

A praza é túa

FEDERACIÓN DE PRAZAS DE ABASTOS DE GALICIA

Toda a información sobre o II Concurso Fotográfico Quereoteumercado

Coñecemos os gañadores
e conversamos con eles
sobre o concurso

Entra en vigor
a nova normativa
para reducir o uso de
bolsas de plástico



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



sumario

A PRAZA É TÚA

Primeira edición - nº 11

www.fepragal.es

www.facebook.com/fepragal

Tfno. 669 776 017

EQUIPO EDITORIAL

Xunta Directiva da Federación de Prazas de Abastos de Galicia

COORDINACIÓN:

Mari Rodríguez

REDACCIÓN:

Alba García

FOTOGRAFÍA E ILUSTRACIÓN:

La Lonja Estudio / Freepik

DIRECCIÓN DE ARTE Y MAQUETACIÓN:

La Lonja Estudio



ILUSTRACIÓN & DISEÑO GRÁFICO

www.lalonjaestudio.com

hablemos@lalonjaestudio.com

604 001 750

D.L.: PO 268-2018

© FEPRAGAL 2018

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 e Consumo

03

DESTACADO

Concurso fotográfico Quereoteumercado 2018

17

O ABC DO MERCADO

Peixes de agosto

07

PUBLIRREPORTAXE

Vitaldent

18

BENVIDOS!

Novas incorporacións en Elviña e Motealto

08

ÚLTIMA HORA!

Nova normativa sobre as bolsas de plástico

21

HISTÓRICO

A historia dos mercados

12

COMPRA INTELIXENTE

○ churrasco

22

INDAGAMOS

¿Qué mercan os turistas nas nosas prazas?

14

REFORMAS

Entrevistas

De agora en diante as nosas revistas só en dixital!



En FEPRAGAL queremos avanzar cos tempos que corren. Pensamos que axudar a reducir o uso de papel pode contribuir co Medio Ambiente. Por isto a partir de agora A PRAZA É TÚA se publicará só en dixital. Poderás consultala no noso portal web:

www.fepragal.es

Sigue tamén o noso Facebook e compártenos!

Do 20 de Abril ó 15 de Xullo de 2018

II CONCURSO FOTOGRÁFICO QUEREOTEUMERCADO

DESCUBRE CÓMO PARTICIPAR LENDO AS BASES COMPLETAS DO CONCURSO:
facebook.com/traballamosprati



Gaña un iPhone 8

As prazas de Abastos son espazos cheos de vida, fotografía esceas cotiás da vida das prazas asociadas e participa no concurso enviándoas a: marketing@fepragal.es

Máximo 3 fotografías por persoa. É imprescindible que se vexa un logotipo identificador da Praza. Subiremos as fotografías ó Facebook do concurso para que sexan votadas polo público, de entre as 10 máis votadas o xurado elixirá os gañadores. (Lee as bases atentamente antes de participar).



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

AS PRAZAS ASOCIADAS SON:



Mercado Cochiño



Abastos Meaña



Abastos Vilanova de Arousa



Abastos Cangas



Abastos Sanxenxo



Abastos O Grove



Abastos Portonovo



Abastos Lalin



Abastos Buzo



Abastos Padrón



Abastos Baiona



Abastos Pontevedra



Mercado de Eivissa



Mercado Plaza de Logo



Mercado de Monte Alto



Mercado San Agustín

Descárgate aquí as bases do concurso.



Ou directamente do noso Facebook: [facebook.com/traballamosprati](https://www.facebook.com/traballamosprati)

'As prazas teñen o mellor e fotograficamente son moi atractivas'. Nacho Romero, gañador do concurso



Fotografía gañadora do 1º premio

Nacho Romero é o gañador da segunda edición do concurso fotográfico 'Quereoteumercado', posto en marcha dende FEPRAGAL. A súa fotografía resume a esencia das prazas de abastos: Mónica, praxeira do Mercado Praza de Lugo de A Coruña, amosa sorrinte a cámara un escacho que chama a atención polo seu tamaño e frescura. Un exemplo de amabilidade e calidade. Nacho chegou a este concurso por casualidade. Fotógrafo de profesión, é frecuente que retrate a realidade desta praza, da que é cliente habitual. Tras enterarse de que FEPRAGAL tiña en marcha este certame, animouse a participar.

Como decidiches participar nesta segunda edición do Concurso Fotográfico 'Quereoteumercado'?

Normalmente non adoito presentarme a concursos de fotografía. Foi casualidade. O peixe mércoo na Praza de Lugo de A Coruña, e un día estaba con Óscar e Mónica, que son dous dos praxeiros. Eu levaba a cámara colgando do pescozo, e animeime a facerlle unha foto a ela para regalarlla depois. Cando cheguei a casa púxenme a retocala e vin que ao fondo había un cartaz do concurso. Busquei as bases en Internet e foi entón cando me animei. Presentei tres fotos e tiveron a sorte de que me premiaran unha delas.

Foi pura casualidade, entón.

Si, si. Despois de ler as bases, ao día seguinte fun de novo á praza para facer algunha fotografía e xa as presentei ese mesmo día. Como ademais do xurado tamén contaban os votos recibidos no Facebook, tiña que actuar canto antes.

Dis que sacaches varias fotografías. Por que finalmente escolleches as que presentaches?

Gústame a fotografía de rúa e levo moitas veces a cámara comigo. De feito, fago reportaxes e levo tres anos facendo unha publicación diaria nas miñas redes sociais. Non era a primeira vez que fotografaba a Praza

de Lugo, porque ademais son cliente habitual. Nese momento, como tiña a cámara a man, saquei a foto de Mónica, e a Óscar (que ten o seu posto ao lado) xa lla sacara antes. Para o concurso mandei estas dúas e para presentar unha que non fora dunha peixería, fun á planta superior da praza a ver que atopaba. Alí están as carnicerías e os postos de verduras. Entón vin un moi lucido, con moita cor, e ademais a señora levaba posto o mandil co nome da praza. Pensei que podería funcionar. Esa foto gustábame moito, pero ao final gañou a de Mónica. Fixéronme moita festa... ela estaba encantada!

Non era a primeira vez que sacabas fotografías na praza. Que teñen os mercados que motivan a un fotógrafo profesional para sacar a cámara?

Igual teño unha idea esaxerada por ser galego, pero para mín a Praza de Lugo é unha das máis importantes de España. Sobre todo no peixe. Hai un produto impresionante. Aquí en Galicia temos as rías, o mar, e temos o mellor marisco e o mellor peixe. Sempre me chaman moito a atención cando vou ao mercado, e fotograficamente son moi atractivos. Ademais, a Praza de Lugo é moi vistosa, e coa reforma que lle fixeron hai uns anos quedou preciosa. Os produtos son boísimos e teño unha relación excelente cos praceiros. Están encantados de que lles saque fotos. De feito, moitas veces regálollelas. Eles encantados e eu tamén de que me deixen facelas e que posen para mín. Hai outros sitios, ben sexa na rúa ou en comercios, onde poñen sempre máis pegas, pero na Praza de Lugo hai moito compañeirismo. A fotografía gañadora foi unha pose, pero en moitas ocasión píddolles que sigan co que están a facer. Préstanse ensenguida. Son xente moi amable e están moi acostumbrados.

Es comprador asiduo da Praza. A parte do bo ambiente do que falas e da proximidade que hai cos vendedores, por que as escolles para facer as túas compras?

Supoño que isto pasará en todos os postos, pero eu teño constancia de que nos que eu merco van a diario a comprar á lonxa de A Coruña. Mardrugan e collen o produto fresco, aproveitando o que temos en Galicia. Eu vou á praza a mercar un polbo ou calquera outra cousa e sei que vai ser de Galicia e non de outras partes. Vai ser o mellor produto, por iso merco sempre aí. É incomparable. Seino ben porque falo cos praceiros sobre a orixe do que merco. Eu son un apaixonado do marisco e dos peixes, e sempre quedo encantado. Pola calidade que ten, por saber de onde vén e pola relación cos praceiros. Ademais, sempre che aconsellan o mellor e son moi sinceros sobre o produto que che están a vender.

Nacho Romero presentouse ao concurso de casualidade. Coñeceu a existencia do concurso a través da fotografía gañadora, que sacara a unha das súas praceiras de confianza.



“Gustoume poder dar un premio, aínda que fora indirectamente”

Mónica Mella, de Pescados y Mariscos Mónica Mella, é a praceira protagonista da fotografía gañadora desta segunda edición do concurso “Quereoteumercado”. Tras vinte anos traballando no Mercado da Praza de Lugo, o gañador Nacho Romero escolleuna como “modelo” para a instantánea que finalmente lle valeu o primeiro premio no certame. Falamos con ela.

Que che parece ser a protagonista desta fotografía?

É un orgullo. Eu ao fotógrafo non o coñecía e agora vénme mercar de cando en vez. A verdade é que moi ben. Gustoume poder dar un premio grazas a esa fotografía, aínda que fora indirectamente.

Un dos requisitos do xurado era que as fotografías captaran ben a vida das prazas. Cres que esta o conseguíste?

Penso que o fai moi ben. Unha alfóndega (escacho) é un peixe moi difícil de atopar nun almacén ou noutras peixerías. É unha especie de mercado. Así que capta moi ben a vida das prazas. O peixe sae marabilloso, e a fotografía é moi bonita.

Mónica, cóntanos o que houbo detrás da foto.. Foi un pousado?

Pousado total. Como eu levaba o mandil co logo da praza e o peixe gustáballe, indicoume como debía poñerme.

Que che parece o concurso?

Paréceme xenial, porque todo o que sexa atraer xente e premiar os que mercan nas prazas é moi positivo. A verdade é que a xente que se achegou ata a Praza de Lugo para facer a súa fotografía, fíxoo con moitísima ilusión. E nós ao final facemos amigos, facemos clientes e dámonos a coñecer.

Comentábanos Nacho que atopou moitas facilidades con vós. Estadades acostumbrados a atender a medios de comunicación e a participar en accións promocionais?

A verdade é que si. Somos un dos mercados máis importantes da Coruña... atreveríame a dicir de Galicia. Entón os medios veñen moitas veces. Ademais, nós intentamos sempre que a xente estea cómoda no mercado. Ben sexa para mercar, para preguntar, para interesarse polo peixe, para sacar fotografías, facer entrevistas... Creo que é bo para o mercado.

O segundo premio de 'Quereoteumercado' viaxou ata a Praza de Padrón. Paula Martínez, unha hixienista de 26 anos, escolleu a imaxe premiada tirando de humor.

Paula Martínez. Gañadora do accésit

Na fotografía que presentaches ao concurso, vése un posto de bacallao. Por que a escolleches? Sempre me fixo moita gracia a frase feita "cortando o bacallao". Cando vin a imaxe pensei: nunca mellor dito. Así que como era a fotografía que representaba ese dito, animeime. Foi o que me inspirou.

Esta fotografía foi a única que fixeches para o concurso? Presentaches máis?

A verdade é que fixen moitas fotografías, pero unicamente presentei as que máis me convencían. Ao final foron tres imaxes. a gañadora, unha dun posto de peixe e outra dunha polería. A premiada foi un roubado; aproveitei cando a pradeira estaba atendendo un cliente para sacarllo.

Como viches o nivel das fotografías que se presentaron?

A competencia foi dura.

O nivel foi moi bo, a verdade. A xente animouse e houbo moita participación. Había imaxes moi boas, e, a gañadora foi dun gran fotógrafo.



Fotografía gañadora do accésit

No teu caso, sacaches as fotografías porque te enteraches da convocatoria do concurso.

Si. Eu vou normalmente á Praza de Padrón, e unha das veces vin os carteis coa convocatoria. Entón entrei no Facebook para buscar máis información. Lin as bases e decidínme a participar. Foi despois, nunha das visitas á praza, cando fixen as fotografías **Es clienta frecuente da praza de Padrón?**

Si. Como somos da zona, normalmente facemos a compra no mercado. Penso que dan

unha garantía total do produto.... sabes que vai ser bo, non como pode pasar noutras grandes áreas comerciais.

Un dos retos das prazas de abastos é atraer á xuventude. Consegur que os escollan para facer as súas compras. Cres que é posible?

Penso que si. O que teñen é que seguir apostando polos produtos típicos galegos. Carne e froita de aquí, peixe da ría... Creo que deben seguir o camiño no que xa están: potenciar o produto galego e de calidade.

CONVENIO FEPRAGAL - VITALDENT

Potenciar os hábitos de vida saudable é un dos piares da filosofía da Federación de Prazas de Abastos de Galicia, FEPRAGAL. Nesta aposta contan agora cun novo asociado: Vitaldent. Por iso, veñen de asinar un acordo de colaboración con vantaxes e descontos moi importantes para o coidado da saúde bucodental de todos os asociados de FEPRAGAL.

O convenio ten unha duración dun ano prorrogable, e beneficia tanto os asociados da Federación como os seus familiares directos. Grazas a este acordo, contarán cunha primeira consulta gratuíta en clínica para valorar o estado de saúde da súa boca. Unha primeira toma de contacto que inclúe a realización dunha ortopantomografía valorada en 120 euros. Tamén terán beneficios noutro tipo de prestacións, como tratamentos de prótesis e implantoloxía.

No seu acordo, FEPRAGAL e Vitaldent pensaron tamén

nos membros máis pequenos, nos fillos e nos netos dos asociados. Eles poderán beneficiarse de asistencia odontopediátrica e da realización de estudos de ortodoncia, sempre despois da diagnose do especialista.

Ademais, Vitaldent colaborará con FEPRAGAL na realización dos numerosos eventos e actividades que se poñen en marcha dende a Federación. Showcookings, Peque-Chef, o concurso fotográfico 'Quereoteumercado', visitas de colexios ás prazas de abastos, ou a celebración de datas sinaladas como o Día da Nai, o Día dos Namorados, o Día do Pai... Grazas a este convenio, Vitaldent estará presente en todos eles.

En definitiva, con esta colaboración FEPRAGAL atopa en Vitaldent un importante aliado na súa aposta pola saúde, promovendo de xeito conxunto o mantemento dunha dieta equilibrada e uns hábitos e rutina de hixiene oral axeitados.

FEPRAGAL e Vitaldent únense para potenciar os hábitos de vida saudables.



+ INFO

vitaldent.com

NON QUEREMOS UN PLANETA ASFIXIADO EN PLÁSTICO

Para ser parte da solución e en cumprimento da normativa europea, vémonos obrigados a cobrar as bolsas de plástico nas nosas prazas a partir do 01 de Xullo.



Informamos que como alternativa podes mercar a bolsa reutilizable de FEPRAGAL, ten gran capacidade, pódese dobrar e lavar.

Galicia **FEDERACIÓN**
PRAZAS DE
ABASTOS



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

Devolver o osíxeno ó planeta

“Non queremos un planeta asfixiado en plástico”. Así rezan os carteis que se atopan a cada paso polas prazas de abastos que forman parte de FEPRAGAL. Dende o 1 de xullo, todas asumiron a nova directiva europea que limita o uso de bolsas de plástico coa intención de reducir este refugallo.

O compromiso da Federación de Prazas de Abastos de Galicia con esta causa non é algo novo. Xa hai anos que os seus praceiros reparten entre a clientela bolsas reutilizables para evitar botar man das que son de usar e tirar. Coa entrada en vigor da nova directiva, os clientes chegan ós mercados equipados con ‘tápers’ para gardar os alimentos frescos. Despois, meten o recipiente na bolsa reutilizable ou incluso no carriño da compra. Opcións que aínda que se utilizaban moito nas prazas anos atrás, foron quedando afastadas pola popularidade dos plásticos.

A norma aprobada a nivel europeo e que xa se aplica tamén en España busca disuadir ao comprador e motivalo para recorrer a este tipo de alternativas reutilizables para transportar as súas compras. Segundo esta medida,

os establecementos deben cobrar as bolsas lixeiras: aquelas que son entre 15 e 50 micras. Os praceiros que forman parte de FEPRAGAL teñen a información ben visible nos seus postos para que os clientes sexan coñecedores da nova situación. Tamén axudan a concienciar á xente da necesidade de reducir os plásticos, facilitándolles o cambio con consellos para atopar as mellores alternativas para levar as súas compras e, por suposto, entregándolles bolsas reutilizables. Nas prazas de abastos que forman parte da rede de FEPRAGAL, a implantación produciuse sen ningún tipo de incidencias.

Pero, por que a necesidade de reducir o volume de plástico? As cifras indican que é necesario un cambio para frear o impacto que estes refugallos producen no medio ambiente. Os españois consumimos 8.476 millóns de bolsas de plástico cada ano, unha media dunhas 180, que tardan un tempo incalculable en degradarse (crése

que pode ser superior aos 100 anos). En todo o mundo, ata 12 millóns de toneladas deste material chegan aos mares, afectando a máis de 550 especies cada ano. Se poñemos a cuestión nunha balanza, trátase dunha pegada demasiado importante para un artigo dun só uso, que só se emprega durante 10 ou 15 minutos.

Para moitas organizacións ecoloxistas, a medida posta en marcha o pasado 1 de xullo é insuficiente para frear o problema que vimos arrastrando dende hai décadas. Aínda que o cobro das bolsas de plástico como medida disuasoria non é máis que o primeiro paso dun camiño máis longo e ambicioso a prol do futuro do medio ambiente. A intención da Unión Europea é conseguir a prohibición destes artigos cara o ano 2020. Neste caso, a eliminación sería total, e unicamente se aceptaría o uso das bolsas que permiten a súa compostaxe.



Na praza de abastos de Bueu, a aposta pola redución das bolsas de plástico foi asumida dende o primeiro momento polos praceiros e a súa clientela. Coa entrada en vigor da normativa, a asociación púxose mans á obra para facilitar a súa implantación. “Nós fixemos unha reunión con todos e repartimos os papeis coa norma”, explica María José Cerqueiro, directiva do colectivo. “Agora todos a temos exposta para que os clientes poidan informarse”.

O labor informativo non quedou aí. Día a día, sobre todo nun primeiro momento, os praceiros explicaron o por que da medida aos seus clientes. María José recoñece que a posta en marcha foi máis sinxela ao tratarse de algo que afecta a todo tipo de comercios. Nas prazas de abastos aínda poden entregar a primeira bolsa que envolve o produto fresco, que cambiaron para adaptalas á nova normativa. “Pero xa non é como antes, que dabas moitísimas bolsas”, recoñece María José. “Antes un paquete do tamaño normal duraba unicamente un día. Agora teño bolsas para toda a semana. Con todos os que somos na praza, a redución de plástico é moi importante”.

Neste tempo, detectou que a xente está concienciada na importancia de reducir estes refugallos, aínda que tamén recoñece que “cando toca no peto, todo o mundo se adapta”. De feito, non cre que sexa cuestión de idade: tanto a clientela maior como a máis nova, asumiu a medida e comezou a botar man de alternativas un tanto esquecidas dende hai tempo, cambiando a paisaxe do mercado. “Volveron xurdir os carriños, os cestos e os ‘tápers’ dentro dos bolsos”, explica María José. Superadas as reticencias iniciais, os clientes agora atopan incluso novas comodidades nestas alternativas. “A clientela trae o ‘táper’ e nós metemos dentro o produto fresco, sobre todo a carne ou o peixe. Unha

vez que o teñen dentro do bolso ou do carriño, poden poñer máis cousas enriba”, comenta. “É máis limpo e moito mellor. Con estes recipientes os frescos non pingan. Ademais, cando chegan a casa só teñen que quitalo do carro ou da bolsa e metelo na nevera. É moito máis cómodo”. Os praceiros tamén animan os clientes a facer un exercicio de memoria, antes de que os envases de plástico conquistan todos os recunchos. “Ao principio

“Con todos os que somos na praza, a redución de plástico é moi importante”.



había xente que dicía que queríamos cobrar por todo... Entón lles preguntabamos se non se acordaban cando había que levar os cascós das gaseosas ou das cervexas para volvelos a encher e evitar que as fábricas os cobrasen”, defende María José. Agora a norma xa está completamente asumida. Aínda que recoñecen que o plástico vai ser difícil de eliminar, si ven vantaxes na súa redución. É, sim-

plemente, cuestión de costumes. Os compradores xa van equipados coa alternativa que lles é máis cómoda para trasladar as súas compras e evitar botar man das bolsas. “Nas prazas de abastos podes falar moito co cliente”, explica María José. “Grazas a este trato cercano e á confianza, puidemos explicarlles ben o por que deste cambio e as alternativas. Agora todo o mundo xa o asume con normalidade”.

“Antes, un día de verán no mercado non chegaban cen bolsas, porque a xente pedía e pedía. Repartías máis de dúas por cliente. Agora reduciuse moito, e un paquete por posto pode durar unha semana perfectamente. Ademais da cantidade de cartos que marchaban no plástico, está claro que con todos os que somos o impacto no medio ambiente era tamén importante”. Así resume Mila Bastón, presidenta da asociación de praceiros da praza de abastos de Cangas, a situación que vivían no mercado antes da entrada en vigor das restricións no uso das bolsas de plástico.

Para quen dea un paseo entre os diferentes postos desta praza de abastos, non pasarán desapercibidos os carteis que explican o porqué da medida e os novos prezos das bolsas. Unha información que se puxo a disposición do cliente dende o primeiro momento. “Cando empezamos a cobralas, a xente comezou apostar por reducir”, comenta. Mila “Agora veñen con elas de casa, con bolsas reutilizables ou in-

cluso con ‘tápers’. De feito, aínda que se distribuíron bolsas que se axustan á norma para envolver o produto fresco, hai moita xente que xa as rexeita. Como sucedía no mercado de Bueu, o ‘táper’ é unha das solucións máis populares. “Eles veñen equipados da casa. Cando chegan ao posto entregan o recipiente e nós servimos directamente o produto aí”, explica a presidenta dos praceiros de Cangas. “Moitos clientes incluso nos din que xa non queren a bolsa que si entregamos gratuítamente; que prefiren o produto directamente no ‘táper’. Unicamente recorren a elas cando veñen á praza de imprevisto ou esquecen as alternativas na casa”.

No seu caso, si que ven que foi a xente de mediana idade a que se adaptou mellor a estes cambios. Sobre todo os que están na franxa comprendida entre os 40 e os 50 anos. Recoñecen que a pesares da importante labor informativa que realizaron os praceiros, moitos dos clientes xa sabían en que consistía este cambio e viñan concienciados da nova situación. “Algo tivemos que explicar, pero os medios

de comunicación xa axudaran moito a mudar as mentalidades e a preparar á xente”, comenta Mila. “Sempre hai clientes aos que tes que explicarllo case día a día e con paciencia, iso si. Pero é algo que te atopas en todas partes, e os nosos compradores están moi concienciados dende o principio”.

Tampouco foi difícil conseguir que a nova situación callara entre os praceiros. Dende a asociación tamén lles deron as ferramentas e o asesoramento necesario para implantar a normativa europea, e realizaron un labor informativo que foi perfectamente acollido e asumido polos vendedores nos seus postos. “A verdade é que todo se implantou sen ningún tipo de problema”, recoñece a presidenta. “Eu recordo que hai anos se empregaba o sistema dos ‘tápers’ nas prazas de abastos. Agora, con toda esta normativa retomáronse e non houbo ningunha dificultade”.

“Moitos clientes nos din que xa non queren a bolsa”



AS 10 CLAVES PARA MERCAR O MELLOR CHURRASCO

Falamos con Jaime Rodiño, especialista en carne, para que nos conte os segredos dunha boa grellada.

As churrascadas son as protagonistas de calquera comida ou cea de verán que se prece. Pero, como podemos asegurarnos o éxito? Pode parecer sinxelo, pero escoller a materia prima correcta para elaborar unha boa churrascada tamén ten os seus segredos. Nós recorremos ao consello dun experto: Jaime Rodiño, de Carnicería F. Rodiño, na Praza de Abastos de Sanxenxo. El daranos as claves para facer as delicias dos nosos convidados e ter o triunfo garantido.



1.

Pode parecer que as churrascadas son 'sota, cabalo e rei': costela de tenreira, de porco e crioulos. Pero non podemos esquecernos dos complementos. Se incorporas algo distinto, marcas a diferenza.

2.

É importante presentar varias carnes. Podemos incluír tenreira, porco, chourizos, polos, salchichas... Hoxe en día hai moitas 'manías' coa comida, e así intentamos ter para todos os gustos.

3.

A costela é un clásico, sobre todo a de porco. É a carne máis económica e gusta a todo o mundo. Tamén é máis xugosa e máis veteada que outras opcións..

4.

No caso da tenreira, a carne ten máis graxa. É un pouco máis difícil de facer na grella, porque en xeral os anacos son máis grosos. Pero vai a gusto de cada consumidor.

5.

O corte da carne é algo que tamén pode elixir o cliente en función do seu gusto. A costela, tanto de porco como de tenreira, pode ir con máis carne ou máis fina para que se faga mellor.

6.

Eu aposto polo adubo sinxelo e máis natural, sen agochar o sabor do produto. Pimentón, allo, perixel e aceite, sen cargar moito. Así sabes se a carne é boa.

7.

En canto ao tempo necesario para adubar a carne, recomendo que se faga no mesmo día. Así colle algo de gusto pero non chega a cargarse moito nin a camuflar o sabor. Como moito, dun día para outro.

8.

Os chourizos crioulos poden ser artesanais ou de fábrica. Os primeiros fanse frescos; os segundos, veñen envasados ao baleiro e poden levar prensados ata 15 días. Son cousas moi distintas.

9.

Os crioulos que son artesanais sempre collen un pouco de aire ao embutilos nas máquinas. Por iso recomendo pinchalos para evitar que abran no medio ao poñelos na grella.

10.

Como dicíamos, hoxe en día hai moitas manías e gustos á hora de comer, e as grelladas adáptanse perfectamente. A panceta á brasa ou a tenreira mainiña son outros dos produtos que están de moda.

Unha nova cara para o Mercado das Conchiñas

Hai nove anos que os propietarios do edificio que acolle o Mercado das Conchiñas, en A Coruña, decidíronse a reformalo. A intervención mellorou as instalacións en varios aspectos, pero creou un novo problema: a falta de visibilidade exterior: “Dende fóra non se sabe que somos un mercado”, comenta Mónica Carballo, presidenta da asociación da praza. “Non puxeron ningún cartel nin ningún nome que nos identifique. A xente de toda a vida sabe o que somos, pero é imposible atraer novos clientes desta maneira”.

Neste mercado coruñés dáse unha particularidade. Trátase dunha conce-

cionista e, cando xorden problemas ou carencias, os seus responsables e o concello de A Coruña pasan a pelota dun tellado a outro. Tras moito agardar, os praceiros decidiron tomar a iniciativa. Despois de xestionar os permisos pertinentes (tanto coa administración local como coa concesionaria), daránlle un xiro a un edificio que conta con 43 anos de historia.

Os recursos non sobran, de aí a importancia de priorizar. Cal é a necesidade máis importante do Mercado das Conchiñas? “Identificarnos. Por iso imos decorar as fachadas con vinilos”, explica Mónica. “Fixemos fotos da nosa

Cal é a necesidade máis importante do Mercado das Conchiñas? “Identificarnos. Por iso imos decorar as fachadas con vinilos”.

mercadoría fresca: peixe, carne, froita, verdura... A nosa praza dá a catro rúas, e o que faremos será decorar todas as paredes”. Ademais, unha vez estean instalados os novos elementos, nas dúas principais poderanse ver o logo e o nome deste mercado coruñés.

“Para pagar esta intervención empregaremos a subvención que nos entrega a Dirección Xeral de Comercio da Xunta de Galicia”, comenta a presidenta dos praceiros. “Grazas a ela podemos facer cousas todos os anos, porque é o único apoio que temos. Concello e concesionaria animan e din que hai que facer cousas. Pero á hora da verdade, non chega o seu apoio económico”.

Como dicimos, os praceiros das Conchiñas tiveron que priorizar. Os cartos que chegan da Dirección Xeral de Comercio poderían servir, por exemplo, para facer actividades con nenos ou con persoas maiores, de cociña... “Pero este ano cremos que o máis urxente é dar visibilidade ao mercado. Necesitamos atraer xente nova, e estamos convencidos de que se o mercado fora máis alegre e vistoso, máis xente se animaría a entrar. Hai persoas na zona que nunca entraron nesta praza,” lamenta Mónica.

Ven esta actuación como un xeito máis de promocionarse de cara ao exterior. Substituíndo as fachadas “tristes e negras” polo verdadeiro reflexo do interior do Mercado das Conchiñas.



Fotografía: Roller

Os praceiros de Lalín renovan a súa praza.

Os praceiros de Lalín prepáranse para unhas obras que marcarán un antes e un despois nas súas instalacións. O seu é un edificio catalogado por Patrimonio, ubicado no centro da vila. Está dividido en dúas naves, e é a parte máis vella a que acolle os postos dos vendedores do mercado. Precisamente, é nesta zona onde se vai actuar.

“Agora mesmo a obra está en fase de contratación, pero vai ser un lavado de cara considerable”, explica a presidenta da asociación de praceiros, Vanessa Bidueiro. Segundo o proxecto, a intención é sacar as humidades do teito, forrar varias zonas en madeira para dar máis calidez ao interior e realizar diferentes actuacións para destacar os postos. “Agora as paredes e o chan son de cor verde. O que queremos é pintar os muros de gris, e destacar as reixas dos postos en branco. Tamén uniformizaremos a cartelería”, detalla Vanessa. Nas bancadas centrais, os móbiles de inox actuais substituiranse con alicatados en branco e madeira. Os demais postos pecharanse, e dos dous actuais pasarán a ter seis para ampliar a oferta. Tamén se actuará sobre o chan, que se levantará por completo para poñer un novo que estará pintado doutra cor.

Neste caso, o proxecto axústase ás necesidades dos vendedores da praza de Lalín. Directamente, foron eles os que se puxeron á fronte da situación. “Fixémolo nós, os praceiros, coa deseñadora e o arquitecto. Está pagado pola asociación”, afirma Vanessa. “Despois entregámolo ao concello para facer a obra, pero cobre as nosas necesidades”. Para poder financiar o seu custo, recorreron á subvención que reciben anualmente da Dirección Xeral de Comercio da Xunta de Gal-



cia. Destes fondos sae o 70% do custo do proxecto; o 30% restante procede das arcas municipais. “Botamos de menos máis colaboración do concello, que en realidade é o titular do edificio. Aquí si que nos apoiaron, pero esta reforma tiña que estar feita de antes”. Recorda Vanessa que hai uns seis anos o goberno local deu un lavado de cara ao edificio, pero que non foi máis que un parche. “Necesitamos un cambio radical, Ti entras na praza e non é nada atractiva. Parece unha caixa”, lamentase.

O proxecto que dará esta nova vida a un edificio histórico de Lalín, contempla tamén a instalación de elementos decorativos. Do teito colgarán novos focos de luz que irán intercalados con obxectos relacionados con produtos que se venden na praza de abastos.

“O que buscamos é que a xente veña máis animada ao mercado. Queremos ofrecerlles un sitio diferente e máis cálido”, comenta Vanessa. “Cando fixemos o proxecto pensamos tamén en preparar a praza para ofrecer máis variedade ao cliente. Por iso actuamos nas bancadas centrais. Agora mesmo só somos tres carnicerías, unha peixería e unha froitería. A intención é acoller novas propostas”.

O prazo para que as empresas presentaran as súas ofertas rematou a finais de outubro. Os plans iniciais apuntan a que a reforma pode estar feita antes do Nadal. Senon, haberá que agardar a pasar o Entroido. “Temos que aproveitar as épocas baixas”, explica a presidenta dos praceiros lalinenses. “Foi algo que falamos co concello. As datas teñen que fixarse dacordo con nós”.

“Ao final, estamos investindo tamén en nós”

A experiencia da praza de abastos de Sanxenxo non é moi diferente das de Conchiñas e Lalín. Tamén neste mercado, a asociación de praceiros tivo que botar man da liña de axudas que reciben da Dirección Xeral de Comercio da Xunta de Galicia para facer fronte a algunhas das actuacións que precisaban as instalacións. “Fixemos un lavado de cara exterior e interior”, explica Elena Otero, a presidenta do colectivo. “Esta praza non é un edificio histórico e na fachada tiña unhas celosías que acumu-

laban moito po. Consequimos que o concello as retirase e no seu lugar puxemos vinilos para dar luminosidade”.

Tamén actuaron na sala de vendas. Ademais de instalar luces novas para facer o produto máis visible, adecentaron o almacén dun posto que actualmente está baleiro; preparándose para dar servizo aos praceiros que si traballan a praza a diario. “O edificio non é noso, pero estas intervencións nos benefician a todos. Ao final, somos

nós os que vendemos nel”, reflexiona Elena. Non é a primeira vez que teñen que empregar a subvención que achega a Xunta para actuar no edificio. De feito, xa instalaron as portas eléctricas na praza. “Os cartos só chegaron para tres, entón o concello de Sanxenxo encargouse da que faltaba. Ademais, nós poñemos os fondos e eles achegan os operarios para facer as obras. Debería ser doutra maneira, pero ao fin e ao cabo estamos investindo tamén en nós”, lamentase.



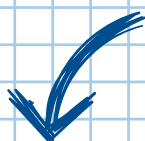
Como sucede en moitos outros municipios, os praceiros de Sanxenxo non atopan no seu concello un interlocutor interesado no mercado. “Escoitan pero non nos fan caso. Non só é cousa deste equipo de goberno, levamos anos así”, comenta Elena. “Se quixeran tamén poderían conseguir os cartos como facemos nós, buscando subvencións noutras administracións”.

O seu obxectivo fundamental é que a praza non morra. Son conscientes

de que as promesas de construír un novo edificio para acollelos hai tempo que quedaron nun caixón. Por iso están dispostos a pelexar polas actuais instalacións e polos seus postos de traballo, reivindicando o papel dos mercados na economía local. “Temos que tirar para adiante e conseguir atraer novos vendedores”, afirma a presidenta da asociación. O elevado número de praceiros estacionais, que só abren os seus postos durante o verán ou escasos días ao ano, é outro

dos importantes lastres que se atopan nesta praza. A pesares das súas reclamacións, o concello tampouco é quen de actuar. “Segundo a ordenanza, deberían perdelos. Hai algúns que incluso levan anos sen vir, polo que perden todos os dereitos. Pero sempre recorren a orde, e está claro que o goberno non quere tomar medidas impopulares”, resume Elena. “Nós o que queremos é facer cousas, que se venda, e que a xente teña ilusión por seguir adiante”.

Peixes de agosto:



Xurelo

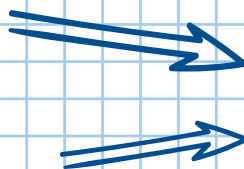
Xurelo é un dos peixes que non faltan nas lonxas galegas nesta época do ano. O que varía en función da zona na que estemos é o seu nome. Mentres que "xurelo" é o máis usado na costa sur e nas grandes rías, nas Rías Altas e no litoral lucense coñécese como "chicharro". Tamén ten diferentes nomes segundo o seu tamaño: un xurelo pequeno será "chincho" ou "xixis" dependendo de se estamos nas Rías Baixas ou na Costa da Morte.

Faneca

"Fodón", "bicallo", "basoca". Tras estes nomes agóchase un peixe que en Galicia cómese normalmente rebozado en fariña e despois frito: a faneca. Esta é, con diferenza, a nomenclatura máis estendida por toda a xeografía. O termo "fodón" utilízase con máis frecuencia para referirse a unha faneca de tamaño pequeno.

Sardiña

A sardiña é un dos peixes máis populares en Galicia. De feito, as sardiñadas compiten directamente coas churrascadas como raiñas de calquera celebración. En toda a xeografía galega existe un importante consenso sobre o seu nome. A principal diferenza atopámola se falamos dun exemplar de pequeno tamaño: será "xouba" nas Rías Baixas e "parrocha" nas Altas.



Congro

Como chamarían a un peixe alongado, cilíndrico, de boca grande e sen escamas? Ou que entenderían se lles poñen diante unha empanada rechea de "anguiacho" ou "carrillo"? Pois estes son algúns dos nomes que recibe o congro, dependendo do porto no que nos atopemos. No que si hai acordo é que, a parte de comelo en empanada, está boísimo cocinado á galega ou en caldeirada. berrumque non num essit vel moluptatem faccusa ndemquodi dem rae rentor

MEDRANDO DÍA



PRAZA DE MOAÑA

Samuel Bermúdez

22 anos

Carnicería
'La Abuela Felisa'

Praza de Moaña

Fotografía: Diz Photography Studio

“A MIÑA FAMILIA LEVA MÁIS DE 60 ANOS DE EXPERIENCIA NO SECTOR. ENTENDEMOS QUE A CALIDADE DE PRODUTO QUE SE PODE OFRECER NUNHA PRAZA DE ABASTOS NON SE ATOPA NOUTROS ESTABLECEMENTOS. TAMPOUCO O MESMO TRATO AO CLIENTE”. SAMUEL BERMÚDEZ NON DUBIDA UN SEGUNDO CANDO LLE PREGUNTAS POR QUE SE DECIDIU A MONTAR UN POSTO NO MERCADO DE MOAÑA.

Despois de seis décadas no sector, agora tócalle a el coller o testemuño da familia. Farao nunha carnicería cun nome que o enche de orgullo “La Abuela Felisa”. “Así se chama miña avoa, que é a fundadora do negocio”, explica este novo praceiro. “Ela empezou con polo e con cordeiro sobre todo. Despois comezou a traer algo de porco. Meu pai e miña nai seguiron co posto, pero agora tócame a min. Son xa a terceira xeración, e mamei a praza dende pequeno”.

Neste novo camiño, Samuel contará co apoio da súa nai, que continúa en activo traballando no posto, e co consello impagable da avoa Felisa. Ela

tamén o axudará a preparar na casa eses elaborados que lles valeron unha clientela tan fiel ao longo dos anos. “O que máis traballamos é o porco chamuscado, que vén de Silleda. Vendémolo salgado, curado... sempre preparado por nós” presume o praceiro moañés. “Temos tenreira suprema, polo campeiro, coello e tamén especializámonos en tenreira leitil. A carne despezámola dunha maneira que todas as pezas son tenras”. Consciente do que demandan os compradores, tampouco faltan no seu posto hamburguesas, albóndegas, chourizos, crioulos... “sempre elaborados en fresco por nós”, insiste.

É precisamente a calidade do produto e o poder garantir a súa orixe de primeira man o que fixo que seguira apostando polo negocio familiar. “Nunha gran área queres mercar unha chuleta e o que ofrecen son animais maiores e cebados. Iso é totalmente diferente dun porco de catro meses cun tipo de manutención ou crianza completamente diferentes”, comenta Samuel. “Non ten nada que ver a selección que fan neses sitios coa que podemos facer nós ós nosos clientes”.

Ademais do produto, este mozo moañés destaca a cercanía co comprador. Despois de 60 anos na praza de Moaña, para el moitos son como da familia. A pesares desta fidelidade, recoñece que o futuro dá un pouco de medo. Sobre todo, o reto fundamental que teñen que afrontar os mercados: atraer á xente nova a mercar nos seus postos. “Antes as mulleres estaban na casa e viñan ao mercado. Agora é moi difícil adaptarse, e iso que eu abro todos os días pola mañá e pola tarde”, explica. “Pode ser que atraías a algún mozo con poder adquisitivo que queira mercar unha boa chuleta, pero a xente que vén ten unha media de 50 ou 60 anos”.

Tamén está convencido de que o futuro das prazas de abastos pasa por conseguir a unión entre os vendedores. Por iso, nesta nova aventura decidiu formar parte da asociación de Moaña. “Ten moitas vantaxes e axúdanche moitísimo a ir cara adiante”, afirma Samuel. “Dentro do mercado ten que haber unha unión, e aí está a forza coa que conseguiremos ir cara adiante”.



Fotografía: Diz Photography Studio

PARA NOEMÍ PASCUAL, ABRIR A SÚA CARNICERÍA VIOLETA NA PRAZA DE MOAÑA FOI UNHA OPORTUNIDADE. DESPOIS DE TRABALLAR CINCO ANOS NUN SUPERMERCADO COMO CARNICEIRA, NON DUBIDOU CANDO SE LLE PRESENTOU A OPCIÓN DE INSTALARSE NO MERCADO. "A CARNICERÍA É O QUE MÁIS ME GUSTA", ASEGURA. "AQUÍ ATOPEI UNHA OPORTUNIDADE QUE NA RÚA NON TERÍA".

Hai algo máis de catro meses que esta moza de 24 anos se animou a dar o salto. Había só mes e medio que quedara sen traballo cando se decidiu a apostar pola praza. "Conseguira emprego nunha empresa, pero ao final animeime a traballar para min. Había que arriscar", comenta ilusionada. A carnicería é o que máis lle gusta; non en van, é o oficio familiar: seu avó, seu pai e seu tío son carniceiros, pero ela é a primeira praceira da familia.

Cando tivo que decidir cara onde encamiñaría o seu futuro, tiña claro que o que quería era traballar nunha carnicería. Foi entón cando se cruzou coa oportunidade na praza de Moa-

ña. "Ofrecéronme un posto que xa estaba funcionando. Na rúa un negocio deste tipo é un investimento moi alto", reflexiona, e confesa que a decisión tamén é unha aposta persoal polo futuro dos mercados. "Gustaríame que a xente nova tivera o costume de comprar na praza. Agora só pensamos nas grandes áreas".

Tenreira galega, porco galego, polos campeiros ou coello da casa e de caza conviven na súa carnicería. "Agora no inverno tamén metimos produtos salgados, como chourizos, chourizos ceboleiros, botelos, cacheiras, pancetas...", enumera. Tamén todo tipo de elaborados: zorza, polo ó allo, hamburguesas, filetes rusos... "Estou intentando que a xente os probe, porque son algo rico, sinxelo de facer e rápido. Sobre todo para a xente que non ten tanto tempo para cociñar".

Con este tipo de produtos agarda conquistar e atraer un público máis novo que a media que merca nas prazas. Aínda que tamén cre na necesidade de que exista relevo xeracional nos postos dos mercados. "Hai que animar os mozos a ir á praza, e pode

que ter xente máis nova detrás do mostrador axude a atraelos", comenta Noemí. "Está claro que se a xente nova non colle os postos, as prazas acabarán... e hai que seguir intentándoo".

Do modelo de venda dos mercados, gústalle especialmente a relación cos clientes. Comparando coa súa experiencia nunha gran área comercial, ve este contacto máis cercano. Ademais, está convencida da importancia de manter os negocios pequenos, "os de toda a vida".

No seu caso, montar Carnicería Violeta foi unido a facerse membro da asociación de praceiros de Moaña. Ademais da unión, valora a facilidade de acceso á información que ten grazas a formar parte deste colectivo. "Hai moitas cousas interesantes que se organizan dende a asociación. Deste xeito, estou implicada en todas elas", asegura Noemí.



Pamela Fervenza

38 anos

Peixes Rincha

Praza de Moaña



Fotografía: Diz Photography Studio

PAMELA FERVENZA PÚXOSE Á FRONTE DO NEGOCIO DA SÚA SOGRA. PEIXES RINCHA, NA PRAZA DE MOAÑA, ESTÁ AGORA AO SEU CARGO. PERO ESTA NON É A PRIMEIRA VEZ QUE PAMELA TRABALLA NO MERCADO. “XA ESTIVERA ANTES COA MIÑA IRMÁ, COMPARTINDO UN POSTO DURANTE CATRO ANOS. PERO QUEDÓUSENOS PEQUENO E DEIXEINO”, EXPLICA. “DESPOIS TRABALLEI NAS PEIXERÍAS DE VARIOS SUPERMERCADOS, PERO CANDO MIÑA SOGRA DECIDIU XUBILARSE, APOSTEI POR SEGUIR EU”.

Esta praceira tamén optou polo posto na praza de abastos como alternativa a traballar por conta allea. Leva á fronte de Peixes Rincha dende o mes de abril. Neste tempo consolidouse o relevo xeracional, pero a filosofía é a mesma: apostar pola frescura no produto de primeira calidade. “Eu manteño as especialidades da miña sogra, que eran o rape, a merluza, o rodaballo. Todo súper fresco e escollido”, asegura Pamela. “Son a típica que ás veces traio por peza. Normalmente non merco caixas de 20 quilos subastados. Prefiro un

peixe da zona, máis selecto e mellor”. Precisamente, para esta praceira coñecedora do mundo dos supermercados, a calidade é a diferenza máis importante que atopa entre as grandes áreas e os mercados. Algo que deben intentar garantir a toda costa “Non hai comparación. Eu merco a diario e vexo a frescura, que é superior. Traio cousas que son da ría, que veñen do barco á lonxa e despois xa para o posto”, explica. “Pola miña experiencia, no supermercado vén case todo de exportación”. Conta que moitas veces os clientes preguntan e comparan prezos. “Entón eu lles explico que non é o mesmo vinte caixas de merluza que veñen de Vietnam que a merluza que traemos ás prazas”.

Ademais deste labor pedagóxico coa clientela, Pamela cre que outra cuestión na que deben traballar os mercados é na súa publicidade. Tamén lamenta que a axuda sexa tan escasa. “Aquí necesitaríamos melloras como aire acondicionado no verán, moi necesario polos cheiros”, asegura. Ao igual que os seus compañeiros, ve na falta de clientela de menor idade un

dos principais problemas para garantir a viabilidade dos seus postos cara o futuro. “Aquí a praza está mantida polos compradores de sempre. Xente que ten 60 ou 70 anos. A mocidade non ten cultura de praza”.

Neste escenario, confía en que o relevo xeracional detrás dos mostradores axude. “A mentalidade vai cambiando. Colocamos os postos máis bonitos e preocupámonos por outras cuestións”, comenta Pamela. De feito, os uniformes ou as bolsas coa imaxe de marca foron algunhas das cuestións que a animaron a formar parte da asociación de praceiros de Moaña. Tamén o seu traballo para conseguir melloras nas instalacións, como o cambio dos baños ou as portas. “Así ademais, a xente maior que segue vendendo tamén se conciencia da necesidade de cambios”, asegura. “Aínda queda moito por facer, pero o importante é ir avanzando”.

HISTORIA DOS MERCADOS

HISTÓRICO



Fuente: Para Vigo me voy.

As prazas de abastos son herdeiras dos primeiros mercados. Estes facíanse ó aire libre, nas prazas dos pobos e co permiso do Rei.

As prazas de abastos son herdeiras directas dos primeiros mercados ambulantes. Nas súas orixes celebrábanse ó aire libre, escollendo como escenario a praza principal da vila. Normalmente eran espazos de moito tránsito, os núcleos centrais dos pobos, o que beneficiaba os vendedores que se instalaban cos seus produtos.

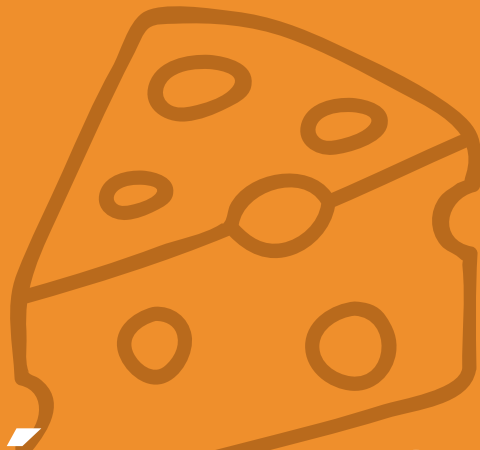
A celebración dos mercados comezou sendo un privilexio que outorgaban os reis. Ademais, tiñan como obxectivo concentrar localmente as actividades comerciais, ofrecendo unha oportunidade para a economía dos labregos. De feito, os primeiros “praceiros” eran campesinos ou vendedores ambulantes dos pobos dos arredores, que facían viaxes incluso de días para vender o que eles mesmos producían. Nos inicios, estas transaccións comerciais realizábanse a traves do troco. Unha práctica que cambiou coa aparición dos cartos.

Deste xeito, os mercados foron converténdose en lugares de intercambio e sociabilidade entre os veciños. Nesta relación, non só se intercambiaban produtos (principalmente verduras e peixe), senon tamén costumes e tradicións.

Cos anos e a medida que a práctica do comercio arraigaba en espazos concretos, xurdiu a necesidade de dotar estes mercados ao aire libre de instalacións que permitiran aos vendedores desenvolver con máis comodidade (e seguridade) a súa actividade. Xurdiron así as primeiras prazas de abastos. O seu propio nome non deixa lugar a dúbida de cal foi sempre a súa función: “abasto” significa subministro ou despensa de víveres.

Na actualidade, considérase que Reales Carnicerías, en Medina del Campo (provincia de Valladolid) é o mercado máis antigo de España. O edificio consérvase no seu estado orixinal, e está considerado Ben de Interese Cultural. Cumpre as funcións de mercado dende o século XVI.

Pero isto non é o máis frecuente. Se percorremos os arquivos históricos, algúns dos mercados e prazas de abastos máis coñecidos na actualidade ocupan edificios construídos na súa maioría a finais do século XIX. É o caso da Boquería, en Barcelona, do Mercado de La Paz, en Madrid, do Mercado de La Esperanza, en Santander, ou incluso da Praza de Abastos de Santiago de Compostela. Este último é, a día de hoxe, o segundo lugar da cidade máis visitado. Competir coa Catedral, non é tarefa sinxela.



“Por sorte
temos
moitísimo
turista”

¿Qué mercan os turistas nas nosas prazas?

Coñecemos o que máis
lles chama a atención.

Ninguén pode cuestionar o papel de Sanxenxo como un dos destinos turísticos preferidos polos visitantes españois. Chegan ao concello atraídos polo sol, pola praia, polas súas paisaxes... e, como non, pola gastronomía. E neste campo, as nosas prazas de abastos teñen moito que dicir. Ademais de ofrecer os produtos de calidade que tanto gustan ao turista, o seu ambiente convértese nun foco de atracción. A xente non só compra; tamén pasea entre os postos e fala cos praceiros, deixándose sorprenden polo produto que expoñen e aconsellar polas voces da experiencia que os atenden detrás dos mostradores. Un exemplo de todo isto atopámolo na praza de abastos de Portonovo. “Por sorte temos moitísimo turista”, asegura Loli Alarcón, tesoureira da asociación que agrupa os vendedores deste mercado. “Á xente que está aquí de visita gústalles vir aínda que non vaian mercar. Moitas veces non poden porque están aloxados en hoteis, pero antes de marchar para as súas casas veñen e facémolles paquetes para levar ou para enviar”. A praza de abastos tense convertido nun punto máis na ruta dos paseos dos turistas, como unha ponte para coñecer a gastronomía e, polo tanto, a cultura dos galegos.



“GRAZAS Ó TURISMO, VENDEMOS A TODA ESPAÑA DURANTE TODO O ANO”

Segundo Loli, durante o verán a praza de abastos de Portonovo multiplica por 100 a súa clientela. O mellor de todo é que moitas veces esta situación permítelles facer clientes para todo o ano. “O boca a boca funciónanos moito e moi ben”, asegura. “Moitos facemos envíos para toda España durante todas as semanas do ano”.

Ao final, o contacto directo co cliente é a mellor publicidade. “Non é algo estrano. Imaxina que pola praza pasa unha señora de Madrid que queda prendada da frescura e da calidade dos produtos dos postos”, explica Loli. “Entón ela fala co seu primo e dille que quedou moi contenta co que atopou en Portonovo. El tamén quere comprobar por si mesmo como é ese produto que tanto gustou”. Así é como esta praceira rematou creando un grupo de Whatsapp con clientes de diferentes puntos da Península. Ela infórmaos semanalmente dos prezos e tamén xestiona os pedidos que poidan xurdir. O envío faise o xoves, e o venres antes das dúas da tarde xa está co seu destinatario.

Ela non é a única que ten que recorrer a estes medios para adaptarse á demanda, e aproveitar o tirón que nace da época do verán. “O que non podemos é traballar só uns meses para todo o ano”, explica a tesoureira da asociación. “Así que temos que adaptarnos”.



» Peixe, marisco, hortalizas, carne... o que máis valora o turista é que o produto sexa completamente fresco. Tamén que haxa variedade nos diferentes postos.

» Os prezos tamén lles resultan moi atractivos. Na maioría dos casos recoñecen que na zona onde viven é imposible atopar a calidade que hai nas prazas galegas polos prezos que teñen os produtos aquí.

» O turista déixase aconsellar máis, xerando un intercambio de coñecementos. Por exemplo, sorprende moito que as ameixas galegas non teñan que pasar un tempo en auga antes de cociñalas.

» O que está claro é que o seu carrizo da compra é ben variado. Recorren á praza tanto para facer un prato sinxelo como para gozar dalgúns dos produtos máis caros. Sempre ao gusto do consumidor.



**Froita e camiño
diario e chegarás
ao centenario.**

A proposta do refraneiro popular non semella un mal plan, non si? Máis aínda se temos en conta a cantidade de froitas entre as que podemos escoller nesta época do ano. Algunhas de corte máis exótico, como o mango, o melón ou a sandía, e outras máis clásicas como a pera. Unha froita que ten potasio e é perfecta para regular a tensión e axudar a reducir a posibilidade de padecer enfermidades cardiovasculares. Ademais de estar boísima.

