha marca que a diario mellora a súa valoración e que, a día de hoxe, é sinónimo de calidade.

O traballo da Federación é un labor silencioso pero constante e, tras cinco anos, pódense ver os froitos de todo este tempo. Actuou de catalizador de todas estas sinerxias, que nacen do propio sector. Por iso, Fepragal consegue avanzar na súa folla de ruta: porque camiña cara adiante escoitando o colectivo ao que representa, que a día de hoxe compoñen dezasete asociacións de prazas de abastos galegas.

FEPRAGAL

CINCO ANOS

CAMIÑANDO XUNTOS

2007



2008

2009



2011

2011



2013

2016



O GROVE

2007



A creación da Asociación da Praza de Abastos de O Grove foi un fito para o asociacionismo no sector. O apoio do goberno local do momento foi fundamental no nacemento do colectivo que uniu os praceiros groveses, situando a praza da vila á fronte dun movemento que empezaba a dar os primeiros pasos en Galicia.

Para Pilar García, actual tesoureira que leva dende o comezo na directiva, a asociación foi sinónimo de moitos avances. “Sempre foi para mellorar. Hai cousas que se conseguen que antes non se conseguían sen asociación”, explica. Tras 34 anos vendendo na praza, a súa é unha voz a ter en conta. “Por exemplo, abrimos as portas do concello. Antes íamos individualmente e era complicado presentar as nosas ideas ou necesidades”. Coa aso-

“Con Fepragal somos moitas prazas, todas unidas, intentando conseguir obxectivos comúns”

ciación, conseguiron ter no goberno local un interlocutor directo.

Pero o traballo da asociación tamén pasa factura aos que se poñen á súa fronte. “Ao principio era difícil que a xente pensara como un colectivo; primaba máis o individual. Agora imos mudando esa mentalidade”, asegura Pilar.





Este foi un ano de cambios na praza meca. Tras oito anos traballando, a anterior directiva da asociación decidiu dar o relevo ás novas xeracións. David Bea ocupa a presidencia dende hai seis meses, aínda que tanto el como a súa nai son socios dende os inicios. “É un traballo un pouco esgotador”, reconece. “Tes que estar pendente de todo. É traballo engadido, e moitas veces custa poñernos a todos dacordo”.

No eido persoal, David explica que non é a primeira vez que ten que mudar a súa axenda para atender compromisos da asociación. Ao igual que explicara Pilar, a división de opinións na praza é o que fai o labor un pouco máis difícil. “Sempre hai xente que opina que hai mellores formas de facer as cousas”, comenta. Entón, por que asumiu a presidencia? “Porque alguén ten que facelo. Isto é algo necesario”.

David está convencido da utilidade da asociación, xa que razoa que así “pode facerse máis presión para conseguir os obxectivos comúns que temos todos”. Por iso, ve en Fepragal

“Se temos unha
marca e nos
facemos valer como
unha marca calidade,
a xente non vai
dubidar en ir á praza”

un maior impulso. “Así non somos un grupo de persoas nunha praza dicindo que queremos isto ou necesitamos isto outro. Somos moitas, todas unidas, intentando conseguir obxectivos comúns”. A pesares de que reconece que cada praza ten as súas particularidades, tamén identifica unha loita que comparten: a busca dun oco no mundo da venda de produtos frescos. E Fepragal consegue dar visibilidade a todas elas, axudándoas a entrar nas administracións como o sector que son.

Na actualidade, os supermercados son unha competencia que, segundo David, pode asumirse se as prazas apostan por unha imaxe de marca.

“Se estamos todas as prazas unidas, podemos facelo. Un ‘súper’ en cantos sitios está? Pois nós igual. Temos que ser unha marca que estea en todas partes e nisto tamén traballamos con Fepragal”. Para construíla, precísase dun traballo diario e que se debe basear sempre na calidade do produto. “Se temos unha marca e nos facemos valer como unha marca boa, de calidade, a xente non vai dubidar en ir á praza”, reflexiona.

David e Pilar representan dúas xeracións distintas pero os dous identifican o mesmo reto: atraer o público máis novo. Para a veterana tesoureira, “a xuventude vai ao cómodo”, por iso escollen o supermercado. Para o actual presidente, a xente nova é o futuro, por iso teñen que conseguir ser máis visibles. “A mocidade ten outras rutinas, outras formas de comprar. Podemos achegarnos a eles con horarios máis accesibles, para que poidan ir mercar á praza cando estean libres”. Un cambio necesario e que agarda que en O Grove chegue “pouco a pouco”.

2007



MOAÑA

Como moitas, a Asociación de Comerciantes da Praza de Moaña naceu froito da necesidade. Despois de décadas pelexando coas administracións sen ser escoitados, varios praceiros moañeses optaron por camiñar todos xuntos.

“Sempre iamos ao concello, protestabamos e non nos facían caso”, recorda María del Carmen Trigo, actual presidenta e a terceira do colectivo. “Ata que fixemos a asociación. Agora nos teñen máis respecto, e sen isto xa non se pode estar. Estamos encantados”.

A asociación naceu hai oito anos. Mari leva ano e medio á fronte, pero estivo xa nos seus inicios. Ten 68 anos, é a terceira xeración da súa familia que traballa na praza moañesa, e recorda os seus comezos a mediados do século pasado. “Eu crieime coa miña

“O concello debería colaborar e dicir que tiñamos que estar asociadas todas”

avoa e ela estivo sempre na praza”, explica. “Cando só poñían unhas tarimas e ela vendía dende alí”. Esta fotografía nada ten que ver co que teñen na actualidade e, para ela, os avances déronse co nacemento da asociación. “A nós arregláronnos a praza, pero por que? Porque facemos reunións co goberno local e podemos expoñerlles o que hai que facer e o que necesitamos”.

Coas ideas ben claras, foron chegando as melloras: unha cámara do peixe e outra para a froita, portas automáticas, fiestras, falso teito, un





solo novo... “Fixemos moitas melloras na praza. Custounos moito, pero sen traballo non hai nada”, razoa Mari. Para os praceiros, a praza é “como da familia. Entón, se non a tes curiosa, á xente non lle gusta. Se queremos vender, temos que ter todo moi preparado como o temos agora”.

O balance que fai destes oito anos é, sen dúbida, positivo. Por iso, aínda que a asociación “lle puxo moito traballo”, Mari asegura que vale a pena. “Nós con esta praza arregladiña temos outra imaxe. Toda a xente que vén di que está moi bonita e recoñecen a nosa marca pola vila. Pero para iso houbo moito traballo, pedindo e pedindo”, recorda. Sobre todo, tiveron que tratar co concello de Moaña, co que actualmente a relación é fluída. “Tiñan que apoiarnos máis, pero bueno. Con esta obra quedamos moi contentos... Non se pode pedir peras ao olmo”, ri Mari.

O que si bota de menos, é que dende as administracións fomenten máis o asociacionismo. Considera que o

“Administración local, autonómica, central... todos atenden as nosas peticións con Fepragal”

concello “debería colaborar e dicir que tiñamos que estar asociadas todas”. Para Mari, a unión dos praceiros de Moaña é o único xeito de que o negocio vaia ben e de ter unhas normas que se apliquen a todos. Con este lema de “a unión fai a forza”, a asociación moañesa integrouse en Fepragal, para que a fronte común se estendera a toda Galicia.

“Somos como unha familia e xuntos chegamos máis lonxe. Administración local, autonómica, central... todos nos reciben e atenden as no-

sas peticións”, explica Mari. A Federación coordina as prazas sociais, e, con todas camiñando no mesmo sentido, fomenta a organización de campañas promocionais e iniciativas para dinamizar e atraer público novo: sorteos polo Nadal e polo Entroido, agasallos, actividades cos nenos... “Nós temos que atraer os clientes á praza, conseguir que non nos cambien por nada”, reflexiona. “Con estas iniciativas postas en marcha dende Fepragal conseguimos diferenciarnos doutros establecementos e chamar a atención da clientela, facéndonos visibles para moitos que non nos tiñan en conta”.

Ademais, estas actividades reforzan a oferta da praza de abastos, que ten a calidade como o seu eixo fundamental. “Temos que ofrecerlles un produto que vexan que só hai na praza, que non hai no súper. Sempre intentamos ter todo o mellor para ofrecerllo á xente e niso non temos competencia. Ademais, o trato: o cliente sempre ten a razón”, ri.

PORTONOVO

2007



“Eu empecei a traballar hai 14 anos e cambiar os hábitos de xente que leva toda a vida facendo algo dunha maneira, é difícil”, resume María Dolores Alarcón, tesoureira da Asociación da Praza de Portonovo.

Para Loly esta organización só trouxo cousas positivas.

“Empezamos de cero, sen nada”, explica. “Agora somos algo, un colectivo con peso propio”.

Pouco a pouco o colectivo foi substituíndo ao individual. “Eu creo que cada un só non facíamos forza para que nos escoitaran en ningún lado. Sendo unha asociación tes máis peso”. A asociación portonovesa naceu como unha ferramenta para ir conseguindo superar as carencias da praza e, tras oito anos de camiño, déronse moitos pasos. “Todo son melloras. Antes cando entrabas na praza

“Eu creo que se a praza vai ben en xeral, meu negocio vai ir ben”

non diferenciabas á vendedora dunha señora calquera”, recorda. Agora teñen a súa imaxe corporativa. “Ti vas pola rúa e ves as bolsas azuis coa peixeira de Portonovo e recoñeces de onde son. A praza de abastos é unha marca que, ademais, está asociada á calidade”.

Para Loly, todos estes pasos dirixíronse á profesionalización do colectivo: os vendedores preocupáronse de formalizar a súa situación, de coidar ao máximo os seus postos de venda ou de etiquetar todos os pro-





mentos cos seus prezos. “Quen non o viva, non o entende. Pero o cambio é do 200%”, asegura.

Loly está na directiva dende os inicios. Tomou como un reto persoal conseguir unir a praza, algo que, asegura, beneficia a todos os vendedores. “Aínda que cada un de nós sexamos pequenos negocios, a miña competencia non son os meus compañeiros. Eu teño que loitar contra as grandes áreas”, razoa. De feito, ve cada mellora para a praza como unha vitoria para o seu negocio. “Eu creo que se a praza vai ben en xeral, meu negocio vai ir ben”.

Por iso, non comprende por que moitos praceiros son reticentes a formar parte dunha asociación. “Custa convencer a xente aínda que ven o que se fai. Cando hai algún problema a asociación está aí”, asegura. Tamén traballan para mellorar a diario a formación dos vendedores, con cursos de escarparatismo, de limpeza, de informática... encamiñados a esa profesionalización da que falaba.

“Cando vimos que era importante unirnos na nosa localidade, comprendemos que era fundamental facelo en toda Galicia”

Todas estas actuacións reforzáronse tralo seu ingreso en Fepagal, que os axudou a construír a súa marca e a facer visible a importancia do colectivo. “Cando os praceiros vimos que era importante unirnos dentro da nosa localidade, comprendemos que era fundamental facelo en toda Galicia”. Grazas á Federación, é máis evidente a relevancia das prazas na economía das vilas. “Dentro hai moitos negocios, e moitísimas familias vivimos disto”, explica Loly. “As prazas son o centro do pobo e dan traballo a moita xente”.

Por este motivo non entende a falta de colaboración do concello. “Entendo que están moi ocupados pero se nos dedicaran un pouco máis de tempo sería mellor para todos”, lamenta. En Portonovo, unha das vella reclamacións é o control do aparcadoiro da praza. No verán, o goberno local colabora coa súa xestión, pero o resto do ano non actúa. “Iso non beneficiaría a todos, porque non só somos nós. Todos os negocios viñeron para o noso entorno. Por algo será, non?”.

Medrar como praza de abastos e como asociación son os dous primeiros puntos na axenda de Loly, algo no que avanzará co apoio dos seus compañeiros. Confía na capacidade do colectivo para mirar cara o futuro e reinventarse. “Ao levalo ti a veces faise un pouco costa arriba. Porque non é só a praza: tes a túa familia, máis traballo e máis cousas”, reflexiona. “Sei que pido moito aos meus compañeiros, por iso quero darlles as grazas”.

SANXENXO

2007



Elena Otero leva tantos anos á fronte da Asociación da Praza de Sanxenxo como anos ten a entidade. Tras 34 pelexando dende o seu posto, hai oito que encabeza os praceiros que decidiron dar forma ás súas reclamacións, e viron na asociación un salvavidas para a praza.

“As prazas estaban a marchar e as grandes áreas estaban machacándonos vivos”, comenta Elena. Recorda que o principal argumento para apoiar estes espazos é a cantidade de postos de emprego que xeran, “pero naquel momento eramos 30 vendedores na praza, e nós eramos tamén 30 postos de traballo”. Por iso, formaron grupo para intentar igualar forzas, e enfrontarse de ti a ti coas súas ameazas. “Unímonos como se nós foramos outro centro comercial”,

“Ao fin e ao cabo, nós somos un centro comercial, pero de produto fresco”

explica Elena. “Ao fin e ao cabo, nós somos un centro comercial, pero de produto fresco”.

Dende entón, Elena encabeza esta loita. Ata o de agora, percorreron un camiño no que van acumulando melloras: imaxe corporativa, conciencia de ser un colectivo, campañas promocionais... Pero aínda lles quedan tarefas pendentes.

Unha delas é o edificio que os acolle en Sanxenxo. “A praza é do



"Na Xunta non sabían de nós. Agora xa nos ven como profesionais da venda de produtos frescos"

concello, e cada vez que cambia a corporación, temos que volver empezar. Das dous pasos para adiante e parece que deches tres para atrás", comenta da súa relación cos diferentes gobernos. A praza desta vila funciona cunha dinámica moi semellante á que marca a vida de todo o concello: no verán, non teñen pausa; no inverno, a actividade morre. "Nós tratamos de buscar medios para que non haxa esa diferenza, pero pedimos cousas ao concello e non nolas dan", explica Elena.

Tampouco conseguen colaboración para controlar os vendedores estacionais, que só aparecen pola praza nos momentos de maior afluencia de turistas. O resto do ano, deixan os postos baleiros. Por iso, só piden que se faga cumprir os estatutos. "Nós podemos denunciar e protestar ao concello, pero a última palabra é súa", laméntase.

Aínda así, o balance é positivo. "Eu nunca estivera nunha asociación, e o máis difícil foi ter que loitar co concello, ter que demostrar aos compañeiros que se podía facer", comenta. Tampouco a nivel persoal foi sinxelo. Moitas horas de reunións e noites sen durmir pensando en como solucionar os problemas pasan factura, sobre todo cando aparecen os enfados con outros vendedores. "Houbo un momento que notaba que me afectaba persoalmente... ata que ao final pensei que estaba loitando por todos", explica. "Ao final hai que separar a palla do centeo e punto. Se somos catro, somos catro, pero loita-



remos". Na actualidade, a gran maioría dos praceiros forman parte da asociación.

Elena tamén colleu as rendas do seu colectivo a nivel galego. Dende hai cinco anos, ocupa a presidencia de Fepragal. "Na Xunta non sabían de nós. 'Quen son esas?. As que venden peixe'. Así que empezamos a pedir reunións. Moitas mañás tiña que deixar o meu posto cunha empregada e ir ata alá, a reunións coa Directora Xeral de Comercio ou con que fora. A pedir cousas, a falar. Agora xa nos ven como profesionais da venda de produtos frescos", relata. "O obxectivo é facer forza para facernos visibles. Esas son cousas que se non

estiveramos nunha federación, non conseguiríamos".

"Ao redor das prazas de abastos hai vida", explica Elena, que confía no futuro das prazas sempre que saiban adaptarse aos novos tempos, como usar internet e as redes sociais para achegarse ao público máis novo. Destaca o seu peso como dinamizador do ambiente e da economía. "Os postos que temos de verduras e peixe dan a oportunidade ao autónomo de ter un sitio onde ir traballar sen necesidade de ter un local. Estamos dando postos de traballo".

BUEU

2008



Vinte socios de vinte postos vendendo. Estes son os datos que dende hai algo máis dun ano se dan na praza de abastos de Bueu, a única de Fepragal na que todos os praceiros forman parte da asociación.

“O balance é moi positivo.

Dende que estamos todos unidos, é outra cousa. Pode haber diferentes opinións, pero fálanse as cousas e acabamos chegando a puntos de encontro”, explica María de los Ángeles Cruz, a súa presidenta.

A asociación da praza de abastos de Bueu naceu hai nove anos, e neste caso foron os máis veteranos os que apostaron por fomentar a unión. “Cando viñemos para a praza nova, os máis maiores empezaron a falar. Dicían que era mellor facer unha asociación, para unirse máis e que nos

“Os vendedores fomos adaptándonos aos novos xeitos de vender e ás novas formas de mercar”

escoitaran en máis sitios”, comenta Ángeles.

Ela é a segunda presidenta que teñen, e leva máis de 40 anos vendendo na praza de abastos. Por iso sabe do que fala cando se refire ás melloras conquistadas. Para ela, o avance máis importante é que conseguiran crear unha imaxe de marca que agora é recoñecida en toda a vila e que, ademais, se asocia á ca-





lidade do produto que venden. Non menos importantes foron os cambios no tratamento aos clientes. “Os vendedores fomos adaptándonos aos novos xeitos de vender e ás novas formas de mercar”, explica. “Coa nosa aposta pola marca e pola calidade do produto, e coa profesionalización dos praceiros conseguimos atraer a novos clientes que antes non tiñan a praza como unha opción. Fixémonos moito máis visibles”.

Isto mirando cara atrás. Pero mirando cara o futuro, Ángeles aínda ve cousas pendentes. Polo de momento, internet perflábase como o seu principal reto. Aínda que moitos praceiros xa envían mercadoría por toda España sen páxina web, ela recoñece que “a venda online é o futuro, é o que nos queda”.

Tanto no camiño xa andado como no que queda por andar, a asociación conta co apoio de Fepragal. Na súa páxina web todas as asociacións das prazas de abastos que a forman

“A venda online é o futuro. É o que nos queda”

teñen o seu espazo, e a creación da Federación foi fundamental para camiñar na modernización das prazas, servíndolles de amparo para facelas máis visibles e respectadas non só nas administracións, senón tamén entre os clientes. Dende Fepragal se poñen en marcha campañas promocionais que as dinamizan e que, ao mesmo tempo, dan unha imaxe de unión entre os diferentes socios, con moitas estratexias comúns.

En Bueu pouco a pouco van avanzando e conseguindo pequenas e grandes vitorias. Un camiño que non se fai sen esforzo. “Sempre hai cousas que son máis difíciles. Moitas veces precísase de moito traballo á sombra para que despois se vexan os resultados. Hai que ir traballando, e

finalmente todo se vai conseguindo”, explica Ángeles. Leva na asociación dende os seus inicios, e recoñece que o labor da directiva é duro porque “para que as cousas saian ben, hai que empregar moito tempo”, pero ao poñer do outro lado da balanza os avances conseguidos, o resultado da conta é positivo.

A praza de abastos de Bueu abre tamén polas tardes, atraendo a clientes de Pontevedra, Vigo ou Porriño. “É moito máis cómodo para a xente, por iso o facemos”, explica Ángela. “Costa traballo, porque é traballar mañá e tarde e madrugadas moito e tes que estar aí, pero pola tarde vén moita xente de fóra e a verdade é que compensa. Sempre es moito máis accesible para o cliente que doutro xeito non podería vir mercar á praza de abastos”. Ademais, en Bueu tamén hai lonxa pola tarde, algo que atrae á clientela que gusta do peixe máis fresco.

CANGAS

2008



“Cando a anterior presidenta o deixou para descansar, ninguén se animaba a dar un paso adiante, e había riscos de que a asociación desaparecera. Entón, animeime. Loitamos moito tempo para crear unha asociación para deixar que se desfizera”. Así recorda Milagros Bastón, Mila, a súa chegada á presidencia da asociación da Praza de Abastos de Cangas.

Este relevo foi hai dous anos, pero cúmprense oito dende que os vendedores da praza canguesa decidiron unirse. “Víamos que outras prazas que estaban asociadas funcionaban, que tiñan unha imaxe corporativa, unha marca. Así que decidimos asociarnos”, explica Mila. Coa chegada da asociación, chegou tamén o recoñecemento dos vendedores nas diferentes administracións, xa que “empezaron a ver que eramos un

“Empezaron a ver que eramos un colectivo, e que representabamos algo para o pobo”

colectivo, que estamos aí e que representabamos algo para pobo”.

As portas do concello comezaron a abrirse, e os gobernos locais buscaron cos praceiros asociados o consenso para os novos proxectos. Actualmente a relación “vai indo”, aínda que os cambios nos executivos obrigan a dar pequenos pasos atrás. “Cando xa tes unha relación fluída con uns, cambian. Entón tes que empezar a coñecerlos, e eles a ti”, explica Mila. Aínda que en





Cangas séntense apoiados polo concello, “non é tanto como debería”.

A presidenta canguesa cumpre xa 35 anos detrás do seu posto. Para ela, a estética da praza mellorou moito coas obras que se levaron a cabo e o nacemento da asociación foi o punto de inflexión. “O máis difícil ao principio foi convencer á xente de que asociados nos escoitarían en máis sitios, que teríamos máis posibilidades de mellorar o recinto. Se imos cada un polo noso lado, non nos farían nin caso”, explica. O único que molesta a Mila é que coa súa loita a praza “mellora para todos, non só para os que estamos asociados. Pero pouco a pouco imos tirando”.

Mila leva dende sempre na directiva, pero xa hai dous anos que ocupa a presidencia. “Moitas veces cansa porque leva moito traballo por detrás para que despois se vexan os avances”, explica. Pero a pesar destas dificultades, non dubida que vai “tirar para adiante mentres poida”.

“Cantos máis sexamos, será máis fácil. Xa somos un colectivo grande”

Agora a asociación está máis respaldada pola Federación de Prazas de Abastos de Galicia. Fepragal foi un paso máis para estar máis unidos, porque “din que a unión fai a forza, non? Cantos máis sexamos, será máis fácil. Xa somos un colectivo grande”. Recoñece que ata a creación da federación, as administracións non eran realmente conscientes da importancia do colectivo que tiñan diante, ao que axudou a construción da marca das prazas de abastos da man de Fepragal. A primeira en darse conta foi a estatal, que chamou a atención da autonómica e da local. “Agora nos escoitan ben”, asegura orgullosa.

Máis de tres décadas na praza, fan de Mila unha boa observadora: “o gran reto é que as áreas non nos coman”. Sabe que nesta competición o camiño non será sinxelo, e que requirirá sacrificios dos praceiros. Para ela, un dos principais problemas das prazas e, en concreto, da de Cangas, é a pouca flexibilidade horaria. “Se me levanto todos os días ás tres da mañá para mercar na lonxa, é difícil chegar a casa ás tres da tarde, comer e marchar para seguir vendendo”, explica. Pero sabe que gran parte da supervivencia das prazas radica na adaptación aos novos ritmos. “Tiñamos que buscar a maneira de abrir pola tarde, porque a xente traballa e pola tarde ten máis tempo”. A súa reflexión lévaa a pensar na necesidade de atraer as novas xeracións para encamiñar o futuro das prazas de abastos. Un traballo no que, ademais de ser garante de calidade, teñen que ofrecer comodidade aos novos clientes.

2009



ASOCIACION
DA PRAZA
DE ABASTOS

mbrío

VILANOVA DE AROUSA

VILANOVA DE AROUSA

Javier Paz criouse na praza de abastos de Vilanova. Fillo de praceiros, hai 25 anos que comezou a traballar, e dende hai oito está á fronte da asociación. Para el, o colectivo vilanovés uniuse para loitar contra carencias non só do edificio; tamén no xeito de facer, e na maneira na que as administracións trataban o colectivo.

Segundo Javier, fomentar a unión ante as adversidades é sinxelo. “Para min o máis complicado é a continuidade. Cando tes idea dun proxecto, marcas unhas pautas para chegar a un obxectivo”, razoa. “Isto é como un matrimonio: hai que alimentalo todos os días”.

No caso das prazas de abastos, o proxecto non ten un final. Javier explica que os vendedores non deixan de

“Non o sabemos todo, e poder xuntarse e coñecer os problemas doutras prazas é fundamental”

ser pequenos comercios que necesitan adaptarse a un escenario cambiante. Nesta adaptación, contan co respaldo da asociación. “Necesitamos formación, organizar cursos... É mais complicado isto que, por exemplo, cando fixemos as reformas”, comenta. “Somos pequenos comerciantes e necesitamos información, porque claro, a xente non estudou empresariais”. Aquí tamén foi fundamental a entrada en Fepragal:





implantar o comercio electrónico, permitir o pago por TPV, crear unha marca... son algúns dos obxectivos que se acadaron grazas ao paraugas da Federación, que os orienta no camiño da profesionalización do sector.

“A Federación é moi importante porque nos axuda a impulsar moitas iniciativas. Non o sabemos todo, e poder xuntarse e coñecer os problemas doutras prazas, saber se o problema é puntual meu ou é algo xeral, é fundamental”. Para Javier, este é outro dos aspectos positivos do asociacionismo, que se viu ampliado a toda Galicia con Fepragal: sentirse arroupado, contando co apoio e a guía de persoas cualificadas á hora de relacionarse coas diferentes administracións.

A responsabilidade dos que se poñen á fronte das asociacións ten luces e sombras. “Cando unha persoa leva moito nun cargo, a parte do desgaste que supón, os compañeiros comezan a velo como ‘o que nos impón’. Non todo o mundo opina igual”, explica Javier. Por iso o diálogo é fundamental para chegar a acordos que beneficien ao colectivo.

"O futuro é que pola tarde puideras acceder á praza e cubrir necesidades básicas da compra diaria"

Tras oito anos de traballo da asociación, non só mellorou o contido; tamén o continente. “Tiñamos moitas deficiencias e conseguimos solventalas”, explica Javier. “Eu mesmo tiven que facer os planos antes da reforma para orientar á administración, para que fixeran o que necesitabamos e non cousas pomposas que ao final dificultan o traballo”. O presidente dos praceiros vilanoveses recorda que a xestión do edificio é municipal, algo que “ás veces nos frea porque temos que estar convencendo ao goberno local”. Paliar esta lentitude convértese nunha tarefa da asociación, que reclama para a praza de abastos de Vilanova o mes-

mo trato que outras instalacións municipais, como as casas de cultura ou as bibliotecas.

Para el, as reformas estruturais do interior tamén dinamizaron a praza. “Conseguimos crear unha oferta de postos libres para que a xente vira aquí unha opción de traballo, e así foi. Dende esa, chegaron sete locais máis”.

Este incremento da oferta é, para Javier, un piar do que será o seu futuro. Aposta por ofrecer aos clientes máis facilidades, tanto horarias como de acceso a determinados produtos. “O futuro é que ás sete da tarde puideras acceder á praza e coller pescado, carne ou verduras frescas, pero tamén un paquete de galletas, un cartón de leite, xabón... As necesidades básicas da compra diaria”, explica.

Con este “repensar” do proxecto das prazas, Javier cre que reforzarían o seu papel como motor económico da actividade do casco urbano. A pesares das dificultades, está convencido do seu peso. “Cando levamos trinta anos baixando escalóns e aínda estamos aquí... algo bo teremos as prazas de abastos”.

2010



Asociación de Profesionais
da Praza de Abastos de
PADRÓN

PADRÓN

"Sabemos que somos moito máis visibles, que agora temos unha marca. Unha imaxe que ofrecer ao noso cliente"

En Padrón, o escenario é complicado para a praza de abastos. Cun concello pouco colaborador e moitos dos vendedores desunidos, a creación da Asociación de Profesionais deu esperanzas ao colectivo. Hai sete anos os praceiros decidiron que xa era o momento de ofrecer unha postura común, evitando a división de opinións diante das administracións. "Se había que reclamar algo ou había que facer calquera cousa, antes ía cada un polo seu lado", explica Ana Isabel Rodríguez, a actual presidenta. "Así que nos animamos a crear a asociación, para poder acudir todos xuntos".

Aínda que xa suma 16 traballando na praza de abastos, Ana leva só medio ano de presidenta da asociación. Asumiu esta responsabilidade para dar descanso á anterior directiva. "Sei

que aquí a situación é complicada. Non temos moito apoio do concello, pero cos socios e coa directiva facemos unha piña e sempre intentamos levar as cousas cara adiante", explica. Sumando pequenas conquistas, van conseguindo que a praza de abastos de Padrón avance.



Neste contexto, para a asociación padronesa é fundamental o apoio de Fepragal. “A Federación apóíanos moito”, comenta Ana. “Que todas as prazas esteamos unidas axúdanos a seguir cara adiante, a ter referentes cercanos de experiencias que avanza con moito éxito”. Co respaldo de Fepragal e das demais prazas que a compoñen, a asociación de Padrón anímase a seguir adiante e continúa traballando para abrir novas vías de diálogo coa administración municipal. Algo que se ve favorecido polo traballo que realiza a Federación a nivel autonómico e estatal. “É duro, pero somos conscientes das melloras. Sabemos que somos moito máis visibles, que agora temos unha marca. Unha imaxe que ofrecer ao noso cliente”.

Esta imaxe é, ademais, sinónimo de calidade. “Eu vexo que o produto que temos as prazas de abastos non se atopa noutros sitios”, comenta Ana. “A calidade e tamén a atención ao cliente. Co tempo os praceiros fomos profesionalizándonos, sen deixar de lado o trato directo e a confianza que teñen en nós como vendedores”. Estas son as principais diferenzas que a presidenta padronesa ve cando compara o que ofrecen as prazas de abastos e os supermercados. Aínda que recoñece o impacto que as grandes áreas tiveron nas vendas do seu sector, “hai moita xente á que lle gusta vir á praza, que confía na nosa marca e nos nosos produtos. Agora o reto é conseguir captar ás novas xeracións, que aquí en Padrón se deixan ver menos na praza”.

Este público si aparece o domingo, cando a praza de abastos multiplica tanto o número de vendedores como a afluencia de clientes. Unha cita que dende a asociación ven como unha oportunidade para darse a coñecer e para abrir a praza aos que son menos asiduos. “Pola semana hai menos movemento, pero o domingo véndese moi ben. Por iso para nós é un xeito de presentar a nosa marca, a da Praza de Abastos de Padrón, aos potenciais clientes”.



"Imos loitar dende a asociación, cos praceiros unidos, para poder garantir o noso futuro"

Ademais de garantir o seu futuro con este relevo xeracional na clientela, a asociación da praza de abastos de Padrón ten outro reto importante. No 2017 finalizan a maioría das concesións dos postos, e dende o concello aínda non deron resposta sobre os plans de futuro que teñen para o colectivo. “Non sabemos que vai pasar”, explica Ana. “O goberno local di

que polo de agora non sabe que vai pasar coas concesións. Nós do que estamos convencidos é de que imos loitar dende a asociación, cos praceiros unidos, para poder garantir o noso futuro. Ademais, a asociación non só conta co respaldo dos seus socios, sabemos que Fepragal e todo o sector vai estar con nós”.

ENTREVISTA

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



- **Cúmprense dez anos do comezo do movemento asociacionista nas prazas de abastos. Que balance fai como directora xeral de Comercio?**

O balance é moi positivo. Durante estes dez anos téñense logrado grandes avances, pero o máis importante é que a unión e o movemento asociacionista permitiu que os nosos mercados e prazas de abastos falaran cunha soa voz reivindicando o seu papel como xeradores de emprego e motores do comercio de proximidade, capaces de incrementar o atractivo turístico das nosas vilas e cidades e configurándose como o mellor escaparate do produto galego de calidade.

- **Que melloras destacaría (En infraestruturas, novas tecnoloxías, campañas publicitarias, os propios postos dos vendedores)**

Dúas foron as direccións nas que se traballaron as melloras dos mercados e das prazas de abastos: por unha banda a mellora do espazo físico, das instalacións e do equipamento e por outra, a mellora na dinamización e na promoción da súa actividade.

Desde a Xunta de Galicia somos conscientes de que os mercados e prazas de abastos deben ofrecer unhas instalacións adecuadas que acollan ao cliente ofrecéndolle confort e accesibilidade ao tempo que cubran as necesidades dos praceiros e praceiras para exercer adecuadamente a súa actividade. Por iso, nos últimos anos apoiouse a realización de actuacións de mellora da infraestrutura e do equipamento en máis de 80 mercados, cun investimento que supera os 18 millóns de euros a través das diferentes liñas de axuda e convenios, potenciando a adecuación dos espazos de venda e a mellora da imaxe colectiva do mercado. Neste último punto resulta especialmente salien-

table a importancia do equipamento dos praceiros e praceiras ofrecendo unha imaxe homoxénea e conxunta que identifique facilmente o seu mercado.

Pero por outra banda, tamén se realizaron múltiples actuacións promocionais e de dinamización. Ademais das campañas de Nadal, de fidelización ou de promoción de vendas, tiveron un gran éxito de participación e foron especialmente pioneiras aquelas dirixidas aos máis pequenos: primeiro Pequechefs e logo Larpeiriños, que procuran o contacto das nosas prazas cos máis novos da casa.

As prazas tamén souberon aproveitar as sinerxías do Camiño de Santiago a través da campaña Mercados no Camiño que permite visualizalas fóra das nosas fronteiras

Todo isto sen esquecer a importancia de *Quereoteumercado*, unha campaña que veu reforzar a unión de todos os mercados e prazas de abastos cunha mensaxe común: Quere o teu mercado, compra na túa vila.

- **Hai cinco anos deuse un paso máis coa creación de FEPRAGAL. Como valora esta unión das asociacións de praceiros? ¿Qué papel está a xogar a Federación?**

Fepragal é o símbolo da unión e da profesionalización dos nosos praceiros e praceiras, desempeñando un destacado papel na mellora das nosas prazas de abastos e mercados. É a ferramenta que empregan para falar cunha soa voz e mellorar cada día. A Federación permítelles estar en contacto, colaborar, cooperar, crear sinerxías, realizar actuacións en común, aproveitar as boas experiencias e buscar solucións para afrontar os problemas. É un instrumento para medrar, por iso cada día son máis as asociacións integradas.

- **Dende a administración autonómica sempre apoian a unión dentro dos sectores. A unión fai a forza?**

Sen dúbida. Traballando en común pódense conseguir mellor as metas. Xuntos podemos facer cousas gran-



des. A unión refórzanos e ofrécenos ferramentas para alcanzar maiores logros.

De feito, a literatura especializada coincide en sinalar que, cada vez en maior medida, unha parte da competitividade das empresas se xera no exterior destas, é dicir, nas relacións que estas logran establecer co seu ámbito e con outros sectores. Polo tanto, compartido recursos, coñecementos ou capacidades podemos incrementar a nosa competitividade.

- **Que peso diría que teñen as prazas de abastos no tecido empresarial**

das vilas de Galicia. ¿Cómo ve o seu Futuro?

En Galicia existen 105 prazas de abastos cunha superficie total de 101.330m² e 2.773 postos activos. Estas cifras dánnos unha idea da importancia das prazas de abastos no tecido empresarial galego, non só como centros xeradores de emprego e de riqueza senón tamén como dinamizadores da actividade urbana e do atractivo turístico das nosas vilas.

Ubicacións privilexiadas, edificios que simbolizan a modernidade e a mellor arquitectura do seu tempo, así como

o seu potencial comercial e turístico, fan dos nosos mercados un reto de futuro para todos. Por iso a Consellería de Economía Emprego e Industria puxo en marcha o Plan de Mercados Excelentes 2016-2020, dotado con vinte millóns de euros dirixidos a potenciar o futuro das nosas prazas de abastos, incrementando os servizos que se prestan aos clientes, mellorando a súa imaxe e a súa accesibilidade, procurando a súa modernización e competitividade e reivindicando o seu papel como espazos de encontro e dinamizadores económicos das nosas vilas e cidades.

2011

Asociación de Profesionais
da Praza de Abastos
de Cambados



CAMBADOS

“A praza de abastos de Cambados é todo para a vila. É o seu Facebook, o seu Whatsapp. Onde de verdade está a vida. Ademais dos produtos da maior calidade, por suposto”. Para María Eugenia Fernández, a praza é un dos motores de Cambados, “aínda que digan que perdeu moito... eu estou segura de que non é así”.

Ela chegou á praza no 2011; o mesmo ano no que os praceiros cambadeses decidiron asociarse. Agora preside a Asociación de Profesionais da Praza de Abastos de Cambados, unha tarefa que require de traballo, pero que resulta moi gratificante. “Dende que se creou a asociación melloraron moitas cousas, en todos os ámbitos”, explica. “Tamén estamos moi unidas, como unha familia”.

“A praza de abastos de Cambados é o seu Facebook, o seu Whatsapp. Onde de verdade está a vida”

Esta unión animou o seu avance na profesionalización que xa se iniciara noutras prazas. “A asociación é unha unión de profesionais que queremos melloras na praza, que é o noso posto de traballo”, explica Eugenia. “É sinxelo: a unión fai a forza, así que sen a asociación, non hai ese pulo”. Un impulso que é maior dende que decidiron dar o salto a nivel autonómico, uníndose a Fepragal. “A Federación abriunos moitas portas. Non é o mesmo ir un



que cen. Calquera dúbida, calquera problema, consultámolo e rapidamente nos respaldan e nos ofrecen o asesoramento ou a axuda que precisemos”, asegura a presidenta cambadesa.

Ao unirse a Fepragal, Cambados entrou a formar parte dunha rede que compoñen na actualidade deza-sete asociacións de prazas de toda Galicia. Algo que lles permite avanzar en todas as institucións, e que supuxo un cambio fundamental no seu xeito de pensar. Hoxe en día os praceiros son profesionais da venda de produto fresco, e todos forman parte dun sector que significa moito nos tecidos económico e social das vilas. Cambados non é unha excepción.

Entre as melloras que trouxo o sentimento de asociación e de colectivo, Eugenia destaca a postura única que presentan ante o concello. “As compañeiras xa levaban anos pelexando co executivo anterior. Co novo equipo pódese falar, pero sempre din que non hai recursos para facer os investimentos”, lamentase.

Os praceiros cambadeses levan dende o ano 2013 agardando pola reforma da praza de abastos, en base a un acordo asinado entre goberno local, Xunta de Galicia e Ministerio de Fomento. Por iso, este punto tense convertido en clave na súa axenda e na de Fepragal, pelexando para que se cumpra o recollido no convenio. “A política non debería ser un atranco”, explica Eugenia. “As administracións deberían darse de conta de que esta praza estivo abandonada durante corenta anos”. A presidenta explica en que consistiron ata o de agora as reformas máis importantes: un arranxo do tellado hai dúas décadas e unha man de pintura. “Despois xa non fixeron nada máis”, asegura. “Xustificábase dicindo que os seus predecesores non actuaron... pero nós non temos culpa diso. Precisamos a praza nova”.

A pesares de que este novo edificio non chega, a praza de abastos avanza cara o futuro cun dobre relevo xeracional: vése xente nova tanto



"As administracións deberían darse de conta de que esta praza estivo abandonada durante corenta anos"

vendendo como mercado. Ela ten 36 anos, e hai só cinco que se fixo cargo do posto da súa nai. Por iso, a presidenta confía nesta renovación para facilitar o camiño cara o futuro; algo que, asegura, ten que ir acompañado dunha ampliación da oferta da praza. “Temos unha costureira

na planta de arriba e un posto que vende pan de millo caseiro á entrada. Os dous atraen a moita xente”, explica Eugenia. “Ademais de seguir potenciando a nosa marca, hai que diferenciarse así. Se seguimos este camiño, non dubido que as prazas de abastos terán moito futuro”.

2011



ASOCIACIÓN DE PROFESIONAIS
DA PRAZA DE ABASTOS DE
PONTEVEDRA

PONTEVEDRA

Como praza da capital de provincia, a de Pontevedra mantense como un dos núcleos máis importantes da vida da cidade. A pesares dos competidores que xorden en cada esquina, “a praza é a praza. Sempre está a mellor calidade”.

Quen nos fala é María del Carmen Santos, a actual presidenta e a única que tivo a Asociación de Profesionais da Praza de Abastos de Pontevedra.

O colectivo decidiu unirse hai cinco anos, despois de que os animara o goberno local. A creación da asociación foi o inicio dun camiño que deixa un balance positivo. Tras este lustro de traballo, os praceiros pontevedreses conseguiron construír unha imaxe de marca, que transmite a profesionalidade e a calidade coas que están comprometidos. “A praza de abastos

“A xente cando compra na praza sabe que está a mercar en pequenas tendas”

é unha referencia. Ten os mellores produtos da horta, do mar, das carnes”, explica Mari. “Tamén no trato aos clientes, en cercanía. Co traballo destes anos conseguimos que a xente cando compra na praza sexa consciente de que está a mercar en pequenas tendas”.

A unión do colectivo permítelles, ademais, poñer en marcha campañas promocionais, que lles axudan a atraer clientela ao mercado. “No





Nadal sorteamos cestas, no Día da Nai regalamos plantas... son detalles que queremos ter cos nosos clientes, que eles ademais agradecen”, asegura Mari.

Detrás de moitas das campañas está Fepragal, que lanza estas iniciativas en todas as prazas que engloba baixo o seu paraugas. A de Pontevedra está dende o seu nacemento na Federación, coa que ademais comparte ano de creación. “Unímonos a Fepragal porque nos pareceu o paso máis lóxico a dar”, comenta a presidenta pontevedresa. “Dende que estamos unidos, conseguimos que se nos escoite e respecte nas administracións. Eu antes ía soa e era moito máis complicado. Agora ao ir respaldada por Fepragal, que engloba deza-sete prazas en toda Galicia, facemos moita máis forza”. De feito, da man da Federación conseguiron abrirse camiño nos despachos das administracións: primeiro, na central, á que seguiron a autonómica e a local.

A pesares dos avances, a día de hoxe Mari bota de menos maior flui-

“Todas as prazas deberían ter asociación e todas deberíamos formar parte de Fepragal”

dez e transparencia na súa relación co concello de Pontevedra. “Están a traballar nunha nova ordenanza para a praza de abastos e a verdade é que non buscaron a nosa opinión nin nos informaron do que queren facer. Só catro pinceladas, e non o vemos nada claro”, asegura. “O máis xusto sería que contaran cos praceiros, que levamos mantendo o mercado toda a vida”.

Para Mari, grazas á unión o colectivo fíxose máis visible, e rematou por converterse nun sector produtivo máis das súas vilas. “Todas as prazas deberían ter asociación e todas deberíamos formar parte de Fepragal”,

comenta. “Xa non son só os avances que se conseguen; tamén que abres a mente e coñeces outras realidades, incluso fóra de Galicia. Iso é moi enriquecedor”.

Ao igual que a Federación impulsa numerosas iniciativas que as asociacións non poderían poñer en marcha en solitario, a presidenta pontevedresa aposta por unha maior unión dos praceiros para ofrecer máis servizos aos clientes. Atraer as novas xeracións volve ser, no caso da praza de abastos de Pontevedra, o seu principal reto. O outro, facer fronte ás grandes áreas. “Non podemos competir con elas en moitos aspectos, pero en calidade... a vitoria é nosa”, ri Mari. “En calidade, en cercanía co cliente... aí é onde temos que concentrar os nosos esforzos”. Para a presidenta da praza de abastos pontevedresa, os produtos máis naturais, máis ecolóxicos e de mellor calidade son os que se poden atopar nos postos dos praceiros. Por iso traballan para que o cliente teña claro que “non o van atopar mellor en ningún sitio”.

LALÍN

2013



“Como a noite ao día”. Así resume Miguel Rodríguez o xiro que pegou a praza de abastos de Lalín nos últimos anos, e non dubida en sinalar a creación da súa asociación como a chave deste cambio.

“Cando cheguei á praza estaba todo abandonado. Portas rotas, fiestras rotas, case sen luz. Os praceiros cada un ao sei aire”, recorda remontándose 14 anos no tempo, cando empezou a traballar na praza lalinense despois de anos de experiencia en empresas. O desexo de mudar isto e a unión dos vendedores foron determinantes para darlle un xiro.

Pero os inicios non foron sinxelos. “Tiven que pelexar moito. Xa de entrada, conseguín que os praceiros se falaran entre eles”, explica. E é que a pesares de compartir edificio, o aso-

“Con traballo adaptámonos aos novos clientes e ás novas formas de mercar”

ciacionismo non era un sentimento estendido entre os vendedores da praza. “Eu sempre tiven negocio e souben que era traballar mirando non só o meu interese. Un cliente é meu se me compra, pero pode vir coas bolsas de onde queira que eu non podo poñerlle mala cara”, reflexiona. “Con traballo conseguimos adaptarnos a estes novos clientes e ás súas novas formas de mercar”.

Conseguir que os seus compañeiros “entraran polo aro” foi a maior



dificultade que recorda Miguel, que dende o comezo se puxo á fronte deste novo ente. Está satisfeito cos cambios conseguidos e, aínda que considera que a crise puxo freo ao renacer das prazas, ve na asociación unha chave para moitas portas. “Despois de fundala, todo cambiou. No concello fixéronnos caso, puxeron portas novas, luz... arrombaron a praza”, asegura enumerando as pequenas conquistas.

Miguel recoñece estar satisfeito, pero anuncia que a súa intención é “facer outros arranxos, porque temos unha asociación e tamén porque sabemos pedir. Nós non esiximos, pedimos. E do que se poida facer, nolo fan”. Agora preséntanse ante o concello cunha única voz, algo que favoreceu a súa relación co goberno local. “Se queremos algo, escóitannos”, comenta.

A día de hoxe, tamén está contento co apoio dos seus compañeiros. Recoñece que as relacións son fluídas, algo que se ve favorecido polo tamaño reducido desta praza de abastos da comarca do Deza. “Chamas e nun minuto estamos todos nun corro falando e razoando as cousas”.

Aínda que custou dar o primeiro paso cara o asociacionismo, continuaron avanzando para unir o sector. Non só en Lalín, senón tamén a nivel galego. A asociación de praceiros lalicense forma parte da Federación de Prazas de Abastos de Galicia, Fepragal, un órgano que continuou abríndolles portas. “Gustounos a idea e unínomos”, recorda Miguel. “Confías neles e escóitannos en sitios onde antes era moito máis difícil. Somos unha gran familia e, ademais, aprendemos uns dos outros en camiños como o da profesionalización ou da construción dunha imaxe de marca. Dende Fepragal oriéntannos sempre”.

Agora toca mirar ao presente. Como ve Miguel o peso das prazas de abastos na actualidade? “Son importantes, pero tiñan que selo máis. Estiveron moi abandonadas e agora, coa crise... A crise é un fenómeno



“En Fepragal somos unha gran familia e aprendemos uns dos outros”

que nos afecta a todos”. Un escenario certamente complicado, pero no que as prazas seguen a pelexar para manter o seu público e achegarse á xente nova. “Ves xente que antes non vías nas prazas, e iso te anima”; unha boa nova que ben seguida dunha que non o é tanto: a baixada do gasto na cesta da compra. “Antes gastaban de media

vinte ou trinta euros. Agora son sete ou oito... pero hai que adaptarse ao que hai”.

E do futuro? Unha vez máis, non dubida: “Conseguir que en vez de abrir catro tendas pola tarde, abran todas na praza. Se non estás aberto, non podes vender”.

AS CONCHIÑAS



A Asociación do Mercado de As Conchiñas é unha das máis novas que engloba Fepragal. Xunto cos outros catro mercados de A Coruña, foi neste 2016 cando comezou a dar os primeiros pasos. Pouco tempo pero que, segundo explica a presidenta Mónica Carballo, xa trouxo cambios importantes.

En primeiro lugar, a unión dos vendedores. “Eu traballo no mercado dende hai oito anos e notei a diferenza. Cando non había asociación, cada un ía polo seu lado. Agora temos máis unión entre os compañeiros”, asegura Mónica. Ademais, en As Conchiñas funcionan tres niveis de asociacionismo que se coordinan e complementan: a propia asociación do mercado; ASMERCO (Asociación de Mercados Coruñeses), que engloba os cinco mercados da cidade, e Fepragal. “De-

“Unirnos á Federación pareceunos o máis lóxico para mellorar o noso posicionamento como colectivo de profesionais”

cidímonos a crear a asociación para facer máis forza, por iso unirnos á Federación pareceunos o máis lóxico para mellorar o noso posicionamento como colectivo de profesionais”, comenta.





De feito, toda esta rede fixo máis sinxelo o proceso de constitución da propia asociación de As Conchiñas. “Fepragal axudounos e orientounos moitísimo. Indicáronnos como facer, a onde ir... entón sempre é moito máis fácil que cando non tes o apoio de ningún”, asegura Mónica. “Para mín a asociación é moi importante, pero Fepragal o é aínda máis. Dende a Federación podes ter unha visión moito máis ampla e de conxunto do que supón todo o sector”. Ademais, baixo o seu paraugas xa puxeron en marcha actividades e campañas dirixidas a dinamizar o entorno, atraer nova clientela e, por suposto, reforzar a súa imaxe de marca.

Precisamente, nesta imaxe o mercado de As Conchiñas quere ser fiel ao sentimento “de barrio”, aínda que apostando por unha renovación no xeito de facer e pola profesionalización da súa actividade. “Nosso mercado leva no barrio corenta anos. Somos xa un auténtico icono. Non queremos perder isto, aínda que si queremos avanzar. Somos conscientes de que había melloras que xa puxemos en práctica e que eran moi necesarias”,

“Nosso mercado leva no barrio corenta anos. Somos xa un auténtico icono e queremos avanzar sen perder iso”

comenta Mónica. “Niso seguimos traballando e estamos moi satisfeitos cos avances”.

Na súa axenda hai dous retos principais. Por unha banda, resistir a presión e influencia das grandes superficies. “Os supermercados fannos dano, claro que si”, razoa Mónica. “Aínda que está claro que eles non garanten a calidade dos produtos que si ofrecemos nós. Iso a xente sábeo e xa o ten asociado á nosa marca”. Pola outra, conseguir que a xente nova escolla o mercado antes que os ‘súper’. “Precisamos captar a xente nunha franxa de idade de entre 25 e 40 anos, que son

os que non veñen ao mercado. É algo no que estamos traballando”.

Neste escenario, os vendedores deste mercado coruñés foron receptivos á constitución da asociación. Tras varios meses de traballo, esta postura mantense e a súa presidenta asegura que tamén conta co apoio dos seus compañeiros e, máis en concreto, dos que forman parte da súa directiva. “Para min o balance é positivo e satisfactorio”, reflexiona Mónica. E iso que a relación co concello de A Coruña non facilita as cousas. Aínda que non é mala, a presidenta quériase da excesiva lentitude da administración local. “Pedimos unha reunión e tardan en contestarnos... se nos contestan. Facemos unha proposta, e o mesmo. Iso que nós somos unha concesión e sempre podemos facer máis forza”, explica. “Esta é unha das cousas que complican un pouco a xestión, aínda que os cinco mercados coruñeses imos sempre da man e respaldados por Fepragal. Pode ser que teñas que traballar un pouco máis, pero paga a pena porque ves os resultados. Por iso sigo con moito ánimo”.

2016



ELVIÑA

“Uníndonos á Federación buscamos que a xente vexa que somos tan grandes como os grandes”

O Mercado de Elviña é o máis pequeno dos cinco coruñeses, e o único que está situado na planta superior dun supermercado. Esta ubicación non gustou a todos os vendedores, e xerou unha forte división entre os praceiros. Hai un ano os que se opoñen a esta situación crearon a Asociación en Defensa do Mercado de Elviña, presidida por Pablo Barbeito.

Ao mesmo tempo, integráronse en Fepragal xunto aos demais mercados coruñeses, e todos apoiaron a súa oposición ao supermercado. “Unímonos para poder pelexar máis, chegar a outros obxectivos e, sobre todo, para facernos ver como o colectivo que somos”, asegura. “A xente di que o ‘súper’ que hai na planta baixa xera moitos postos de traballo, pero no Mercado de Elviña hai moitos máis

empregos. Uníndonos á Federación buscamos que a xente vexa que somos tan grandes como os grandes”.

“A Coruña é especial”, ri Pablo. “O máis difícil foron os conflitos cos compañeiros, pero eu teño claro que traballo polo mercado”. Por iso está satisfeito co balance. “Fixemos xa moitas campañas e sempre fomos todos por un mesmo lado. Pode haber





algunha opinión diferente, pero non discrepancias fortes”, asegura.

A asociación de Elviña, as dos outros catro mercados coruñeses e Fepragal traballan xuntos para poñer en marcha campañas “que por nós sós, de xeito individual, non se poderían levar a cabo”, asegura o presidente. No ano de vida da asociación, traballaron para encher de contido o espazo que o seu mercado ten na web da Federación. Ademais puxeron en marcha varias campañas dirixidas aos nenos, que animaron o entorno e atraeron público. “Fixemos un concurso de debuxos cos outros mercados. Trouxemos a 30 nenos, démoslles unha volta pola praza, démoslles a merenda e despois tiñan que debuxar algo do que viran” recorda rindo. “Tamén organizamos un concurso de Larpeiriños, cos cativos cociñando”. Para o presidente, este tipo de iniciativas gustan aos pais, achegan o mercado á xente e familiarizan aos nenos, clientes do futuro, coa oferta diferente que ofrecen as prazas.

Pablo non dubida de que os mercados “son un sitio de confluencia, como

“Hai que continuar apostando pola modernidade e por dar servizos complementarios aos clientes”

se di agora”. Tras seis anos traballando no seu posto en Elviña, observa como moitos dos veciños converten o facer a compra no mercado nunha experiencia social. “Ademais de vir buscar o produto fresco e de calidade e o trato cercano, agardan atoparse no mercado con veciños ou con xente do barrio que levan tempo sen ver”, asegura.

De cara ao futuro, Pablo cre que a súa continuidade pasa por ofrecer un horario máis amplo e seguir camiñando na mellora dos servizos. “Hai que continuar apostando pola modernidade, por mellorar os sistemas de cobro

e por dar servizos complementarios aos clientes”, explica. “Trátase de que o cliente poida vir ao mercado cando mellor lle veña a el, non só a nós”.

En canto á súa relación co concello de A Coruña, o presidente da Asociación en Defensa do Mercado de Elviña coincide cos seus compañeiros e destaca sobre todo a súa lentitude. “Tardan moito tempo en darnos a súa aprobación para as iniciativas que queremos poñer en marcha, e iso pon en perigo a súa viabilidade”, explica. Pero agora están a notar un cambio de actitude, froito do traballo constante dos mercados e de Fepragal por demostrar o seu interese na mellora do servizo, a súa aposta pola profesionalización do sector e o compromiso co futuro dos mercados. “Ven que non pedimos cousas absurdas. Aínda non están ao 100% con nós, pero cando queren poñer en marcha algún proxecto ou campaña, reúnen con nós para explicarnos en que vai consistir”, comenta Pablo. “Así que imos darlles unha marxe de confianza”.

2016



EUSEBIO DA GUARDA

No Mercado de Eusebio da Guarda, na céntrica praza de Lugo de A Coruña, a asociación naceu cos primeiros pasos do relevo xeracional entre os vendedores. "Aquí predominamos a xente nova, e somos máis conscientes dos cambios que necesitan os mercados, da aposta que hai que facer por profesionalizarse e ofrecer unha imaxe de marca", explica Chelo Hermida, a súa presidenta.

Como sucedeu nos demais mercados de A Coruña, a constitución da asociación propia foi dando paso á necesidade de crear unha rede máis ampla. Así naceu a Asociación de Mercados Coruñeses. "Os resultados son boísimos porque o contacto entre todos é moi positivo. Somos unha piña, e conseguimos tirar todos para adiante e afrontar os novos retos", explica

"Fepragal é un reforzo que nos mantén aínda máis unidos, construíndo unha conciencia de sector"

Chelo. Tamén así decidiron unirse os cinco a Fepragal. "Dende a Federación poñemos en marcha moitas iniciativas e cambios en conxunto. É un reforzo que nos axuda a mantermos aínda máis unidos, a construír unha conciencia de sector", asegura a presidenta coruñesa. "Ademais, grazas ao paraugas de Fepragal coñecemos as experiencias dos mercados das diferentes provincias, e aprendes moi-



tísimo. Aínda que os obxectivos son moi parecidos entre as prazas, cada unha é un mundo”.

Para Chelo, estas unións a diferentes niveis foron abrindo portas nas administracións, nas que ata o de agora a súa opinión non se tiña en conta. “A nosa relación co concello de A Coruña é regular, pero si que é certo que grazas á forza que facemos dende Asmerco e dende Fepragal se reúnen con nós para presentarnos as súas propostas”, comenta. De feito, os vendedores dos mercados coruñeses conseguiron frear unha ordenanza que non lles era favorable, e empezar a negociar o mecanismo para a renovación das súas concesións.

A unión tamén trouxo melloras no eido da dinamización dos mercados. Segundo explica Chelo, en Eusebio da Guarda póñense continuamente iniciativas en marcha, ben sexan organizadas por Asmerco a nivel de A Coruña, ben a nivel de toda Galicia con Fepragal á súa fronte. “Facemos campañas adaptadas ás diferentes épocas. Día da Nai, Entroido, Nadal... sempre organizamos sorteos e actividades para animar a xente a que se achegue aos mercados”, asegura. Buscan ademais que os nenos pequenos se familiaricen cos mercados, atraéndoo a eles e aos seus pais con concursos de debuxo e repostería ou obradoiros de manualidades. “A imaxe que ofrecemos aos nosos clientes e ao público en xeral é moi importante. Temos que transmitirles os avances que conseguimos nestes anos, a nosa modernización e profesionalización. De aí a importancia destas actividades para abrílles as portas dos mercados”, explica Chelo.

Cara este obxectivo camiña o seu futuro, no que se busca atraer ás novas xeracións. “A xente maior vai dando paso á xente nova, por iso temos que conseguir establecer unha relación con eles”, comenta a presidenta de Eusebio da Guarda. Seguir apostando por unha imaxe de marca, que se relacione coa calidade do produto que se pode adquirir nos mercados, é fundamental neste traballo. Tamén



"Agora somos tendencia grazas a todos os programas de cociña. Temos que aproveitar este momento"

presentarse como un sector organizado, formado por profesionais da venda de alimentos frescos, que saben o que fan e o que venden e que, ademais, ofrecen unha relación cercana e de confianza aos clientes.

“Os mercados somos moi importantes. De feito á xente encántalle vir mercar, aínda que sabemos que

estamos nun momento moi difícil”, asegura Chelo. “Pero eu vexo que a xente atópao atractivo. Na fin de semana vén moita xente nova a mercar e agora mesmo somos tendencia grazas a todos os programas de cociña da televisión. Penso que temos que aproveitar este momento”. E é que Chelo está convencida de que os mercados están de moda.

2016

MERCADO DE
MONTE ALTO



MONTE ALTO

O Mercado de Monte Alto é un mercado tradicional. Como di a secretaria da súa asociación, Mari Cruz Fernández, “é de toda a vida”. Dende os seus postos, os vendedores levan anos pelexando entre a competencia que lles rodea. Nunha cidade como A Coruña, multiplícanse os supermercados e as tendas de barrio, pero Cruz defende o papel do mercado como “centro do comercio da zona”. “Seguimos sendo o comercio tradicional máis importante, onde se seguen a vender os mellores produtos, coa mellor calidade e a atención máis cercana ao cliente. Ademais, nos últimos anos modernizámonos e avanzamos moitísimo nos servizos que ofrecemos”, explica convencida.

Neste mercado, os vendedores asociáronse tamén para buscar a unión

“Seguimos sendo o comercio tradicional máis importante, con produtos de calidade e atención cercana”

dos praceiros. Desenvolver unha imaxe de marca, organizar eventos e ter unha voz única nas relacións institucionais, eran os obxectivos principais. “Cando temos que facer algún tipo de xestión no concello ou noutros organismos, sempre te escoitan doutra maneira se eres unha asociación que se vas a título persoal”, asegura Cruz.





Dende que crearon a asociación, os socios conseguiron avanzar nesta folla de ruta. Traballan como un conxunto, e conquistan obxectivos que benefician ao sector. O balance positivo animounos tamén a estender a súa aposta polo asociacionismo e, ao igual que os demais mercados coruñeses, a Asociación do Mercado de Monte Alto forma parte de Asmerco. Tamén levan un ano integrados en Fepragal.

“Apostamos por unirnos á Federación porque pareceunos a opción máis sabia para o futuro do mercado e do noso sector”, explica Cruz. “Axudounos a revitalizar o mercado e, ademais, a establecer lazos moi fortes coas demais prazas socias”. A secretaria da asociación de Monte Alto explica como grazas á Fepragal se traballa en proxectos en común, campañas e iniciativas que non poderían levar adiante en solitario. “Ademais así coñecemos todos, vemos como funcionan os demais, compartimos ideas... Só por iso xa merece a pena formar parte”, asegura.

Entre todos os membros teceron unha rede que une prazas e mercados

“Hai que conseguir que o mercado sexa atractivo como o traballo de futuro e de calidade que é”

de toda Galicia, cun intercambio de experiencias continuo que orienta aos que queren emprender camiños que outros xa percorreron. Da man da Federación conseguiron avanzar na súa profesionalización e na creación dunha imaxe de marca, aparecendo como unha opción moderna e de calidade para os clientes. Ademais “grazas a Fepragal, nas administracións, tanto no concello como na Xunta como no Estado, saben que existimos e que formamos un sector moi importante”, explica Cruz.

Un dos aspectos que máis preocupa a Monte Alto hoxe en día, é o relevo xeracional. Levan tempo pe-

dindo ao concello de A Coruña que traballe para promocionar o mercado non só como unha opción de calidade para os compradores, senón tamén para as persoas que estean buscando abrir o seu propio negocio. “Ten que ser o goberno local quen mova o mercado, non queremos que haxa postos cerrados”, asegura Cruz. “Hai que encontrar o xeito de que o mercado sexa atractivo para que a xente o vexa como o traballo de futuro e de calidade que é. Estamos traballando para conseguir transmitir esta imaxe”. Para a secretaria da asociación, esta tarefa sería máis sinxela se dende o goberno local se promocionaran máis os postos baleiros e se dera publicidade ás condicións. “Falta moita información, debería facilitar o acceso aos que queiran abrir”. Ela conta que xa hai vintecatro anos que entrou a traballar no mercado, e foi das últimas caras novas que se animaron a abrir un negocio en Monte Alto. “Deberíamos todos xuntos buscar maneiras para fomentar o mercado, porque se cada un que se xubile colle e pecha a persiana, o noso futuro complicarase”, asegura.

SAN AGUSTÍN

2016



ASOCIACIÓN DE VENDEDORES
MERCADO DE SAN AGUSTÍN

Cinco xeracións leva a familia de Ángela Barrán traballando no coruñés Mercado de San Agustín. Ela é a presidenta da asociación de vendedores, que naceu para perseguir a profesionalización do sector. “Agora pódense facer cousas máis en serio e máis centradas”, explica a presidenta. “A concienciación foi difícil, pero grazas ao esforzo de todos conseguimos poñer en valor a profesionalización do sector”.

De portas para adentro, construír a conciencia colectiva non foi sinxelo, e Ángela sinala tres motivos principais: a falta de relevo xeracional, a existencia de moitos postos baleiros e o interese da administración en “xogar a dividir o sector”. “O noso é un sector incipiente, que se está movendo en todo o mundo. Para poder sobrevivir temos que reorganizarnos e, para facelo, par-

“Nós somos pequenos e queremos seguir crescendo, e a unión de moitos pequenos vai facer un grande”

timos de pequenas agrupacións”, comenta para explicar a importancia do asociacionismo. “As novas xeracións temos que darnos de conta de que temos que agruparnos para poder ser alguén na sociedade civil e ser un servizo para os nosos veciños”.

Unirse a Fepragal foi outro fito no seu camiño. “Unha asociación soa



pode conseguir obxectivos a moi curto prazo, pero non máis ambiciosos. Por iso é fundamental a unión entre as asociacións”, explica Ángela. Aos vendedores do Mercado de San Agustín gustoulles a idea da Federación. “Nós somos pequenos e queremos seguir crescendo, e a unión de moitos pequenos vai facer un grande”, asegura. “Fepragal dános ese apoio. Non é o mesmo que na Xunta ou no Ministerio sente unha Federación que engloba dezasete prazas de abastos a que o faga unha soa. O sector reorganizado chega a moito máis”.

Con Fepragal conseguiron maior visibilidade, e mudar a concepción que dende as administracións tiñan dos praceiros. “Eramos unha parte máis do mobiliario. Despois de moito traballo, téñennos en conta para a toma de decisións”, comenta Ángela, que tamén apunta á importancia de transmitir día a día e correctamente o seu “saber facer”, tanto ás administracións como á clientela. “Antes quedaba no fondo do caixón sen que ninguén soubera aproveitar ese valor engadido que teñen os produtos das prazas. Isto tamén mudou”, asegura.

Unirse a todos os niveis (dentro do seu mercado, entre os mercados coruñeses e en Fepragal) favoreceu unha amplitude de miras que os leva a analizar as experiencias de mercados de todo o mundo. Tamén doutros sectores que xa completaron a renovación e a construción dunha marca na que avanzan os praceiros. “É fundamental traballar dende a base. Así pasamos de ser ‘unha simple praceira’, en ton despectivo, a ser un comerciante de primeira”, explica Ángela. “Ata hai moi pouco era impensable que un praceiro sentara nas administracións para aportar ideas. Como o conseguen? Traballando directamente co sector, que se involucre e se implique. Aí está o reto do futuro que as novas xeracións teñen que asumir, aprendendo da experiencia das anteriores e adaptándoa ao futuro”.

A relación entre mercados coruñeses e concello está nunha situación de “impás, pasando da tensión á organización. Xa demostramos que estamos



“Hai que traballar dende a base para pasar de ser ‘unha simple praceira’ a ser un comerciante de primeira”

organizados e que xuntos conseguimos cousas. Non entramos nos xogos que intentan dividirnos”, defende Ángela. “Ata o de agora considerábase que os mercados só xeraban gastos. Actualmente vanse dando de conta de que son centros de investimento da economía local”.

Ampliar os horarios de apertura, continuar traballando na formación dos vendedores, mellorar os servizos e

os equipamentos ou seguir apostando pola dinamización dos mercados, son algunhas das tarefas nas que, segundo Ángela, ten que seguir avanzando o sector unido, aprendendo das experiencias e dos erros. Fepragal fai que este intercambio de información sexa máis fluído, coas asociacións apoiándose e asesorándose entre elas. “Sempre contando co sector” defende Ángela, “porque sen os praceiros nunca será posible avanzar”.

2016



Asc. Praza de Abastos de Ribeira

A praza de Ribeira é a última en sumarse a este movemento asociacionista que comezou hai dez anos no sector, e a décimo sétima socia de Fepragal. Hai tan só seis meses que naceu a súa asociación, con Bernardino Mariña á súa fronte.

Bernardino leva vintecatro anos traballando no seu posto, e agora asume tamén a presidencia dunha asociación que naceu co apoio dunha ampla maioría dos praceiros ribeirenses. “A idea de formala foi moi ben acollida por todos os compañeiros, así que nos informamos para constituíla e escollemos a directiva”, explica. “Vimos nela a oportunidade de reforzar o grupo, facer máis forza. Aínda levamos moi pouco tempo, pero si que temos moitas ganas de traballar polo futuro da praza e do sector”.

RIBEIRA

“Aínda levamos moi pouco tempo, pero si que temos moitas ganas de traballar polo futuro da praza e do sector”

Segundo explica Bernardino, en Ribeira están satisfeitos co edificio que acolle a súa praza de abastos. Aínda que ten algún fallo que agardan que se arranxe cedo, recoñecen que as instalacións son novas e que, ademais, está ben situado. “O concello apoia a praza, pero sempre podería ser mellor. Prometen continuamente melloras e os compromisos non dan chegado”, explica o presidente. “Vai





todo moi lento e ás veces é desesperante. Pero confiamos en que pouco a pouco, e máis agora coa asociación, fagamos máis forza para acelerar os tempos da administración. Agora iremos todos xuntos a presentar as nosas propostas e a defender as nosas opinións”.

A día de hoxe, a súa prioridade na asociación será dar forma ao contido deste edificio: construír unha marca. En Ribeira, 29 dos 30 vendedores son socios, o que os anima aínda máis a avanzar na creación dunha imaxe que identifique a súa praza de abastos. Neste camiño xa están a aprender do traballo que antes que eles realizaron asociacións consolidadas e con marcas exitosas, vencelladas á calidade do seu produto. A relación con outras prazas é continua grazas a Fepragal, na que Ribeira se incluíu dende os seus comezos para tamén contar co seu apoio e a súa guía no camiño da profesionalización do sector e no recoñecemento dos vendedores. “Para nós foi unha unión natural. Cremos que cantos máis sexamos, máis pode-

“Para nós unirnos a Fepragal foi o máis natural. Cremos que cantos máis sexamos, máis poderemos facer”

remos facer”, explica Bernardino. “E a medida que pasa o tempo, vemos que foi a decisión máis acertada. Cada vez a unión é maior”.

A pesares da crise e das dificultades das prazas de abastos para competir coas grandes áreas, en Ribeira a súa conseguiu facerse un oco e gañarse a súa clientela fixa, que acode a eles na procura de alimentos frescos e de calidade e da atención cercana e personalizada que ofrecen. Están satisfeitos, aínda que apostan por poñer en marcha campañas e iniciativas de promoción que lles axuden a chegar a aquel público que aínda non os escolle para facer as súas compras de

produtos frescos. Neste momento, é clave o relevo xeracional non só nos vendedores, tamén na clientela. Aquí tamén contarán co apoio da Federación, que levará ata a vila barbanzá os proxectos que xa están a funcionar noutras prazas asociadas de diferentes puntos de Galicia.

Con estas medidas, os praceiros ribeirenses queren encamiñar o seu futuro, para continuar coa súa actividade e conseguir que medre co paso do tempo. “Somos conscientes de que temos que poñer en marcha novas iniciativas, saber publicitarnos e dar a coñecer a nosa marca, para atraer máis á xente e a clientes diferentes”, comenta Bernardino. “O edificio que temos agora mesmo mellora con moito a praza vella, que tiña unhas instalacións que estaban en moi mal estado. Aproveitando este novo, queremos ofrecer á xente unha praza adaptada aos novos tempos en todos os sentidos”. “Aínda levamos moi pouco tempo, pero si que temos moitas ganas de traballar polo futuro da praza e do sector”.



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



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