

# A praza é túa

Federación de Prazas de Abastos de Galicia



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

Primeira edición - Nº 10

## CONTIDO

2-3 • Consellos

4-7 • Mercado de  
As Cochiñas

8-9 • Mercados  
no Camiño

10-13 • Praza de  
Sanxenxo

14-19 • Mercado de  
San Agustín

20-21 • Historia  
Praza de Padrón

22-23 • Convenio  
Sabadell / Abanca

## 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](http://www.fepragal.es)

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

Tfno. 669 776 017

© FEPRAGAL 2015

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



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

# MERCA COMO UN PROFESIONAL

## A mellor centola, sempre da ría

Coa veda da centola recén aberta, o rei dos mariscos non falta nos puntos de venda. Pero, como en todo, é fundamental saber o que estamos a mercar para evitar que nos dean “gato por lebre”.

O principal é saber distinguir se a centola que temos diante é da ría ou foránea. A que chega de Francia ou Reino Unido é moito máis barata que a que se colle nas costas galegas, e tampouco hai comparación no sabor. Por iso é moi importante

“Nas femias a zona do abdome é máis ancha, como en forma de círculo. Nos machos é plana cun triángulo fino”.



diferencialas, algo sinxelo a simple vista. “A cor do caparazón é o primeiro. A de fóra é máis vermella, pero a da ría é dunha cor moito máis intensa e escura”, explica Loli Alarcón, de Mariscos Portomar da Praza de Portonovo. “A nosa ten tamén máis algas no caparazón, as puntas máis afiadas e as patas máis longas e puntiagudas. A de fóra é máis lisa e non pica”.

Cos consellos de Loli non semella complicado evitar levar para casa unha centola de fóra cando pensas que mercaches unha da ría pero... como facemos para diferenciar as femias dos machos? É igual de sinxelo? “Só pola forma do caparazón, xa se sabe, e é moito máis fácil se lle das a volta”, explica. “Nos machos, a parte de abaixo do abdome é plano, cun triángulo fino. Nas femias esa zona é máis ancha, como en forma de círculo”. Outro truco: o macho ten as primeiras patas, as máis próximas á boca, moito máis longas.

Como experta, Loli Alarcón non dúbida na súa escolla: o da femia é, principalmente, fama. “A maioría da xente prefírea polos corais, pero ten un sa-

bor máis suave. O gusto dos machos é máis intenso, sobre todo nas pinzas. Os profesionais prefírenos porque son impresionantes”.

Mercar o marisco vivo tamén é fundamental para asegurarnos de que estamos a facer unha boa compra. E isto é algo a ter en conta despois, á hora de cocelo. Aínda que poida parecer irrelevante, non se coce igual unha centola viva que morta. “Se está viva, hai que metela cando a auga está fría, con moito sal e laurel. Cando rompe a

ferver, déixase entre 15 e 20 minutos, dependendo de se pesa menos ou máis dun quilo”, explica Loli. “Se botamos o marisco vivo en auga fervendo, arríncanselle as patas e baléirase. Se está morto, iso non pasa”.

Se a nosa intención é conxelala, o proceso tamén ten o seu truco. Unha vez cocida a centola, déixase enfriar coas patas cara arriba, para que manteña o caldo. Cando estea fría, móllase un pano na auga da cocción e úsase para envolver o marisco. “Hai que apretar ben, para que non queden burbullas de aire”, aconsella Loli. “Despois, envólvese todo nun film transparente e xa pode ir ao conxelador. Sempre coas patas cara arriba”. Chegado o momento de consumilo, unicamente haberá que deixalo na nevera o día anterior.

Seguindo estes consellos de Loli Alarcón, de Mariscos Portomar, ademais de mercar a centola como un profesional, tamén poderemos cocela, conxelala e gozala cando queiramos, como outro.

“O caparazón  
vermello escuro con  
algas pegadas e as  
patas máis longas  
e puntiagudas  
axudan a identificar  
a centola da ría”.



# MERCADO DE AS CONCHIÑAS

*Manterse fiel ao sentimento “de barrio” é unha das ideas base coa que se traballa no Mercado das Conchiñas. Por iso, o trato próximo coa clientela e a aposta por produtos marcados pola calidade, son dous mantras que se repiten os praceiros a diario, e que destacan como as principais características desta praza. Pero, que é o que podemos atopar nas Conchiñas? Coñecemos a súa oferta.*

## Produto e atención feitos a medida nas carnicerías de As Conchiñas



“Nas carnicerías das Conchiñas que temos de todo. O cliente sairá satisfeito”.

“Pode vir a xente a mercar nas carnicerías das Conchiñas que temos de todo. O cliente sairá satisfeito”. Quen fala con esta seguridade é María del Carmen Pérez, Mary, unha das carnicerías que leva décadas traballando neste mercado. Segundo explica, entre as diferentes carnicerías o consumidor cubrirá todas as súas demandas. Non faltan os clásicos porco e tenreira. Esta última chega directa dende as casas dos gandeiros, evitando as granxas industriais. Reciben, ademais, a peza enteira, o que garante o control do produto e que o despece sexa no momento.

En épocas especiais ou por encargo, completan a oferta o cordeiro leital de

“O consumidor ten asegurada unha atención 'feita a medida”.

Burgos, o porco de castañas, algunhas pezas de boi, ou diferentes produtos ibéricos. Que sexan por encargo é un xeito de garantir a súa frescura. Por iso, os carniceros das Conchiñas prefiren traballar poucas contías, ao igual que nos elaborados. Chicharróns, chourizos caseiros, carnes salgadas,

hamburguesas, salchichas, criollos, zorza, rolos de carne... prepáranos eles, co seu propio produto e de a pouco, para que o cliente poida gozar de elaboracións “sen conservantes. Máis tradicionais, imposible”, asegura Mary.

Aquí, o consumidor ten asegurada unha atención “feita a medida.”, explica. Por iso, non ten máis que pedir ao seu carnicero do Mercado das Conchiñas que lle prepare a carne ao seu xeito. “Con graxa, sen ela. Xugoso ou non. Máis fino, máis groso... só ten que dicilo”, comenta Mary. “Son cousas que nas grandes superficies non hai. Tes que levar o que hai na bandeja ou a carne córtacha alguén que non é tan experimentado ou non ten tanto interese. Nós somos autónomos, e queremos que o cliente compre, marche contento e volva”. Para ela, a calidade, os prezos razoables e o bo trato son os ingredientes que poden traer o éxito ao pequeno comercio.

## Variedade e frescura, características dos embutidos das chacinerías de As Conchiñas

A diario ou de xeito semanal, os pedidos chegan ás chacinerías do Mercado de As Conchiñas. Con esta frecuencia no reparto, asegúranse de que o produto que leva o cliente é sempre fresco: collen a mercadoría en pequenas contías, unicamente a que poderán vender. “Aquí non pasa como nas grandes superficies, que mercan por palets”, explica Margarita Díaz, a chacineira encargada de falar dos embutidos desta praza. “Nos supermercados traballan con fábricas, as únicas capaces de facer producións enormes. Despois, eles gardan o produto en cámaras”.

Ao abastecerse en pequenas contías, as chacinerías de As Conchiñas poden recorrer a outro tipo de produtores. Os seus embutidos chegan de mans de artesáns, que teñen producións reducidas para os pequenos comercios. “A xente que nos serve a nós

“O produto é sempre fresco: collen a mercadoría en pequenas contías. A que poden vender”.

non pode atender ás grandes superficies”, asegura Margarita. “E canto máis artesán sexa o produto, con máis agarimo se trata”.

Que a oferta sexa artesá, non afecta á súa variedade. O cliente pode facer unha compra completa de embutido nas chacinerías de As Conchiñas xa que, ademais dos básicos, dispoñen

doutras opcións. Non faltan os ibéricos nin o queixo do país, que comparten mostrador con xamón cocido, pavo, chourizo ou queixo de barra. “Temos unha relación calidade-prezo fantástica”, presume Margarita.

No trato, o cliente atopará todas as vantaxes que lle poden ofrecer os comercios pequenos que, ademais, teñen á súa fronte persoas experimentadas que coñecen o oficio e que están a traballar o seu propio negocio. A gran maioría da clientela “é de toda a vida”, segundo asegura Margarita, polo que a confianza é o gran reclamo que ofrecen estas chacinerías. “Damos ao cliente o que pide e, ademais, sempre o recibimos cun sorriso e con toda a educación e amabilidade. Así é como hai que tratar ao público”, resume esta chacineira.

“Damos ao cliente o que pide e o recibimos cun sorriso e con amabilidade”.



## Polerías de As Conchiñas: produtos do día, naturais e artesáns para padares esixentes



“Mercamos as pezas enteiras. Desta forma podemos garantir a frescura e a calidade”.

Os responsables das polerías do Mercado de As Conchiñas saben que o cliente da praza busca produto natural, fresco e artesán. Por iso, estas tres características son a base da súa oferta. Comezando polo polo, nos seus expositores unicamente pode atoparse campeiro ou de curral (na procura da calidade, decidiron deixar de vender o máis básico). Abastécense só de pezas enteiras, que chegan ás súas polerías recién mortas. “Non pedimos ás soltas, nin filetes... despezámolos nós como o cliente pida”, explica Marcos Candal, un dos praceiros que se dedica a esta venda en As Conchiñas. “Desta forma podemos garantir a frescura e a calidade, e sabemos ao 100% o que estamos a vender”. O mesmo xeito de traballar aplícase ao pavo, ao coello ou á caza (cando é tempada), outros dos produtos que pode atopar o cliente.

“Con esta oferta buscamos especializarnos”, asegura. “É a única vía que temos para poder competir coas grandes cadeas de supermercados. Sempre mirando que a calidade sexa superior”. Isto non sucede exclusivamente no produto fresco. Os ovos, por exem-

plo, son de primeira calidade, campeiros. Polo demais, as polerías de As Conchiñas completan a súa oferta con elaborados, cos que demostran a versatilidade dos seus produtos e, ademais, facilitan o traballo aos clientes. Croquetas, hamburguesas, filetes recheos, milanesas, raxo de polo, carne en diferentes adubos... “Facémoslos practicamente a diario para evitar usar conservantes ou calquera químico”, explica Marcos Candal. “Son tradicionais, e só usamos condimentos típicos como allo, perixel, orégano... e

podemos mudar en función do que o cliente pida”.

Todo está dirixido a garantir ao consumidor que, o que está a comer, é da mellor calidade posible. Incluso, ademais de levar a compra, a clientela pode levar bos consellos. “Moitas veces non saben que facer, entón veñen e nós lles dicimos que poden levar e como poden preparalo”, comenta este poleiro de As Conchiñas. “É un trato moi familiar”.

“Buscamos especializarnos porque é a única vía para competir coas grandes cadeas”.



## 'Queixos Cagiao', unha queixería con marca propia



“Fabricamos no día. Queremos que a frescura sexa o noso selo de identidade”.

Sen dúbida, o queixo fresco é o seu produto estrela. 'Queixos Cagiao' leva fabricándoo máis de 25 anos e, segundo Ana María, “non hai outro igual”. Por iso, para que manteña a súa calidade e naturalidade, mímano de xeito especial. En As Conchiñas atópase fresco todos os días, tratado nas mellores condicións para garantir que non se rompe a cadea de frío.

Outra das vantaxes de mercar directamente no posto de 'Queixos Cagiao' é a atención totalmente personalizada. “Se o cliente precisa algo que non vendemento habitualmente na

praza, só ten que avisarnos”, explica Ana María. “Avisamos a fabricación e cumprimos co que precisa o consumidor”. Con este mimo é como queren diferenciarse do resto de negocios que poden ser semellantes ao seu. “Queixerías artesanais como a nosa, pode haber moitas”, asegura. “Por iso procuramos que a nosa atención sexa máis individualizada”. Ana María confesa que goza solucionando dúbidas, e non escatima en explicacións sobre a liña de fabricación ou o produto. “O segredo é, ante todo, nunca mentir”, defende.

“Queixerías artesanais pode haber moitas. Por iso procuramos que a atención sexa máis individualizada”.

'Queixos Cagiao' é a única queixería do Mercado de As Conchiñas que, ademais, vende a súa propia marca. A familia de Ana María Cagiao leva décadas traballando a súa granxa e fabricando os seus propios produtos. Queixo curado, semicurado, requexón e queixo fresco, cos que están presentes en numerosas tendas de toda A Coruña. “O que se vende é fabricado hoxe”, explica. “Queremos que a frescura sexa o noso selo de identidade”. Se é algo xeralizado nos produtos da marca, máis aínda no que venden directamente a través da súa queixería do mercado. “Na cidade repartimos tres veces por semana, pero en As Conchiñas chega cada día”, comenta Ana María. Ademais, o cliente poderá atopar no expositor ovos, mel e marmelo.



# 'MERCADOS NO CAMIÑO'

## Prazas que guían o Camiño

Ademais da venda de produtos frescos, de proximidade e de calidade, da atención próxima e de máxima confianza dos vendedores, e da experiencia que atrapa os cinco sentidos, as prazas de abastos hai tempo que sumaron unha nova oportunidade: o selado da Compostela, a única acreditación oficial do Camiño de Santiago.

Por si mesmos, os mercados son un espazo atractivo para os peregrinos. Neles, os visitantes viven unha experiencia completa, que os mergulla tamén nos costumes e na vida que se move ao redor das diferentes prazas de abastos. Sendo conscientes desta potencialidade, dende Fepragal apostaron por esta unión entre os mercados e o Camiño de Santiago, converténdoo nunha parada case obrigatoria para o camiñante. Deste xeito, ademais de conseguir o selo que acredita o seu paso por cada etapa, pode relacionarse cun dos actores máis característicos das vilas galegas, e cunha peza fundamental para comprender o



“O peregrino  
pode selar a  
compostela nas  
prazas do Camiño,  
achegándose a  
unha experiencia  
que os mergulla na  
vida e costumes do  
mercado”.





“O camiñante volverá convertido nun comprador máis, capturado pola maxia das prazas galegas”.

desenvolvemento da poboación, da súa cultura e da súa economía.

Sexa cal sexa o camiño escollido polo peregrino para chegar a Santiago de Compostela (Camiño Portugués, a Ruta do Padre Sarmiento ou a Variante Espiritual) na súa ruta atopará unha praza de abastos na que selar a súa acreditación. Alí os praceiros convértese en anfitrións, abrindo as portas da súa casa a un visitante receptivo a todo tipo de experiencias. Coñecer tradición, costumes, produtos típicos e ás xentes que viven e traballan no lugar, son algunhas das posibilidades que lles achega esta iniciativa de Mercados no Camiño. De feito, está a ter unha gran acollida entre os peregrinos, que levan deste xeito unha vivencia máis nas súas mochilas.

Esta proposta é tamén unha importante estratexia de promoción que abre o camiño cara públicos que doutro xeito serían moi difíciles de acadar. Se durante o seu paso polas prazas de abastos o camiñante vive unha experiencia satisfactoria e completa, o máis seguro é que nun futuro volverá convertido, desta volta, nun comprador máis, capturado pola maxia que desprenden os mercados galegos, os seus produtos e os seus vendedores.

Durante o 2016 foron case 300.000 os peregrinos que percorreron algunha das rutas que rematan en Santiago de Compostela. Unha boa oportunidade para presumir do noso patrimonio, do que tamén forman parte as nosas prazas de abastos por méritos propios.



# PRAZA DE ABASTOS DE SANXENXO

A CARNE. DO MÁIS CLÁSICO AO ACTUAL.



Renovarse ou morrer, ben podería ser o lema da carnicerías que despachan os seus produtos dende a praza de abastos de Sanxenxo. O seu contacto con clientes moi distintos e chegados de diferentes puntos da xeografía, fíxolles ser conscientes de que o consumidor máis novo busca cousas innovadoras e que, ao mesmo tempo, lle faciliten o traballo na cociña sen renunciar á calidade. Desta reflexión, naceu a aposta que fan polos elabora-

“Carne coma a nosa non hai. Se ademais fas con ela algo distinto, con agarimo, consigues moi bos resultados”.

dos. “Carne como a que traballa un pequeno carnicero, non a hai nunha gran superficie. Asegúrocho eu”, comenta Jaime Rodiño, un dos praceiros que se dedica a este oficio. “Se ademais colles ese produto que é do mellor que hai e fas algo distinto, con agarimo, respecto e bo facer, consigues moi bos resultados”.

Bo produto, bo traballo e gañas de facer é a receita base das albóndegas, san xacobos, flamenquiños, filetes rusos... que todo o ano hai dispoñibles nas carnicerías da praza de abastos de Sanxenxo. Unha oferta que se dispara nas épocas máis especiais, como festivos e Nadal, con alternativas como pavo recheo, carne enrolada ou pezas de tenreira mechada para facer ao forno.

“Nos momentos difíciles é onde o bo e o pequeno produto debería triunfar”.

Moita variedade e sempre adaptada a todos os petos. Tampouco renuncian ao máis clásico, e os elaborados comparten espazo con tenreira, porco, polo ou carnes que “agora están de moda”, como o pavo ou o coello. “Para unha pequena carnicería é difícil meterse nos mundos actuais, como a carne de vaca ou de boi”, asegura Jaime Rodiño. “É preferible traballar o bo que tes e non arriscar á lotaría”.

O importante é asegurarse de que o produto das prazas de abastos sexa diferente ao doutras áreas comerciais. “A carne a día de hoxe está en todos os sitios, pero non é o mesmo traballar nunha tenda ou dúas. Pola conta que che ten, vas buscar un bo produto”, asegura este carnicero. Tamén buscan a maior confianza co cliente, conseguindo que a calidade do vendido se corresponda coa prometida. “Se lle das unha cousa e chega á casa é outra totalmente diferente, non vai volver”, reflexiona Jaime Rodiño. Por iso miman o consumidor que escolle as súas carnicerías, preparándolle o produto, limpándollo e deixándollo listo para consumir. “Nos momentos difíciles é onde o bo e o pequeno produto debería triunfar. Hai que dar o do de peito”, sentenza convencido.



## OS CONXELADOS. CALIDADE E TRAZABILIDADE CLARA.



res. Merluza, raia ou calamares son os produtos máis demandados, aínda que esta praceira procura adaptarse ás peticións que lle poidan chegar. “Eu teño uns artigos que son os que realmente se venden, as cousas que se comen no día a día”, comenta Nieves. “Pero se alguén pide algo distinto, procuro sempre conseguírllo”.

Ademais desta atención á carta e da calidade que marca todos os produtos que vende, o trato cos clientes é outra das principais diferenzas cunha área comercial. Leva case 30 anos á fronte do seu posto, e non

“Non traballo produto embolsado, aínda que leve máis tempo preparalo. E sempre busco que sexa español”.

Os conxelados completan a oferta que o cliente pode atoparse na praza de abastos de Sanxenxo. ‘Conxelados Nieves’, xerentado por Nieves Martínez, é o posto encargado de cubrir esta demanda, e faino con produtos de calidade e de trazabilidade clara.

Nieves leva á fronte deste establecemento dende o ano 1990, cando un accidente obrigou á súa nai a prexubilarse. Entón, animouse a encabezar un relevo xeracional cun proxecto que chega ata os nosos días, a pesares dos altos e baixos que afectan de maneira especial aos negocios pequenos.

Se en xeral a competencia que fan as grandes áreas ás prazas de abastos é moi dura, no caso dos conxelados é

voraz. Por iso, Nieves Martínez traballa diferenciando o produto que ela vende do que se pode atopar en calquera supermercado. “Eu traballo o que eles non teñen. Non traballo embolsado, e sempre busco que sexa español”, explica. “Aínda que me leve máis tempo telo listo, porque teño que separalo e preparalo, pero non me dedico ao que xa vén en paquetes, que foi desconxelado, escarchado, embolsado e etiquetado. Busco un produto que sexa bo e asequible”.

O cliente darase de conta de que estes principios se aplican a todo o que se vende dende Conxelados Nieves. Verduras, marisco e peixe compoñen a súa oferta, que atende ás necesidades diarias dos comprado-





só coñece os compradores: tamén as súas necesidades e gustos. “A xente maior valora a calidade, pero os máis novos prefiren que sexa rápido e cómodo”, reflexiona. “Pero nós sempre intentamos dar o mellor ao cliente e, ademais, prepararllo do mellor xeito posible. Hoxe en día é todo máis complicado, pero a calidade que ofrecemos as prazas de abastos non se atopa noutros sitios”.

“Nós sempre intentamos dar o mellor ao cliente. A calidade que ofrecemos as prazas non se atopa noutros sitios”.



# MERCADO DE SAN AGUSTÍN

## 2017: ANO DE CAMBIOS

O 2017 está a ser un ano de cambios para os praceiros do coruñés Mercado de San Agustín. Nos últimos tempos, a asociación decidiu facer unha aposta pola mellora da imaxe corporativa, traballando nunha dirección: unificar criterios e integrar a marca deste mercado no seu entorno.

Para cumprir o primeiro dos obxectivos, a asociación comezou a empregar o mesmo tipo de imaxe para todas as súas accións. “Grazas a esta decisión conseguimos que os nosos clientes, os de sempre, identificaran as no-

sas actividades”, explica a presidenta da asociación, Ángela Barrán. “Pero ademais tamén envolvemos ao cliente novo”. Esta aposta pola unidade, asegura, permítelles conseguir o feedback coa xente que estaban a buscar.

Tras un ano de “altibaixos”, no mercado todo flúe de xeito máis unificado. Unha unidade que decidiron trasladar ao seu entorno. “Temos que dar relevancia ao que está ao noso redor”, explica Ángela. “É importante coñecer Galicia e a cidade de A Coruña”. Por iso estenderon as súas accións a ou-

tros actores cos que se relacionan a diario. Por exemplo, os restaurantes coruñeses. “Moitos locais de hostalería da cidade compran no mercado”, asegura a presidenta da asociación. “Así que lles propuxemos que participaran con nós en diferentes sorteos ao longo do ano”. Con isto, conseguen que o cliente coñeza o seu produto xa rematado e, ademais, premian dalgún xeito a todos os que os escollen como provedores de calidade. “Son pequenos detalles que abren camiño, e que nos permiten facer accións conxuntas”, explica Ángela.

### ▪ CARNICERÍA MARI CARMEN ▪ A calidade, principal reclamo.



Mari Carmen López leva case 40 anos no seu posto do Mercado de San Agustín. É carnicera, un oficio que lle é fácil porque, asegura, é o traballo que lle gusta. “Estiven 12 anos aquí coa xefa, e despois quedei eu co posto”, explica. A pesares do paso do tempo, hai clientes que seguen con ela dende que comezou a traballar na praza de abastos. “Algo quererá dicir, non? Para min, a aposta pola calidade é a única maneira de manter a clientela”, presume.

Mari Carmen está convencida do que vende. O porco e o coello son as carnes que acompañan ao seu produto estrela e especialidade da casa: a tenreira. “É un animal pequeno, de entre 7 e 9 meses”, explica. “Vén de Lugo, pola zona de Friol, e é unha aposta segura”. Na súa oferta non faltan outros derivados como o lacón ou o chourizo, nin o cordeiro, que traballa por encargo. Esta veterana carnicera explica que tamén se adapta ás peticións que lle fan os clientes,

“Para min, a aposta pola calidade é a única maneira de manter a clientela”.

que dirixen os camiños que vai tomando o negocio.

Porque, ademais da calidade, o trato coa clientela é fundamental para non perder xente. “A relación é fabulosa, con moito agarimo”, asegura Mari Carmen. “É unha das principais diferenzas coas grandes áreas. Moitos clientes xa son como amigos”. Neste eido, ademais, a responsable de Carnicería Mari Carmen xoga con vantaxe porque, segundo confesa “coñezo o oficio e, ademais, gústame o que estou a facer. Entón resúltame moi fácil”.

▪ CARNICERÍA 'LA NUEVA' ▪ O mellor produto para todos os petos.



“Eu entendo que a xente está apretada. A fin de ano, que máis dan 100 euros máis ou menos? Hai que coidar o cliente”.

.....  
 unha decisión da que non se arrepite.

Agora goza coa súa nova profesión. Rapidamente comprendeu que o cliente das prazas busca calidade, e é un criterio que nunca falta no seu produto. Vende coello, pavo, cordeiro

de Burgos, ovos autóctonos e polo de Rivadulla, en Santiago. Tamén galo de Mos, pero unicamente por encargo. “É unha materia prima que vale”, presume. Con ela, ademais, prepara unha ampla lista de elaborados: hamburguesas de polo, de pavo, de cordeiro, rolos de pavo recheos, e uns pinchos dos que todo o mundo quere coñecer a receita. “Pero non a digo”, asegura. “É segredo profesional”.

Na súa oferta, José Antonio busca ter produtos bos pero para todos os públicos e petos, procurando a mellor relación calidade-prezo. “Non se trata de tolear. Eu entendo que a xente está apretada, así que teño que axustarme a eles”, reflexiona. “A fin de ano, que máis dan 100 euros máis ou menos? Hai que coidalos”. Por iso, ofrece ao cliente un trato próximo e humano, de total confianza.

De soldador a carnicero en tan só 7 anos. Esta é a historia de José Antonio Fernández, quen está agora á fronte da carnicería “La Nueva”. “Era soldador de profesión, pero as cousas empezaron a ir moi mal”, recorda. “Entón saíume este traspaso, boteille peito e collino para saír adiante”. Con 50 anos púxose á fronte do seu negocio no Mercado de San Agustín,

.....  
 “Con 50 anos púxose á fronte da carnicería. Unha decisión da que non se arrepite”.



## ▪ POLERÍA TOMÉ ▪ O gusto polo natural.



“Dou o mellor produto posible porque non me acomodo co primeiro que aparece”.

rral. Pero son os ovos o produto máis especial que pode adquirir o cliente neste posto. “Son ecolóxicos e só os teño eu na praza... e a 3.50 euros! En moitos sitios están a máis de 4”, asegura Carmen. “Están rexistrados e controlados. O señor ten as galiñas e planta moito millo, trigo, cereal, e déixaas por fóra. Entón saen uns ovos inmellorables, boísimos”. Confesa ser unha amante do bo produto e do natural, polo que a calidade non falla na súa oferta. “A mercadoría vén todos os días, e non

acumulamos. Collemos en función do vendido”, explica. Polo tanto, na súa polería o produto é fresco e, ademais, con prezos axustados para todos os petos.

Nos últimos tempos, a estrela da polería son as hamburguesas. Fainas ela con produto fresco. En ocasións, incluso as elabora no momento no que llas piden. “Son moi ricas e, quen proba, repite”, presume. “Xa teñen fama porque son as únicas que as fai”.

A atención tamén é personalizada. Ademais de vender as partes e as contías que pide o cliente, Carmen préstase a facer outros servizos, como retirar o óso á carne, fileteala, quitarlle a pel... “Eu fago o que me pidan, porque quero que marchen contentos”, asegura. Defende que o que funciona é tratar ben o cliente e ofrecerlle sempre o mellor, pensando en poder seguir gozando dun traballo que lle encanta.

“Dou o mellor produto posible porque non me acomodo co primeiro que aparece. Busco ata que algo me convenza a min. Se é bo para min, podo darllo á xente”. Esta é a filosofía coa que Carmen Tomé leva 26 anos tralo mostrador da súa ‘Polería Tomé’, no Mercado de San Agustín.

O coello que vende é de granxa e o polo, de granxa, de cereais ou de cu-

“Eu fago o que me pida o cliente porque quero que marche contento”.







## ▪ MARISCOS DORI ▪ O produto de sempre do xeito máis innovador.



Reinventarse ou morrer, podería ser o lema de Mariscos Dori. Tras cinco xeracións no mercado, hai dous anos que deron un xiro á súa oferta. Un dos novos produtos é unha mestura de procedementos tradicionais e innovación nos formatos: mariscos cocidos envasados ao baleiro, xa listos para consumir simplemente

“Para que o produto novo funcione, hai que manter o sabor, a frescura e a textura”.

con abrir un envase. E sen perder calidade. “Para que o produto funcione, hai que manter o sabor, a frescura e a textura”, asegura Ángela Barrán.

Segundo explica, incorporaron este produto á súa oferta tras escoitar as opinións dos clientes. Así tamén lanzaron a outra innovación que foi protagonista do pasado Nadal: o marisco desfaragullado, listo para empregar en salpicóns ou sopas. Non desbotan avanzar nesta liña coa incorporación de máis elaboracións. “Sempre seguindo a liña tradicional”, asegura.

Tamén hai dous anos e grazas a Facebook desenvolveron a venda a diferentes puntos de España, e chegaron a un acordo cunha empresa de transportes que garante que se van cumprir todas as condicións. Unha vez máis, esta opción naceu tras escoitar as demandas da clientela, como tamén o cobro con tarxeta dende o primeiro euro. “Coa crise, foron os compradores os que nos marcaron o camiño para saír dela”, defende Ángela.



“Coa crise, foron os compradores os que nos marcaron o camiño para saír dela”.

▪ LAS FLORES DE MAR ▪ Unha florista namorada da praza.

As flores tamén teñen o seu espazo no mercado de San Agustín. Leva por nome “Las flores de Mar” e Mar Feal é a súa responsable. Poderíase dicir que é florista por “inspiración”. “Decidín dedicarme a isto vendo as florerías das Ramblas de Barcelona”, comenta. “E tiven claro que quería un posto na praza”. Por que? Porque para ela, o mercado é como unha familia.

Durante dous anos, estivo á fronte dunha florería fóra dunha praza de abastos. Explica que o produto é

practicamente o mesmo, pero a diferenza atópase no trato cos clientes. “A clientela do mercado é moito máis fiel”, asegura. “É moi gratificante, porque chegan e deixan que escollas ti o que van levar... confían moito”. Tamén cambia a dinámica: mentres que a maioría da xente se achega ao seu posto para mercar flor cortada e fresca para levar para casa, nas florerías fanse máis traballos por encargo. Aínda que centros, ramos de noiva ou incluso decoracións para vodas, tamén saen de “Las flores de Mar”. “Facemos de todo en un posto pequeno”, presume.

Dende as flores tradicionais ás máis exóticas. Nunha semana habitual, Mar pode ter ao redor de 30 tipos de flores, preto de 20 de verde e unha ampla variedade de plantas. A gran maioría chega de Holanda, aínda que tamén hai parte de Cádiz, de Ecuador ou incluso autóctona. Ademais, no posto de Mar adáptanse ás peticións especiais que poida ter o cliente.

Tras dez anos á fronte de “Las flores de Mar”, esta florista non se plantexa dedicarse a outro oficio. Tampouco

mudar de localización. De feito, recorda que hai uns anos deixou a praza para ter o seu fillo. “Cando volvín, non me plantexei ir a ningún outro sitio”, asegura. “Volvín ao mercado”.

“Decidín dedicarme a isto vendo as florerías das Ramblas de Barcelona e souben que quería un posto na praza”.



“Centros, ramos de noiva ou incluso decoracións para vodas, tamén saen de “Las flores de Mar”.



## EDIFICIO PRAZA DE ABASTOS **PADRÓN**

A beira do río Sar foi o empra-zamento escollido para a praza de abas-tos de Padrón. O século XIX afrontaba os seus últimos anos, e a proposta de construír o edificio chegou como unha boa nova para os vendedores do mercado exterior e un símbolo do cambio dos tempos. O proxecto de construción foi asinado en maio de 1899, aínda que houbo que agardar ata 1903 para ver rematada a primei-ra das naves.

Quizás polo seu atractivo como peza clave na tradición xacobe-a como inicio da ruta cara o sepulcro para os peregrinos que chegan por mar

“O proxecto de construción da praza de abastos foi asinado no 1899. Ata 1903 non estivo rematada a primeira nave”.

(segundo a lenda, foi nunha pedra deste municipio onde amarraron a barca que trouxo a Galicia o corpo do apóstolo Santiago procedente de Xerusalén, para despois ser soterra-do en Compostela); quizás polo seu papel como capital da Comarca do Sar, Padrón é historicamente unha vila activa e dinámica. Rapidamen-te, a primeira das naves do flamante mercado do novo século quedou pe-queno para atender as necesidades da vila e da súa contorna, o que obri-gou a engadir ata tres naves máis á construción orixinal.

“No 2001 experimentou unha profunda reforma para recuperar as instalacións e mellorar as condicións de traballo”.

Dende entón, o edificio non sufriu ningunha transformación en profundidade, aínda que si acusou o paso dos anos e a intensa actividade. Houbo que agardar ata un novo cambio de século, no 2001, para que o concello fixera unha actuación máis importante. Con máis de 21.000 euros de orzamento, instalouse un falso teito, substituíuse a iluminación e déuselle unha man de pintura. Tamén se mudou o solo e equipouse cunha nova billería. A intervención serviu para recuperar as instalacións e mellorar as condicións de traballo dos praceiros que día a día pelexan para manter a

actividade da praza. Iso si, respectouse o encanto que lle dá o seu aspecto de mercado típico da zona.

Non podía ser doutro xeito, e os pementos que pican uns si e outros non, son un dos produtos estrela desta praza de abastos. En Padrón comparten instalacións con outros típicos dos mercados de abastos galegos, cunha calidade que tamén é unha constante nos peixes, nos mariscos e nas carnes. Todo mantén unha frescura e unha naturalidade imposible de atopar noutras áreas comerciais.

Por iso, recuperar e potenciar a cultura da compra nas prazas é unha obriga social, como un xeito de conservar un patrimonio que, ademais, ten un papel clave como dinamizador cultural da vila na que se instala. Tamén pola posición que ocupan os mercados de abastos no tecido económico dos municipios, sendo o centro de traballo de moitos pequenos comerciantes e autónomos que, en moitos casos son tamén produtores do que venden. Unha riqueza para a sociedade que cómpre preservar.

# Convenio <sup>B</sup>Sabadell



O obxectivo nun principio nos dous é ter a máxima cobertura dos socios e a mesma Federación á hora de que teñan non só unha porta, senon dúas. onde poidan ter eses tratos de favor grazas a este convenio. TPVs, financiamento particular ou á hora de pedir axudas, pólizas ou cosas onde nos resulte máis cómodo a nós ou a asociación. temos tamén unha liña onde o socio se necesitara algún tipo de financiamento.

Esta xa é unha práctica que levamos dende hai tempo. como mudan constantemente as súas financiación, entón un principio non estamos moi pola labor de estar cambiando cada dous por tres. valoramos ao non ser que haxa un cambio drástico na entidade, que nos pode levar a falar con outra entidade. senon nos gusta ser o máis fieis posibles.

Hai cuestións que van mudando, como á hora de pagamentos, cousas... do cliente cara nós e de nós cara a entidade. como estamos nun mundo cambiante, hai que estar aí.

Cada ano revisamos os convenios, puntualizamos cuestións que se poidan mudar coa entidade ou os nosos servizos... sistema de colaboración entre entidade e nós. como miramos sempre que o socio final sexa o máis favorecido e incluso como financiamento para nós como federación e asociación.

Buscamos que as cláusulas veñan sendo practicamente iguais. eles son unha empresa. márcanche as posibilidades, valoramos as que se axusten, e despois con unha fas un ttipo de trato e con outra, outro. igual no caso da Federación só nos interesa máis unha entidade, preo non ten que ver que

a liña que vai para o socio falas con outra entidade. non hai unha dobre vara de medir. somos pulcros, saben que non estamos pechados a nada nin a ninguén pero somos complementarios sen ningún tipo de compromiso.



# FEPRAGAL e ABANCA seguen CAMIÑANDO XUNTOS

A Federación de Prazas de Abastos de Galicia vén de renovar o seu convenio con Abanca; unha colaboración que nace e se mantén co obxectivo de garantir a maior e mellor cobertura para os socios de Fepragal e para a propia Federación. Así, cuestións como as necesidades de financiamento dos praceiros socios, as facilidades de pago que se poden ofrecer aos clientes, coa implantación xeraliza-

da dos Terminais de Punto de Venda (TPV) ou incluso determinadas pólizas, poden tramitarse de xeito máis rápido, sinxelo e directo, acurtando tempos e facilitando xestións. Por iso, un ano máis Fepragal e Abanca conseguen atopar un punto de encontro, que lles permite establecer un compromiso mutuo que beneficia a ambas partes.



“O convenio busca garantir a maior e mellor cobertura para os socios de Fepragal e para a propia Federación”.

“Os trámites fanse máis rápidos, sinxelos e directos, facilitando as xestións”.

# VERDURAS PARA COMBATER O FRÍO

Coa chegada do outono e a marcha da calor, as verduras da familia Brassicaceae están de noraboa. A coliflor, o brócoli ou o repolo chegan ás nosas prazas, e non hai mellor época do ano para encher a cociña de potas e facer dos guisos o prato estrela de calquera reunión. Vai frío e nós queremos quentar o estómago. Por iso, non é raro atoparse ao repolo substituíndo ou acompañando aos grelos nun cocido, sen esquecernos tampouco do clásico bacallao con coliflor, que non falta nas mesas galegas durante o Nadal.



TraballamosParaTi.com



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