

Setembro 2017, Nº 9 | Exemplar gratuíto | Primeira edición

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 9

CONTIDO

2-3 • Nova Praza Baiona

4-5 • Carnicería Pablo
Mercado de Elviña

6-9 • Carnicerías
Praza de Bueu

10-11 • D´Belén
Praza de Vilanova

12-15 • Praza de
Sanxenxo

16-17 • Mercados
no Camiño

18-19 • Consellos

20-21 • Historia
Praza de Cangas

22-23 • I Concurso
Fotográfico
"Quereoteumercado"

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, Emprego e Industria
da Xunta de Galicia.



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

A FEDERACIÓN MEDRA COA PRAZA DE BAIONA

UN MEMBRO MÁIS NA FAMILIA DE FEPRAGAL

“Vímolo como un
xeito de crecer e de
traballar en equipo.
Sumar a experiencia
deles”

Con seis anos de traballo ás súas
costas, o crecemento da Federación
de Prazas de Abastos de Galicia se-
mella non entender de horizontes.
Cada ano, novas asociacións deciden

dar un paso adiante no seu asocia-
cionismo, optando por participar
neste ente que, a día de hoxe, agru-
pa a dezaioito prazas repartidas en-
tre as provincias de Pontevedra e A
Coruña.

Este ano, Fepragal celebrou a che-
gada dun novo membro: a praza de
abastos de Baiona. Cunha asociación
fundada hai tres anos, os seus pra-
ceiros demostraron que entenden a
importancia de unir forzas a prol do
sector. “Decidimos constituíla para
traballar en grupo e canalizar os
esforzos”, explica Patricia Leyenda,
a súa presidenta dende os inicios.



“Sempre seríamos máis visibles con Fepragal que nós illadamente dende Baiona”

A través de participar en diferentes eventos, chegaron a coñecer o traballo de Fepragal, e entenderon que unirse á federación era un xeito de superar os obstáculos que se atopaban por seren unha praza pequena con seis socios. “Vímolo como un xeito de crecer e de traballar en equipo. Sumar a experiencia deles, que levan moito anos pelexando”, conta.

As campañas que unen a todas as prazas, achegarse ás administracións co respaldo da Federación e seguir pautas para avanzar na súa imaxe e na súa marca, foron algúns dos principais atractivos que atoparon nesta posibilidade. “Así conseguimos facer máis forza entre todos”, reflexiona Patricia. “Sempre somos máis visibles do que o seríamos nós illadamente dende Baiona”.

O respaldo que reciben de Fepragal tamén é importante para superar os momentos de cambios que están a experimentar as prazas de abastos. Sobre o seu futuro, a presidenta da de Baiona non dubida de cal debe ser o camiño. “Temos que ter trato personalizado e asesorar os clientes, coñecendo ben o que vendemos. Temos que ser máis asesores que meros dependentes”, razoa Patricia. “Especializarnos e marcar a diferenza coas grandes áreas, que a xente saiba que non somos o mesmo”.



Carnicería Pablo



CARNICERÍA PABLO

∴ Mercado de Elviña ∴

*Calidade e proximidade
no mesmo mostrador.*

Hai seis anos que Pablo Barbeito dediciu dar un xiro á súa profesión. Despois dun tempo traballando detrás do mostrador da carnicería dun centro comercial, mudou a gran área por un posto no Mercado de Elviña. “Animeime porque estaba moi queimado”, recorda. “O carnicero que me ensinara avisoume de que había un posto libre na praza... e decidín vir para A Coruña”.

Dende entón, despacha produto de calidade e de proximidade aos clientes que se achegan ata a súa carnicería en Elviña. “A xente que vén a min vén buscando calidade, e saben que a van atopar”, asegura, convencido de que pode dar a cara polo seu produto. Tenreira do país rubia, porco de granxa, cordeiro de Burgos, lación galego con Indicación Xeográfica Protexida... Por que esta aposta pola

Do seu posto
tamén saen pratos
xa elaborados,
listos para poñer
directamente na
mesa

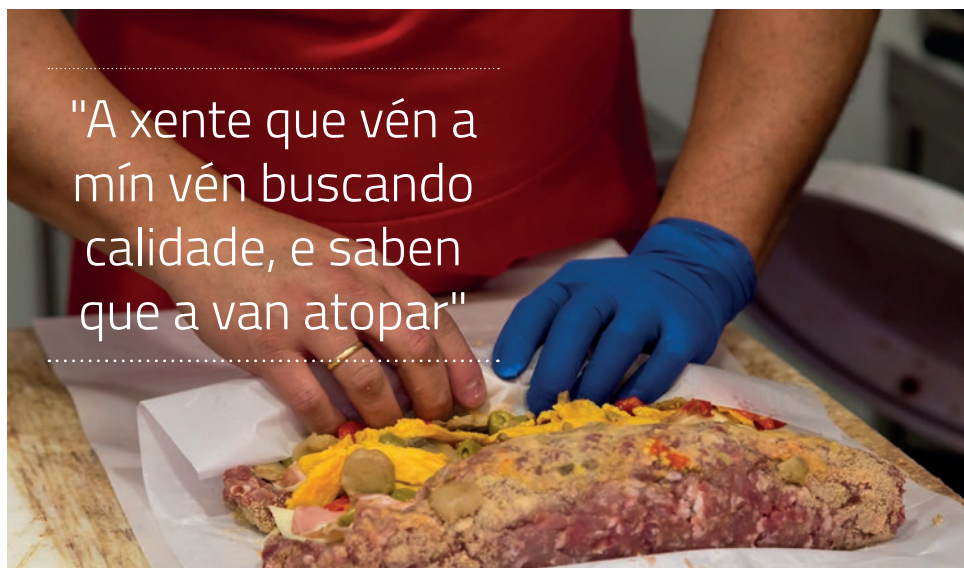
calidade? “Fácil”, explica Pablo. “Se queres algo barato, podes ir ás grandes áreas. Se as prazas nos distinguimos por algo é pola calidade, polo servizo e polo trato”.

Precisamente, o trato directo e próximo co cliente é un dos maiores atractivos que atopa este carniceiro no seu cambio da gran área á praza de abastos. Gústalle coñecer o nome de quen se achega, e saber cal da súa ampla gama de produtos pode encaixar mellor no que busca e no que necesita. “Procuras darlle o mellor, axustándose ao que piden”, comenta. “Nunha gran área son só números”.

Dende a súa carnicería Pablo Barbeito mestura a aposta pola calidade coa innovación, ofrecendo aos seus clientes produtos elaborados que lles fan máis fácil encher a mesa de manxares sen necesidade de investir horas na cociña. Carnes asadas ou recheas están entre as máis demandadas. Todo se elabora con produtos propios da carnicería, e é el mesmo quen se encarga de telos listos para que o cliente simplemente teña que recollelo e servilo. “Para ocasións especiais, o que máis éxito ten é a carne rechea... con tortilla, ovos, champiñóns, queixo, bacon. Iso sèrvese frío e está boísimo. Así a xente non ten que traballar pero desfruta igualmente”, explica. Quen visite a Carnicería Pablo tamén pode marchar, por exemplo, cun cordeiro ou cun lacón asados, listos para xantar, ou con carnes adubadas de diferentes maneiras que só precisan dun rápido paso pola cociña para facer as delicias de todos os padares.

Coa filosofía de poder chegar a todos os públicos, os mostradores da Carnicería Pablo énchense con produtos de todo tipo. Aínda que para el a estrela da súa oferta é, sen ningunha dúbida, a tenreira. “É pequena, tenra. Son tenreiras de mamar, non de cebadeiro”, explica. “O cliente cando a compra sabe que vai estar branda, e confía no que está a levar”. Tamén asegura que no seu posto unicamente se traballa con gando pequeno, outra aposta que o diferencia doutras carnicerías do entorno.

Pablo Barbeito presume, ademais, de ser o único que ofrece unha tarxeta de fidelidade aos seus clientes. “Ti ves mercar ao establecemento, pasas a tarxeta ou disme o número e acumulas unha porcentaxe da compra.



"A xente que vén a mín vén buscando calidade, e saben que a van atopar"

Pero en vez de dar regalos, acumulas cartos”, explica. Para el, esta idea que decidiu importar dunha xoiería dun coñecido, é un xeito de ter un “cariño” co cliente. E de introducir innovacións dentro do servizo que se poden atopar nunha praza de abastos. Grazas a ela, ten unha liña aberta de comunicación: información sobre ofertas, peche do establecemento por vacacións, campañas especiais... ou incluso felicitacións de cumpleaños personalizadas. “Cando é o aniversario, o programa

manda unha mensaxe ao cliente e, ademais, regálalles 5 euros para gastar na carnicería”, comenta.

O que ten claro este praceiro é que é fundamental ter produtos para todo tipo de públicos, gustos e pechos. “Teño clientes que poden perfectamente, pero teño outra xente que precisa todo para chegar a fin de mes. Entón tes que poder adaptarte a todo o mundo”. Calidade, servizo e variedade... que máis se pode pedir?



CARNICERÍAS DA PRAZA DE BUEU

Os amantes da carne e do produto de calidade teñen na praza de abastos de Bueu unha excelente opción para realizar as súas compras. As cinco carnicerías que acolle o mercado son de familias que xa se dedicaban a este oficio. Manteñen a aposta polo produto galego, cunha mestura de tradición e innovación que amosan na ampla variedade de elaborados que ofrecen ao cliente. Imos coñecelas.

CARNICERÍA ▪ MARICHELO



Chelo Cerqueiro leva na praza dende os 13 anos e, con máis de 40 de experiencia ás súas costas, agora rexenta a Carnicería Marichelo. Coñece ben o oficio, e por iso aposta polo produto galego. Aínda que tralo seu mostrador podemos atopar polo (de curral ou do normal) e porco, a tenreira é o seu produto estrela. “É tenreira galega e moi nova. Ademais, non a collemos a grandes matadoiros”, explica Chelo. “Temos un comprador que vai polas aldeas e nós mercamos a peza enteira”. Despois axústanse ás demandas do comprador, vendéndoa por partes en función do que lle pidan.

En Carnicería Marichelo, a outra parte do mostrador está ocupado polos produtos elaborados. Albóndegas, hamburguesas de polo, de pavo ou de tenreira, zorza, criollos, lasaña... “Os elaborados son as cousas que demanda a xente nova. Por exemplo, agora facemos unhas hamburguesas novas de espinacas con pavo e con polo que encantan”, asegura Chelo. “Preparámolo nós e con produto noso. Como os salgados”.

En canto ás facilidades, o comprador non botará de menos as ofrecidas por unha gran área comercial. Cobro con tarxeta, horario de mañá e de tarde, servizo a domicilio...todo unido á confianza que ofrece un posto de toda a vida.



CARNICERÍA E CHACINERÍA ▪ ISA SOLIÑO



“Todo o produto da miña carnicería leva moito agarimo”. Así resume María Isabel Soliño a oferta da súa carnicería da praza de Bueu. Para ela, o trato co cliente é fundamental, despois de décadas dedicándose a un oficio do que xa vivían os seus pais. Algúns dos seus clientes vírona medrar na praza, e agora son os seus fillos os que lle compran.

En Carnicería e Chacinería Isa Soliño, implícanse en cada pedido con agarimo e con confianza. “É como se o cliente e máis eu estivesemos organizando unha cea”, explica. “El encarga, e eu calculo cantidades e pode levar en función do que lle gusta”.

O comprador levará, ademais, sempre produto natural, de calidade e 100% galego. “Fágoo como me ensinaron meus pais. Coñezo o natural, e trabálloo con orgullo”, presume Isa Soliño. Por iso, percorre as casas co seu remolque na procura do mellor gando, evitando así o produto de granxa. Algo que, asegura, da moita confianza aos clientes.

Da súa oferta, a tenreira é a carne da que está máis orgullosa. “Son tenreiras de menos de seis meses. Aínda veñen de mamar”, comenta. “É carne branca, por iso a xente lévaa para dar a bebés que empezan a comer ou aos avós. Iso é un orgullo”.

Porco, polo, chourizos artesanais, embutidos ou salgados e elaborados caseiros, tamén se poden atopar en Carnicería e Chacinería Isa Soliño. “Isto non é como nos supermercados.

Nós facemos as hamburguesas, as albóndegas, a zorza, os pinchos...e traballamos día a día. Todo é fresco”, asegura. “Iso é o pequeno comercio. Natural, fresco, e o mellor que poidas aportar á casa da xente”.



CARNICERÍA ▪ CONCHI



María Concepción Piñeiro defínese como unha muller entregada ao seu traballo. Recollendo a testemuña familiar, leva 25 anos á fronte de Carnicería Conchi. Alí o cliente pode atopar polo, cordeiro, coello, porco, tenreira... sempre de primeira calidade e, como non, produto galego. “A tenreira é especial, ten sabor de pasto, non de carne lavada”, presume Conchi Piñeiro. “Ademais, levo 37 anos co proveedor... toda a vida. É de confianza”. A mesma coa que despois ela vende esa carne ao cliente. Baixo encargo, Conchi Piñeiro entrega os pratos xa cocinados: carrilleira, lasaña, rolos de carne recheos, lingua estofada... Tamén busca atraer á xente nova preparando hamburguesas, criollos, albóndegas, lomo adubado, chourizos ou zorza. Na súa carnicería tampouco faltan os salgados para o cocido, que elabora ela mesma, ou o churrasco, adubado ou non, e que pode ir acompañado dunha salsa tamén caseira.

Calidade, servizo e amabilidade é como describe Conchi Piñeiro o trato que leva o cliente da súa carnicería. Algo que completa cunha dispoñibilidade de practicamente 24 horas. “Chámanme ao móbil para facer o encargo. Se non poden vir pola praza, levámosllo a casa”, asegura. Unha dedicación que sería impensable nunha gran área comercial.

CARNICERÍA ▪ LUIS SOLIÑO

“Aposto polo produto de Galicia porque son galego, e porque penso que é o mellor”. Con esta contundencia resume Luis Soliño a filosofía que rexe a súa carnicería. Tenreira rubia, galega. O porco, autóctono. O polo, do país. A maioría das súas carnes son de proximidade, seguro de que o que vende vai responder. Na loita que os pequenos teñen que librar contra as grandes áreas, Luis Soliño apostou por ofrecer tamén elaborados. Dende as albóndegas ata os filetes rusos, pasando por hamburguesas, chourizos e san xacobos. Prepara todo el mesmo con carne da súa carnicería. “A xente nova quere innovación”, explica.



“Tampouco queren cociñar, así que hai que apostar por estes produtos para atraelos ata a praza”.

Leva 15 anos na praza e vén dunha familia de carniceiros. Das orixes conserva moitos clientes, fieis ao seu produto e á súa atención, pero sempre chega xente nova á que, asegura, trata co mesmo agarimo e dedicación. Do que si é consciente Luis é de que na flexibilidade está o éxito. “Preparamos o que o cliente queira... envasamos ao baleiro ou sacamos a carne de onde sexa”, explica. “Facemos todo o necesario para que o cliente quede contento”.



CARNICERÍA ▪ PICHURRI

Cando Carmen Meduíña tiña 2 anos e medio, a súa nai abriu a primeira carnicería da familia. Máis de 50 anos despois, é ela a que está detrás da Carnicería Pichurri. O cliente atopará tenreira, porco, polo, coello e, en ocasións, cordeiro, e sempre carne galega de animais novos. En verán, a croca é dos máis populares. En inverno, pola contra, os salgados están en case todas as compras. Son caseiros, ao igual que o resto dos seus produtos elaborados. Hamburguesas, albóndegas, zorza, criollos... “Empezamos a facelos porque é a demanda que detectamos”, reflexiona Carmen Menduíña.

“A xente animase porque sabe que o facemos todos os días, que é algo fresco”. A confianza é clave na súa relación cos clientes. “A clientela coñécete, e saben que son moi sincera”, comenta. “Por exemplo, traballamos con pedidos e a xente vén recollelos e non comproba o que levan. Esa confianza é froito do traballo de moitos anos”. Se algo teñen claro en Carnicería Pichurri, é que o importante é que o cliente marche contento. E que volva. Por iso, adáptanse ás peticións: cortan a carne en función dos gustos, límpana e preparána e, incluso, envásana ao baleiro.



D'BELÉN

Dúas décadas de experiencia,
ao servizo do cliente

"Temos a nosa
identidade, a
maneira de facer
que levamos
traballando máis de
dúas décadas"

Detrás da carnicería, chacinería e autoservizo D'Belén, na praza de abastos de Vilanova, está Javier Paz. Aos seus 41 anos, leva máis de 25 traballando no mercado, recollendo a testemuña dunha familia dedicada a este oficio. O que comezou sendo unha carnicería no interior do edificio, hai algo máis dun mes converteuse neste novo espazo que ocupa un local da galería exterior. 50 metros cadrados pensados para medrar e diversificar o negocio. "Intentamos acompañar coa nosa oferta a variedade da praza", explica Javier. "Levo neste proxecto dende neno, e sei moi ben cara onde ten que ir. O cliente do mercado necesita outro tipo de produtos, e é moi importante poder completarlle a demanda".



Dende este novo establecemento e acompañado pola súa muller, Javier Paz mestura a calidade que caracteriza os mellores produtos da praza de abastos, coa comodidade e flexibilidade doutro tipo de áreas comerciais. Unha das súas apostas foi implantar un horario estendido: de martes a sábado, entre as 8.30 ata as 21.30 (cunha pequena parada ao mediodía), o cliente atopará as portas de D'Belén abertas. Tamén os domingos pola mañá. Por que? "Porque hai un sector de xente nova que o require, porque saen de traballar a partires das 20.00, e temos que darlles servizo", reflexiona Javier.

O tipo de produto que ofrece esta carnicería tamén atende á filosofía de atraer novos públicos. Aproveitando o cambio de instalacións, en D'Belén decidiron apostar con forza por produtos elaborados. Así, no local nunca faltarán os polos asados, un dos pratos máis populares. Tam pouco os rolos de carne recheos, as espetadas, os criollos, a zorza... "Non queremos limitarnos a 'sota, cabalo e rei'", apunta Javier. "Todos estes produtos facémolos nós e temos a nosa identidade, que expresa a maneira de facer coa que levamos traballando máis de dúas décadas". Tamén na carne de vacún, na tenreira, no porco, no polo, no cordeiro... e

"Hoxe en día o cliente non ten tempo para ir a varios comercios. Temos que poder completar a súa demanda"

noutras novas posibilidades que está comezando a introducir no negocio. Agora, por exemplo, xa non faltan os ibéricos e as carnes vermellas. E é que para Javier Paz, o seu quefacer diario ten que ser un reflexo de toda a experiencia que leva ás súas costas. Non en van, representa a terceira xeración dunha familia de carniceros.

Con este salto ao exterior da praza, aproveitou para cubrir outra das necesidades que lle vía ao mercado no seu conxunto. "Hoxe en día o cliente non ten tempo para ir a dous ou tres comercios para facer unha compra diaria... temos que poder completar a súa demanda". E desta idea naceu a pequena zona de autoservizo coa que

agora conta D'Belén. Alí atopamos unha ampla variedade de produtos de todo tipo: dende pastas, conservas ou lácteos ata produtos de limpeza. Todo pensado para completar a oferta, nunca para competir co resto de praceiros. "Non creo que deba centrarme en produtos que xa traballan os compañeiros", explica Javier. "O que veña a comprar aquí pode ir despois a outro posto a mercar a froita, os conxelados ou o pan. Trátase de afianzar á xente, que vexa que pode vir á praza a facer unha compra diaria". Defensor crente do asociacionismo, se hai algo que ten claro é que para el a praza é un proxecto que debe camiñar e medrar en equipo.

Ocoidado ao cliente é a pedra angular deste negocio. A Javier Paz gústalle a imaxe do praceiro como un especialista, que con un par de pautas coñece as necesidades da persoa que ten diante e, ademais, ten dispoñible o produto que necesita. "É a nosa especialidade", asegura. "O produto estrela é a atención ao cliente, porque o resto pode ser mellor ou peor. O importante é vendelo no momento axeitado, á persoa axeitada e para un fin concreto". Non en van, en cada venda que fai, Javier asegura que se vende tamén a el mesmo e toda a súa bagaxe.

PRAZA DE ABASTOS DE SANXENXO

A estacionalidade que caracteriza a vida de Sanxenxo, rexe tamén a actividade da súa praza de abastos. A pesares de que no verán bule polo paso de veciños e, sobre todo, de turistas, o produto fresco e de calidade é unha constante durante todo o ano. Postos de verdura, peixerías e carnicerías despregan a diario un xénero que non pasa desapercibido.

A VERDURA. DA TERRA Á PRAZA.



Con facer un pequeno percorrido polos postos de verdura da praza de Sanxenxo, o cliente xa percibe que a frescura é unha constante no produto que expoñen. E non é para menos. Todo o que se vende estivo ata hai moi poucas horas na terra, algo que é posible grazas a que os praceiros uni-

camente venden o que eles mesmos producen.

Repolo, leituga, grelo, espinaca, nabicol... son os reis desta tempada, e veñen substituír ao produto que ata hai ben pouco ocupaba os expositores da praza, como o tomate e o pemento.

“O que temos é o que cultivamos nós. O que nos dá a terra en cada época”, explica Judith María dos Reis, unha vendedora de verdura experimentada. Fala en nome de todos os seus compañeiros cando explica que o que fai diferentes a estes produtos é que non levan ningún tipo de químicos.



“Medran a base de abono dos animais e nada máis. É un produto sen alterar, completamente natural”, comenta. “Collémolo o día anterior da terra para poder telo ao seguinte fresco na praza”. Aínda que este xeito de traballar fai que o produto dispoñible dependa de cuestións como as condicións meteorolóxicas, a frescura que conseguen é o seu principal trazo diferenciador, e o que atrae aos clientes. Moitos veciños, pero sobre todo a aqueles que no

verán chegan a Sanxenxo procedentes de grandes cidades, onde atopar un produto destas características é cada vez máis complicado. “Non digo que o do supermercado non sexa bo, pero si que está 3 ou 4 días ata que se vende”, comenta Judith dos Reis. “A xente nota no que nós vendemos que é fresco, nótao na substancia, e ven claramente a diferenza co que atopan nas grandes áreas”.

Tamén distinguen o trato co cliente. Aínda que só sexa durante as vacacións, moitos turistas repiten ano tras ano, e xa teñen entre os postos de verdura da praza ao seu vendedor de confianza. “Hai que ser amable cos clientes. Sempre teñen a razón”, sentenza Judith dos Reis.

O PEIXE E O MARISCO. VARIEDADE E FRESCURA PARA TODOS OS CLIENTES.



Estes praceiros prefiren traballar con pequenas cantidades, para poder garantir a calidade do que venden e, ademais, poder ofrecer variedade ao cliente. “Nós somos especialistas no tema do peixe ou do marisco”, comenta. “Non é como nos centros comerciais, que vai todo ao por maior e non se fixan tanto. Nós buscamos a calidade dun total”. Un día que se complique por mor dos temporais, unha peixería da praza de Sanxenxo terá como mínimo 17 referencias de peixes. Unha boa xornada de verán ou de Nadal, pode haber ata 30 variedades para escoller. No caso do marisco, as vedas son as que determinan o produto que haberá dispoñible nos postos.

Como pasaba no caso da verdura, os turistas que se achegan ata a praza de abastos de Sanxenxo gozan da frescura e da calidade que se atopan tamén no peixe e no marisco. “Non están acostumados a mercar na cidade un peixe vivo, que aínda se mova”, explica Juan Martínez. “É algo que a maioría da xente sabe apreciar”. Tamén valoran ese trato de ti a ti que ofrecen os praceiros, e que lles permite adaptarse ás demandas do cliente: limpar o peixe, quitarlle a pel, trocealo, filetealo... “Preparamos o peixe como nolo piden, non hai ningún problema”, asegura. “O cliente ten que ter a razón sempre. Se ti non lla das, van buscala noutro sitio”.



Nunha praza como a de Sanxenxo, o peixe ten un papel protagonista. Ben sexa da ría, ben sexa de altura, todo chega fresco. As peixerías traballan con pequenas cantidades de produto, para poder garantir esa frescura que tanto gusta ao consumidor. “O peixe

practicamente sempre véndese case vivo”, explica Juan Martínez, un dos peixeiros que traballa dende a praza. “Hai barcos pequenos que saen a faenar, e o peixe chega vivo do día, con horas”.

A pesares do peso que ten a estacionalidade para estes vendedores, non hai día que non acodan á praza de abastos para estar todo ano “ao pé do canón”. Ofrecendo, ademais, o mellor produto e a mellor atención que o cliente poida atoparse.



'MERCADOS NO CAMIÑO'

Un ano acompañando o peregrino



Se todos os Camiños levan a Roma, en Galicia practicamente todos dirixen a quen os percorre ata a capital: Santiago de Compostela. Cada ano, milleiros de persoas deciden lanzarse a camiñar por algunha destas rutas para vivir unha experiencia que hai xa tempo que traspasou as fronteiras do relixioso. No 2016, por exemplo, 277.854 peregrinos pasaron pola Oficina de Compostela.

As prazas de abastos son un elemento máis do seu entorno; pezas que actúan como dinamizadoras da área na que se asentán. Polo tanto, é o seu deber e parte da súa riqueza relacionarse cos recursos que a rodean. O Camiño de Santiago non podía ser menos, tendo en conta que a gran maioría das prazas socias de Fepragal atópanse nalgunha das rutas de peregrinación.

Con esta idea como premisa, a Federación acodeu á Axencia de



Turismo de Galicia, que leva anos traballando para reforzar a imaxe do Camiño de Santiago como un dos principais atractivos da comunidade. Así naceu "Mercados no Camiño", o paso definitivo para integrar as

prazas de abastos nas rutas que as atravesan.

Dende hai un ano, o peregrino pode selar a "compostela" nestes mercados, como único método



para acreditar de xeito oficial o seu paso por cada etapa. Tamén recibe agasallos dos praceiros, como bolsas, vasos para té e café ou caixas de picnic con referencias ao Camiño.

Máis aló do material, ao entrar nas prazas os peregrinos cargan as súas mochilas de vivencias e novas experiencias. Os mercados teñen unha vida especial que se abre ante o camiñante. A variedade de produtos e principalmente, a frescura doutros como o peixe, o marisco ou as verduras, capturan e conquistan ao visitante, que vive nas prazas de abastos unha nova experiencia cultural e sensorial. Todos os sentidos gozan deste primeiro encontro coa calidade, deixándose levar por sons, arrecendos e imaxes que unicamente se atopan nas prazas galegas.

‘Mercados no Camiño’ tense consolidado como unha iniciativa máis para dinamizar as prazas e convertelas

nun referente dende o punto de vista turístico. Tamén permite ofrecer unha imaxe máis moderna e innovadora, aproveitando o tremendo atractivo que teñen para os peregrinos que chegan de todas partes do mundo. E, como non, actúan como o escaparate da calidade do produto que se pode atopar nas diferentes localidades. Non hai que esquecer que non é estrano que o camiñante repita xa como turista nos destinos que percorreu na súa viaxe cara Santiago. Nese momento é cando a simbiose establecida entre o Camiño e as prazas vólvese clave para atraer a un peregrino reconvertido en embaixador dos mellores produtos que dá Galicia. E todo a través das prazas de abastos.

Por iso, a intención de Fepragal é apostar e consolidar ‘Mercados no Camiño’, mantendo esta fiesta aberta ao mundo.



MERCA COMO UN PROFESIONAL

Que non che dean boi por vaca

Para o consumidor de carne galego, a tenreira é a raíña. Pouco ten que ver con outras carnes do mercado, e é facilmente distinguible doutras pezas de vacún maior. A súa carne é moito máis clara e tenra, con menos graxa. Pola contra, a do animal adulto é escura, e conta cunha importante capa de graxa.

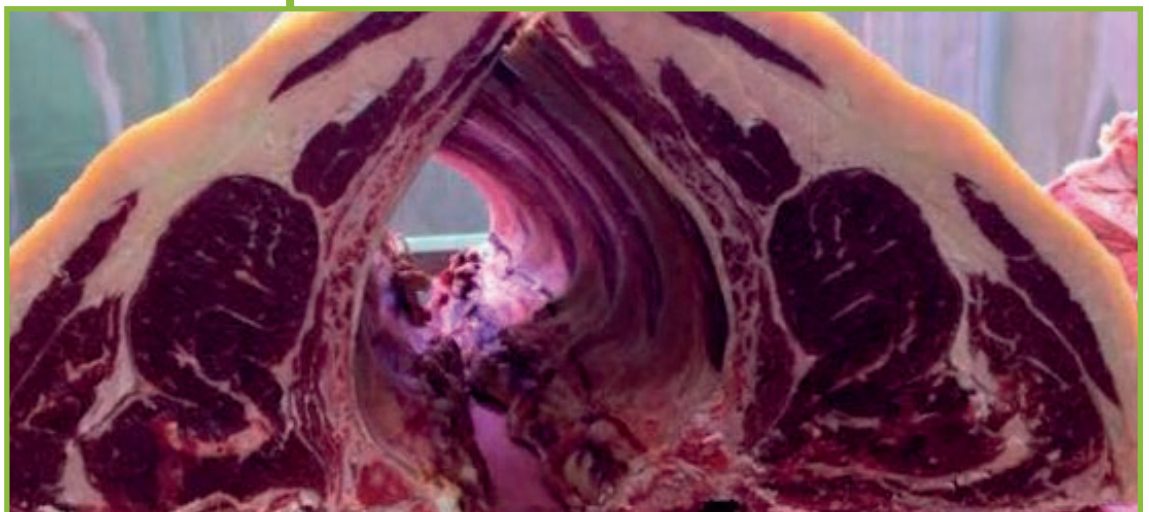
Parece sinxelo distinguir entre a tenreira e a vaca, pero... que pasa se temos diante unha peza de boi e unha de vaca? Aquí o asunto complícase, xa que ambas xogan na mesma liga: a do vacún maior. A diferenza máis obvia e a que debe facer saltar todas as alarmas é o prezo. A carne de boi é moi escasa, así que cando chega ao mercado, cotízase. Non é estrano atopala por preto de 90 euros o quilo. Este custo alónxase moito do da vaca vella, moito máis asequible e frecuente nos mercados, e pode roldar os 20 euros o quilo.

Ambas son pezas
de vacún maior,
de carne vermella,
saborosa e xugosa.

A principal diferenza
é o prezo. A carne de
boi pode roldar os
90 euros por quilo.
A de vaca, os 20.

Se collemos dous filetes, un de vaca vella e outro de boi, as diferenzas non son moitas a simple vista. A carne de boi é de cor vermello escuro, e cunha graxa de cor dourada que se infiltra por toda a peza, que é a que dá lugar a que sexa tan saborosa e xugosa. Antes de chegar ao consumidor, terá como mínimo, 15 días na cámara frigorífica para conseguir a súa maduración. A carne de vaca, pola súa banda, ten máis vetas e a graxa é máis amarela. En canto á cor da carne, é moi vermella, semellante á do boi.

Polo tanto, distinguir se a orixe dunha chuleta é o boi ou a vaca non é unha tarefa sinxela. Aínda que como dixemos o primeiro está moito máis valorado pola súa escaseza, a carne de vaca é moi saborosa, de gran calidade e cada vez máis apreciada no mundo da gastronomía.





A PRAZA QUE CHEGOU DA EMIGRACIÓN

O concello de Cangas debe a súa praza de abastos a un cangués emigrante que Arxentina converteu en terratenente. Hai case un século (92 anos para ser exactos) que o edificio ocupa a súa posición no Paseo de Castela, locendo na súa fachada unha inscrición moi clara sobre a súa orixe: “Edificio donado al ayuntamiento de Cangas por el Excmo. Sr. D. José Félix Soage Villarino”.

Para coñecer a historia deste monumento arquitectónico de principios do século XX que tanto cambiou a vida dos veciños, temos que remontarnos

a finais do XIX. En 1894 un temporal azoutou a costa canguesa, estragando os muros e as instalacións que facían de mercado e acollían ás vendedoras e á súa mercadoría. As tristes novas e a difícil situación dos seus veciños, chegaron a oídos de José Félix Soage, un cangués que cruzara o Atlántico cara Arxentina en 1858, con tan só 14 anos. Alí, a sorte sorriulle ata que se converteu nun importante terratenente, dedicando o seu tempo á agricultura e á gandería.

Nostálxico da súa terra e agradecido pola súa boa fortuna, o emigrante

decidiu axudar os seus veciños, e dende Río da Prata chegou a Cangas un regalo moi especial: unha praza de abastos para o pobo. Os primeiros planos datan do 1922 e no 1925 as praceiras canguesas xa contaban cun espazo onde poder desenvolver con dignidade, e todas as garantías que permitía o momento, o seu traballo. Félix Soage, convertido tamén no gran filántropo deste concello do Morrazo, non escatimou en gastos. Así o arquitecto Jacobo Estens desenvolveu un edificio con cámaras, frigoríficos e un espazo para a conservación do peixe en máis de 2200 me-



tros cadrados de superficie. As obras tiveron un custo de 90.000 pesetas... toda unha fortuna para a época que se converteu nunha bendición chegada dende o outro lado do Atlántico.

A pesares do tempo, o vello edificio segue a defender a súa posición como dinamizador da súa área. Nos seus máis de 90 anos de historia acumula diferentes intervencións, para axustar as instalacións ás novas necesidades e arranxar os estragos que o paso do tempo foi deixando. No 2013, por exemplo, a colocación dun novo solo ou a mellora da cuberta obrigaron

a pechar a praza de abastos durante varias xornadas. A actuación máis recente data de finais de 2016, coa pavimentación do edificio anexo que acolle o peixe de día e os retoques do solo do edificio principal.

A día de hoxe é unha das prazas máis grandes de Galicia, pero axusta a súa estrutura ao modelo que seguen a maioría destes edificios. A planta superior ocúpana as vendedoras de froitas e hortalizas. A baixa ten os laterais cheos de postos de venda de carne e peixe conxelado e panaderías, mentres que na zona central instálanse os

vendedores de peixe fresco, chegado directamente da propia ría.

Ás portas de cumprir un século de existencia, a praza de abastos de Cangas mantense como un exemplo do que representan os mercados para as vilas. A cultura da compra nas prazas é un patrimonio a conservar fronte á forza das grandes áreas. En todo o mundo existen dende sempre os mercados de alimentos e, sexan mellores ou peores, todos son espazos de vida cultural e económica. Unha riqueza para a sociedade que compre preservar.

I Concurso Fotográfico 'QUEREOTEUMERCADO'



Durante seis anos, Fepragal pediu aos máis pequenos que amosaran as prazas de abastos a través dos seus ollos. Para isto, dende a Federación deron forma ao concurso de debuxo "Quereoteu mercado", iniciativa que permitiu achegar a centos de colexios aos mercados de abastos. As cifras reflicten o éxito da convocatoria: só durante o 2016, Fepragal distribuíu polas prazas máis de 20.000 láminas cos debuxos dos cativos. Non en van, participaron 148 colexios.

Neste 2017, a Federación de Prazas de Abastos de Galicia apostou por "facer maior" o concurso de debuxo. Así naceu o primeiro certame de fotografía "Quereoteu mercado", que mudaba o seu público: mentres que cos debuxos quería abrir as prazas aos máis cativos, coa fotografía os destinatarios eran os seus pais. O novo certame dirixíase a ese cliente novo que vai á compra á praza de abastos e que gusta de retratar o que ve co seu teléfono móbil. O reto era captar a vida que se desenvolve entre as catro paredes dun mercado.



A idea callou de seguido, e a primeira edición do concurso fotográfico foi todo un éxito. Facebook foi a plataforma escollida por Fepragal para facer públicas as propostas que lles ían achegando dos clientes. O gañador escolleuse por un método efectivo e transparente: a fotografía que conseguira máis "me gusta" nesta rede social.




Finalmente, a imaxe dunha praceira de Pontevedra limpando o seu posto foi a que se alzou como gañadora deste primeiro concurso fotográfico. Viña asinada por Óscar Guillán, un vilagarián que decidiu retratar o mercado pontevedrés. Co seu traballo conseguiu 208 'me gusta' e nin máis nin menos que 7.882 visualizacións. Esta é a gañadora, pero as cifras refrendan o éxito da iniciativa de Fepragal, con 107 fotografías participantes que, de xeito global, superaron as 50.000 visualizacións e acumularon máis de 5.000 'me gusta'.

Óscar Guillán recolleu o seu premio, un teléfono Iphone 7, nun acto que se celebrou en Pontevedra o pasado 2 de outubro. Foi no Pazo da Cultura, e á cita acudiron representantes de todas as prazas que forman a gran familia de Fepragal; delegación que estivo encabezada polo seu presidente, Javier Paz. Tampouco quixo faltar a directora xeral de Comercio da Xunta de Galicia, Sol Vázquez, que respaldou este tipo de iniciativas para dar pulo e visibilidade aos mercados, destacando o seu papel como dinamizadores do comercio de proximidade galego.

Despois do éxito desta primeira convocatoria, dende Fepragal xa pensan na seguinte. Así que vaian preparando os seus teléfonos móbiles para continuar captando o que sucede cando atravesas as portas dunha praza de abastos.





QUE NON CHE DEAN CABAZAS... OU SI?

De entrada, a ninguén lle agrada que lle dean cabazas. Pero se falamos da cabaza, cabaza, tamén coñecida como calacú, a cousa cambia. Típica desta tempada, podemos atopala como ingrediente tanto en receitas salgadas como en doces: dende cremas ata biscoitos, pasando polas chulas. Algo moi noso. Uns ovos por aquí, algo de fariña por alá, e un pouco de azucre e canelá por acolá, mesturados cun bo puré de calacú, son suficientes para conquistar os máis lambóns. E de paso, facer que xa non pareza tan mala idea que che dean cabazas.

