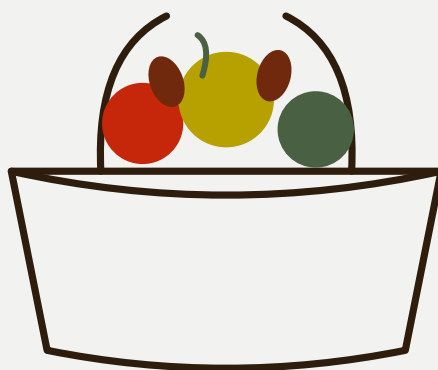


DIAGNOSE E ESTUDO DE MERCADO DA **PRAZA DE ABASTOS DE MOAÑA**

Análise da situación actual, necesidades do sector e propostas de mellora para a posta en valor do mercado municipal.

Lugar **Moaña · Pontevedra · Galicia**

Data **Xullo 2026**





CONCELLO DE
MOAÑA



**XUNTA
DE GALICIA**

CONSELLERÍA DE
EMPREGO, COMERCIO
E EMIGRACIÓN

O presente documento, diagnose de estudo de mercado da praza de abastos do Concello de Moaña, está financiada pola Consellería de Emprego, Comercio e Emigración da Xunta de Galicia a través da *Orde do 5 de xaneiro de 2026 pola que se establecen as bases reguladoras para a concesión, en réxime de concorrencia non competitiva, de subvencións para o impulso dunha Rede de mercados excelentes de Galicia e a dinamización e revitalización das prazas de abastos, e se procede á súa convocatoria para o ano 2026 (código de procedemento IN223A)*, publicada no Diario Oficial de Galicia (DOG) núm. 17 do martes 27 de xaneiro de 2026.

As prazas e mercados de abastos constitúen un equipamento público de relevancia social, económica e cultural, que tradicionalmente actúa como nexo entre a produción local e o consumo de proximidade.

Na actualidade, estes espazos enfróntanse a importantes transformacións derivadas dos novos hábitos de consumo, da evolución dos modelos comerciais e da crecente competencia do mercado. Neste contexto, a administración pública asume o desafío de garantir a súa sustentabilidade, promovendo unha modernización que combine a preservación da súa esencia tradicional cunha oferta adaptada ás novas demandas sociais, económicas e ambientais.

*A diagnose da praza de abastos de **Moaña** ten como obxectivo obter unha visión precisa da súa situación actual e establecer as bases para o deseño dun modelo de xestión e desenvolvemento sostible, innovador e competitivo. Trátase dun paso esencial para avanzar cara a un modelo de excelencia, orientado á obtención do **selo de mercado excelente**, que sirva como referente de calidade, innovación e compromiso coa cidadanía.*

Táboa de contidos

Introdución.....	4
Análise xeral de Moaña.....	8
1. Localización.....	8
2. Poboación.....	12
3. Principais datos socioeconómicos.....	17
4. Turismo e Patrimonio.....	23
5. A Praza de Abastos.....	27
5.1. Estado das Instalacións.....	38
5.2. Aspectos comerciais e hixiénico-sanitarios.....	44
5.3. Recomendacións xerais.....	49
Capítulo I. Normativa e Administración.....	54
1. Normativa.....	54
1.1. Ordenanza non fiscal.....	54
1.2. Normativa estatal e autonómica de aplicación.....	56
2. Xestión da praza de abastos.....	58
2.1. A figura do xerente da praza ou mercado de abastos.....	59
Capítulo II. Situación e estado xeral.....	62
1. Diagnose sobre a situación actual da praza de abastos.....	64
1.1. Obxectivos e propostas de actuación.....	66
1.2. Ideas adicionais para complementar o proxecto.....	67
1.3. Número de postos e grao de diversificación.....	70
1.4. Fichas.....	76
1.5. Planos e Distribución.....	96
2. Produtos: número, orixe e trazabilidade.....	100
3. Instalacións: Imaxe, Salubridade e Xestión de Residuos.....	103
4. Tecnoloxía.....	106
5. Cambio climático, pegada de carbono e auditoría enerxética.....	109
Capítulo III. Clientes.....	116
1. Enquisas.....	116
1.1. As enquisas como ferramenta clave no estudo de mercado.....	116
1.2. Importancia das enquisas nos estudos de mercado.....	118
1.3. Estudo da área de influencia.....	122
1.3.1. Análise das enquisas realizadas dentro da praza de abastos a clientes.....	122
1.3.2. Análise das enquisas fóra da praza de abastos a NON clientes.....	128
2. O motor da praza de abastos.....	133
Capítulo IV. Estado e viabilidade.....	135
1. Análise DAFO. Praza de Abastos de Moaña.....	135
2. Análise de referencia (Benchmarking).....	136
3. Necesidades dos praceiros.....	142
Capítulo V. Actuacións.....	145
1. Actuacións propostas para a mellora integral do mercado.....	145
Capítulo VI. Indicadores seguimento e avaliación.....	150
Capítulo VII. Cadro de financiación.....	153
1. Convocatorias da Deputación Provincial de Pontevedra.....	153
2. Convocatorias autonómicas da Xunta de Galicia.....	154
3. Convocatorias estatais.....	159
4. Outras axudas e subvencións aplicables indirectamente.....	160
5. Bonos.....	162
5.1. Bono Peixe, Xunta de Galicia.....	162
5.2. Bono Activa Comercio, Xunta de Galicia.....	173
Capítulo VIII. Autoavaliación.....	175
Anexo I. Plan de acción.....	184
Anexo II. Guía de boas prácticas.....	193
Anexo III. Proposta-exemplo PCAP.....	226
Anexo IV. Proposta-borrador de bases e convocatoria municipal.....	249
Anexo V. Plan de xestión de residuos.....	260
Abreviacións.....	267
Propostas de deseño.....	271

Introducción

Introdución

A diagnose de situación e usos do mercado de Moaña inscríbese na estratexia da Xunta de Galicia orientada a apoiar aos concellos na mellora integral dos seus mercados municipais, co propósito último de avanzar cara á obtención do selo de calidade **Mercado Excelente**. Este distintivo representa un compromiso coa modernización, a sustentabilidade e a adecuación destes espazos ás novas realidades sociais, económicas e comerciais.

A Orde do 4 de xaneiro de 2017 viu a establecer o marco normativo para a obtención do selo no contexto do **Plan de Mercados Excelentes 2016–2020**, iniciativa que promoveu os estándares de calidade, eficiencia funcional e innovación na xestión dos mercados municipais de Galicia. Na actualidade, só cinco mercados galegos —Pontedeume, Tomiño, Vilagarcía de Arousa, Carballo e Ribeira— contan con este recoñecemento, que busca reforzar a competitividade dos mercados tradicionais, impulsar o produto local e a economía de proximidade, e proxectar estes espazos como referentes de interese turístico, comercial e social.

Recentemente a Xunta de Galicia publicou a *Orde do 12 de decembro de 2025 pola que se regula o procedemento para a obtención e renovación do selo de Mercado Excelente na Comunidade Autónoma de Galicia*, renovando o sistema de avaliación dos mercados coa finalidade de establecer uns criterios máis flexibles e sinxelos que permitan a mellora progresiva da calidade seguindo a ruta do **Plan estratéxico do comercio de Galicia 2025-2030**.

Co obxectivo de facilitar a transformación dos mercados municipais a Xunta de Galicia puxo en marcha novas liñas de apoio que inclúen a elaboración de **diagnoses** técnicas como instrumento clave para definir estratexias de mellora e orientar os investimentos públicos.

A diagnose configúrase como unha ferramenta estratéxica para avaliar o estado actual da praza de abastos, detectar necesidades e formular propostas concretas orientadas á súa modernización e á obtención do Selo de Excelencia.

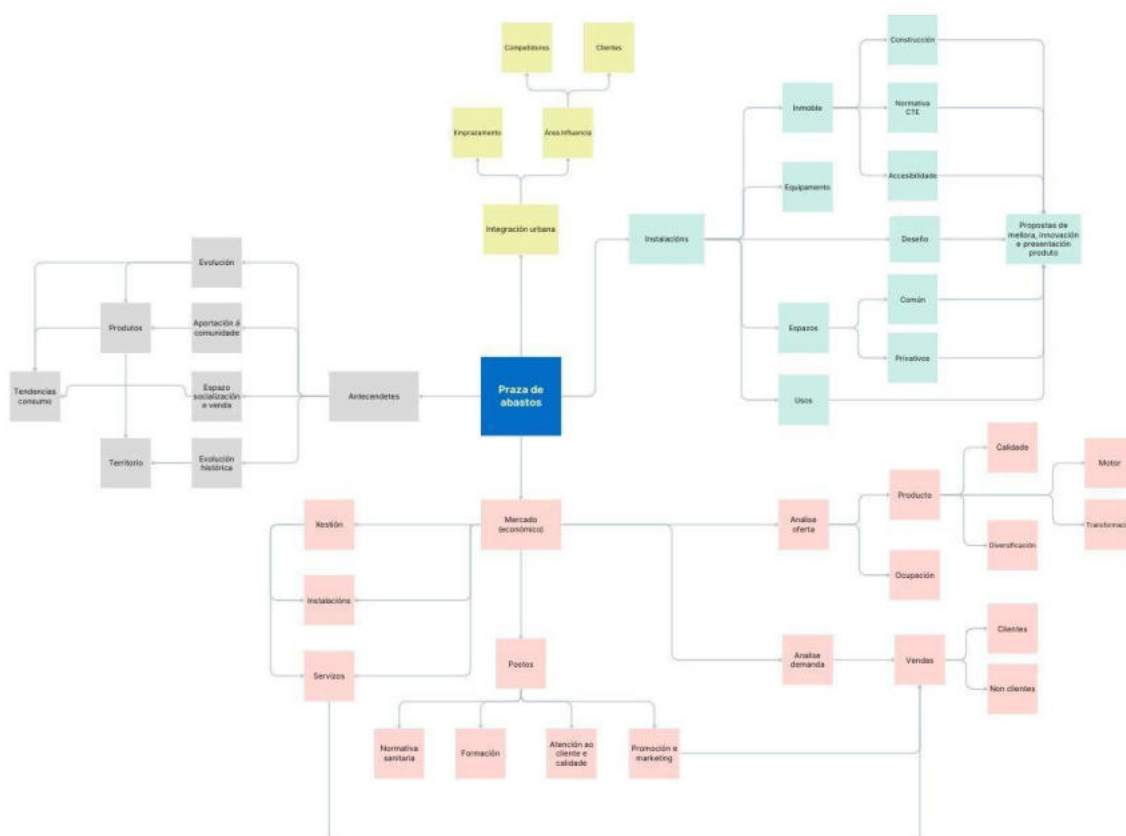
As prazas e mercados de abastos forman parte esencial do **patrimonio social e económico das vilas galegas**. Ao longo da súa historia desempeñaron unha función central como espazos de abastecemento, dinamización económica e cohesión social, conectando directamente á cidadanía co sector primario e co produto local. Este papel continúa vixente, mais require unha constante adaptación aos novos hábitos de consumo e aos retos dun contexto comercial globalizado.

Na actualidade, os mercados tradicionais afrontan hoxe desafíos estruturais derivados da competencia de novos formatos comerciais e da transformación dos patróns de compra. Non obstante, a crecente valorización do produto de proximidade e da alimentación saudable, así como as experiencias de compra personalizadas abre **novas oportunidades de revitalización**. Neste contexto, cómpre modernizar as canles de

comercialización coa finalidade de mellorar o atractivo físico e funcional dos espazos e reforzar os vínculos de confianza e fidelización coa clientela, acompañando estas accións cunha maior profesionalización e promoción da imaxe do mercado.

O **Concello de Moaña** exerce un papel activo como axente impulsor deste proceso de transformación, colaborando co sector comercial da praza de abastos para fortalecer a identidade local, garantir a calidade do servizo e consolidar o mercado como **espazo de excelencia comercial**. A cooperación público-privada, xunto cunha planificación estratéxica sostida no tempo, constitúe a base para acadar unha praza de abastos moderna, inclusiva e sostible, sen renunciar á súa esencia tradicional.

O seguinte **mapa conceptual** elaborado nesta diagnose constitúe unha ferramenta de síntese que permite comprender a complexidade dos factores que interveñen no funcionamento e na proxección da praza de abastos de **Moaña**, enmarcada nas directrices do **Plan de Mercados Excelentes da Xunta de Galicia** e **Plan estratéxico do comercio de Galicia 2025-2030**



O esquema presenta un **enfoque integral e transversal**, que combina a análise histórica, social, urbana, funcional e económica do mercado. A lectura dos distintos ámbitos permite identificar tanto os elementos estruturais que definen a praza como as súas potencialidades de mellora e modernización.

No **plano histórico e social** examínase a evolución do mercado e o seu papel como espazo de encontro, abastecemento e cohesión comunitaria, valorando a súa adaptación ás novas dinámicas de consumo e ao contexto comercial actual.

O **bloque de integración urbana** aborda o emprazamento, a área de influencia, a competencia e a tipoloxía da clientela, aspectos fundamentais para avaliar a súa capacidade de atracción e definir estratexias de posicionamento.

En relación coas **instalacións e o equipamento**, analízanse cuestións de accesibilidade, deseño, distribución, normativa técnica e presentación do produto, incorporando propostas de innovación orientadas á mellora da experiencia de compra e da funcionalidade do espazo.

O **ámbito económico e de xestión** inclúe a avaliación da actividade comercial, da formación, da calidade do servizo, da promoción e do márketing, poñendo de manifesto a interdependencia entre a xestión eficiente, a satisfacción da clientela e a sustentabilidade do mercado.

Finalmente, o estudo da **oferta e da demanda** permite identificar fortalezas e debilidades en termos de competitividade, ocupación e diversificación, destacando a importancia da calidade e da innovación como motores de revitalización e fidelización da clientela.

En conxunto, o mapa conceptual ofrece unha visión integrada e estratéxica que serve de base para orientar a toma de decisións, promover a modernización da praza de abastos e consolidar un modelo de mercado sostible, competitivo e conectado coa comunidade, en coherencia cos principios do **selo Mercado Excelente**.

Análise xeral

Análise xeral de Moaña

1. Localización

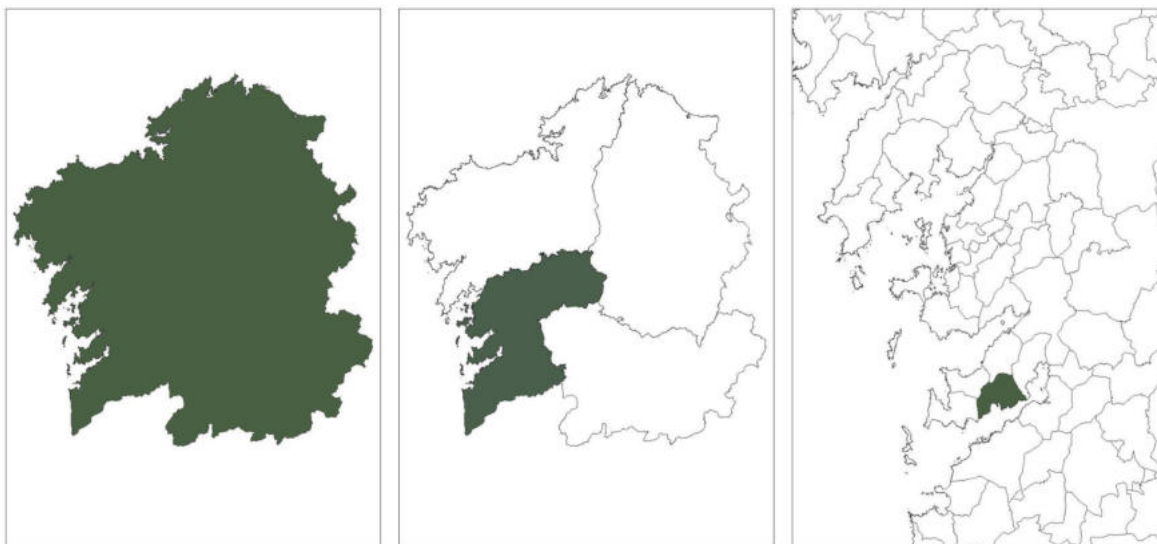


Figura 1: Localización do Concello de Moaña en relación coa provincia de Pontevedra e Galicia.

Moaña, localízase na comarca do Morrazo, na provincia de Pontevedra, é un concello costeiro que ocupa unha superficie aproximada de 35 km² e conta cunha poboación próxima aos 19.000 habitantes. A comarca do Morrazo está integrada polos concellos de Moaña, Cangas e Bueu, conformando un ámbito territorial cunha poboación conxunta superior aos 50.000 habitantes. Trátase dunha área cunha marcada identidade mariñeira, caracterizada pola súa estreita vinculación coa ría de Vigo, a actividade pesqueira e marisqueira, así como por unha importante riqueza paisaxística, ambiental e cultural.

A **economía** do municipio mantén unha forte relación co sector do mar, constituíndo a pesca, o marisqueo e as actividades vinculadas á explotación dos recursos mariños un dos principais motores económicos do municipio. O porto de Moaña e os distintos puntos de actividade pesqueira e marisqueira distribuídos polo litoral desempeñan un papel fundamental na xeración de emprego e riqueza, tanto de forma directa como a través de actividades complementarias relacionadas coa comercialización, transformación, loxística e servizos asociados.

Xunto á actividade marítima, o concello presenta un **tecido económico diversificado** no que destaca o sector servizos, impulsado polo comercio local, a hostalaría e as actividades vinculadas ao turismo. A proximidade á área metropolitana de Vigo e as boas comunicacións marítimas e terrestres favorecen ademais a mobilidade da poboación e a integración de Moaña nun espazo económico de gran dinamismo. Esta circunstancia contribúe a reforzar o papel do municipio como centro de servizos para a súa contorna e como destino residencial e turístico cada vez máis atractivo.

A **contorna natural** constitúe un dos principais activos estratéxicos de Moaña. O municipio dispón dun amplo litoral que combina praias, enseadas e espazos naturais de gran valor ambiental. Entre os seus recursos máis destacados atópanse praias como A Xunqueira, O Con, Borna ou Videira, así como numerosas rutas e miradoiros que permiten contemplar a ría de Vigo e o conxunto da paisaxe costeira do Morrazo. Estes elementos reforzan o atractivo turístico do municipio e contribúen á súa proxección como destino vinculado á natureza, ao mar e á calidade de vida.

Desde o punto de vista **cultural e patrimonial**, Moaña conserva unha importante herdanza histórica ligada tanto ao seu pasado mariñeiro como á súa riqueza etnográfica e relixiosa. O municipio conta con elementos patrimoniais de interese, entre os que destacan igrexas, cruceiros, pazos, petróglifos e outros vestixios arqueolóxicos que testemuñan a ocupación do territorio desde épocas moi antigas. Ademais, o calendario festivo local inclúe celebracións de grande arraigamento popular, que contribúen a fortalecer a identidade colectiva e o sentimento de pertenza da veciñanza.

Neste contexto **socioeconómico e territorial**, a **praza de abastos de Moaña** constitúe un equipamento estratéxico para o municipio. Ademais de desempeñar unha función esencial na comercialización de produtos frescos de proximidade, especialmente peixe, marisco, carne, froita e horta, representa un espazo de encontro social e de dinamización comercial para o centro urbano. A súa análise, desde unha perspectiva de diagnose e estudo de mercado, resulta fundamental para identificar oportunidades de mellora, adaptación aos novos hábitos de consumo e reforzo do seu papel como infraestrutura clave para a economía local e para a promoción dos produtos de proximidade.

En síntese, o **Concello de Moaña**:

- Localízase na comarca do Morrazo, na provincia de Pontevedra, na marxe norte da ría de Vigo.
- A súa situación costeira confírelle unha identidade profundamente ligada ao mar, tanto desde o punto de vista económico como cultural. Destaca pola súa actividade pesqueira, marisqueira e polos servizos asociados aos recursos mariños, así como pola relevancia crecente do sector servizos.
- O municipio combina a actividade extractiva e comercial vinculada ao mar cun importante desenvolvemento do comercio, a hostalaría e o turismo, beneficiándose ademais da súa proximidade á área metropolitana de Vigo.
- A súa vinculación co produto local, a gastronomía, a tradición mariñeira e o tecido comercial de proximidade constitúen unha base sólida sobre a que impulsar a modernización, competitividade e excelencia da súa praza de abastos.



REAL ACADEMIA GALEGA

*Figura 2: Porto e núcleo urbano de Moaña. Arquivo dixital de Galicia, referencia:
ES.GA.15030.ARAG/5.2.4.//FS.Caixa 64-20*

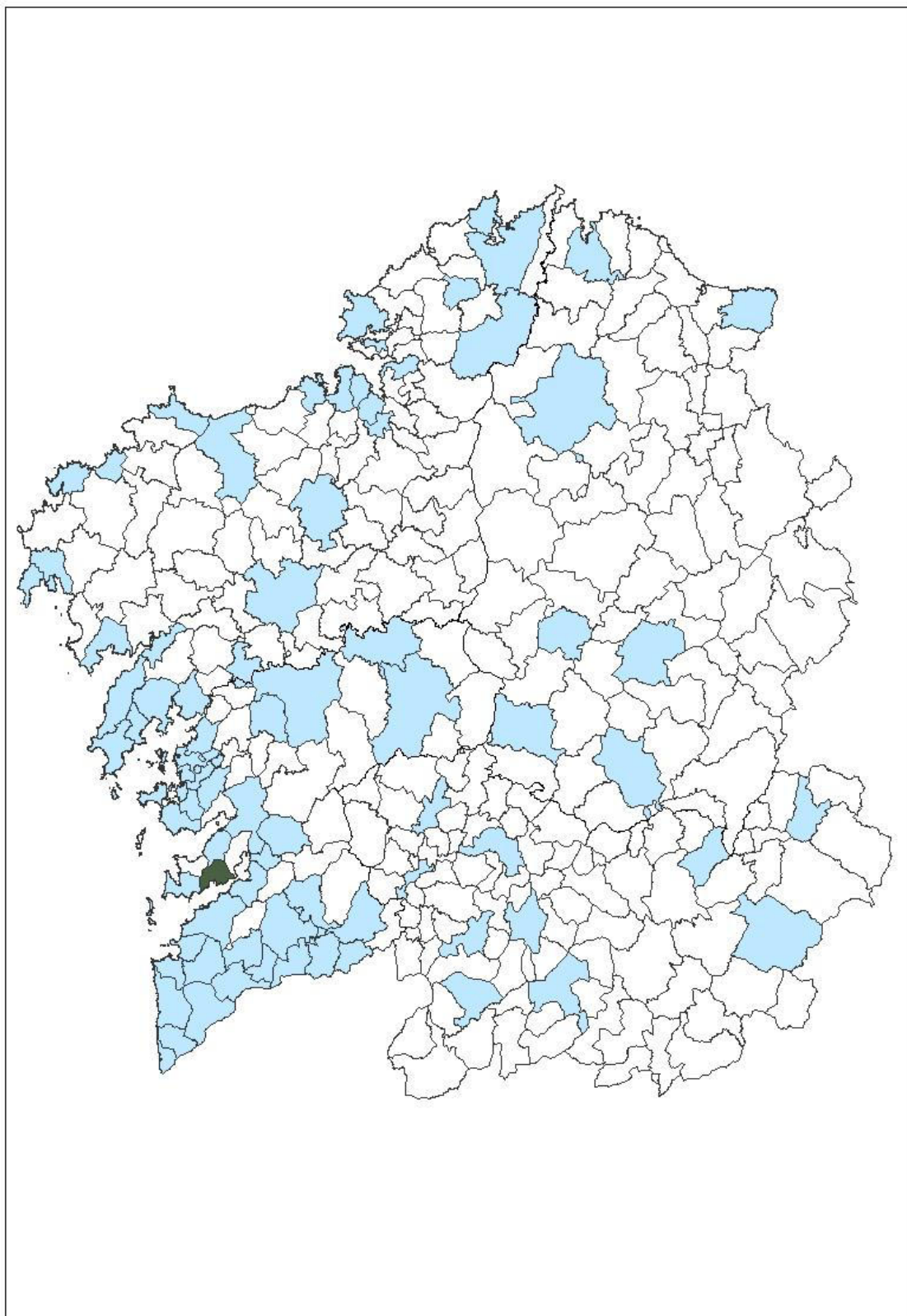


Figura 3: Concellos galegos que contan con praza ou mercado de abastos nas provincias de A Coruña, Pontevedra, Lugo e Ourense.

2. Poboación

A análise da evolución da poboación do Concello de Moaña no período 2010–2025 amosa unha tendencia demográfica estable, con pequenas variacións ao longo da serie histórica e un comportamento moderadamente positivo nos últimos exercicios.

No ano 2010, Moaña contaba cunha poboación de 19.231 habitantes; ao longo da década seguinte obsérvase unha evolución relativamente sostida, acadando os 19.496 habitantes no ano 2022, valor máximo do período analizado. A partir dese momento rexístrase un lixeiro descenso, estabilizándose posteriormente en torno aos 19.300 habitantes. No ano 2025, a poboación municipal sitúase en **19.320 habitantes** (INE, 2025).

En termos xerais, a poboación de Moaña mantense estable, pero está a envellecerse e os hábitos de compra do resto de segmentos da poboación están en contínuo cambio. Isto afecta directamente ao mercado de tres formas:

- A clientela habitual (maioritariamente adulta e maior) ten hábitos consolidados de compra en fresco, o que é un punto a favor da praza. Pero a poboación máis nova compra cada vez máis en supermercados ou por internet, polo que o mercado ten que facer un esforzo por atraer eses novos públicos.
- A demanda de produto fresco e local segue sendo alta, especialmente entre a poboación residente, o que representa unha oportunidade clara para o mercado.
- No contexto de forte competencia a praza ten que reforzar o seu atractivo e diferenciarse polo que realmente a fai única: o produto fresco, o trato persoal e a identidade mariñeira de Moaña.

2025	2024	2023	2022	2021	2020	2019	2018	2017	2016	2015	2014	2013	2012	2011	2010
19.320	19.315	19.315	19.474	19.496	19.452	19.399	19.448	19.439	19.458	19.492	19.365	19.309	19.291	19.336	19.231



Figura 4: Evolución da poboación no Concello de Moaña. Fonte: INE, Padrón Municipal de Habitantes.

No ano 2025, o Concello de Moaña conta cunha poboación total de **19.320 habitantes**, dos cales **9.396 son homes** e **9.924 son mulleres**. As mulleres representan aproximadamente o **51,4%** da poboación total, fronte ao **48,6%** correspondente aos homes.

Esta distribución presenta interese desde o punto de vista comercial, dado que tradicionalmente os mercados municipais contan cunha elevada presenza de clientela feminina, especialmente nos segmentos de compra alimentaria de proximidade. Neste contexto, a praza de abastos de Moaña debe continuar avanzando en estratexias orientadas á fidelización da clientela habitual, incorporando ao mesmo tempo accións destinadas á captación de novos perfís consumidores e segmentos de poboación máis novos.

Total	Homes	Mulleres
19.320	9.396	9.924
100%	48,6%	51,4%



Figura 5: Gráfico de poboación segundo o sexo no Concello de Moaña

No contexto da comarca do **Morrazo**, integrada polos concellos de Cangas, Marín, Moaña e Bueu, o Concello de Moaña sitúase como o **terceiro municipio en volume de poboación**, por detrás de Cangas e Marín, e claramente por riba de Bueu. Con **19.320 habitantes**, Moaña consolídase como un **núcleo residencial, comercial e de servizos de relevancia** dentro da contorna territorial do Morrazo.

Ademais, a súa **localización estratéxica na marxe norte da ría de Vigo**, xunto coa súa boa conectividade cos concellos veciños e coa área metropolitana viguesa, confírelle un **potencial de influencia supramunicipal** que pode favorecer a captación de clientela procedente da contorna inmediata.

Concello	Nº habitantes
Cangas	26.711
Marín	23.991
Moaña	19.320
Bueu	11.836

Táboa: Concellos da comarca do Morrazo. Fonte: INE, 2025.

1. Estrutura da poboación

A estrutura demográfica do Concello de Moaña reflicte un perfil poboacional maduro, con predominio da poboación en idade activa avanzada e un peso significativo da poboación maior de 65 anos, o que condicionará tanto a demanda actual como as estratexias de captación de novos públicos para a praza de abastos.

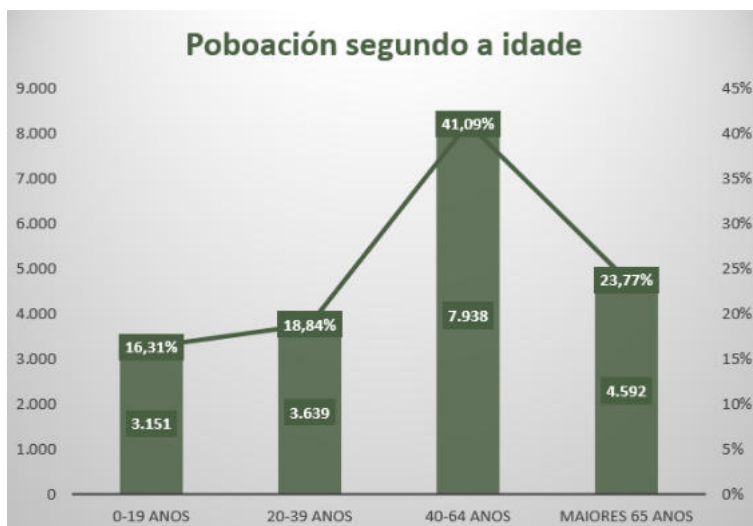


Figura 6 : Distribución da poboación por grupos de idade no Concello de Moaña. Fonte: INE, 2025.

Destaca o elevado peso do tramo de 40 a 64 anos (41,09%), que constitúe o segmento máis numeroso e o principal perfil de clientela da praza. Sumado ao grupo de maiores de 65 anos (23,77%), a poboación de máis de 40 anos representa case o **65% do total**, o que confirma un perfil de demanda claramente orientado ao produto fresco, de calidade e de proximidade.

2. Análise de perfís de clientes e implicacións para a praza de abastos de Moaña

A análise demográfica permite identificar catro perfís diferenciados de clientela, con implicacións directas para a xestión, a oferta e as estratexias de dinamización da praza:

Grupo de idade	Nº habitantes	Perfil / hábitos de compra na praza de abastos	Clasificación
0-19 anos	3.151	Non son clientes directos. A compra é realizada polos proxenitores. Potencial de traballo en hábitos de compra saudables nas familias.	● Non clientes
20-39 anos	3.639	Cientes ocasionais. Prioridade en conveniencia e prezo. Interese por produtos locais e saudables, pero prefiren canles modernas. Retos en captación.	● Potencial de captación
40-64 anos	7.938	Cientes obxectivo. Segmento que combina tempo, interese pola calidade e fidelidade ao comercio tradicional. Clave para sostemento da praza.	● Clientes obxectivo
65 anos ou máis	4.592	Cientes actuais. Público máis fiel e frecuente. Valoración alta do trato personalizado e produto fresco. Precisan servizos que faciliten a compra (mobilidade, horarios, proximidade).	● Clientes actuais

Diagnóstico e implicacións

- Os segmentos de 40 a 64 anos e maiores de 65 anos constitúen o principal núcleo de clientela da praza, cunha alta fidelización ao comercio tradicional e ao produto fresco e local.
- O segmento de 20 a 39 anos presenta un importante potencial de captación, requirindo adaptación da oferta, maior presenza dixital e accións promocionais específicas.
- As persoas menores de 20 anos, aínda que non realizan compras directas, inflúen nos hábitos de consumo familiares, polo que resulta recomendable impulsar accións educativas e de sensibilización sobre alimentación saudable e comercio local.

Conclusión

A praza de abastos de Moaña conta cunha **base de clientela consolidada e fidelizada co comercio de proximidade**, o que constitúe unha oportunidade para reforzar o seu papel como equipamento comercial de referencia.

O principal reto estratéxico reside en combinar a fidelización da clientela habitual coa captación de públicos máis novos, mediante accións de modernización, comunicación dixital e valorización do **produto fresco, local e de calidade**, garantindo así a sustentabilidade e competitividade futura do mercado municipal.

3. Principais datos socioeconómicos

1. Estrutura da afiliación á Seguridade Social

O cadro de afiliacións á Seguridade Social no Concello de Moaña, con datos correspondentes a abril de 2026, rexistra un total estimado de **5.116 ou máis persoas afiliadas**, distribuídas da seguinte forma

Réxime da Seguridade Social	Nº de persoas afiliadas	% sobre o total estimado
Réxime Xeral	3.395	66,36 %
Sistema Especial Agrario	<5	—
Sistema Especial do Fogar	54	1,06 %
Réxime Especial do Mar	371	7,25 %
Réxime Especial de Traballadores Autónomos	1.295	25,31 %
Réxime Especial do Carbón	0	0,00 %
TOTAL estimado	≥5.116	100,00 %

Fonte: Tesouraría Xeral da Seguridade Social (abril 2026).

O **Réxime Xeral** concentra a maioría da poboación activa afiliada, con 3.395 persoas (66,36%), correspondendo principalmente a traballadores e traballadoras por conta allea. O **Réxime Especial de Traballadores Autónomos** agrupa a 1.295 persoas (25,31%), o que reflicte un tecido de pequenos empresarios e profesionais independentes de relevancia notable no contexto municipal. Destaca tamén a presenza do **Réxime Especial do Mar**, con 371 persoas afiliadas (7,25%), dato que evidencia o peso estrutural da actividade marítimo-pesqueira na economía local e que distingue a Moaña doutros municipios do interior.

Implicacións para a praza de abastos

- A predominancia do **Réxime Xeral** indica a existencia dunha poboación activa vinculada maioritariamente ao emprego por conta allea, circunstancia que condiciona os momentos de maior afluencia á praza e reforza a necesidade de adaptar horarios e servizos ás dinámicas laborais actuais.
- O peso das persoas **traballadoras autónomas** (25,31 %) reflicte a presenza dun perfil de consumo que adoita valorar especialmente a proximidade, a calidade do produto e a atención personalizada, elementos diferenciais propios da praza de abastos.
- A presenza do **Réxime Especial do Mar** constitúe un dos elementos máis diferenciais da estrutura económica de Moaña, reforzando o valor estratéxico da praza como espazo de comercialización de peixe e marisco fresco de proximidade, apoiado nunha base produtiva local consolidada.

En conxunto, a estrutura laboral do municipio reforza o potencial da praza de abastos como equipamento comercial de proximidade vinculado á identidade mariñeira, ao produto local e á calidade alimentaria.

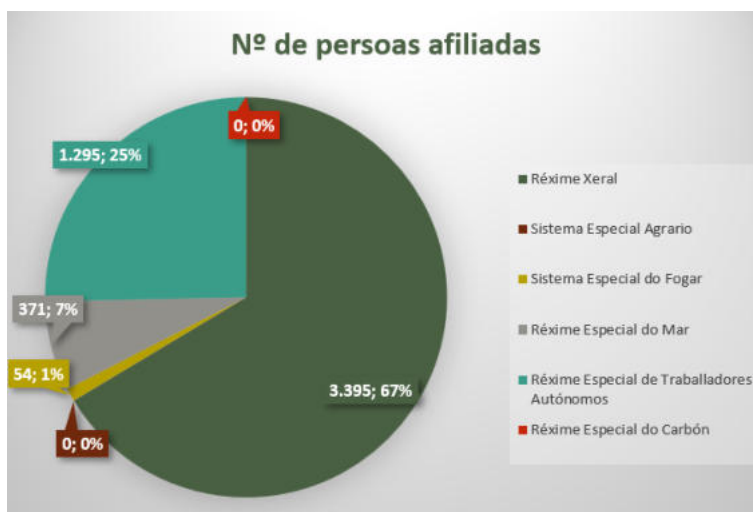


Figura 7: Gráfico das persoas afiliadas segundo o seu réxime.

2. Paro rexistrado

2.1. Evolución e total

O Concello de Moaña rexistra un total de **880 persoas desempregadas** segundo os datos do SEPE. Trátase dunha cifra que debe interpretarse en relación coa estrutura demográfica e laboral do municipio, caracterizada por un tecido produtivo con forte presenza do sector servizos, da actividade marítimo-pesqueira e do traballo autónomo.

A distribución do desemprego non é homoxénea: presenta diferenzas significativas segundo a idade, o sexo e o sector de actividade de procedencia das persoas desempregadas. Estes tres eixos de análise permiten trazar un perfil detallado da poboación en situación de desemprego e identificar os segmentos con maior vulnerabilidade laboral, ao tempo que ofrecen claves relevantes para orientar a planificación comercial e as accións de dinamización da praza de abastos.

2.2. Distribución por idade e sexo

A distribución do paro rexistrado no Concello de Moaña segundo idade e sexo suma un total de 880 persoas desempregadas, cunha concentración maioritaria nos tramos de maior idade e unha incidencia feminina claramente predominante.

Grupo de idade / Sexo	Homes	Mulleres	TOTAL
Menores de 25 anos	22	21	43
Entre 25 e 44 anos	133	148	281
45 anos ou máis	196	360	556
TOTAL	351	529	880

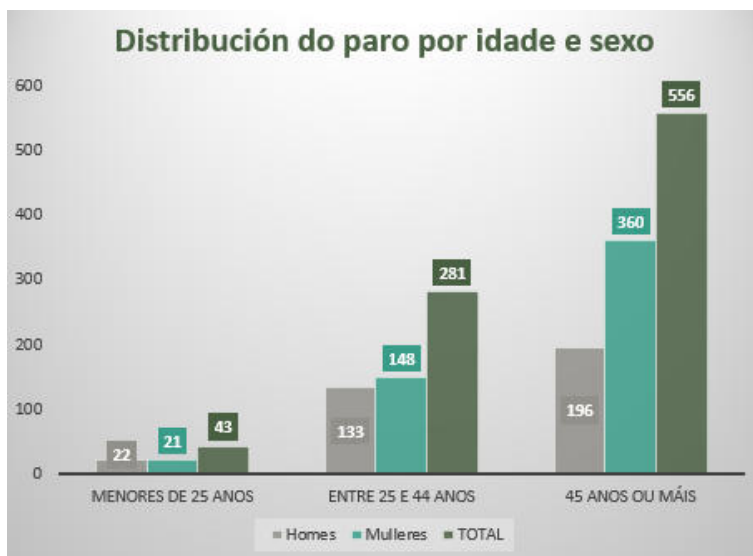


Figura 8: Distribución do paro por idade e sexo no Concello de Moaña. Fonte: SEPE.

O grupo de 45 anos ou máis concentra o 63 % do desemprego municipal (556 persoas), seguido polo tramo de 25 a 44 anos con 281 persoas ($\approx 32\%$), mentres que o desemprego xuvenil ten unha incidencia marxinal, con 43 persoas menores de 25 anos ($\approx 5\%$). Desde a perspectiva de xénero, as mulleres representan o 60,1 % do total (529 rexistros fronte a 351 homes), diferenza que se acentúa no tramo de 45 ou máis anos, onde se contabilizan 360 mulleres fronte a 196 homes.

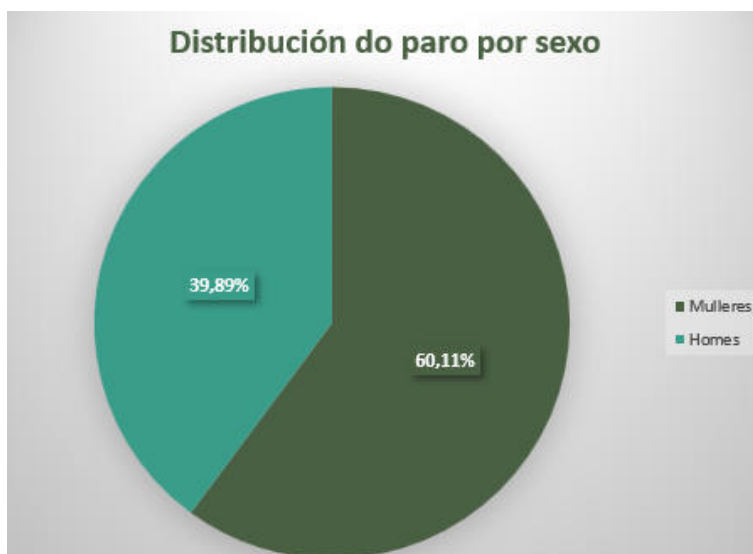


Figura 9: Gráfico da distribución do paro por sexo no Concello de Moaña.

Implicacións para a praza de abastos

Estes datos permiten identificar tres segmentos con necesidades diferenciadas:

- **Maiores de 45 anos** — clientela habitual e nuclear da praza, con hábitos consolidados de compra en fresco e proximidade; as accións deben orientarse á fidelización e á mellora da experiencia de compra. O predominio feminino neste grupo reforza a importancia de incorporar a perspectiva das mulleres na planificación comercial e de dinamización.
- **Entre 25 e 44 anos** — perfil con hábitos máis diversificados e maior uso de canles modernas; require accións específicas de captación que poñan en valor o produto local e a oferta diferencial da praza.
- **Menores de 25 anos** — participación reducida na compra directa, pero segmento estratéxico a medio prazo; as accións educativas e de sensibilización son a vía prioritaria para construír vínculo co comercio de proximidade.

En conxunto, a sustentabilidade futura da praza depende de combinar a fidelización da clientela actual —maioritariamente feminina e de maior idade— coa captación progresiva de públicos máis novos.

2.3. Distribución por sectores de actividade

O total de persoas desempregadas no Concello de Moaña ascende a **880 persoas**, distribuídas por sectores de actividade do seguinte xeito:

Sector	Nº Persoas desempregadas	% sobre o total
Agricultura	28	3,18%
Industria	105	11,93%
Construción	55	6,25%
Servizos	642	72,95%
Sen emprego anterior	50	5,68%
Total	880	100,00%

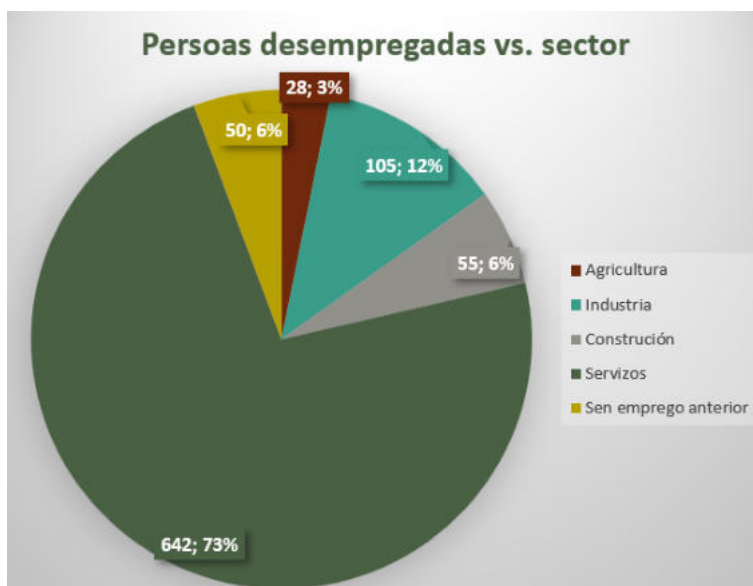


Figura 10: Distribución do paro por sector de actividade no Concello de Moaña. Fonte: SEPE.

O **sector servizos** concentra a maior parte do desemprego municipal, con **642 persoas**, o que representa o **72,95 % do total**. Este dato evidencia a forte terciarización da economía local e a importancia das actividades vinculadas ao comercio, hostalería e servizos á poboación, sectores estreitamente relacionados coa actividade da praza de abastos e co consumo de proximidade.

A maior distancia sitúanse os sectores da **industria** (11,93 %), da **construción** (6,25 %) e da **agricultura** (3,18 %), cun peso considerablemente menor dentro da estrutura do desemprego municipal. Pola súa banda, o grupo de persoas **sen emprego anterior** representa o 5,68 % do total, reflectindo a presenza de persoas que acceden por primeira vez ao mercado laboral ou que se atopan en fases iniciais da súa traxectoria profesional.

Implicacións para a praza de abastos

- A elevada concentración do desemprego no **sector servizos** reforza o papel da praza de abastos como equipamento comercial de proximidade e como elemento dinamizador da actividade económica urbana.
- O predominio de perfís laborais vinculados ao sector terciario evidencia a necesidade de adaptar horarios, servizos e accións de dinamización ás dinámicas de consumo da poboación activa.
- A presenza de persoas sen emprego anterior pon de manifesto a conveniencia de impulsar accións de sensibilización e promoción do comercio local orientadas aos segmentos máis novos da poboación.
- En conxunto, a estrutura sectorial do desemprego confirma a forte vinculación da economía local co comercio e os servizos, contexto no que a praza de abastos desempeña unha función relevante como espazo de consumo de proximidade e identidade comercial tradicional.

3. Renda Bruta

Segundo os datos da Axencia Estatal de Administración Tributaria (AEAT) correspondentes ao exercicio 2023, o Concello de Moaña presenta os seguintes valores en relación cos municipios da comarca de O Morrazo:

Concello	Habitantes	Renda bruta media	Posicionamento estatal
Bueu	11.837	27.964€	912
Cangas	26.714	27.640€	954
Marín	24.154	26.810€	1.086
Moaña	19.315	26.673€	1.104

Fonte: AEAT, EpData (2023)

Análise dos datos:

- Moaña sitúase como o concello con **menor renda bruta media da comarca** (26.673 €), por debaixo de Bueu, Cangas e Marín.
- A diferenza con Bueu, o de maior renda, é de 1.291 € (un 4,8 % menos).
- No ranking estatal, Moaña ocupa a posición **1.104 de máis de 8.000 municipios**, situándose no cuartil medio en termos de capacidade económica.

Implicacións para a praza de abastos:

O consumidor de Moaña valora a calidade e o produto local, pero **o prezo importa**. A praza ten aquí unha oportunidade clara: ofrecer **produto fresco e de confianza a un prezo xusto**, algo que os supermercados non sempre poden garantir.

A clave está en que a praza se perciba como un **espazo accesible para todos**, non como un mercado de gama alta. O **trato persoal**, o coñecemento do produto e a relación directa co produtor son os elementos que realmente a diferencian da gran distribución.

4. Turismo e Patrimonio

Moaña conta cun patrimonio natural, cultural e mariñeiro que constitúe un dos seus principais activos para o desenvolvemento turístico e económico do municipio. A súa localización na ría de Vigo, no corazón da península do Morrazo, outórgalle unha identidade territorial forte, directamente vinculada ao mar e á produción local, que atrae cada ano un número crecente de visitantes.

Desde o punto de vista natural, o litoral de Moaña combina praias de uso turístico —como **A do Con** e **A Xunqueira**, ambas con bandeira azul— con espazos de alto valor ambiental como o **Monte Faro** e a Poza da Moura en Domaio, referentes do turismo de natureza e senderismo na comarca. As augas da ría albergan ademais as bateas de cultivo de mexillón baixo a **Denominación de Orixe Protexida Mexillón de Galicia**, o que reforza o vínculo entre o territorio, a produción primaria e a gastronomía local.

O patrimonio histórico e arqueolóxico completa este perfil. O **Dolmen de Chan de Arquiña**, a **igreja románica de San Martiño** (século XII) e os numerosos cruceiros, castros e muíños de auga presentes en todo o municipio conforman unha paisaxe cultural de gran valor que conecta ao visitante cunha historia milenaria.

No ámbito festivo e cultural, as **Festas de San Martiño** son a cita máis importante do calendario local, recoñecidas pola Xunta de Galicia como **Festa de Interese Turístico de Galicia**. Ao longo do ano celébrase tamén un calendario festivo de forte arraigo popular que combina tradición, comunidade e gastronomía:

- Virxe do Carme, Romaría de Bronlle, Os Milagres e Romaría da Virxe dos Remedios, entre as festas de carácter relixioso e popular.
- **Festa do Mexillón** (agosto), Festa do Naseiro de Meira, Festa da Costeleta e Romaría da Carballeira de Bronlle, como expresión da riqueza gastronómica local.

Nun plano de proxección internacional, o **Festival Intercéltico do Morrazo** sitúa a Moaña no mapa cultural europeo. Celebrado en agosto desde 1985, é o festival de música folk de traxectoria ininterrompida máis veterano de Galicia. En 2003 a Unión Europea recoñeceuno como evento de Interese Comunitario e o Ministerio de Cultura como de Interese Cultural, o que reflicte a súa relevancia máis alá das fronteiras municipais e autonómicas.

Neste contexto, **a praza de abastos xoga un papel estratéxico**. Nun municipio cunha oferta turística sustentada no mar, na gastronomía e no patrimonio, o mercado municipal é o espazo natural onde o visitante accede directamente ao produto da ría, coñece de primeira man a cultura mariñeira local e leva consigo o mellor da gastronomía de Moaña. Lonxe de ser un equipamento secundario, a praza é un **activo turístico en si mesmo** e un escaparate privilexiado da identidade do territorio.

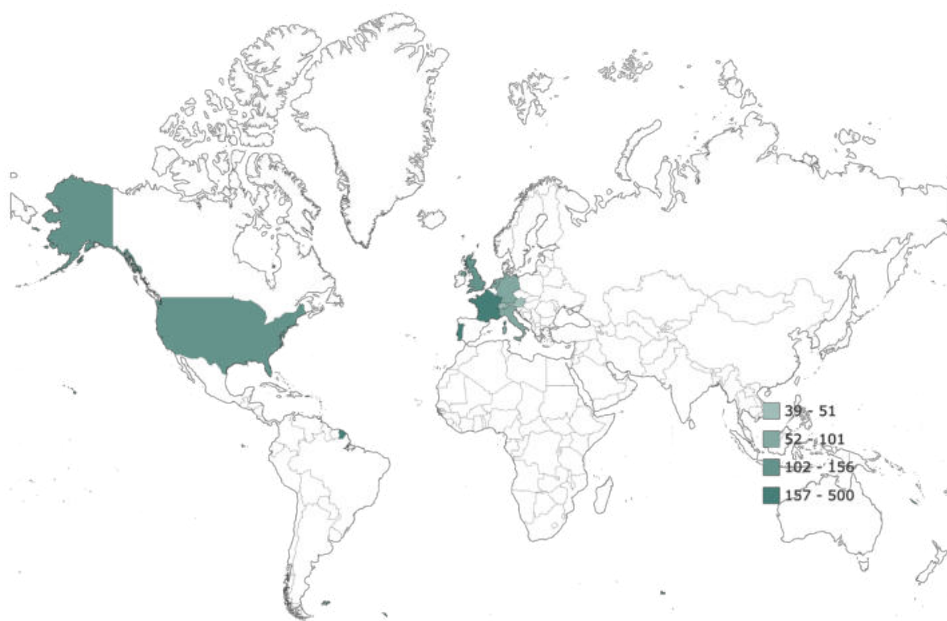


Figura 11: Medición do turismo receptor a partir da posición dos teléfonos móbiles, Agosto 2025. Fonte:INE

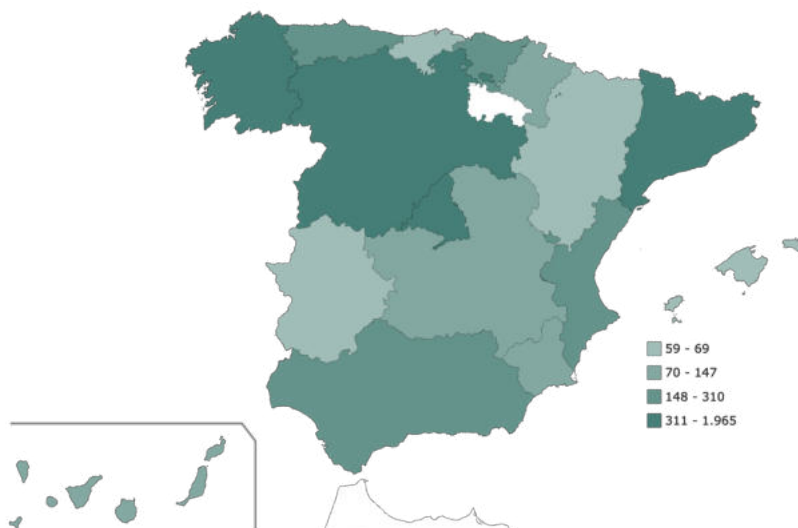


Figura 12: Medición do turismo interprovincial a partir da posición dos teléfonos móbiles, Agosto 2025. Fonte:INE

Periodo	Nacional	Internacional	Total
2025M12	4.278	1378	5.656
2025M11	3.660	1141	4.801
2025M10	3.500	1584	5.084
2025M09	4.035	1514	5.549
2025M08	6.092	2965	9.057
2025M07	5.274	2144	7.418
2025M06	4.015	1256	5.271
2025M05	3.298	1152	4.450
2025M04	3.287	1021	4.308
2025M03	2.997	1087	4.084
2025M02	2.805	844	3.649
2025M01	3.652	1121	4.773
Total	46.893	17207	64.100

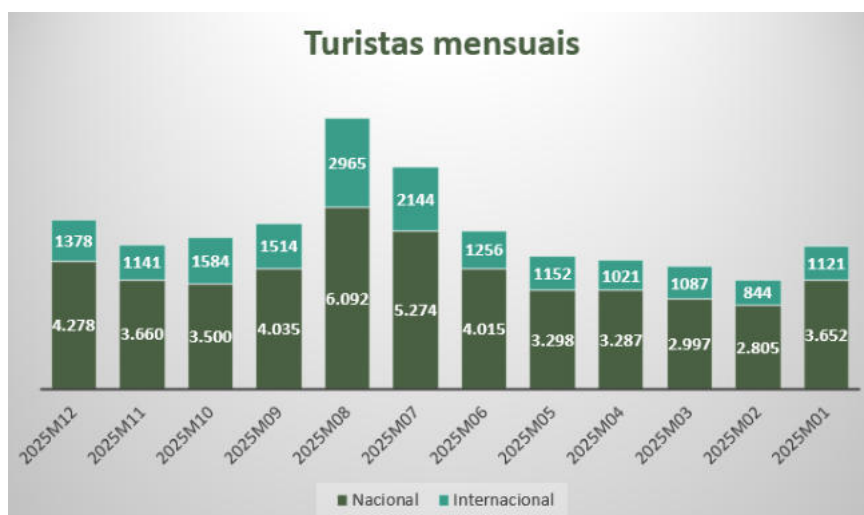


Figura 13: Nº de turistas mensuais de Moaña de orixe desagregados por municipio de destino - ano 2025.
Medición do turismo interno interprovincial a partir da posición dos teléfonos móbiles. Fonte: INE

Principais conclusións

O Concello de Moaña recibiu ao longo de 2025 un total de **64.100 visitantes**, cunha distribución mensual que reflicte unha marcada estacionalidade estival e unha presenza internacional destacable e sostida ao longo de todo o ano.

Estacionalidade. Os meses de xullo, agosto e setembro concentran o **33% do total anual de visitantes**, con agosto como mes pico absoluto (9.057 persoas). Pola contra, febreiro é o mes de menor afluencia (3.649 visitantes), case tres veces por debaixo do máximo estival. Esta variación estacional é un elemento estrutural que condiciona directamente a actividade comercial da praza de abastos.

Turismo internacional. O turismo de orixe estranxeira representa o **26,84% do total** (17.207 visitantes), cunha presenza relevante non só en agosto (2.965) senón tamén en outubro (1.584) e decembro (1.378), o que indica un perfil de visitante internacional que vai máis alá do turismo de sol e praia e amosa interese polo territorio en diferentes épocas do ano.

Implicacións para a praza de abastos

- A **tempada estival** (xullo-setembro) representa a principal oportunidade comercial do ano. A praza debe estar preparada para absorber ese incremento de demanda con produto suficiente, horarios adaptados e maior visibilidade cara ao visitante.
- A presenza de **turismo internacional** xustifica mellorar a sinalética interior en varios idiomas e reforzar a presenza da praza en plataformas dixitais e guías turísticas.
- A **tempada baixa** (febreiro-abril) require accións específicas de dinamización para manter a actividade dos praceiros e evitar que a caída de visitantes se traslade directamente á facturación do mercado.

5. A Praza de Abastos

1. Localización e características físicas

O Mercado Municipal de Moaña, tamén coñecido como **Praza de Abastos de Moaña**, é un mercado tradicional situado no núcleo urbano do municipio de Moaña, na comarca do Morrazo, provincia de Pontevedra. Constitúe un dos principais espazos comerciais de proximidade do concello e forma parte da vida cotiá da veciñanza, mantendo unha estreita relación coa tradición mariñeira e comercial que caracteriza ao municipio. Nel comercialízanse produtos frescos e de calidade, destacando especialmente o peixe e o marisco procedentes da ría de Vigo, así como carnes, froitas, verduras, produtos elaborados e outros alimentos representativos da gastronomía local e comarcal.

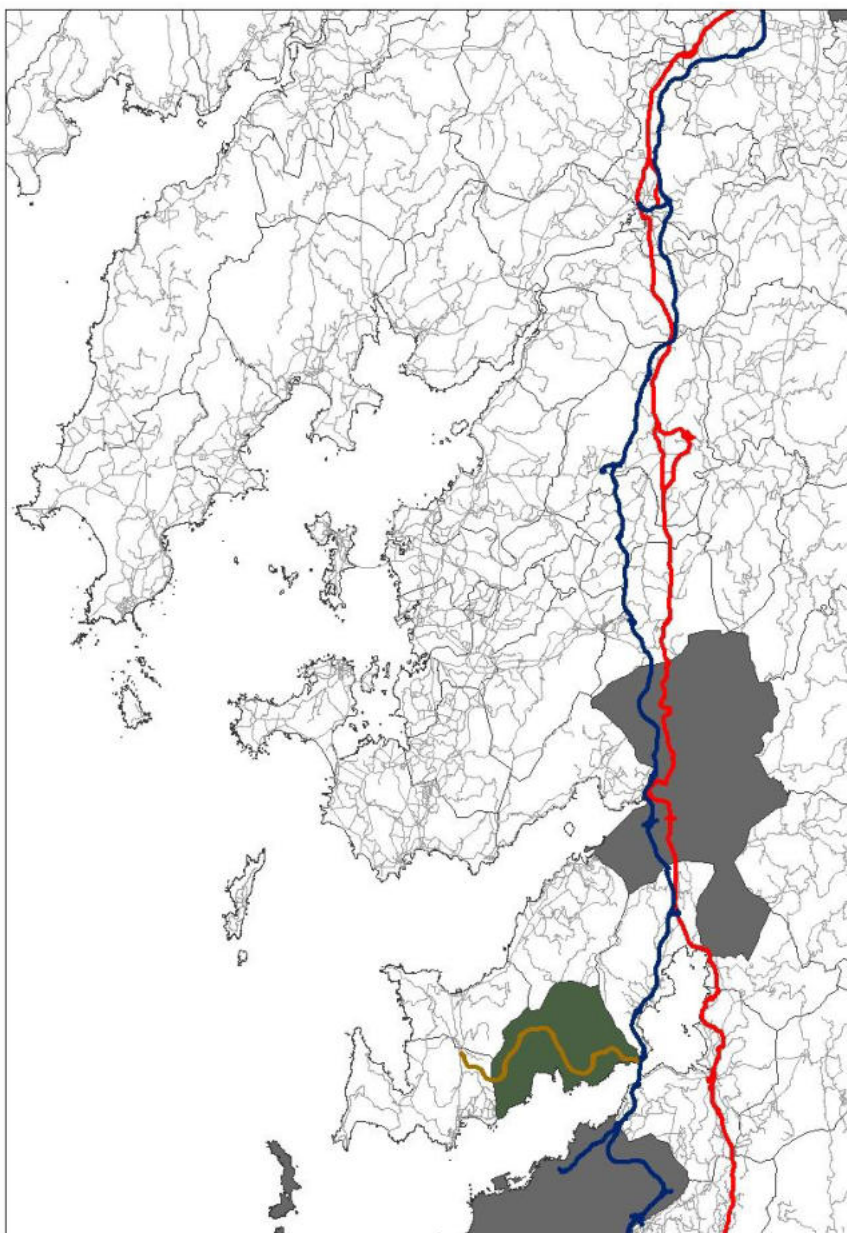


Figura 14: Principais infraestruturas de comunicación do eixo Atlántico e Morrazo

O mercado localízase na Avenida de Concepción Arenal, 31 (36950, Moaña - Pontevedra), o que lle confire unha posición céntrica e accesible tanto para a poboación residente como para as persoas visitantes. A súa situación próxima ao porto, á fachada marítima e aos principais núcleos de actividade comercial e de servizos do municipio favorece o acceso e facilita que a praza se manteña como un importante eixo de dinamización económica e comercial dentro do tecido urbano. Ademais da súa función comercial, a Praza de Abastos constitúe un espazo de encontro e relación social que contribúe á preservación das tradicións gastronómicas e culturais do concello, consolidándose como un dos equipamentos máis representativos da vida local e un referente para a promoción dos produtos de proximidade e da identidade mariñeira de Moaña.



Figura 15: Vista da entrada principal á praza de abastos de Moaña

2. Un espazo con historia

A Praza de Abastos de Moaña forma parte da evolución comercial e social do municipio, constituíndo durante décadas un dos principais puntos de abastecemento da poboación. Como aconteceu noutras vilas galegas, o desenvolvemento deste tipo de equipamentos respondeu á necesidade de concentrar nun espazo organizado a venda de produtos alimentarios, garantindo mellores condicións de conservación, hixiene e servizo para comerciantes e consumidores.

Ao longo do tempo, o mercado foi adaptándose aos cambios experimentados nos hábitos de compra, na estrutura comercial e nas necesidades da cidadanía, mantendo en todo momento a súa función como referente do comercio tradicional. A súa actividade contribuíu historicamente ao fortalecemento das relacións entre produtores, comerciantes e consumidores, favorecendo a comercialización dos produtos do territorio e consolidando unha cultura de consumo baseada na proximidade e na confianza.

A vinculación de Moaña coa ría de Vigo e coa actividade mariñeira tamén se reflicte na historia da súa praza de abastos, que durante xeracións serviu como canle de distribución dos produtos procedentes da pesca e do marisqueo local. Deste xeito, o mercado converteuse nun espazo representativo da identidade económica e cultural do municipio, actuando como nexo entre a actividade produtiva do mar e o consumo diario da veciñanza.

Na actualidade, a Praza de Abastos continúa desempeñando unha función relevante dentro do tecido comercial de Moaña, combinando a preservación dos valores asociados ao comercio tradicional coa necesidade de adaptarse ás novas demandas dos consumidores. O seu valor transcende a mera actividade económica, constituíndo un elemento patrimonial e social que forma parte da memoria colectiva e da identidade local.

En relación coa aportación de información realizada, exposta anteriormente, recolléronse diferentes materiais procedentes arquivo dixital de Galicia (GALICIANA) e, paralelamente, atopáronse diversas fontes secundarias procedentes dos xornais de maior audiencia:

La Voz de Galicia

MOAÑA

La plaza de abastos cambiará de imagen y albergará un centro cultural en la planta alta



01 ago 2006

«Las obras en ejecución y las que está previsto licitar tras el verano van a significar un cambio en profundidad de la plaza de abastos de Moaña. El exterior y el acondicionamiento de la planta alta responden a un proyecto de tres arquitectos locales: José Manuel Pastoriza, Juan Fernández Rivas y Rafael Oliveira. El proyecto de mejora de la planta baja lo están elaborando los servicios municipales. Abajo, en la zona de venta de pescado, fruta, congelados y carne, se instalará agua caliente, neveras, vestuarios y puertas automáticas, además de cambiar la instalación eléctrica. El coste superará los 120.000 euros. Tras rematar la primera fase del exterior, consistente en derribar los soportales y construir un nuevo acceso en rampa por el sur, se está ejecutando en la actualidad la carpintería exterior, el tejado y el pintado del edificio. La cubierta va a ser de colores, con paneles tipo sandwich. Entre los vecinos hay todo tipo de comentarios al respecto. Llevará cuatro lucernarios además de las ventanas laterales. Está previsto licitar en septiembre la tercera fase del proyecto, que se financiará con cargo al plan Proder gestionado por la Fundación Comarcal. La planta se destinará a centro sociocultural. En cuanto a las obras de la calle Concepción Arenal, la empresa rematará las aceras y el pavimento antes de tomar vacaciones. Queda para septiembre el derribo del porche del centro de salud.»

FARO DE VIGO

Moaña ataja las humedades de la Praza de Abastos a la espera de la concesión de Costas

El Concello contrata el saneamiento de la cubierta ante las filtraciones detectadas este invierno | Solo puede acometer tareas de mantenimiento



Moaña 07 MAY 2024

«El Concello de Moaña aprobó ayer, en junta de gobierno local, la contratación de trabajos de mantenimiento en la cubierta de la plaza de abastos con el objetivo de atajar las humedades y filtraciones de agua que causan daños sobre todo en la planta alta del inmueble, que se utiliza prácticamente todos los fines de semana para acoger eventos y exposiciones.

Esta misma semana una empresa externa está acometiendo una limpieza general y pulido de este espacio, para afrontar la cantidad de eventos del próximo verano. Asimismo, personal de Servicios del Concello atajaron los problemas de humedades que se derivaban de atascos en las canaletas. Se describieron, eso sí, que debajo de algunas de las planchas de colores del tejado hay vegetación y remaches flojos, por donde se cuela el agua. El contrato asumido ayer permitirá eliminar el musgo y cualquier tipo de sedimentos por medios manuales. Se volverá a sellar la chapa y se sustituirá toda la tornillería también de forma manual. Las partes se sellarán también con materiales que permitan su impermeabilización.

La concejala de Promoción Económica, Coral Ríos, explica que una vez ejecutados estos trabajos en la cubierta del inmueble se contratará un pintado para arreglar las humedades y desconchados que dejaron las filtraciones. El año pasado, precisamente, se había acometido un pintado integral de toda la planta alta.

El Concello de Moaña espera desde hace años por un respuesta al recurso contra la denegación de la prórroga de la concesión del edificio de la plaza de abastos, que desde la construcción de la alameda está a más de 20 metros de la línea del mar, aunque Costas del Estado sigue aplicando un deslinde que lo considera playa. Hasta contar con la concesión la administración local solo puede ejecutar tareas de conservación y mantenimiento del edificio.»

FARO DE VIGO

+ La plaza de abastos de Moaña quedará fuera de Costas

- El gobierno local lleva a comisión el expediente de desafectación del dominio público
- El proceso se había iniciado en 2018 cuando Costas denegó la prórroga de la concesión
- La alcaldesa garantiza así que continúe el uso público del edificio como mercado municipal

Moaña 16 JUN 2025

«El gobierno de Moaña llevará a la comisión de Contas de este martes y a un posterior pleno el expediente para la desafectación del dominio público marítimo-terrestre del edificio de la plaza de abastos, en el paseo ganado al mar en Concepción Arenal, que alberga en su planta baja el mercado y se acondicionó la primera como espacio de ocio y cultura. El expediente había arrancado en 2018 cuando era edil de Urbanismo, Odilo Barreiro, después de que el Concello solicitara la prórroga de la concesión de este edificio a Costas del Estado que, sin embargo, la denegó. El Concello alegó contra aquella resolución y Costas nunca contestó por lo que desde el gobierno local se tramitó un expediente de desafectación que ahora entra en su recta final.

En febrero pasado, el Concello recibió la respuesta de la Dirección General de la Costa y del Mar, dependiente del Ministerio para la Transición Ecológica, en el que al objeto de continuar con la desafectación de la parcela en donde se sitúa la plaza de abastos, se le informa de que una vez que se declare la innecesariedad de los terrenos por parte de la Dirección General, la Ley de Patrimonio de las Administraciones Públicas exige en su artículo 136 que, como trámite previo, se deberá inscribir la finca en el Registro de la Propiedad. Sin embargo le comunica que los terrenos no están inscritos a favor del Estado y para no dilatar la tramitación de la desafectación, propone desafectar poniendo en conocimiento, en este caso, la situación jurídica de los terrenos. Solicita escrito del Concello en donde se manifieste el conocimiento de esta situación, así como la conformidad y aceptar la cesión en esas condiciones, además de un acuerdo plenario en este sentido y el compromiso de destinar los terrenos a uso público o interés social, como la alcaldesa asegura que es el caso.

Lo que se lleva a comisión es la toma de razón de la falta de inscripción a favor del Estado de la plaza de abastos en el registro de la propiedad, declaración de conformidad y compromiso de destinar los terrenos a uso público, para obtener la desafectación.

Con fecha 15 de mayo, la asesoría jurídica del Concello emitió un informe en donde detalla que la Ley de Bases de Régimen Local atribuye en su artículo 25.2 i) la competencia de las ferias, abastos, mercados, lonjas y comercio ambulante en los municipios, por lo que «podemos considerar que a praza de abastos municipal ten utilidade pública e resulta de interés social ao ser unha competencia municipal que debemos exercer».

FARO DE VIGO

+ La plaza de abastos tiene ocho puestos libres y Moaña buscará su reordenación

El Concello persigue la desafectación del mercado para poder acometer obras que revitalicen y adecúen el servicio | No se descarta otorgar más espacio a los placeros en activo



Moaña 17 JUN 2025

«La comisión de Contas de hoy en el Concello de Moaña supone el primer paso para llevar a pleno el expediente de desafectación del dominio público marítimo-terrestre del edificio de la plaza de abastos. El objetivo que mantiene el Concello desde 2018 es lograr la plena posesión del mercado municipal para poder acometer obras estructurales e incluso buscar nuevos usos en su planta alta. Mientras el trabajo administrativo ante la Dirección General de la Costa y el Mar, dependiente del Ministerio para la Transición Ecológica, sigue dando pasos, cada vez son más los puestos de venta de pescado, carne, fruta u otros productos frescos que se encuentran sin uso. En estos momentos hay operativos 22 puestos de los 30 totales con los que cuenta la planta baja de la plaza de abastos.

La concejalía de Promoción Económica, que dirige Coral Ríos, ya cuenta con varias ideas a acometer una vez que se consiga la desafectación de la plaza. El primer paso será reunirse con los actuales placeros y tratar de acceder a ayudas de otras administraciones para cometer una reforma interior que adecúe el espacio a la oferta real. Algunos intentos de nuevos concursos para adjudicar los puestos vacantes se encontraron con una falta de candidatos. Algunos de los placeros actuales, sin embargo, verían con buenos ojos ampliar sus mostradores para poder ganar espacio y ofrecer más productos a los clientes. La intención es revitalizar la plaza con una reorganización interna.

A lo largo de los últimos años el Concello acometió varias obras de mejora y mantenimiento en la planta principal, como la extensión de un nuevo suelo o la sustitución de la iluminación interna. En la planta alta, que es uno de los espacios culturales más utilizados en todo el municipio, también se fueron haciendo reparaciones y mejoras. Sin embargo, es necesario que el Concello cuente con la plena titularidad del edificio para poder ejecutar actuaciones y mejoras de un mayor calado.

A la comisión de hoy se lleva la toma de razón de la falta de inscripción a favor del Estado de la plaza de abastos en el Registro de la Propiedad, así como el compromiso de destinar los terrenos a un uso público, para obtener la desafectación. El gobierno local se basa en que la Ley de Bases de Régimen Local le atribuye a los ayuntamientos la competencia de «ferias, abastos, mercados, lonjas y comercio ambulante».

FARO DE VIGO

Moaña espera desde 2018 por la titularidad de la Praza de Abastos

Necesita que Costas la desafecte para lograr el sello de excelencia



Moaña 18 FEB 2026

«La solicitud para intentar obtener el sello de Mercado Excelente que el Concello de Moaña formuló ante la Consellería de Emprego supondría un salto en la consideración de la Praza de Abastos. Se trata de un objetivo alcanzable y para el que ya se encargó un trabajo que incluye un estudio de mercado, del impacto económico y potencial de la plaza de abastos, recogida de percepciones y opiniones por parte de placeros y usuarios, las necesidades de los comerciantes e identificar la oferta y demanda existentes y futuras.

Sin embargo, poder acometer las actuaciones en el interior para obtener el sello necesita que el Concello tenga la titularidad del inmueble. Para ello Costas debe sellar la desafectación del mismo, un trámite por el que se espera desde el año 2018. La concejala de Promoción Económica, Coral Ríos, explicó ayer que esperan que Costas dé este paso de forma inminente.

La urgencia radica sobre todo en que en estos momentos aumentan las ayudas de la Xunta para salvar las plazas de abastos, que tienen muchos problemas para subsistir en distintas villas de Galicia. Los espacios interiores y los puestos de venta se reorganizarían, al estar operativos en estos momentos 22 de los 33 con los que cuenta el inmueble.

La concejala de Cultura y Promoción Económica de Moaña, Coral Ríos, confirma que el Concello ya presentó la solicitud para la concesión del sello de excelencia a la plaza de abastos, que otorga la Consellería de Emprego, y que ya tienen en Galicia los mercados de Tomiño, Vilagarcía, Pontedeume y Carballo. La Xunta abrió este mes una convocatoria de ayudas, más simplificada y dotada con 2,3 millones de euros, para que se pueda pedir este sello con la intención de llegar este año a 10 mercados excelentes, y potenciar mejoras en las plazas que ya lo tienen.

Coral confirma que la plaza, que cuenta con 22 de los 33 puestos ocupados, figura como «firme candidata» a la excelencia, según un estudio encargado por el Concello a una empresa, aunque reconoce que no hay mucho interés en ocupar los puestos vacantes por lo que la intención del Concello es reorganizar el tamaño, previa consulta y reunión con los vendedores. Asegura que muchos puestos precisan de más tamaño pero la ordenanza actual no lo permite.

En un estudio previo al actual, ya se confirmaba, señala la edil, el buen mantenimiento que se hace el Concello de la plaza y la limpieza. Respecto al estudio, que Ríos espera financiar con cargo a la subvención de la Xunta, incluye un estudio de la normativa municipal y propuestas de modificación o actualización; un trabajo de mercado, de impacto económico actual y potencial en el entorno, recogida de opiniones sobre la plaza tanto de placeros como de usuarios, así como un informe de necesidades, descripción de oferta y demanda, con ficha individual de los puestos en activo y mejoras; estrategia de optimización y redimensionamiento de usos y revisión de las concesiones. Entre otras medidas se plantea la valoración de los procedimientos administrativos de adjudicación de los puestos, así como propuestas de mejora, estudio de financiación, una guía de buenas prácticas o encuestas de satisfacción. El Concello sigue a la espera de la desafectación del inmueble por Costas para llevar a cabo estas propuestas, y espera que sea inminente».

En síntese, a Praza de Abastos de Moaña experimentou unha profunda transformación durante as dúas últimas décadas, marcada por sucesivas actuacións de rehabilitación, pola ampliación dos seus usos máis aló da actividade comercial tradicional e por unha complexa situación xurídica que condicionou o seu desenvolvemento.

O punto de partida desta nova etapa sitúase en 2006, cando o Concello impulsou unha ambiciosa reforma integral do inmovible. Aquel proxecto contemplaba a renovación exterior do edificio, a modernización da planta baixa destinada á venda de peixe, carne, froita e outros produtos frescos, así como a adaptación da planta alta para albergar un centro sociocultural. As obras incluíron novos accesos, melloras nas instalacións, unha cuberta renovada con paneis de cores e a creación dun espazo que desde entón desempeña un papel destacado na vida cultural do municipio.

Co paso dos anos, a planta superior consolidouse como un dos espazos máis utilizados para exposicións, encontros e actividades culturais, cumprindo así a función para a que fora concibida. Porén, o edificio tamén comezou a presentar problemas derivados do envellecemento dalgúns elementos construtivos.

En 2024 o Concello tivo que acometer traballos de mantemento na cuberta para solucionar filtracións e humidades que afectaban especialmente á planta alta. Estas actuacións permitiron detectar a presenza de vexetación, sedimentos e elementos deteriorados no tellado, o que obrigou a realizar labores de limpeza, selado e impermeabilización. Estas intervencións puxeron de manifesto a necesidade de seguir investindo na conservación dun inmovible que combina funcións comerciais, sociais e culturais.

Paralelamente, un dos principais condicionantes para o futuro da praza de abastos foi a súa situación administrativa. Aínda que o edificio se atopa actualmente separado do mar pola alameda construída na fronte marítima, continuaba afectado polo dominio público marítimo-terrestre segundo os criterios de Costas. Esta circunstancia limitaba a capacidade municipal para realizar actuacións de maior alcance, permitindo unicamente traballos de conservación e mantemento. A situación agravouse en 2018, cando Costas denegou a prórroga da concesión do inmovible, o que levou ao Concello a iniciar un longo proceso de desafectación para obter a plena titularidade do edificio. Durante anos, o goberno local defendeu que a praza de abastos constitúe un equipamento de utilidade pública e interese social vinculado a unha competencia municipal esencial, polo que debía quedar á marxe das limitacións derivadas da súa anterior consideración xurídica.

O proceso de desafectación avanzou de maneira decisiva durante 2025. O Concello tramitou os acordos necesarios para asumir a situación rexistral dos terreos e reafirmou o seu compromiso de manter o uso público do inmovible. A obtención da plena titularidade converteuse nun obxectivo estratéxico, xa que permitiría non só garantir a continuidade do mercado e dos usos culturais existentes, senón tamén acometer reformas estruturais e acceder a novas liñas de financiamento para modernizar o equipamento.

Ao mesmo tempo, a evolución do propio mercado puxo de manifesto novos desafíos. Aínda que a praza mantén unha actividade comercial relevante, o número de postos ocupados diminuíu respecto da súa capacidade total. Nos últimos anos contabilízanse 22

postos en funcionamento dun total de entre 30 e 33, segundo as distintas referencias dispoñibles. Os concursos para adxudicar os espazos vacantes atoparon escasa resposta, reflectindo as dificultades que atravesan moitas prazas de abastos tradicionais fronte aos cambios nos hábitos de consumo e á competencia doutros formatos comerciais. Ante esta situación, o Concello e os propios praceiros comezaron a formular unha reorganización interna que permita adaptar o mercado á realidade actual, ampliando algúns postos existentes e optimizando os espazos dispoñibles.

Esta estratexia desembocou en 2026 nunha nova fase para a Praza de Abastos de Moaña. O Concello pretende solicitar á Xunta de Galicia a obtención do selo de Mercado Excelente, unha distinción destinada a recoñecer aqueles mercados que destacan pola súa calidade, xestión e capacidade de adaptación. Para iso encargouse un estudo sobre o impacto económico, as necesidades dos comerciantes, a percepción das persoas usuarias e o potencial futuro do mercado: unha *diagnose e estudo de mercado*. O obxectivo é aproveitar as axudas autonómicas destinadas á modernización destes equipamentos para impulsar unha reforma interior, reorganizar os espazos comerciais e mellorar os servizos ofrecidos.

En conxunto, a historia recente da Praza de Abastos de Moaña reflicte a evolución dun mercado tradicional que soubo ampliar o seu papel como equipamento público de referencia para o municipio. Porén, tamén evidencia os retos que deberá afrontar nos vindeiros anos: culminar definitivamente o proceso de desafectación e obtención da plena titularidade, garantir a conservación dun edificio complexo e moi utilizado, revitalizar a actividade comercial para facer fronte á redución de postos ocupados e adaptar as súas instalacións e a súa organización ás novas demandas de comerciantes e consumidores. A consecución -pretendida- do selo de Mercado Excelente e os futuros investimentos asociados preséntanse así como unha oportunidade para consolidar o mercado como un espazo económico, social e cultural clave para Moaña.

Esta información ven a coincidir e acreditar as achegas primarias de praceiros, veciños e anteriores corporacións locais.

3. Oferta comercial e papel socioeconómico

A oferta comercial da Praza de Abastos de Moaña está centrada principalmente na venda de peixe e marisco procedentes da ría de Vigo, complementada con postos de carne, froita, verdura e outros produtos de alimentación. Esta diversidade permite atender as necesidades de compra diaria da poboación, ao tempo que contribúe ao mantemento da actividade comercial tradicional e ao apoio dos produtores e distribuidores locais.

Neste sentido, a Praza de Abastos de Moaña continúa a ser un elemento estratéxico para o desenvolvemento económico local, combinando a función comercial coa promoción do produto de proximidade e coa preservación dun modelo de consumo sustentable e vinculado ao territorio.

5.1. Estado das Instalacións

1. Contexto e situación actual

A Praza de Abastos de Moaña, situada na Avenida Concepción Arenal s/n, é un equipamento municipal con máis de 35 anos de actividade ininterrompida ao servizo da veciñanza.. O edificio, en funcionamento desde 1988, mantén a súa función esencial como espazo de comercialización de produto fresco e de encontro comunitario, e conta cunha estrutura física sólida que ofrece unha base real e favorable para emprender un proceso de modernización e mellora orientado á obtención do Selo de Mercado Excelente.

A presente diagnose analiza o estado actual das instalacións tomando como referencia a ferramenta de autoavaliación establecida no Anexo II da *Orde do 12 de decembro de 2025* da Consellería de Emprego, Comercio e Emigración da Xunta de Galicia, estruturada no **Bloque A** (estado do edificio) e no **Bloque B** (sostibilidade das instalacións), co obxectivo de identificar as oportunidades de mellora que permitirán ao mercado avanzar cara á excelencia.

2. Arquitectura e estrutura

Calidade construtiva. O edificio conta con **dúas plantas** e unha superficie construída en planta baixa aproximada de **443 m²**, con dimensións de 28,15 m x 15,75 m. A estrutura portante atópase en condicións correctas, sen danos que comprometan a súa integridade, o que supón unha vantaxe significativa á hora de planificar as obras de rehabilitación, permitindo concentrar os investimentos nas melloras funcionais e de imaxe sen necesidade de grandes intervencións estruturais. Os materiais e acabados do edificio, propios da súa época de construción, son funcionais e cumpren a súa función, aínda que a actualización de determinados elementos construtivos (cuberta, pavimento e carpintaría exterior) aportará un salto cualitativo notable na imaxe e no confort do conxunto.



Figura 16: Planta superior do edificio

Distribución espacial. A distribución interior organízase mediante un sistema de pilares que estrutura o espazo comercial de forma ordenada, con postos adosados ao perímetro e corredores centrais que facilitan a circulación da clientela. Dispón de dúas entradas diferenciadas na fachada principal e dun corpo anexo na parte posterior para usos de servizo. Esta distribución permite un fluxo natural de clientes polo interior do mercado, favorecendo o acceso aos distintos postos sen crear zonas de conxestión. A organización dos espazos ten potencial para ser optimizada mediante melloras de sinalética e orientación interior que faciliten aínda máis a experiencia de compra.



Figura 17: Posto de froitería no mercado de Moaña

Accesibilidade. O mercado é accesible desde a Avenida Concepción Arenal, no corazón do núcleo urbano de Moaña, o que lle confire unha posición céntrica e ben comunicada tanto para residentes como para visitantes. A adecuación dos accesos ás persoas con mobilidade reducida, mediante a revisión e mellora dos elementos de accesibilidade universal, reforzará o carácter inclusivo e acoledor do mercado e contribuirá a cumprir os estándares normativos vixentes.

3. Equipamentos e servizos

Modernización dos equipamentos. Os postos de venda contan cos elementos básicos necesarios para o desenvolvemento da actividade comercial diaria. A incorporación progresiva de equipamentos máis modernos e eficientes —especialmente nos postos de produto fresco— mellorará as condicións de traballo dos praceiros/as e a experiencia de compra da clientela. A integración de tecnoloxías de apoio á xestión comercial, como sistemas de pagamento dixital ou ferramentas de comunicación, abre unha oportunidade clara de modernización que o mercado de Moaña está en condicións de aproveitar.



Figura 18: Taquillas no mercado de Moaña

Zonas comúns e espazos de apoio. A praza de abastos de Moaña dispón de aseos en bo estado, elemento básico tanto para a clientela como para os praceiros e praceiras. Non obstante, non se constata a existencia de vestiarios nin de zona de descanso específica para o persoal dos postos, carencias que inciden directamente nas condicións laborais diarias e que deberían ser consideradas en calquera proceso de mellora ou rehabilitación do mercado.

En canto á experiencia da clientela, a inexistencia dunha zona de descanso ou encontro limita o carácter social e de permanencia que caracteriza os mercados municipais máis dinámicos. A habilitación dun espazo deste tipo, aínda que sexa de forma sinxela, reforzaría o valor da praza como lugar de encontro e non unicamente de compra.

A segunda planta do edificio representa ademais un **potencial estratéxico** de gran valor, xa que ofrece a posibilidade de albergar usos complementarios (actividades formativas ou culturais) que enriquecerían a oferta do mercado e ampliarían o seu papel como espazo de dinamización económica e social do municipio.

Iluminación. A iluminación interior é funcional e permite o desenvolvemento da actividade comercial con normalidade. A substitución progresiva das luminarias existentes por **tecnoloxía LED de alta eficiencia e boa reprodución cromática** (especialmente nos postos de produto fresco) suporá unha mellora notable na experiencia de compra, realzará a calidade e a frescura dos produtos expostos e reducirá de forma significativa o consumo enerxético do edificio. Esta actuación ten ademais un alto retorno en termos de percepción de calidade por parte da clientela.

Aseos públicos. Os aseos públicos do mercado presentan un **bo estado de conservación e mantemento**, cumprindo plenamente cos requisitos de hixiene, funcionalidade e accesibilidade.

4. Sostibilidade e eficiencia enerxética

A incorporación de **placas fotovoltaicas** para o autoconsumo enerxético (actuación prevista polo Concello de Moaña no seu plan de modernización) xunto coa mellora do illamento térmico, a realización dunha **auditoría enerxética** e a renovación do sistema de climatización, permitirán ao mercado avanzar de forma significativa no Bloque B da ferramenta de autoavaliación e posicionarse como un equipamento eficiente, moderno e responsable co seu entorno.

A elaboración dun **plan de xestión de residuos** formalizado e a instalación dun ecopunto claramente identificado para praceiros/as e clientela completarán o perfil de mercado sostible que o Selo de Excelencia require e que a veciñanza e as persoas visitantes valoran cada vez máis á hora de elixir onde facer as súas compras.

5. Aspectos a mellorar

Partindo da base sólida que ofrece o edificio, identifícanse os seguintes ámbitos de actuación prioritaria para avanzar cara á excelencia:

Rehabilitación da cuberta para eliminar as filtracións existentes e garantir un ambiente interior confortable e sen humidades, transformando un dos aspectos máis sensibles nun punto forte do mercado.

Renovación do pavimento interior con materiais antiesvarantes, hixiénicos e de doada limpeza, mellorando a seguridade, a hixiene e a imaxe xeral do espazo comercial.

Mellora da iluminación con tecnoloxía LED que realce o produto e optimice o consumo enerxético, con especial atención aos postos de produto fresco.

Adecuación dos accesos para garantir a accesibilidade universal e mellorar a sinalética e a imaxe das entradas ao mercado.

Mellora da ventilación e calidade do aire interior, especialmente na zona de peixería, para garantir un ambiente agradable durante toda a xornada comercial.

Instalación dun ecopunto e mellora do sistema de recollida selectiva de residuos, como sinal visible do compromiso do mercado coa sostibilidade.

Avance na eficiencia enerxética mediante a incorporación de enerxías renovables, a mellora do illamento térmico e a realización dunha auditoría enerxética.

Incorporación de tecnoloxías de apoio á xestión e á comunicación, como pantallas informativas, sistemas de pagamento dixital homoxeneizados e ferramentas de xestión comercial para os praceiros/as.

Homoxeneización da rotulación mediante a incorporación de novos materiais que conleven á execución dunha homoxeneización en formas e cores para todos os postos.

Reforma das illas interiores de peixe e froita. Rehabilitación interior das mesas de venda de peixe.

Reforma dos postos mediante a eliminación de tabiquería frontal, con interese en “abrir” os postos de venda (ampliando o espazo visible en altura).

Vestuario para praceiros, mediante a reconversión dos postos sitos nun dos extremos da praza coa finalidade de consecución do Selo Excelente.

Oficina de información adaptada e accesibilidade, coa finalidade de optar ao fondo.

6. Conclusións

A Praza de Abastos de Moaña parte dunha situación con bases sólidas e un potencial de transformación real e alcanzable. A estrutura en bo estado, os aseos correctamente mantidos, o compromiso dos praceiros/as coa calidade e a limpeza dos seus postos, e a localización privilexiada no centro urbano de Moaña son activos que non deben subestimarse. O reto agora é dar o salto cara á excelencia, e as actuacións identificadas nesta diagnose ofrecen un camiño claro, realista e ben financiable a través das liñas de axuda da Xunta de Galicia.

A execución destas melloras converterá a Praza de Abastos de Moaña nun espazo renovado, moderno e plenamente aliñado cos estándares do Selo de Mercado Excelente, consolidando o seu papel como referente comercial, social e gastronómico do municipio e da comarca do Morrazo.

5.2. Aspectos comerciais e hixiénico-sanitarios

A Praza de Abastos de Moaña conta cunha distribución de produtos clara e ben identificada que facilita o recoñecemento dos diferentes sectores e contribúe a unha experiencia de compra ordenada e agradable para a clientela. A organización do espazo comercial reflicte o traballo e o compromiso dos praceiros/as, que manteñen os seus postos en condicións hixiénico-sanitarias correctas e cun nivel de coidado que reforza a confianza das persoas consumidoras.

Sector de peixería

O sector da peixería é o motor comercial da Praza de Abastos de Moaña e un dos seus principais sinais de identidade. Os postos contan con **mesas e superficies de traballo en bo estado**, fregadeiros, zonas de corte e equipamento de frío, todos eles axeitados para o tipo de produto comercializado e acordes cos requisitos hixiénico-sanitarios vixentes. A correcta conservación, manipulación e exposición do peixe e do marisco procedente da ría de Vigo garante a seguridade alimentaria e reforza a percepción de frescura e calidade que caracteriza a este mercado. O trato directo e próximo á clientela que ofrecen os praceiros/as da peixería é, ademais, un dos valores diferenciais máis apreciados polas persoas consumidoras.



Figura 19: Posto de peixe na praza de Moaña

Sector de carnizaría

Os postos de carne contan con **mostradores de cristal iluminados**, o que supón un elemento destacado tanto desde o punto de vista hixiénico-sanitario como comercial. Estes equipamentos melloran a conservación dos produtos, facilitan o cumprimento das condicións de hixiene e seguridade alimentaria e contribúen a unha presentación atractiva e profesional que mellora a experiencia de compra. A variedade de produtos ofrecidos (carnes frescas, aves e elaborados propios) completa unha oferta cárnica de calidade que responde ás necesidades da clientela habitual do mercado.



Figura 20: Posto de carnizaría na praza de Moaña

Sector de froita e verdura

Os postos de froita e verdura presentan unha **organización e limpeza correctas**, axeitadas ao tipo de produto comercializado. A disposición dos alimentos favorece a súa visibilidade e accesibilidade para a clientela, cumprindo coas condicións básicas de hixiene e conservación. Como liña de mellora, avanzar progresivamente na incorporación de elementos de exposición máis homoxéneos reforzará aínda máis a percepción de orde, frescura e calidade do produto, potenciando un sector que ten moito que ofrecer á veciñanza de Moaña e da comarca.



Figura 21: Posto de froitaría na praza de Moaña

Postos mixtos e outros sectores

A praza conta ademais con postos de conxelados e charcutería que enriquecen e diversifican a oferta global do mercado. A súa presenza amplía o abano de produtos dispoñibles para a clientela, convertendo a Praza de Moaña nun espazo onde é posible resolver unha parte significativa da compra alimentaria semanal. A organización destes postos e a disposición dos produtos garanten unha correcta conservación e manipulación, cumprindo cos requisitos hixiénico-sanitarios vixentes.

A praza conta con postos de panadería e charcutería que complementan e diversifican a oferta alimentaria do mercado, permitindo á clientela resolver unha parte significativa da compra semanal nun único espazo.

Destaca a presenza dun posto de ultramariños de carácter polivalente, cunha oferta que vai máis alá do produto alimentario e inclúe artigos téxtiles e de uso xeral. Este tipo de posto, habitual nos mercados municipais tradicionais galegos, reflicte a vocación de servizo integral á comunidade que historicamente caracterizou as prazas de abastos, convertendo o mercado nun espazo de abastecemento amplo e non exclusivamente especializado en produto fresco.



Figura 22: Posto mixto na praza de Moaña

Xestión e hixiene

O mercado mantén un **bo nivel xeral de limpeza e hixiene** que se reflicte no traballo diario dos praceiros/as. O coidado do espazo de traballo, a manipulación correcta dos produtos e o cumprimento das normas sanitarias son prácticas xa consolidadas na Praza de Moaña que constitúen un activo real de cara á obtención do Selo de Mercado Excelente. Seguir investindo en formación continuada en manipulación de alimentos e en equipamentos axeitados para a limpeza e o almacenamento reforzará aínda máis a calidade e a seguridade alimentaria, consolidando a confianza da clientela.

Identificación sanitaria e transparencia

Varios postos do mercado contan con identificacións sanitarias visibles, o que reflicte unha preocupación real pola transparencia e pola calidade que os praceiros/as ofrecen á súa clientela. Estender esta práctica de forma homoxénea a **todos os postos do mercado** consolidará unha imaxe conxunta moderna e profesional, aliñada cos criterios do Selo de Mercado Excelente, e reforzará a percepción de rigor e compromiso que xa caracteriza ao mercado de Moaña.

Conclusións

A Praza de Abastos de Moaña presenta unha base sólida en materia comercial e hixiénico-sanitaria. Os sectores están ben organizados, os postos contan con equipamento adecuado e os praceiros/as demostran un compromiso real coa calidade, a hixiene e o trato á clientela. As boas prácticas xa existentes, combinadas con melloras puntuais na homoxeneización das identificacións sanitarias e na presentación do produto, permitirán potenciar aínda máis a imaxe do mercado e consolidalo como un espazo de referencia para o consumo de produto fresco e de proximidade en Moaña e na comarca do Morrazo.

5.3. Recomendacións xerais

A diagnose realizada sobre o estado das instalacións, os aspectos comerciais e hixiénico-sanitarios da Praza de Abastos de Moaña revela unha base sólida sobre a que construír a mellora. Os puntos fortes —calidade do produto, compromiso dos praceiros/as, boa localización e estrutura en bo estado— conviven con carencias identificadas en sostibilidade, comunicación e modernización que o plan de actuación do **Capítulo V** aborda de forma sistemática.

Táboa resumo das variables socioeconómicas, territoriais e turísticas con impacto na Praza de Abastos de Moaña

Variable	Información clave	Hábitos de consumo detectados	Oportunidades e retos para a praza e o comercio local
Poboación	19.320 habitantes (2025) - Terceiro concello máis poboado do Morrazo - Estabilización demográfica recente	- Consumo estable baseado na poboación residente - Forte vinculación ao comercio de proximidade e ao produto fresco	- Consolidar a praza como referente comarcal - Fidelizar a poboación local e captar consumo procedente de Vigo e dos concellos limítrofes
Estrutura da poboación	- Predominio da poboación adulta: 40–64 anos (39,1%) e maiores de 65 (23%) - Mozos 20–39: 20,9%	- Público adulto e maior con hábitos consolidados de compra presencial e fidelidade ao produto fresco - Mozos priorizan conveniencia e rapidez	- Manter a fidelidade do público adulto e maior - Adaptar oferta, horarios e comunicación para atraer a franxa 20–39
Afiliación á Seguridade Social	- Predominio do Réxime Xeral - Autónomos con presenza relevante - Economía ligada ao sector naval, servizos, comercio e actividade mariñeira	- Poboación activa con horario laboral típico que condiciona os momentos de compra - Autónomos con maior flexibilidade e frecuencia de visita	- Adaptar horarios e formatos de compra - Crear ofertas e servizos adaptados a autónomos e pequenos negocios locais
Paro rexistrado	880 persoas desempregadas - Maior incidencia en mulleres (≈65%) e maiores de 45 anos (≈63%) - Predominio do sector servizos	- Consumo máis prudente en determinados fogares - O público adulto e maior segue sendo clave na praza	- Reforzar o papel social da praza como comercio de proximidade accesible - Manter equilibrio entre calidade e prezos

Variable	Información clave	Hábitos de consumo detectados	Oportunidades e retos para a praza e o comercio local
Segundas vivendas	• Presenza relevante vinculada ao litoral • O municipio pode chegar a duplicar a súa poboación no verán • Fluxo importante de visitantes procedentes de Vigo	• Incremento estacional do consumo de produto fresco e local • Maior demanda en fins de semana e meses de verán	• Deseñar campañas específicas para residentes estacionais • Ampliar horarios e reforzo de produto en tempada alta • Visibilizar a praza como destino de compra para o visitante
Renda bruta media	• 26.673 €/ano (AEAT 2023) • Posición estatal 1.104 de máis de 8.000 concellos	• Consumidor sensible ao prezo pero receptivo á calidade e á orixe do produto • Disposición a pagar por produto fresco de confianza	• Posicionar a praza como espazo de calidade accesible • O valor engadido do produto local e o trato persoal deben compensar a comparación con outras canles
Patrimonio e turismo	• Forte atractivo natural: praias con bandeira azul, Monte Faro, Poza da Moura • Festas de San Martiño (Festa de Interese Turístico de Galicia) • Festival Intercéltico do Morrazo (recoñecido pola UE, 1985)	• Turismo familiar e tranquilo con interese pola gastronomía local e pola autenticidade do territorio	• Integrar a praza nos fluxos turísticos • Convertela nun escaparate da identidade mariñeira e gastronómica de Moaña
Turismo estranxeiro	• 25,4% dos visitantes de 2025 eran de orixe estranxeira • Presenza crecente vinculada ao turismo de natureza e á proxección internacional do Festival Intercéltico • Pico en agosto e xullo	• Curiosidade polos produtos locais e pola cultura gastronómica galega	• Adaptar sinalética e información en varios idiomas • Promover a praza en plataformas turísticas e guías gastronómicas internacionais

Variable	Información clave	Hábitos de consumo detectados	Oportunidades e retos para a praza e o comercio local
Competencia dos supermercados	• Moaña conta con 10 supermercados no municipio • Forte presenza de grandes cadeas de distribución	• Consumo cómodo e rápido pero con menor percepción de calidade e frescura que na praza	• Reforzar o posicionamento da praza como espazo de confianza, calidade, frescura e trato personalizado fronte á gran distribución
Conexión con Vigo	• Conexión directa con Vigo mediante a Ponte de Rande e servizo de barco • Fluxo diario de poboación entre ambas as dúas ribeiras	• Poboación que traballa en Vigo con hábitos de compra condicionados polo desprazamento diario	• Aproveitar o fluxo de retorno dende Vigo para captar compras de produto fresco • Visibilidade dixital orientada tamén á poboación viguesa
Estado das instalacións	• Edificio de dúas plantas con estrutura sólida • Aseos en bo estado • Necesidade de rehabilitación da cuberta, pavimento e mellora da eficiencia enerxética	• Clientela que valora a limpeza, a organización e a comodidade do espazo de compra	• Executar as actuacións de rehabilitación identificadas • Consolidar mantemento continuo • Potenciar comunicación dixital e sinalética interior
Aspectos comerciais e hixiénico-sanitarios	• Boa organización por sectores • Cumprimento xeral da normativa sanitaria • Mostradores modernos en carne e outros postos • Bo nivel de limpeza e hixiene	• Consumo baseado na confianza, calidade e trato directo • Boa percepción xeral da hixiene por parte da clientela	• Estender as identificacións sanitarias a todos os postos • Investir en formación continua e profesionalización dos praceiros/as
Recomendacións xerais	• Necesidade de mellora na sinalización, xestión de residuos, sostibilidade e comunicación exterior e dixital	• Consumidor cada vez máis esixente en hixiene, sostibilidade e información sobre o produto	• Apostar pola renovación das instalacións, a sostibilidade, a imaxe conxunta e a dixitalización como elementos diferenciadores.

Capítulo I

Capítulo I. Normativa e Administración

1. Normativa

1.1. Ordenanza non fiscal

A praza de abastos de Moaña réxese segundo a ordenanza non fiscal de *Regulamento da praza de abastos*, publicada e aprobada no ano 1995.

O documento regula a organización da Praza de Abastos, establece quen pode ocupar os postos, onde debe venderse cada tipo de produto, as obrigas de hixiene e mantemento, e o sistema de sancións para garantir o correcto funcionamento do mercado.

Asemade, o regulamento establece que os postos fixos vacantes da Praza de Abastos serán adxudicados polo Concello, logo dos informes correspondentes e conforme á ordenanza municipal.

A norma ven a regular o inicio da actividade, polo que as personas interesadas en obter un posto deberán solicitar previamente a licenza necesaria e acreditar que cumpren todos os requisitos legais para exercer a actividade, como dispoñer da licenza fiscal, do carné de manipulador/a de alimentos e da situación administrativa correspondente como autónomo/a. Ademais, cada titular recibirá unha tarxeta identificativa que deberá mostrar cando lle sexa requirida pola autoridade municipal.

En termos xerais de obrigacións, os titulares dos postos teñen a obriga de vender exclusivamente os produtos para os que foi autorizada a concesión, manter as instalacións en perfecto estado e asumir a reparación dos danos que poidan ocasionar. Tamén deben ter visible o carné de manipulador/a de alimentos e utilizar unha indumentaria axeitada, consistente nunha bata ou uniforme branco acompañado de gorra.

A venda de peixe está sometida a normas específicas para garantir a orde e as condicións sanitarias. O peixe adquirido só poderá comercializarse nos postos habilitados para tal fin e queda prohibida a súa venda noutras zonas da praza. Do mesmo xeito, o peixe de baixura deberá venderse unicamente nos espazos destinados a esta actividade, sen ocupar corredores nin expoñerse sobre caixas ou outros elementos improvisados

As persoas responsables dos postos de peixe deben evitar que o público manipule os produtos e asegurar que estes se manteñan en condicións óptimas para o consumo. O incumprimento destas obrigas poderá dar lugar á rescisión da concesión do posto.

No caso das vendedoras ambulantes de legumes, só se lles permite vender produtos procedentes da súa propia colleita ou invernadoiro. O regulamento prohibe expresamente a compra de mercadoría a terceiros para a súa posterior revenda dentro da praza

O regulamento clasifica as infraccións en leves, graves e moi graves. As faltas leves inclúen discusións menores, pequenas deficiencias de limpeza ou incumprimentos de escasa entidade. As faltas graves comprenden situacións como a reincidencia en infraccións leves, a fraude no peso ou na data de caducidade dos produtos, a obstrución das inspeccións, o peche inxustificado do posto durante varios días ou o impago das taxas municipais.

As infraccións moi graves inclúen a reiteración das faltas graves, a ausencia total de condicións hixiénicas, a cesión ou arrendamento do posto sen autorización municipal, o peche prolongado do establecemento ou a negativa a permitir inspeccións sanitarias. Estas condutas considéranse especialmente prexudiciais para o funcionamento da Praza de Abastos e para a protección das persoas consumidoras.

As sancións poden consistir en apercibimentos e multas para as infraccións leves, mentres que as máis graves poden implicar a suspensión da actividade, o peche temporal do posto ou mesmo a perda definitiva da concesión. Ademais, o Concello poderá acordar o decomiso de mercadorías, a paralización de obras ou a imposición doutras sancións económicas previstas pola normativa municipal.

En síntese, a devandita norma impón o réxime de funcionamento e organización da praza de abastos do municipio coa finalidade de levar a cabo unha correcta prestación de servizos. Con todo, xa de entrada considérase a necesidade de actualizar o regulamento coa finalidade de obter unha maior puntuación para a rede de mercados excelentes. A maiores, cando se trata dun regulamento do ano 1995 que contempla unha “parte alta” inexistente.

En relación co ámbito normativo, débese ter en conta que na sociedade actual, de constante transformación, as prazas e mercados de abastos —así como o propio comercio— enfronta retos complexos relacionados coa mobilidade, sostibilidade, tecnoloxía, calidade, competitividade e competencia. Así, a normativa municipal —ao igual que o resto da normativa superior— debe evolucionar para promover unha resposta eficiente e eficaz ás novas realidades e garantir unha xestión ordenada, xusta e segura.

No ámbito do comercio e das prazas e mercados de abastos determinadas configuracións de xestión quedaron obsoletas, reflexando realidades que xa non corresponden coas necesidades da sociedade contemporánea. A irrupción da economía dixital, internet ou o cambio climático esixen medidas efectivas e modernas para fomentar unhas prazas e mercados máis resilentes, inclusivas e competitivas; xa que a falta dunha normativa clara ou a pervivencia de regulamentos desfasados poden xerar “baleiros”, conflitos e obstáculos para o desenvolvemento socioeconómico.

A actualización da normativa non só implica un interese como punto de partida, senón que tamén conleva un compromiso coa mellora da calidade do proceso de compra-venda, da situación dos praceiros e praceiras e da calidade dos bens.

Cadro comparativo de ordenanzas fiscais e non fiscais de mercados e prazas de abastos nos municipios de influencia de Moaña ou aqueles que comparten semellanzas		
Municipio	Ordenanza fiscal	Ordenanza non fiscal
Boiro	outubro 2002	setembro 2002
Vilagarcía de Arousa	decembro 2022	febreiro 2023
Ribeira	xaneiro 2017	xaneiro 2017
Cangas	agosto 2005	agosto 2005
Bueu	abril 2002	abril 2002
Vigo	setembro 2006	setembro 2006
Pontevedra	2003 e en consulta pública para actualización	2003 e en consulta pública para actualización
Moaña	1995	1995

1.2. Normativa estatal e autonómica de aplicación

A *Lei 13/2010, do 17 de decembro, do comercio interior de Galicia* engade determinadas cuestións que gardan unha relación directa coa actividade de compra-venda nas prazas e mercados de abastos de Galicia. Entre as diferentes tipificacións da norma galega sublíñanse as seguintes cuestións e consideracións.

En base ao artigo 30.1.4 do Estatuto de Autonomía de Galicia correspóndelle á Comunidade a competencia exclusiva en materia de comercio interior, sen prexuízo da política xeral de prezos e lexislación sobre defensa da competencia.

Resulta, polo tanto, competencia da Xunta de Galicia atender as necesidades e específicas do sector comercio de Galicia, entre os que se atopan as prazas e mercados de abastos, sen esquecer ou obviar outra normativa de aplicación directa ou subsidiaria: de alimentación, hixiénico-sanitaria, de protección do consumidor, etcétera.

En relación co exposto anteriormente é necesario dotar da maior transparencia, defensa da competencia e adecuada protección aos consumidores/as nos mercados e prazas de abastos, así como en todo o comercio galego. Ademais do fomento do asociacionismo e modernización do sector.

Con todo, aliñando a normativa autonómica referida coa praza de abastos de Moaña é preciso recordar que:

- O prezo dos produtos e servizos será fixado libremente polas persoas oferentes, sen maior limitación que a tipificada no ordenamento xurídico.
- Os prezos deben cumprir o disposto na normativa ditada para a protección das persoas consumidoras e usuarias (*Real Decreto 3423/2000, do 15 de decembro, polo que se regula a indicación dos prezos dos produtos ofrecidos aos consumidores e usuarios*; e o *Decreto 2807/1972*) e deberán ser: inequívocos, identificables de forma sinxela, claramente lexibles e situarse no campo visual do consumidor, deben ser visibles polo consumidor sen necesidade de que tela que solicitar o seu prezo.
- En canto aos produtos de venda a granel, debera indicarse o prezo da unidade de medida.
- O prezo de venda anunciado ou exposto entenderase como o total do produto adquirido ao contado, engadido todos os impostos ou tributos aplicables.
- Os comerciantes, traballadores ou titulares/concesionarios que exerzan a súa actividade deben ter exposto os diferentes medios de pago admitidos.

2. Xestión da praza de abastos

Dende o punto de vista técnico, a xestión dunha praza de abastos pode ser directa ou indirecta, referíndose ao modelo de administración que define como se organiza e opera o mercado. No caso da Praza de Abastos do Concello de Moaña (o Mercado Municipal de Moaña), a xestión é directa e pública, asumida polo propio Concello como entidade administradora.

Enténdese por “xestión” o conxunto de funcións e responsabilidades necesarias para planificar, organizar e administrar o mercado, incluíndo a conservación das instalacións, o servizo de auga e saneamento, o subministro eléctrico, a limpeza, a apertura e peche, a recadación de taxas ou a xestión de residuos. Neste modelo, o Concello de Moaña é propietario do inmovible e tamén dos postos, que son bens públicos imprescriptibles, inembargables e inalienables.

Segundo o que indica o Plan de mercados excelentes de Galicia:

«Os mercados municipais poderán xestionarse de forma directa, no caso de que a administración e funcionamento dos servizos estea baixo a dirección e responsabilidade do Concello, ou de forma indirecta, cando a xestión e administración se realice por parte dos comerciantes agrupados ou mediante a concesión administrativa a unha sociedade externa. Non obstante, mesmo no caso de adoptarse unha xestión indirecta, o Concello debe supervisar a súa xestión para garantir o servizo do ben público.»

No modelo de xestión directa: o propio Concello, a través dos seus servizos e persoal municipal, realiza ou contrata os servizos precisos para o funcionamento da Praza de Abastos, que inclúen:

- Concesións.
- Subministro de auga e saneamento.
- Cobro de taxas.
- Xestión de residuos.
- Auditorías enerxéticas.
- Limpeza xeral da instalación e zona exterior colindante.
- Mantemento, apertura e peche de portas, e obras.
- Inspección.
- Outras actividades e actuacións relacionadas coa formación, promoción e publicidade, concienciación ambiental e dos produtos locais, entre outras.

A entidade local é a encargada de xestionar (administrar e organizar) a praza de abastos.

«(...) esta forma de xestión leva consigo que sexa o Concello, como propietario e administrador, que realice a xestión administrativa utilizando os seus propios recursos. Para iso, é conveniente que designe especificamente o traballador que realice as tarefas de dirección e que sexa responsable do bo

funcionamento, así como de dotar de persoal auxiliar que realice as funcións administrativas que sexan necesarias.»

Xestión indirecta: xestión privada. Baixo a agrupación da totalidade dos titulares dos postos nunha figura xurídica recoñecida (asociación ou cooperativa) que, como acostuma a ser común, mediante un consello reitor, realizan diversas actuacións de xestión.

«(...) existen varias fórmulas, como poden ser a autoxestión por parte dos comerciantes e a concesión administrativa a unha unidade externa.»

- Limpeza.
- Mantemento e apertura e peche de portas.
- Inspección.
- Subministro de auga e saneamento aos diferentes postos.
- Xestión de cobros e pagos.
- Auditorías enerxéticas.
- Xestión de residuos.
- Outras actividades e actuacións relacionadas coa formación, promoción e publicidade, concienciación ambiental e dos produtos locais, entre outras.

Un colectivo (persoa xurídica), asociación ou empresa, é a encargada de xestionar (administrar e organizar) a praza de abastos.

«O funcionamento deste modelo de xestión é similar ao dunha cadea comercial, onde existe un órgano de dirección que xestiona os postos e servizos incluídos na concesión administrativa outorgada polo Concello.»

2.1. A figura do xerente da praza ou mercado de abastos

Tal e como se sinalaba no apartado exterior, dende un punto de vista técnico, a xestión dunha praza de abastos pode ser directa ou indirecta. Entendendo como “xestión” o modelo de administración que define como se opera e organiza a praza ou mercado de abastos, sendo o ente administrador quen dirixe, planifica e administra. Con todo é preciso sinalar diferenza entre a figura de “xerente” da praza de abastos e a “xestión” da praza ou mercado.

Segundo o Plan de mercados excelentes de Galicia 2016-2020 é preciso que *«a xestión do mercado debe ser realizada por un profesional capacitado (...), igual que nunha empresa comercial, a cal busca rendibilizar a súa actividade. Para iso é necesario a figura dun xerente ou responsable, cuxas principais funcións serán a busca de rendibilidade como negocio, correcto funcionamento do mercado, axeitada atención ao cliente, desenvolvemento de plans de mellora nas instalacións (...) e implementación de procesos de mellora continua no mercado.»*

Entre outras tarefas específicas para cada praza ou mercado, en termos xerais o **xerente** do mercado debe realizar tarefas tales como:

- Mellorar, implementar ou marcar no mercado ou praza de abastos os estándares de calidade que esixe o selo de Mercado Excelente de Galicia.
- Supervisar o funcionamento do Mercado.
- Supervisar o cumprimento das normas do Mercado e propor e xestionar a corrección das desviacións.
- Realizar a mediación entre o Concello e os praceiros/as, titulares dos postos ou concesionarios..
- Buscar e titorizar a implantación de novos praceiro/as.
- Preparación da documentación técnica precisa para a solicitude de axudas para o mercado.
- Deseño dos contidos das redes sociais e páxina web do mercado ou praza de abastos, ou ben os contidos para webs e redes de turismo e web municipal xeral.
- Deseño de accións de promoción.
- Visitas semanais ao mercado e/ou ao Concello.
- Proposta de actividades de dinamización anual e trimestral.
- Avaliar os traballos desenvolto por outras empresas concesionarias: recollida de lixo, limpeza, mantemento, entre outros.
- Avaliar a implementación da imaxe corporativa, así coma o seu uso entre os praceiros.
- Realizar propostas de actividades: culturais, promocionais, ambientais e socioeducativas.
- Avaliar e propoñer modificacións ou implementacións en plans de limpeza, enerxéticos, estéticos ou desinfección.
- Ser o responsable na xestión de queixas, suxestións e partes de incidencias.
- Planificar e executar os mantementos preventivos de obras, conservacións e limpeza, entre outros.

Capítulo II

Capítulo II. Situación e estado xeral

En liña coa misión de consolidar a Praza de Abastos de Moaña como un referente do comercio de proximidade e da economía sostible da comarca do Morrazo, este capítulo presenta unha análise detallada da situación actual do mercado municipal. A visión estratéxica pasa por transformalo nun espazo moderno, dinámico e conectado, que actúe como motor económico e punto de encontro para a comunidade local e para os visitantes que cada ano elixen Moaña como destino, especialmente durante a tempada estival.

Este documento pretende ofrecer unha visión integral e operativa que permita identificar:

- As tendencias actuais na ocupación e uso dos espazos dispoñibles.
- As oportunidades para mellorar a funcionalidade, atraer nova actividade comercial e reforzar o papel social do mercado.
- Os retos que requiren solucións concretas para aproveitar plenamente o potencial da praza.

Recóllense nesta diagnose:

- Un resumo do estado actual, incluíndo o número de postos activos e desocupados.
- O grao de diversificación da oferta en función das categorías de produtos presentes.
- Recomendacións estratéxicas para mellorar a xestión, reforzar a actividade comercial e consolidar o mercado como núcleo dinamizador do comercio local.

Con todo isto preténdese construír unha ferramenta de traballo útil e estratéxica que permita avanzar cara á obtención do **Selo de Mercado Excelente** da Xunta de Galicia, consolidando a Praza de Abastos de Moaña como un espazo accesible, renovado e en harmonía cos valores de calidade, sostibilidade e compromiso coa comunidade, apostando por un comercio de proximidade innovador, enraizado no territorio e conectado coa identidade mariñeira e gastronómica do Morrazo.

MISIÓN E VISIÓN

MISIÓN

Impulsar a Praza de Abastos de Moaña como espazo de referencia para o comercio de proximidade, accesible, sostible e innovador. Poñemos en valor o produto local e de calidade, especialmente o peixe e o marisco da ría de Vigo, contribuíndo á dinamización económica, social e cultural do municipio e da comarca do Morrazo.

♦ **Mar, tradición e proximidade** ♦

VISIÓN

Ser un mercado de referencia en Galicia pola súa excelencia, moderno e conectado coa identidade mariñeira de Moaña e coas novas tendencias de consumo responsable. Un espazo vivo e atractivo que impulse o produto local, o emprendemento e as iniciativas sociais e culturais, consolidando o papel do mercado como motor do municipio e da comarca do Morrazo.

♦ **Excelencia, proximidade e futuro** ♦

MARCO ESTRATÉGICO DE ACTUACIÓN

① RETOS

- Adaptar o mercado aos novos hábitos de consumo e ás demandas dunha clientela cada vez máis diversa.
- Rehabilitar as instalacións para garantir un espazo confortable, seguro e atractivo.
- Consolidar o mercado como espazo dinamizador do comercio local e da economía do Morrazo.
- Aproveitar o potencial turístico e estival do municipio para ampliar a base de clientela.

② OBXECTIVOS

- Modernizar e reforzar a Praza de Abastos de Moaña mediante a rehabilitación dos espazos, a mellora da imaxe e o aumento da accesibilidade.
- Impulsar a relación co sector pesqueiro e cos produtores locais da comarca do Morrazo.
- Atraer novos perfís de usuarios e fortalecer o vínculo co turismo, especialmente no período estival.

③ MEDIDAS

- Executar as actuacións de rehabilitación: cuberta, pavimento, iluminación e eficiencia enerxética...
- Desenvolver un plan de activación comercial para postos baleiros, con incentivos e campañas específicas.
- Establecer alianzas con produtores locais, restauradores e artesáns da comarca.
- Crear servizos innovadores: presenza dixital, redes sociais e programación de eventos regulares.
- Implementar melloras de sinalización, accesibilidade e espazos de encontro cidadán.

④ RESULTADOS

- Un mercado renovado, activo e atractivo, con maior presenza e participación do tecido comercial e da cidadanía de Moaña.
- Un espazo máis funcional e inclusivo que reforce a identidade mariñeira local e promova un modelo de consumo baseado na proximidade, calidade e sostibilidade.
- Un motor clave para a dinamización económica, turística e social do municipio, en especial durante os meses de maior afluencia estival.

1. Diagnose sobre a situación actual da praza de abastos

Aspecto	Observacións
Localización e posición urbana	- A Praza de Abastos de Moaña atópase no corazón do núcleo urbano, na Avenida Concepción Arenal, nunha localización céntrica e de doado acceso para toda a veciñanza. - A súa situación no centro do municipio reforza o seu carácter de equipamento esencial, vinculado á vida cotiá da poboación e á tradición mariñeira da comarca do Morrazo. - A proximidade á liña de costa e ao servizo de barco con Vigo converte a praza nun espazo accesible tamén para a poboación da outra beira da ría.
Accesibilidade e mobilidade	- O mercado conta con accesos desde a Avenida Concepción Arenal que permiten o acceso en transporte privado e a pé dende o centro urbano. - Existe marxe para mellorar a accesibilidade universal nas entradas, adecuando os accesos ás persoas con mobilidade reducida e reforzando a sinalética exterior. - A localización céntrica facilita o desprazamento a pé para a maior parte da poboación residente, reforzando o seu valor como mercado de proximidade.
Visibilidade e integración urbana	- A praza presenta unha integración correcta co entorno urbano e é recoñecida pola veciñanza como un equipamento público de referencia. - Existe marxe para potenciar a súa visibilidade exterior mediante accións de sinalética urbana, rotulación e comunicación que reforcen o seu papel como punto de referencia comercial e social. - A mellora da imaxe exterior do edificio contribuirá a reforzar a presenza e o atractivo do mercado para a clientela local e visitante.
Ocupación e potencial dos postos	- A praza conta cun nivel de ocupación que reflicte a vitalidade do mercado e o compromiso dos praceiros/as coa actividade comercial. - Os postos dispoñibles representan unha oportunidade para a incorporación de novas actividades vinculadas ao produto local, á diversificación da oferta e á innovación comercial. - A incorporación de novos perfís de praceiros/as vinculados ao produto fresco, ao produto gourmet ou á restauración de proximidade enriquecería a experiencia de compra.
Estado das instalacións	- O edificio mantén a súa funcionalidade básica tras máis de 35 anos de actividade, con estrutura portante en bo estado e aseos públicos correctamente mantidos. - As instalacións requiren unha intervención integral de rehabilitación que aborde a cuberta, o pavimento, a iluminación e a eficiencia enerxética. - A execución destas melloras no marco das liñas de financiamento da Xunta de Galicia permitirá elevar o estándar das instalacións ata os niveis esixidos polo Selo de Mercado Excelente.

Aspecto	Observacións
Organización dos espazos interiores	- A distribución interior organízase de forma ordenada, con postos adosados ao perímetro e corredores centrais que permiten unha circulación fluída da clientela. - A organización por sectores (peixería, carnizaría, froita e verdura, conxelados e charcutería) facilita a orientación e mellora a experiencia de compra. - A mellora da sinalética interior e a homoxeneización visual dos postos reforzarán a percepción de orde e profesionalidade do mercado.
Equipamentos e servizos comúns	- O mercado dispón dos servizos básicos necesarios para o seu funcionamento diario: aseos públicos en bo estado e espazos de traballo adecuados para os praceiros/as. - Identifícase potencial para avanzar na dotación de equipamentos complementarios: zona de descanso, sinalética interior, pantalla informativa e ecopunto de reciclaxe. - A segunda planta do edificio representa un activo estratéxico con posibilidade de albergar usos complementarios formativos ou culturais.
Imaxe e identidade visual	- A praza presenta un nivel xeral de limpeza e orde nos postos que reflicte o compromiso dos praceiros/as coa súa actividade. - Existe unha oportunidade estratéxica para reforzar a identidade visual mediante a creación dun logotipo identificativo, materiais de merchandising comúns e soportes de comunicación homoxéneos. - A homoxeneización da vestimenta profesional e da imaxe dos postos contribuirá a proxectar unha imaxe moderna e recoñecible cara á clientela local e visitante.
Dinamización e actividade comercial	- A praza conta con potencial real para converterse nun espazo vivo e dinámico, capaz de acoller actividades culturais e de promoción do produto local. - O municipio conta con eventos de proxección supramunicipal (como o Festival Intercéltico do Morrazo) que representan oportunidades para dinamizar o mercado e atraer nova clientela. - A creación dun programa estable de actividades reforzaría a fidelización da clientela habitual e a atracción de novos públicos, especialmente en tempada estival.
Xestión e coordinación	- A xestión da Praza de Abastos de Moaña realízase desde o ámbito municipal, con seguimento do funcionamento diario e coordinación cos praceiros/as. - A actualización das ordenanzas municipais e a formalización dun plan de xestión de residuos dotarán ao mercado dun marco normativo claro e adaptado ás esixencias actuais. - O reforzamento da figura dun responsable ou xerente do mercado permitirá impulsar de forma máis eficiente as actuacións de mellora, dinamización e comunicación.

Aspecto	Observacións
Comunicación e proxección	• A Praza de Abastos de Moaña ten marxe para construír e consolidar unha presenza dixital activa que conecte coa veciñanza, coa poboación máis nova e coa clientela visitante. • O desenvolvemento dunha estratexia de comunicación estruturada en redes sociais, con contidos regulares sobre os postos, os produtos e as actividades, reforzará o posicionamento do mercado. • A presenza en plataformas turísticas e guías gastronómicas en varios idiomas ampliaría o alcance cara á clientela estacional e internacional.
Vinculación co territorio	• A Praza de Abastos de Moaña conta cun contexto territorial moi favorable, marcado pola actividade pesqueira, a tradición mariñeira e a gastronomía local baseada no peixe e o marisco da ría de Vigo. • O reforzamento das colaboracións con produtores locais, entidades culturais, centros educativos e operadores turísticos permitirá consolidar a praza como espazo de referencia do municipio. • A identidade mariñeira de Moaña é un activo diferencial de gran valor que debe estar presente na imaxe, na comunicación e na oferta do mercado de forma explícita e recoñecible.

1.1. Obxectivos e propostas de actuación

A partir da diagnose realizada, identifícanse dez ámbitos de actuación prioritaria para a mellora integral da Praza de Abastos de Moaña: iluminación, sinalización interior, información ao público, servizos ao usuario, xestión de residuos e sostibilidade, participación e comunicación, identidade e promoción, eficiencia enerxética, xestión e apoio técnico, e conservación do edificio.

O desenvolvemento detallado de cada unha destas actuacións, xunto coas propostas específicas e o calendario de execución, recóllese no **Capítulo V** do presente estudo.

1.2. Ideas adicionais para complementar o proxecto

Obxectivo	Propostas innovadoras e estratéxicas
Calendario vivo de experiencias na praza	• Creación dunha programación anual estable vinculada ao calendario local e mariñeiro: semanas do peixe azul, do marisco de tempada, do percebe, do polbo ou da ameixa da ría de Vigo. • Organización de showcookings con cociñeiros/as de Moaña e da comarca do Morrazo, actividades familiares e accións especiais coincidentes con eventos como o Festival Intercéltico do Morrazo, as Festas de San Martiño ou a tempada estival.
Residencias gastronómicas e culturais de curta duración	• Desenvolvemento dun programa de residencias temporais na praza, convidando a chefs locais, confrarías de pescadores, mariscadoras, artesáns ou creadores vinculados ao mar para realizar demostracións, degustacións ou accións divulgativas abertas ao público. • Colaboración con asociacións culturais e gastronómicas da comarca do Morrazo para reforzar o vínculo entre o mercado e o territorio.
Espazo "Produto do mar e de tempada"	• Creación dun punto fixo e identificable dedicado ao produto da ría de Vigo e da contorna de Moaña, con rotación segundo a tempada: ameixa, berberecho, mexillón, peixe de baixura e marisco de tempada. • Incorporación de cartelería didáctica sobre procedencia, artes de pesca, estacionalidade e receitas tradicionais do Morrazo.
Punto informativo e contido dixital interactivo	• Instalación dun punto dixital con pantalla informativa ou sistema de códigos QR que permita consultar información dos postos, produtos do día, eventos, receitas locais e vídeos protagonizados polos propios praceiros/as. • Reforzamento da transparencia e da conexión coa clientela mediante contidos dixitais que poñan en valor a orixe e a trazabilidade dos produtos.
Marketplace e servizos dixitais do mercado	• Desenvolvemento progresivo dun espazo web ou aplicación sinxela da praza para consultas, pedidos anticipados, reservas de produto fresco e información actualizada. • Integración con servizos de recollida rápida ou entrega a domicilio en colaboración co comercio local de Moaña.
Aula do mercado e espazo showcooking	• Realización de obradoiros de cociña tradicional, charlas sobre alimentación saudable e formación para praceiros/as en colaboración con centros educativos, asociacións e profesionais da nutrición da comarca. • Aproveitamento da segunda planta do edificio como espazo polivalente para estas actividades formativas e divulgativas.

Obxectivo	Propostas innovadoras e estratéxicas
Programa "Emprende na Praza de Moaña"	• Posta en marcha dun programa de apoio ao emprendemento comercial, facilitando a ocupación temporal de postos dispoñibles por novos proxectos vinculados ao produto local, á transformación alimentaria ou á innovación gastronómica. • Acompañamento e mentorización inicial para novos praceiros/as, favorecendo a renovación xeracional e a diversificación da oferta do mercado.
Programa educativo e interxeracional	• Desenvolvemento de visitas escolares á praza, actividades interxeracionais con persoas maiores e obradoiros sobre consumo responsable e coñecemento das especies mariñas da ría de Vigo. • Reforzamento do papel da praza como espazo de aprendizaxe e transmisión de saberes, conectando as novas xeracións coa tradición mariñeira e gastronómica de Moaña.
Sinalización emocional e experiencia de compra	• Integración dunha sinalización que combine orientación funcional con elementos emocionais: cores asociadas aos produtos do mar, frases vinculadas á cultura mariñeira do Morrazo, ilustracións e recursos gráficos que fagan da visita á praza unha experiencia memorable e diferenciada.
Programa "Praza solidaria"	• Establecemento de colaboracións con entidades sociais e bancos de alimentos de Moaña e da comarca para a doazón responsable de excedentes. • Organización de campañas de sensibilización sobre consumo consciente e aproveitamento alimentario, reforzando o compromiso social da praza coa veciñanza e co territorio.

Diagnose da situación actual · Praza de Abastos de Moaña

Análise dos 12 aspectos clave para a obtención do Selo de Mercado Excelente

□ LOCALIZACIÓN

Enclave **céntrico** na Avda. Concepción Arenal, con acceso doado para toda a veciñanza e conexión con Vigo por ponte e barco.

□ ACCESIBILIDADE

Localización a pé desde o centro urbano. Marxe de mellora na accesibilidade universal e na sinalética exterior.

□ VISIBILIDADE URBANA

Equipamento **recoñecido** pola veciñanza. Potencial para reforzar a visibilidade exterior e o atractivo do edificio.

□ OCUPACIÓN DOS POSTOS

Nivel de ocupación que reflicte **vitalidade comercial**. Os postos dispoñibles son oportunidade para nova oferta local.

□ ESTADO DAS INSTALACIÓNS

Estrutura en **bo estado**. Intervención necesaria en cuberta, pavimento, iluminación e eficiencia enerxética.

□ ESPAZOS INTERIORES

Distribución **ordenada por sectores**: peixería, carne, froita, conxelados e charcutería. Circulación fluída da clientela.

□ EQUIPAMENTOS E SERVIZOS

Servizos básicos en **bo estado**. Potencial na zona de descanso, ecopunto e aproveitamento da segunda planta.

□ IMAXE E IDENTIDADE

Limpeza e orde nos postos. Oportunidade para crear **logotipo, merchandising** e imaxe corporativa común.

□ DINAMIZACIÓN COMERCIAL

Potencial para acoller eventos vinculados ao **Festival Intercéltico**, festas locais e programación gastronómica estival.

□ XESTIÓN E COORDINACIÓN

Xestión **municipal** con coordinación cos praceiros/as. Necesidade de actualizar ordenanzas e formalizar plan de residuos.

□ COMUNICACIÓN DIXITAL

Marxe para construír **presenza dixital activa** en redes sociais e plataformas turísticas en varios idiomas.

□ VINCULACIÓN CO TERRITORIO

Identidade **maríñeira do Morrazo** e peixe da ría de Vigo como activo diferencial de gran valor para o mercado.

1.3. Número de postos e grao de diversificación

Nivel de ocupación e potencial de diversificación da praza de abastos

O número de postos ocupados é un indicador fundamental para avaliar o grao de aproveitamento do espazo e a capacidade da praza para responder ás necesidades da cidadanía. Na actualidade, a praza de abastos de Moaña presenta a seguinte situación:

- ✓ **22 postos ocupados** → **56,41%** → **76,19%**
- ✗ **17 postos baleiros** → **43,59%**

Nota: non se teñen en conta as mesas do peixe do día por non querer participar na facilitación de datos.

Tipo posto	Ocupados	Baleiros	Total	% Ocupados	% Baleiros
Postos fixos	9	6	15	60,00%	40,00%
Peixerías Centrais	9	9	18	50,00%	50,00%
Froitarías	4	2	6	66,67%	33,33%
TOTAL	22	17	39	56,41%	43,59%

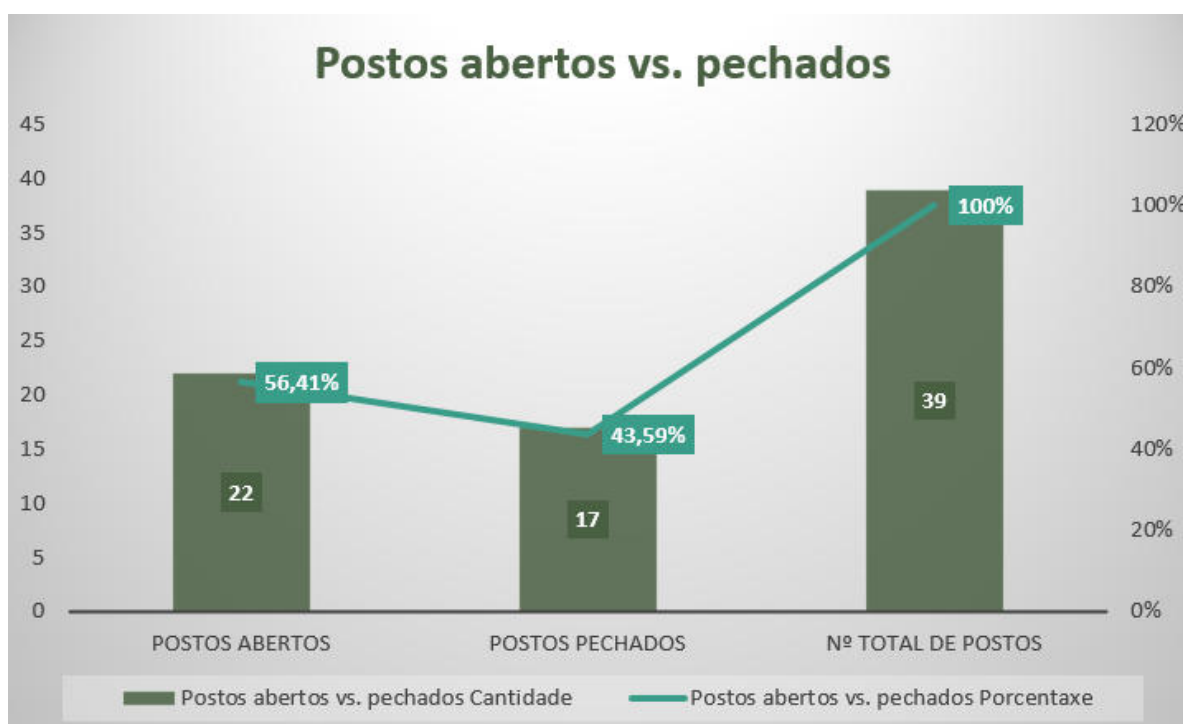


Figura 23. Taxa de ocupación por tipo de posto

Estes datos evidencian unha **base de actividade** cunha **marxe de mellora** que cómpre aproveitar para reforzar a presenza comercial e aumentar o atractivo do mercado.

Dispor de máis postos activos non só enriquece a experiencia de compra e incrementa o tempo de permanencia no recinto, senón que tamén **transmite unha imaxe de dinamismo, modernidade e vitalidade comercial**, clave para atraer novos públicos e fidelizar aos actuais.

Outro factor estratéxico é o **grao de diversificación da oferta**. Un mercado que ofrece produtos frescos de proximidade (peixe, carne, froita, verdura), pero tamén outros servizos complementarios (flores, produtos gourmet, ecolóxicos, menaxe, cestería ou propostas innovadoras), **consolida o seu papel como centro neurálxico do comercio local** e responde mellor aos distintos perfís de consumidores.

Para avanzar cara á excelencia na xestión da praza, resulta clave implementar accións que permitan:

- **Atraer novos comerciantes** mediante incentivos, acompañamento e campañas de captación, ampliando así a variedade de postos e produtos.
- **Fomentar a innovación** e o uso flexible dos espazos, incluíndo novas funcionalidades como zonas para obradoiros, degustacións, actividades infantís ou experiencias culturais.
- **Incrementar a visibilidade** da praza a través dunha comunicación efectiva que poña en valor a calidade, a orixe dos produtos, a profesionalidade dos praceiros/as e a dimensión social e histórica do mercado.
- **Crear un ambiente dinámico e participativo**, favorecendo a integración da praza na vida da vila como espazo de encontro, intercambio e identidade colectiva.

En definitiva, a existencia de postos vacantes non debe interpretarse só como unha carencia, senón como unha oportunidade estratéxica para fortalecer o modelo de praza: un espazo funcional, vivo e diverso, ao servizo da comunidade e do desenvolvemento local sostible.

Estado dos postos segundo a sección

Tipo	Sección 1 (Carnizaría / Chacinaría)	Sección 2 (Froitas e Legumes)	Sección 3 (Peixes e Mariscos)	Sección 4 (Panadería e Outros)	Sección 5 (Baleiros)	Total
Postos fixos ocupados	4			5		9
Postos fixos baleiros					6	6
Mesas ocupadas		4	9			13
Mesas baleiras		2	9			11
TOTAL	4	6	18	5	6	39

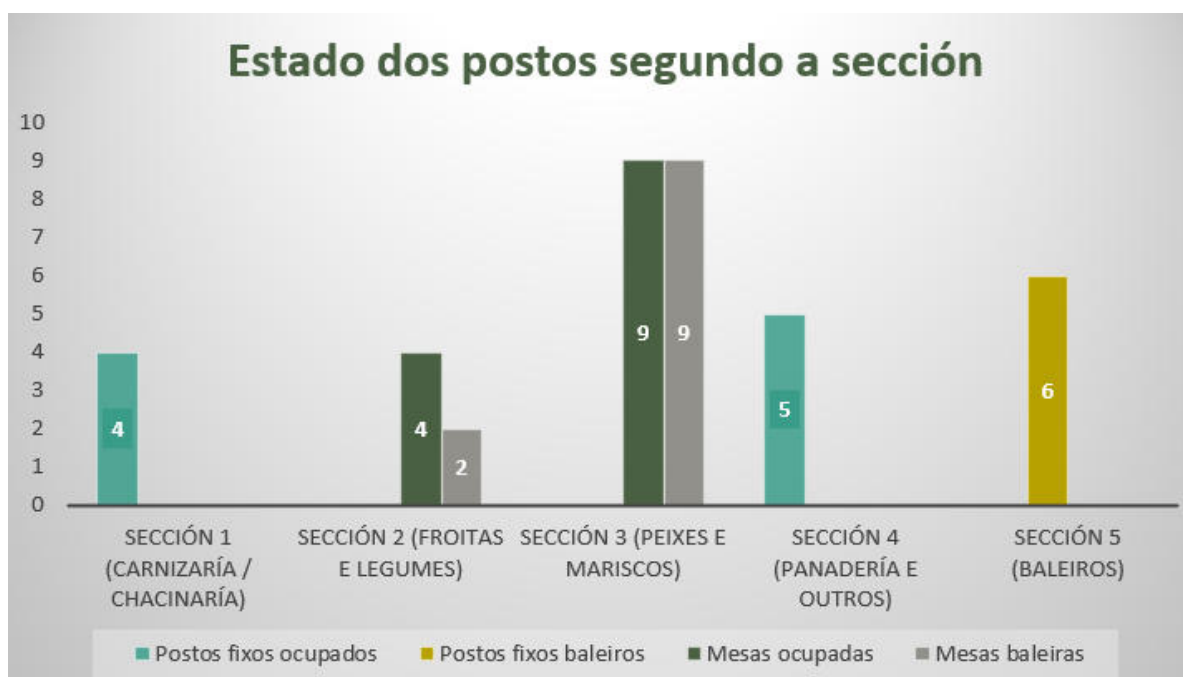


Figura 24. Estado dos postos (abertos/pechados) segundo seccións.

Clasificación de postos por sector e sección

Sector / Sección	Sección 1 (Carnizaría / Chacinaría)	Sección 2 (Froitas e Legumes)	Sección 3 (Peixes e Mariscos)	Sección 4 (Panadería e Outros)	Sección 5 (Baleiros)	Total
Carnes / Chacinaría	4					4
Froitas e verduras		4				4
Peixes e mariscos			9			9
Panadería e Outros				5		5
Baleiros					17	17
Total	4	4	9	5	17	39
% Total	10,26%	10,26%	23,08%	12,82%	43,59%	100%

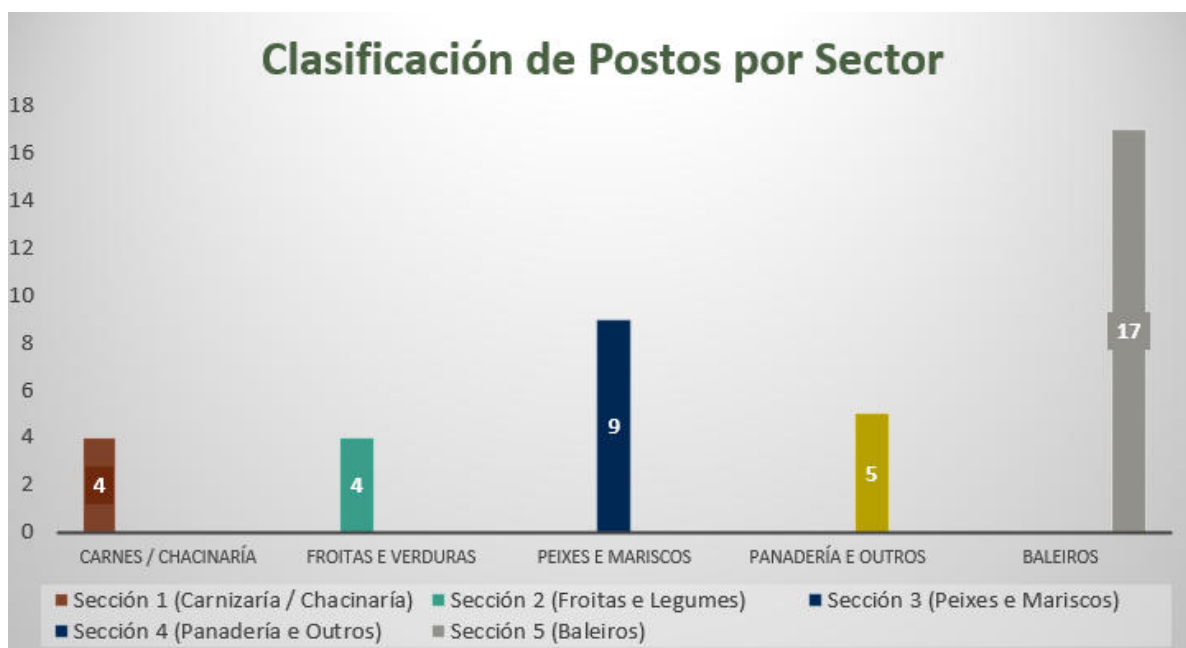


Figura 25. Clasificación dos postos segundo o sector e a sección.

Concentración e Diversidade por Sector

Sector	Nº de postos	Nº operadores únicos	Nivel de competencia
Carnes / Chacinaria	4	3	Media-Alta (3 operadores)
Froitas e verduras	4	3	Media-Alta (3 operadores)
Peixes e mariscos	9	8	Alta (8 operadores diferentes)
Panadería e Outros	5	2	Baixa (2 operadores, 5 postos)
Outros / Baleiros	17	0	Sen actividade
TOTAL	39	16	

Distribución de Comercios Activos por Nome e Sector

Sector	Nome comercial	Tipo de posto	Nº posto
Carnes / Chacinaria	Carnicería Marita	Posto fixo	P1
	Jamonería Malayo	Posto fixo	P2
	Carnicería Gerardo	Posto fixo	P13, P14
Froitas e verduras	Froitas Cris	Mesa	P3F
	Froitas Fina	Mesa	P4F
	Froitaría Tery	Mesa	P5F, P6F
Panadería e Outros	A Traíña	Posto fixo	P5, P6
	A Laranxeira	Posto fixo	P9, P10, P11
Peixes e mariscos	Peixes Rincha	Mesa	P1
	Peixes Vida	Mesa	P2
	Pescados Noelia	Mesa	P8
	Pescados Alicia	Mesa	P11, P12
	Peixes e Mariscos Mary	Mesa	P14
	Peixes e Mariscos Isabel	Mesa	P15
	Produtos do Mar Toñi	Mesa	P16
	Mucha (sen nome comercial)	Mesa	P18

Resumo Executivo - KPIs Principais

Indicador	Valor
Total de postos no mercado	39
Postos ocupados	22 (56,41%)
Postos baleiros	17 (43,59%)
Taxa global de ocupación	56,41%
Sector con maior ocupación	Peixes e mariscos (9 postos, 23,08%)
Sector con maior nº de vacantes	Peixes e mariscos (9 postos baleiros)
Nº total de operadores activos	16

Análise de Oportunidades e Vacantes

Sector / Sección	Vacantes dispoñibles	Tipo de posto	Oportunidades de negocio
Sección 1 (Carnizaría-Chacinaría)	0	Posto fixo	Baixa - Sector cuberto con 3 operadores en 4 postos
Sección 2 (Froitas e Legumes)	2	Mesas	Alta - Só 3 operadores, con 2 postos baleiros
Sección 3 (Peixes e Mariscos)	9	Mesas	Media - Sector con alta demanda pero con 8 operadores
Sección 4 (Panadería e Outros)	0	Posto fixo	Baixa - Sector cuberto con 2 operadores en 5 postos
Sección 5 (Baleiros)	6	Posto fixo	Alta - Oportunidade para diversificar oferta (carnizaría, queixos, especias,...)
Total vacantes	17		
Sectores sen representación	Conxelados, queixos artesanais, produtos ecolóxicos ou chacinería especializada	Calquera	Alta - Oportunidade para ampliar oferta

CONCLUSIÓNS

- Alta concentración en Peixes e Mariscos: 23,08% dos postos ocupados, pero tamén o sector con máis vacantes (9 meses), o que indica marxe de mellora na ocupación.
- Boa diversidade en Froitas e Verduras: 3 operadores en 4 postos, aínda que con 2 mesas baleiras que representan unha oportunidade de incorporar novos comerciantes.
- Alta taxa de vacantes global: 43,59% de postos baleiros é un dato preocupante, especialmente nas Peixerías Centrais (50% de vacantes).
- Postos fixos con mellor ocupación: 60,00% de ocupación nos postos fixos fronte ao 50,00% das Peixerías Centrais indica maior estabilidade nos comercios permanentes.
- Oportunidade de diversificación: Os 6 postos fixos baleiros e os 17 baleiros en total representan unha oportunidade para incorporar sectores non representados como conxelados, queixos artesanais, produtos ecolóxicos ou chacinería especializada.

Fichas

POSTOS PECHADOS

FICHA POSTO		Praza de abastos de Moaña
Nº posto: P1C	Titular: M ^a PEREGRINA FERVENZA TÁBOAS Sexo: M Idade: 61	
Nome comercial: CARNICERÍA MARITA Tipoloxía: Posto pechado Produtos de venda: Carne Superficie aproximada: 4 m ² Tipo de empresa:		
Horario: 8:00 - 13:30 de lunss a sábados Persoa titular: por conta propia Ano de comezo actividade: 2009 aprox. Tipo de concesión: propia Nº traballadores: 1		
Datos específicos do posto		
Prezos á vista: SI	Iluminación específica: SI	
Taboleiro produtos: NON	Follas de reclamación: SI	
Entrega de tickets: SI	Envío a domicilio: SI e acepta encargos por WhatsApp	
Horarios á vista: NON	Páxina web: NON	
Uniformidade: Si, pero propia	Redes sociais: NON	
Formas/medios de pago: Efectivo e TPV	Packaging: Packaging propio	
Equipamento: • 2 Mostradores de frío • 1 Picadora- serra • 1 Caixa rexistradora • 1 Báscula • 1 Cámara frigorífica • TPV	Produtos e orixe: • Carne • Produtos elaborados • Galego	
Observacións do equipo técnico		
Grao de satisfacción do titular co mercado: Pouco satisfeito	Potencial do posto: Medio	
Interese en participar en acción colectivas: Promoción conxunta e Campañas	Expectativas do futuro: ampliar (tamaño do posto ou produtos) e modernizar	
Produtos: Diversificados	Vantaxe competitiva: Calidade	
Días maior venda: venres e sábado	Época do ano de maior venda: inverno	
Tipoloxía dos clientes: clientes maiores de 40 anos	Outras consideracións:	

FICHA POSTO		Praza de abastos de Moaña	
Nº posto: P2C	Titular: DIANNE MARILING CHAVES FASABI Sexo: M Idade: 31		
Nome comercial: JAMONERÍA QUESERÍA MALAYO Tipoloxía: Posto pechado Produtos de venda: Bacalao, queixos embutidos, salados Superficie aproximada: m ² Tipo de empresa:			
Horario: 9:00 - 13:00 de martes a sábados Persoa titular: por conta propia Ano de comezo actividade: 2025 Tipo de concesión: por traspaso Nº traballadores: 1			
Datos específicos do posto			
Prezos á vista: SI	Iluminación específica: SI		
Taboleiro produtos: NON	Follas de reclamación: SI		
Entrega de tickets: SI	Envío a domicilio: NON, pero acepta encargos		
Horarios á vista: NON	Páxina web: NON		
Uniformidade: SI, pero propia	Redes sociais: SI		
Formas/medios de pago: Efectivo e TPV	Packaging: Packaging propio		
Equipamento: • 2 Mostradores de frío • 2 Cortadoras • 1 Caixa rexistradora • 1 Báscula • 1 Cámara frigorífica	Produtos e orixe: • Bacalao, queixos embutidos, salados • Galego e • Outros		
Observacións do equipo técnico			
Grao de satisfacción do titular co mercado: Insatisfeito	Potencial do posto: Medio		
Interese en participar en acción colectivas: Promoción conxunta, campañas, formacións, ...	Expectativas do futuro: manter a actividade		
Produtos: Diversificados	Vantaxe competitiva: Diferenciación		
Días maior venda: varía en función da tempada	Época do ano de maior venda: verán		
Tipoloxía dos clientes: clientes maiores de 65 anos	Outras consideracións:		

FICHA POSTO		Praza de abastos de Moaña	
Nº posto: P5-6C	Titular: M ^a TERESA GONZÁLEZ TRIGO Sexo: M Idade: 56		
Nome comercial: A TRAIÑA Tipoloxía: Posto pechado Produtos de venda: Produtos galegos, ultramarinos, panadería, droguería, roupa Superficie aproximada: m ² Tipo de empresa:			
Horario: 8:00 - 14:00 de martes a sábados Persoa titular: por conta propia Ano de comezo actividade: 2013 Tipo de concesión: por traspaso Nº traballadores: 1			
Datos específicos do posto			
Prezos á vista: SI	Iluminación específica: SI		
Taboleiro produtos: NON	Follas de reclamación: SI		
Entrega de tickets: SI	Envío a domicilio: SI, pero acepta encargos		
Horarios á vista: NON	Páxina web: SI		
Uniformidade: SI, pero propia	Redes sociais: SI		
Formas/medios de pago: Efectivo, TPV, Bizum	Packaging: Reciclable e Compostable		
Equipamento: • 1 Báscula • 1 Mostrador • 1 Mostrador de frío • 1 Caixa rexistradora	Produtos e orixe: • Produtos galegos, ultramarinos, panadería, droguería, roupa... • Varios		
Observacións do equipo técnico			
Grao de satisfacción do titular co mercado: Pouco satisfeito	Potencial do posto: Medio		
Interese en participar en acción colectivas: Sí, Promoción conxunta, formación, dinamización, campañas	Expectativas do futuro: manter a actividade		
Produtos: Diversificados	Vantaxe competitiva: Diferenciación		
Días maior venda: sábado e mércores	Época do ano de maior venda: verán		
Tipoloxía dos clientes: clientes maiores de 65 anos	Outras consideracións:		

FICHA POSTO		Praza de abastos de Moaña	
Nº posto: P9-10-11C	Titular: ANA Mª PIRES CURRÁS Sexo: M Idade: 41		
Nome comercial: PANADERÍA LARANXEIRA Tipoloxía: Posto pechado Produtos de venda: Empanadas, pan, produtos selectos, viños Superficie aproximada: m² Tipo de empresa:			
Horario: 9:15 - 13:30 de martes a sábados Persoa titular: por conta propia Ano de comezo actividade: 2018 Tipo de concesión: Por traspaso familiar Nº traballadores: 1			
Datos específicos do posto			
Prezos á vista: SI	Iluminación específica: SI		
Taboleiro produtos: NON	Follas de reclamación: SI		
Entrega de tickets: SI	Envío a domicilio: SI, acepta encargos		
Horarios á vista: NON	Páxina web: NON		
Uniformidade: NON	Redes sociais: NON		
Formas/medios de pago: Efectivo	Packaging: Propio		
Equipamento: • 1 Mostrador nevera • 2 Neveras • 1 Báscula • 1 Caixa rexistradora	Produtos e orixe: • Empanadas e pan, orixe propio		
Observacións do equipo técnico			
Grao de satisfacción do titular co mercado: Satisfeito	Potencial do posto: Medio		
Interese en participar en acción colectivas: Sí, Promoción conxunta, formación, dinamización, campañas	Expectativas do futuro: modernizar		
Produtos: Diversificados	Vantaxe competitiva: Diferenciación		
Días maior venda: Mércores e sábados	Época do ano de maior venda: verán		
Tipoloxía dos clientes: Maiores de 65	Outras consideracións:		

FICHA POSTO		Praza de abastos de Moaña	
Nº posto: P13-14C	Titular: GERARDO SOLLA CABANELAS Sexo: H Idade: 57		
Nome comercial: CARNICERÍA GERARDO Tipoloxía: Posto pechado Produtos de venda: Carne Superficie aproximada: 16 m ² Tipo de empresa:			
Horario: 7:00 - 14:00 de martes a sábados. De tarde: martes e venres 15:30-20:30 Persoa titular: por conta propia Ano de comezo actividade: 1993. Tipo de concesión: propia Nº traballadores: 3			
Datos específicos do posto			
Prezos á vista: SI	Iluminación específica: SI		
Taboleiro produtos: NON	Follas de reclamación: SI		
Entrega de tickets: SI	Envío a domicilio: SI (con encargos WhatsApp)		
Horarios á vista: NON	Páxina web: NON		
Uniformidade: Si, pero propia	Redes sociais: SI. Facebook e Instagram		
Formas de pago: Efectivo, TPV e Bizum	Packaging: Packaging propio		
Equipamento: • 2 Mostradores de frío • 1 Picadora- serra • 1 Caixa rexistradora • 1 Báscula • 1 Cámara frigorífica • 1 TPV • 1 Obrador	Produtos e orixe: • Carne • Produtos elaborados • Precociñados • Chacinería • Galego maioritariamente		
Observacións do equipo técnico			
Grao de satisfacción do titular co mercado: Pouco satisfeito	Potencial do posto: Medio		
Interese en participar en acción colectivas: Formación	Expectativas do futuro: ampliar (tamaño do posto ou produtos) e modernizar		
Produtos: Diversificados	Vantaxe competitiva: Calidade		
Días maior venda: venres	Época do ano de maior venda: inverno		
Tipoloxía dos clientes: clientes maiores de 40 anos de Moaña principalmente	Outras consideracións: gustaríalle coller algún posto máis (agora ten 2)		

POSTOS PEIXERÍA CENTRAIS

FICHA POSTO		Praza de abastos de Moaña
Nº posto: 1	Titular: PAMELA FERVENZA RÚA Sexo: M Idade: 46	
Nome comercial: PEIXES RINCHA Tipoloxía: Mesa / bancada Produtos de venda: Peixe e marisco Superficie aproximada: 3 m² Tipo de empresa:		
Horario: 8:00 - 13:30 de martes a sábados Persoa titular: por conta propia Ano de comezo actividade: 2016 Tipo de concesión: por traspaso familiar Nº traballadores: 1		
Datos específicos do posto		
Prezos á vista: SI	Iluminación específica: NON	
Taboleiro produtos: NON	Follas de reclamación: SI	
Entrega de tickets: SI	Envío a domicilio: SI e acepta encargas por WhatsApp	
Horarios á vista: NON	Páxina web: NON	
Uniformidade: NON	Redes sociais: NON	
Formas/medios de pago: Efectivo e Bizum	Packaging: Reciclable	
Equipamento: • 1 Mesa expositor • 1 Báscula • 1 Fregadeiro	Produtos e orixe: • Peixe e marisco de Vigo Non ten produtos elaborados	
Observacións do equipo técnico		
Grao de satisfacción do titular co mercado: Insatisfeito	Potencial do posto: Medio	
Interese en participar en acción colectivas: Promoción conxunta e Campañas	Expectativas do futuro: ampliar (tamaño do posto ou produtos) e modernizar	
Produtos: Diversificados	Vantaxe competitiva: Calidade	
Días maior venda: martes	Época do ano de maior venda: verán	
Tipoloxía dos clientes: clientes maiores de 40 anos	Outras consideracións:	

FICHA POSTO		Praza de abastos de Moaña	
Nº posto: 2	Titular: CARMEN VIDA RODRÍGUEZ GIRÁLDEZ Sexo: M Idade: 60		
Nome comercial: PEIXES VIDA Tipoloxía: Mesa / bancada Produtos de venda: Peixe Superficie aproximada: 3,55 m² Tipo de empresa:			
Horario: 7:30 - 14:00 de martes a sábados Persoa titular: por conta propia Ano de comezo actividade: 1978 Tipo de concesión: por traspaso familiar Nº traballadores: 1			
Datos específicos do posto			
Prezos á vista: SI	Iluminación específica: NON		
Taboleiro produtos: NON	Follas de reclamación: SI		
Entrega de tickets: SI	Envío a domicilio: NON		
Horarios á vista: NON	Páxina web: NON		
Uniformidade: NON	Redes sociais: NON		
Formas/medios de pago: Efectivo	Packaging: Reciclable		
Equipamento: • 1 Mesa expositor • 1 Mesa de traballo • 1 Caixa rexistradora • 1 Báscula • 1 Fregadeiro	Produtos e orixe: • Peixe de Vigo Non ten produtos elaborados		
Observacións do equipo técnico			
Grao de satisfacción do titular co mercado: Pouco satisfeito	Potencial do posto: Medio		
Interese en participar en acción colectivas: Promoción conxunta e Campañas	Expectativas do futuro: manter actividade		
Produtos: Diversificados	Vantaxe competitiva: Calidade		
Días maior venda: mércores e venres	Época do ano de maior venda: verán		
Tipoloxía dos clientes: clientes maiores de 50 anos	Outras consideracións:		

FICHA POSTO		Praza de abastos de Moaña	
Nº posto: 8	Titular: NOELIA FERVENZA TÁBOAS Sexo: M Idade: 49		
Nome comercial: PESCADOS NOELIA Tipoloxía: Mesa / bancada Produtos de venda: Peixe Superficie aproximada: 3 m ² Tipo de empresa:			
Horario: 8:30 - 14:00 de martes a sábados Persoa titular: por conta propia Ano de comezo actividade: 2012 Tipo de concesión: por traspaso familiar Nº traballadores: 1			
Datos específicos do posto			
Prezos á vista: SI	Iluminación específica: NON		
Taboleiro produtos: NON	Follas de reclamación: SI		
Entrega de tickets: SI	Envío a domicilio: NON pero acepta encargos por WhatsApp		
Horarios á vista: NON	Páxina web: NON		
Uniformidade: NON	Redes sociais: NON		
Formas/medios de pago: Efectivo, TPV, Bizum	Packaging: Reciclable		
Equipamento: • 1 Mesa expositor / traballo • 1 TPV • 1 Báscula • 1 Fregadeiro • 1 Pantalla de turnos • 1 Sacar ticket	Produtos e orixe: • Peixe da zona • Peixe d e importación (Irlanda, Portugal...) Non ten produtos elaborados		
Observacións do equipo técnico			
Grao de satisfacción do titular co mercado: Pouco satisfeito	Potencial do posto: Medio		
Interese en participar en acción colectivas: Promoción conxunta e Campañas	Expectativas do futuro: ampliar (tamaño do posto ou produtos)		
Produtos: Diversificados	Vantaxe competitiva: Calidade e Trato Persoal		
Días maior venda: martes, mércores e venres	Época do ano de maior venda: verán		
Tipoloxía dos clientes: locais e turistas cunha idade superior a 50 anos aproximadamente	Outras consideracións:		

FICHA POSTO		Praza de abastos de Moaña
Nº posto: 11-12	Titular: ALICIA ÁLVAREZ RODRÍGUEZ Sexo: M Idade: 57	
Nome comercial: PESCADOS ALICIA Tipoloxía: Mesa / bancada Produtos de venda: Peixe Superficie aproximada: 3 m² Tipo de empresa:		
Horario: 7:00 - 14:30 martes, mércores, venres e sábados Persoa titular: por conta propia Ano de comezo actividade: 2006 Tipo de concesión: por traspaso familiar Nº traballadores: 1		
Datos específicos do posto		
Prezos á vista: SI	Iluminación específica: NON	
Taboleiro produtos: NON	Follas de reclamación: SI	
Entrega de tickets: SI	Envío a domicilio: NON	
Horarios á vista: NON	Páxina web: NON	
Uniformidade: NON	Redes sociais: NON	
Formas/medios de pago: Efectivo	Packaging: Reciclable	
Equipamento: • 1 Mesa expositor • 1 Mesa de traballo • 1 Caixa rexistradora • 2 Básculas • 1 Fregadeiro	Produtos e orixe: • Peixe da zona de Vigo Non ten produtos elaborados	
Observacións do equipo técnico		
Grao de satisfacción do titular co mercado: Insatisfeito	Potencial do posto: Baixo	
Interese en participar en acción colectivas: NON	Expectativas do futuro: ampliar (tamaño do posto ou produtos)	
Produtos: Diversificados	Vantaxe competitiva: igual ca todos	
Días maior venda: martes e mércores	Época do ano de maior venda: verán	
Tipoloxía dos clientes: locais e turistas cunha idade superior a 50 anos aproximadamente	Outras consideracións: solicita neveras en posto e aparcamento para a praza	

FICHA POSTO		Praza de abastos de Moaña
Nº posto: 14	Titular: M ^a CONCEPCIÓN PEREIRA BARROS Sexo: M Idade: 54	
Nome comercial: PEIXES E MARISCOS MARY Tipoloxía: Mesa / bancada Produtos de venda: Peixe e mariscos Superficie aproximada: 3 m ² Tipo de empresa:		
Horario: 8:00 - 14:30 martes, mércores, venres e sábados Persoa titular: por conta propia Ano de comezo actividade: 1993 Tipo de concesión: propia Nº traballadores: 1		
Datos específicos do posto		
Prezos á vista: SI	Iluminación específica: NON	
Taboleiro produtos: NON	Follas de reclamación: SI	
Entrega de tickets: SI	Envío a domicilio: SI e acepta encargos por tlf e WhatsApp	
Horarios á vista: NON	Páxina web: NON	
Uniformidade: NON	Redes sociais: só WhatsApp	
Formas/medios de pago: Efectivo e Bizum	Packaging: Reciclable	
Equipamento: • 1 Mesa expositor • 1 Mesa de traballo • 1 Caixa rexistradora • 2 Básculas • 1 Fregadeiro	Produtos e orixe: • Peixe e marisco da zona de Vigo e Marín • Bacalao compra a Almacén Outón en Moaña Non ten produtos elaborados	
Observacións do equipo técnico		
Grao de satisfacción do titular co mercado: Pouco satisfeito	Potencial do posto: Medio	
Interese en participar en acción colectivas: Promoción conxunta, formación, eventos e dinamización e campañas	Expectativas do futuro: ampliar (tamaño do posto ou produtos)	
Produtos: Diversificados	Vantaxe competitiva: Calidade	
Días maior venda: non hai día concreto	Época do ano de maior venda: verán e nadal	
Tipoloxía dos clientes: > 50 anos	Outras consideracións: solicita xeo na praza	

FICHA POSTO		Praza de abastos de Moaña
Nº posto: 15	Titular: PABLO IGLESIAS BERNÁRDEZ Sexo: H Idade: 54	
Nome comercial: PEIXES E MARISCOS ISABEL Tipoloxía: Mesa / bancada Produtos de venda: Peixe e mariscos Superficie aproximada: 3 m ² Tipo de empresa:		
Horario: 8:00 - 14:00 martes a sábado Persoa titular: por conta propia Ano de comezo actividade: 2020 Tipo de concesión: por traspaso familiar Nº traballadores: 1		
Datos específicos do posto		
Prezos á vista: NON	Iluminación específica: NON	
Taboleiro produtos: NON	Follas de reclamación: SI	
Entrega de tickets: SI	Envío a domicilio: SI e acepta encargos por WhatsApp	
Horarios á vista: NON	Páxina web: NON	
Uniformidade: NON	Redes sociais: só WhatsApp	
Formas/medios de pago: Efectivo e tpv	Packaging: Reciclable	
Equipamento: • 1 Mesa expositor • 1 Mesa de traballo • 1 Caixa rexistradora • 2 Básculas • 1 Fregadeiro	Produtos e orixe: • Peixe e marisco da zona de Vigo e Marín Non ten produtos elaborados	
Observacións do equipo técnico		
Grao de satisfacción do titular co mercado: Insatisfeito	Potencial do posto: Medio	
Interese en participar en acción colectivas: Promoción conxunta e campañas	Expectativas do futuro: manter a actividade	
Produtos: Escasos	Vantaxe competitiva: Calidade	
Días maior venda: martes e venres	Época do ano de maior venda: verán e nadal	
Tipoloxía dos clientes: locais cunha idade superior a 40 anos aproximadamente	Outras consideracións: solicita xeo na praza	

FICHA POSTO		Praza de abastos de Moaña	
Nº posto: 16	Titular: ANTONIA JUNCAL RODRÍGUEZ Sexo: M Idade: 50		
Nome comercial: PRODUTOS DO MAR TOÑI Tipoloxía: Mesa / bancada Produtos de venda: Peixe Superficie aproximada: 3 m² Tipo de empresa:			
Horario: 8:00 - 15:00 martes a sábado Persoa titular: por conta propia Ano de comezo actividade: 2001 Tipo de concesión: por traspaso familiar Nº traballadores: 1			
Datos específicos do posto			
Prezos á vista: NON	Iluminación específica: NON		
Taboleiro produtos: NON	Follas de reclamación: NON		
Entrega de tickets: SI	Envío a domicilio: SI		
Horarios á vista: NON	Páxina web: NON		
Uniformidade: NON	Redes sociais: NON		
Formas/medios de pago: Efectivo e Bizum	Packaging: Reciclable		
Equipamento: • 1 Mesa expositor • 1 Báscula • 1 Fregadeiro	Produtos e orixe: • Peixe da zona de Vigo Non ten produtos elaborados		
Observacións do equipo técnico			
Grao de satisfacción do titular co mercado: Pouco satisfeito	Potencial do posto: Medio		
Interese en participar en acción colectivas: Promoción conxunta, dixitalización e campañas	Expectativas do futuro: ampliar (tamaño do posto ou produtos) e manter actividade		
Produtos: Diversificados	Vantaxe competitiva: diferenciación no pescado azul no verán		
Días maior venda: martes e sábados	Época do ano de maior venda: verán		
Tipoloxía dos clientes: locais e turistas no verán cunha idade superior a 40 anos aprox	Outras consideracións:		

FICHA POSTO		Praza de abastos de Moaña	
Nº posto: 18	Titular: CARMEN RODRÍGUEZ PAREDES Sexo: M Idade: 63		
Nome comercial: SEN NOME COMERCIAL (MUCHA) Tipoloxía: Mesa / bancada Produtos de venda: Peixe Superficie aproximada: 3 m ² Tipo de empresa:			
Horario: 7:30 - 13:00 luns a sábado (agás xoves) Persoa titular: por conta propia Ano de comezo actividade: 2006 Tipo de concesión: emprendemento Nº traballadores: 1			
Datos específicos do posto			
Prezos á vista: NON	Iluminación específica: NON		
Taboleiro produtos: NON	Follas de reclamación: SI		
Entrega de tickets: NON	Envío a domicilio: SI		
Horarios á vista: NON	Páxina web: NON		
Uniformidade: NON	Redes sociais: NON		
Formas/medios de pago: Efectivo	Packaging: Bolsa normal (non reciclable)		
Equipamento: • 1 Mesa expositor • 1 Mesa de traballo • 1 Caixa rexistradora • 1 Báscula • 1 Fregadeiro	Produtos e orixe: • Peixe da zona de Vigo Non ten produtos elaborados		
Observacións do equipo técnico			
Grao de satisfacción do titular co mercado: Pouco satisfeito	Potencial do posto: Baixo		
Interese en participar en acción colectivas: non interesa	Expectativas do futuro: pechar		
Produtos: Escasos	Vantaxe competitiva: ningunha		
Días maior venda: martes	Época do ano de maior venda: inverno		
Tipoloxía dos clientes: locais cunha idade superior a 40 anos aprox	Outras consideracións:		

POSTOS PEIXES DO DÍA (LATERAIS)

FICHA POSTO		Praza de abastos de Moaña
Nº posto: 1	Titular: ALICIA RÚA PENA Sexo: M Idade: 60	
Nome comercial: PEIXES E MARISCOS ALICIA Tipoloxía: Mesa / bancada Produtos de venda: Peixe Superficie aproximada: 3 m² Tipo de empresa:		
Horario: 7:00 - 13:00 martes a venres Persoa titular: por conta propia Ano de comezo actividade: 1981 aproximadamente Tipo de concesión: propia Nº traballadores: 1		
Datos específicos do posto		
Prezos á vista: NON	Iluminación específica: NON	
Taboleiro produtos: NON	Follas de reclamación: SI	
Entrega de tickets: SI	Envío a domicilio: SI	
Horarios á vista: NON	Páxina web: NON	
Uniformidade: NON	Redes sociais: NON	
Formas/medios de pago: Efectivo	Packaging: Bolsa normal (non reciclable)	
Equipamento: • 1 Mesa expositor • 1 Báscula • 1 Fregadeiro	Produtos e orixe: • Peixe da zona de Vigo Non ten produtos elaborados	
Observacións do equipo técnico		
Grao de satisfacción do titular co mercado: Satisfeito	Potencial do posto: Baixo	
Interese en participar en acción colectivas: Formacións	Expectativas do futuro: pechar	
Produtos: Escasos	Vantaxe competitiva: ningunha	
Días maior venda: mércores	Época do ano de maior venda: verán	
Tipoloxía dos clientes: locais cunha idade superior a 50 anos aprox	Outras consideracións:	

Nota: O resto dos postos do peixe do día non quixeron facilitar os seus datos polo que non se recolleron nesta diagnose.

POSTOS FROITARÍA

FICHA POSTO		Praza de abastos de Moaña
Nº posto: 3F	Titular: Mª CRISTINA TRIGO DIEGO Sexo: M Idade: 57	
Nome comercial: FROITAS CRIS Tipoloxía: Mesa/bancada Produtos de venda: Froitas e verduras Superficie aproximada: 3 m² Tipo de empresa:		
Horario: 9:30 - 13:30 de luns a sábados Persoa titular: por conta propia Ano de comezo actividade: 1992 Tipo de concesión: por traspaso Nº traballadores: 1		
Datos específicos do posto		
Prezos á vista: NON	Iluminación específica: SI	
Taboleiro produtos: NON	Follas de reclamación: SI	
Entrega de tickets: SI	Envío a domicilio: SI, pero acepta encargas	
Horarios á vista: NON	Páxina web: NON	
Uniformidade: SI, pero propia	Redes sociais: NON	
Formas/medios de pago: Efectivo e TPV	Packaging: Packaging propio	
Equipamento: • 1 Báscula • 1 Pesa • 1 Caixa rexistradora • 1 TPV	Produtos e orixe: • Froitas e verduras • Galicia e • Andalucía	
Observacións do equipo técnico		
Grao de satisfacción do titular co mercado: Pouco satisfeito	Potencial do posto: Baixo	
Interese en participar en acción colectivas: NON	Expectativas do futuro: manter a actividade	
Produtos: Escasos	Vantaxe competitiva: Calidade	
Días maior venda: sábado, mércores e venres	Época do ano de maior venda: verán	
Tipoloxía dos clientes: clientes maiores de 60 anos	Outras consideracións:	

FICHA POSTO		Praza de abastos de Moaña	
Nº posto: 4F	Titular: JOSEFA MARTÍNEZ PARADA Sexo: M Idade: 59		
Nome comercial: FROITAS FINA Tipoloxía: Mesa/Bancada Produtos de venda: Froitas e verduras Superficie aproximada: 3 m ² Tipo de empresa:			
Horario: 9:00 - 13:30 de luns a sábados Persoa titular: por conta propia Ano de comezo actividade: 1993 Tipo de concesión: por traspaso familiar Nº traballadores: 1			
Datos específicos do posto			
Prezos á vista: NON	Iluminación específica: SI		
Taboleiro produtos: NON	Follas de reclamación: SI		
Entrega de tickets: SI	Envío a domicilio: SI, acepta encargas		
Horarios á vista: NON	Páxina web: NON		
Uniformidade: SI, homoxénea co resto dos praceiros/as	Redes sociais: SI		
Formas/medios de pago: Efectivo, TPV	Packaging: Propio		
Equipamento: • 1 Báscula • 1 Caixa rexistradora • 1 TPV	Produtos e orixe: • Froitas e verduras • Galicia e Madrid (Merca madrid)		
Observacións do equipo técnico			
Grao de satisfacción do titular co mercado: Insatisfeito	Potencial do posto: Medio		
Interese en participar en acción colectivas: Sí, Promoción conxunta, formación, dinamización, campañas	Expectativas do futuro: manter a actividade		
Produtos: Suficientes	Vantaxe competitiva: Calidade		
Días maior venda: Martes, venres e sábado	Época do ano de maior venda: primavera verán		
Tipoloxía dos clientes: clientes de todas as idades	Outras consideracións:		

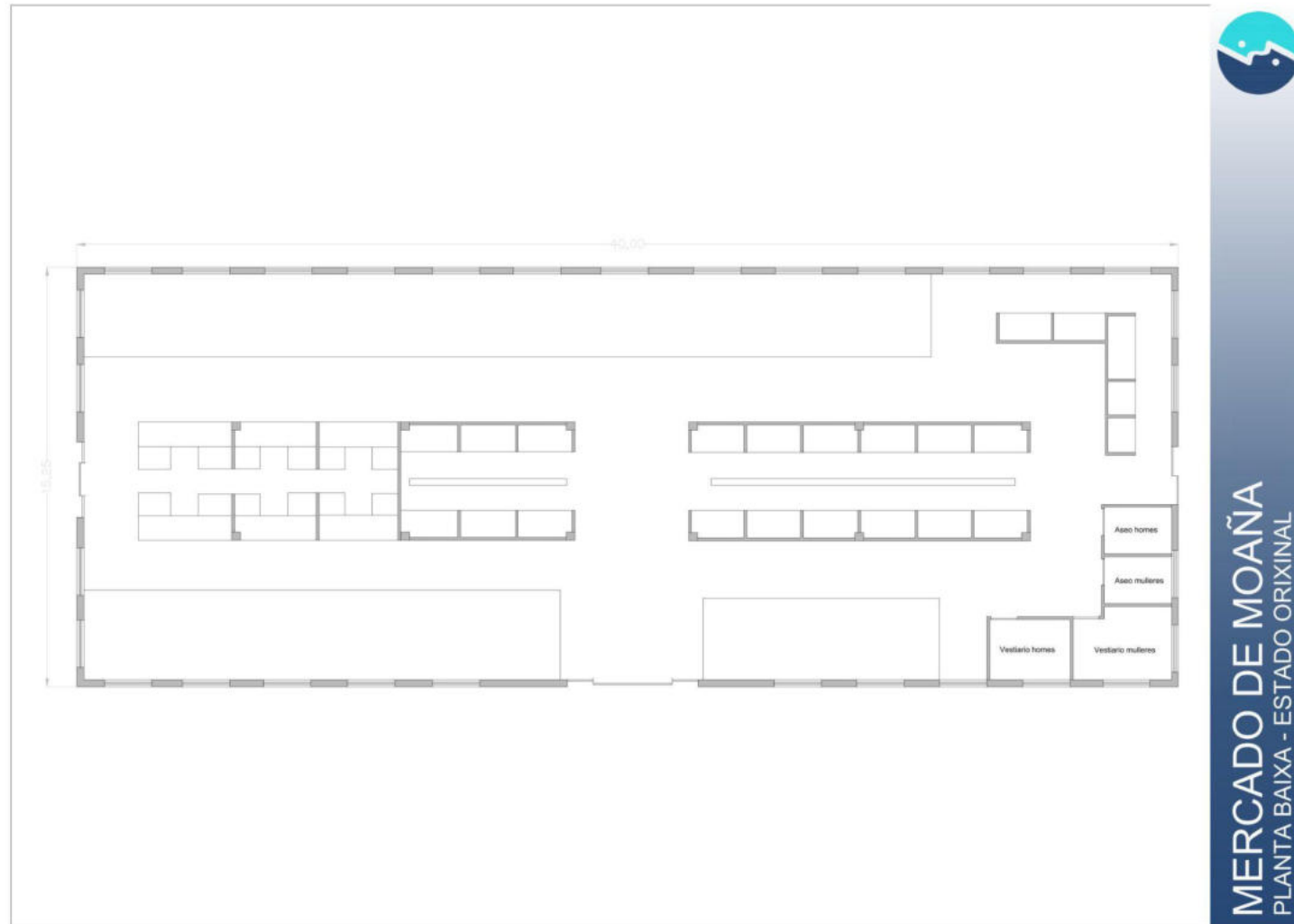
FICHA POSTO		Praza de abastos de Moaña	
Nº posto: 5F e 6F		Titular: M ^a DEL CARMEN TRIGO FERVENZA Sexo: M Idade: 77	
Nome comercial: FROITARÍA TERY Tipoloxía: Mesa/Bancada Produtos de venda: Froitas, verduras, produtos selectos, varios Superficie aproximada: 6 m² Tipo de empresa:			
Horario: 8:30 - 14:00 de martes a sábados Persoa titular: por conta propia Ano de comezo actividade: 1969 Tipo de concesión: Propia Nº traballadores: 1			
Datos específicos do posto			
Prezos á vista: SI		Iluminación específica: SI	
Taboleiro produtos: NON		Follas de reclamación: SI	
Entrega de tickets: SI		Envío a domicilio: SI, acepta encargos	
Horarios á vista: NON		Páxina web: NON	
Uniformidade: SI, homoxénea co resto dos praceiros/as		Redes sociais: NON	
Formas/medios de pago: Efectivo, TPV, Bizum		Packaging: Común co resto dos praceiros/as	
Equipamento: • 1 Báscula • 1 Caixa rexistradora • 1 TPV		Produtos e orixe: • Froitas, verduras, produtos selectos, varios • Galicia e outras comunidades (exemplo: plátano de Canarias)	
Observacións do equipo técnico			
Grao de satisfacción do titular co mercado: Pouco satisfeito		Potencial do posto: Medio	
Interese en participar en acción colectivas: Sí, Promoción conxunta, formación, dinamización, campañas		Expectativas do futuro: modernizar	
Produtos: Diversificados		Vantaxe competitiva: Diferenciación	
Días maior venda: Mais o menos todos		Época do ano de maior venda: verán	
Tipoloxía dos clientes: clientes de todas as idades		Outras consideracións:	

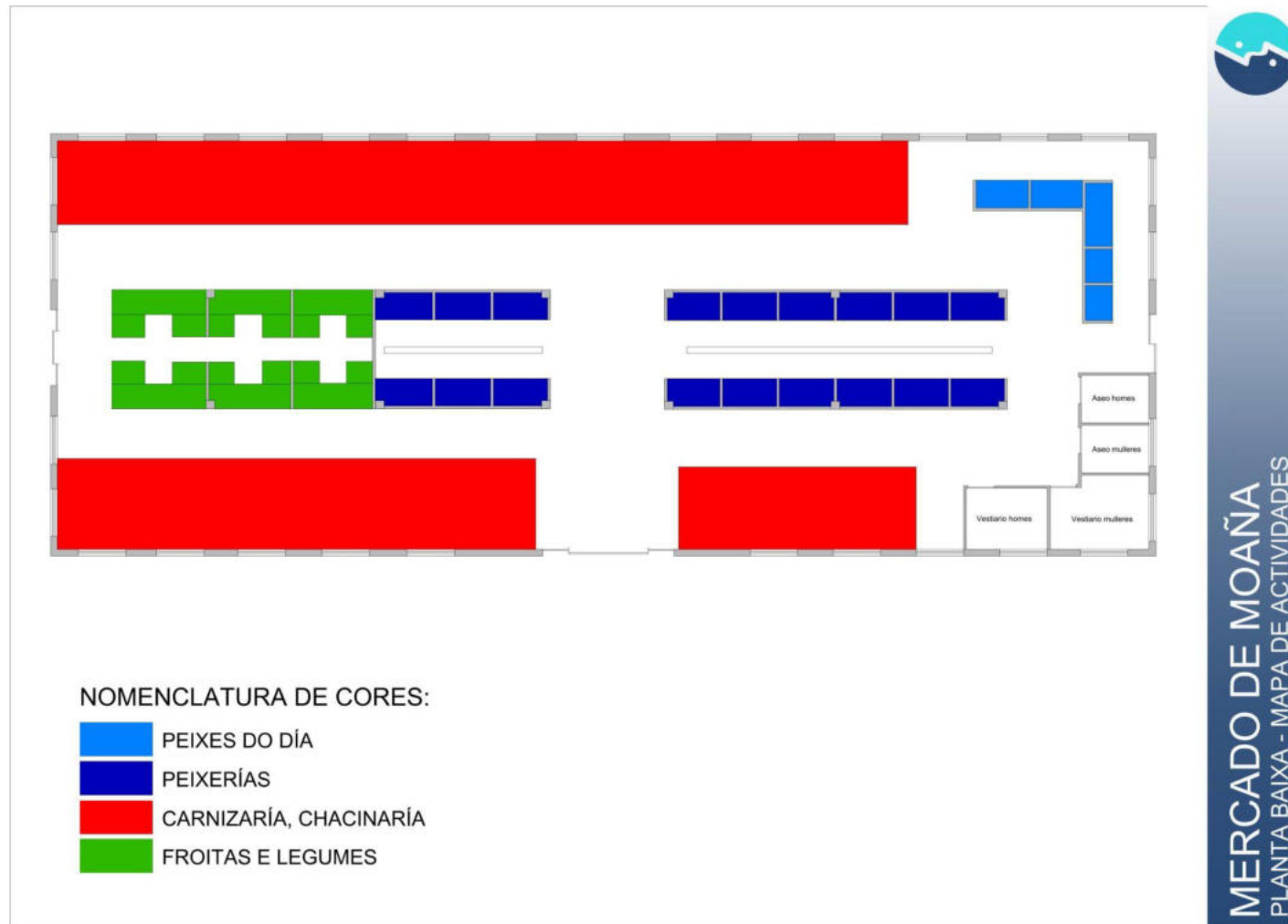
POSTOS BALEIROS

Detectamos os seguintes postos baleiros segundo a súa tipoloxía:

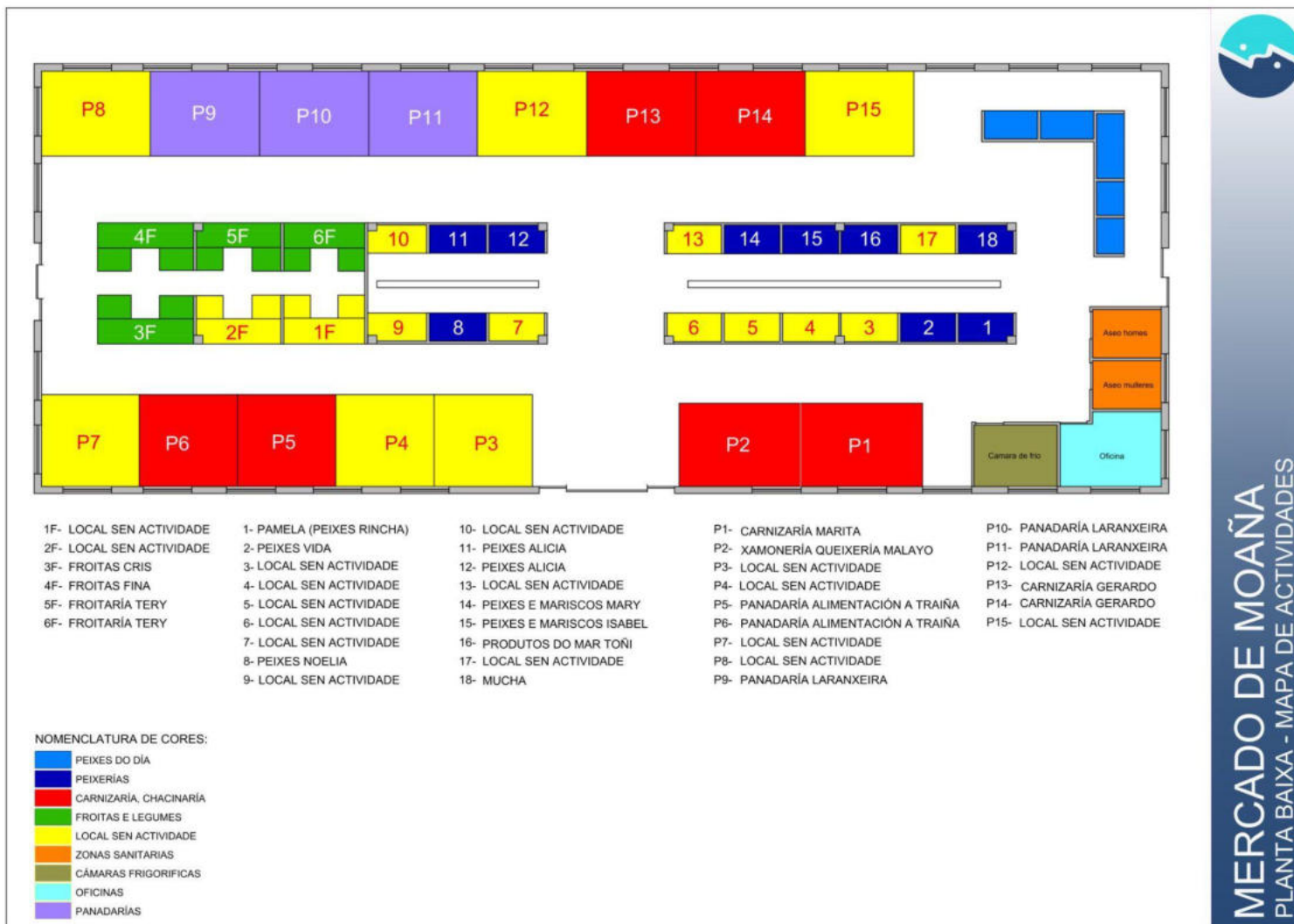
- Postos fixos: P3C, P4C, P7C, P8C, P12C e P15C
- Postos peixería central: 4, 5, 6, 7, 9, 10, 13 e 17
- Postos peixería do día: non se puideron recoller a maioría dos datos por non querer participar os praceiros/as
- Postos froitaría: 1F e 2F

1.5. Planos e Distribución

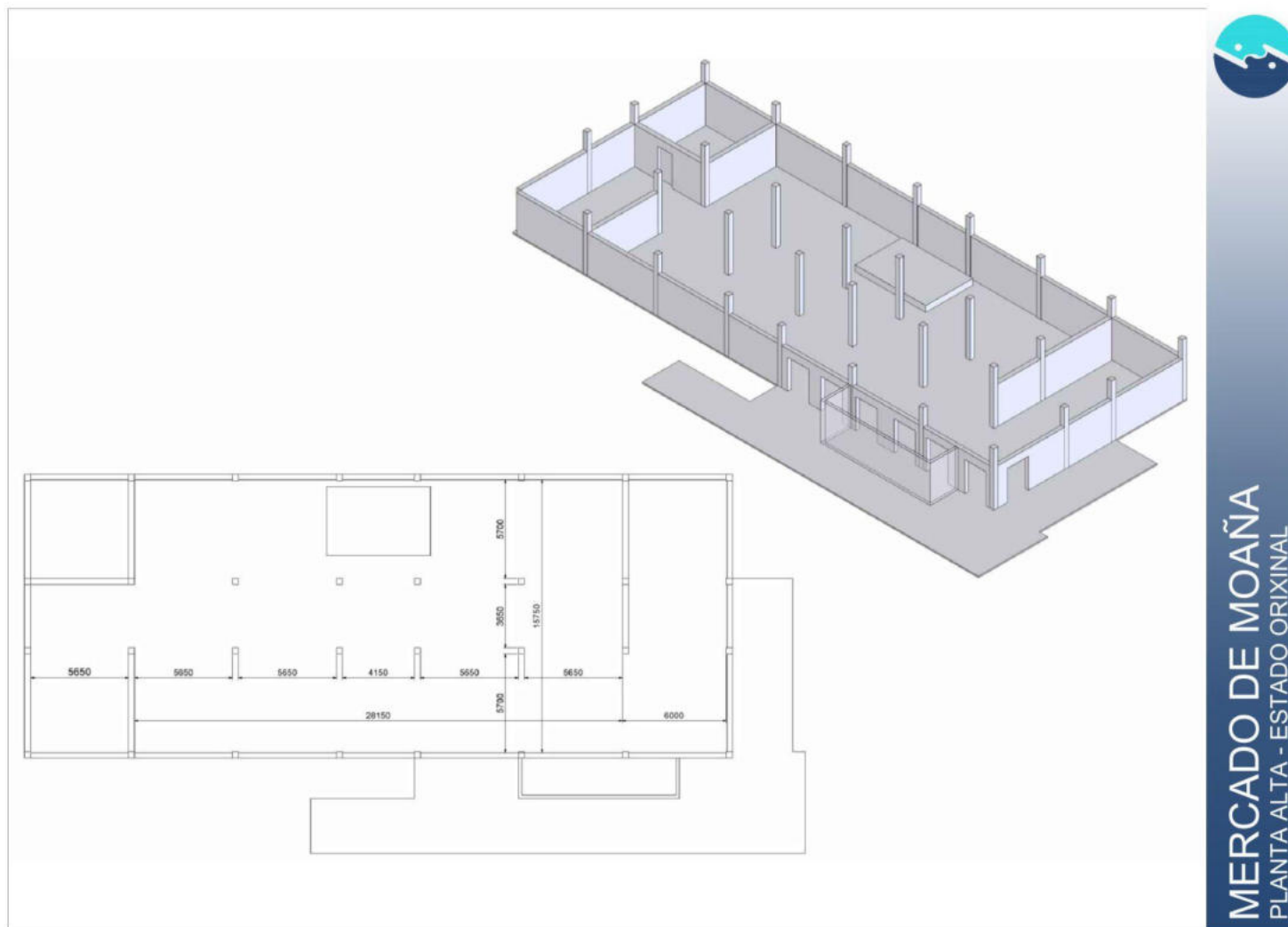




Nota: Plano orixinal segundo o proxecto



Nota: Plano segundo o detectado na praza por Crea e Innova



2. Produtos: número, orixe e trazabilidade

A Praza de Abastos de Moaña conta cunha **base de actividade comercial** cunha taxa de ocupación do 56,41%, con marxe de mellora significativa. A súa oferta comercial está fortemente vinculada aos produtos frescos do mar, en coherencia coa identidade mariñeira do municipio. Xunto a esta especialización, a praza incorpora outras tipoloxías de produto que contribúen a ampliar o servizo á cidadanía e a atender distintos perfís de consumo.

Con todo, avanzar cara a un **modelo de excelencia** require ir máis alá da mera presenza de produto fresco e apostar por unha xestión da oferta planificada e orientada á calidade, á diversidade e á sustentabilidade. Neste sentido, resulta clave analizar a estrutura da oferta existente, identificar posibles carencias ou desequilibrios e definir liñas de mellora que permitan consolidar a praza como un espazo competitivo, atractivo e plenamente adaptado ás necesidades actuais da poboación residente e visitante.

Número e tipoloxía de produtos

A diversidade de produtos dispoñibles constitúe un indicador esencial da capacidade da Praza de Abastos de Moaña para responder á demanda de distintos perfís de clientes. A seguinte táboa recolle unha estimación da estrutura da oferta comercial existente no mercado, atendendo á tipoloxía de produto e ao número de postos activos.

Tipo de produto	Nº de postos abertos	% sobre total (22)	Tipoloxía estimada de produtos
Carnes / Chacinaria	4	18,18%	Tenreira galega, polo, porco, embutidos, xamón, elaborados cárnicos...
Peixes e mariscos	9	40,91%	Pescado de tempada, polbo, mexillón,...
Froitas e verduras	4	18,18%	Froitas de tempada, hortalizas frescas, legumes, herbas aromáticas
Panadería e outros	5	22,73%	Pan artesán, produtos de alimentación xeral
Total	22		

Orixe dos produtos: proximidade como valor diferencial

A procedencia dos produtos reforza o vínculo da praza co territorio e contribúe a posicionar a súa oferta como sinónimo de frescura e calidade. A seguinte táboa sintetiza a orixe dos principais produtos dispoñibles no mercado:

Tipo de produto	Orixe Local	Orixe Rexional	Orixe Nacional	Orixe internacional
Carnes / Chacinaría		Concellos da área de influencia	Algunhas carnes vermellas	
Peixes e mariscos	Lonxas de Moaña e da Ría de Vigo	Outras lonxas		
Froitas e verduras	Producción local de horta	Excedentes de horta, producións da Comarca	Laranxas, plátanos	Piñas, aguacates
Panadería e outros	Producción local			

Observación: A forte presenza de produto local e rexional representa unha vantaxe competitiva. Apostar pola súa **visibilización e valorización**, mediante etiquetaxe, campañas de comunicación e certificacións, pode reforzar o vínculo co territorio e mellorar a percepción de calidade.

Trazabilidade: confianza, seguridade e calidade

A trazabilidade dos produtos non só é unha esixencia legal, senón tamén un **factor clave de confianza e valor percibido**. Permite ao consumidor coñecer a orixe, o proceso de produción e as garantías sanitarias dos produtos que consome. Actualmente, a trazabilidade no mercado é perceptible en determinados postos, mais non sempre se presenta de forma visible nin homoxénea.

Propostas para mellorar a trazabilidade:

- Implantar sistemas comúns de identificación da orixe (p. ex. etiquetas, QR, paneis informativos por produto e posto).
- Crear un selo propio para produtos de orixe local: “Produto de Moaña” ou similar para distinguir produtos de proximidade.
- Incorporar ferramentas dixitais de trazabilidade, adaptadas a pequenos produtores e postos.
- Ofrecer formación e asesoramento aos praceiros/as sobre boas prácticas de etiquetado, certificación e rexistro documental.
- Potenciar a comunicación transparente como estratexia de fidelización.

Conclusións

A análise da diversidade, orixe e trazabilidade da oferta —cunha clara especialización en produtos do mar e un destacado nivel de ocupación— confirma que a praza de abastos de Moaña dispón dunha base para evolucionar cara a un **modelo de excelencia sustentado na calidade, na proximidade e na innovación**.

A aposta consistiría en:

- **Consolidar e optimizar a diversificación existente da oferta**, reforzando unha estrutura equilibrada e ben planificada dos distintos tipos de produto.
- **Reforzar a visibilidade e valorización dos produtos locais e de tempada**, poñendo en valor a procedencia das lonxas pretas a Moaña, así como doutros produtores da contorna, como elemento diferencial fronte a outros formatos comerciais.
- **Homoxeneizar e facer visible a trazabilidade**, integrándoa como un elemento central da experiencia de compra e como garantía de calidade, seguridade alimentaria e confianza para a clientela, tanto residente como visitante.
- **Impulsar a innovación comercial e a profesionalización da xestión**, mediante melloras na presentación do produto, na atención ao cliente, na comunicación e no uso de ferramentas dixitais, co obxectivo de atraer novos públicos, especialmente poboación nova e familias, e reforzar o vínculo cos clientes habituais.

Este enfoque permitirá que a Praza de Abastos de Moaña evolucione cara a un **espazo de referencia a nivel local e comarcal**, competitivo, dinámico e atractivo para distintas xeracións, plenamente coherente cos valores do consumo responsable, da sustentabilidade e da posta en valor do produto de proximidade, en liña cos criterios esixidos para a obtención e mantemento do Selo de Mercado Excelente.

3. Instalacións: Imaxe, Salubridade e Xestión de Residuos

A Praza de Abastos de Moaña mantén un nivel xeral de limpeza e orde que reflicte o compromiso diario dos praceiros/as co coidado do seu espazo de traballo. Esta base positiva constitúe o punto de partida sobre o que construír unha identidade visual máis cohesionada e representativa da tradición mariñeira de Moaña, ao tempo que se avanza nos requisitos de salubridade e sostibilidade esixidos polo Selo de Mercado Excelente.

Limpeza e salubridade

O compromiso dos praceiros/as co mantemento dos seus postos é un activo real que distingue ao mercado e que debe reforzarse con ferramentas sinxelas de xestión e control.

Propostas:

- Implantar un checklist diario de control visual en postos e zonas comúns.
- Establecer protocolos de limpeza por sector con frecuencias diferenciadas segundo o tipo de produto.
- Promover formación periódica en manipulación de alimentos e mantemento do espazo de traballo.



Figura 26. Baños da praza

Imaxe e identidade visual

Os postos presentan un estado xeral correcto, con distribución por sectores clara e recoñecible. O principal ámbito de mellora é avanzar cara a unha imaxe conxunta cohesionada sen perder o carácter próximo e auténtico que é o principal valor diferencial da praza fronte á gran distribución.



Figura 27. Posto na praza.

Propostas:

- Incorporar un elemento común identificativo na vestimenta dos praceiros/as (mandilón ou peza corporativa) que proxecte unha imaxe unificada e profesional.
- Homoxeneizar elementos complementarios dos postos: carteis de prezos, cartelería de identificación sanitaria, bolsas e etiquetas.
- Crear un logotipo identificativo da Praza de Abastos de Moaña, aplicado de forma coherente en soportes físicos, materiais dos postos e presenza dixital.
- Habilitar un espazo escaparate na entrada para a promoción do produto local e campañas temáticas vinculadas ao calendario mariñeiro de Moaña.

Sinalética interior

A sinalética actual é funcional pero con marxe de mellora en visibilidade e coherencia gráfica.

Propostas:

- Completar a sinalización interior con cartelería e vinilos que identifiquen claramente sectores, accesos, aseos e servizos.
- Incorporar paneis interpretativos sobre a orixe dos produtos, as artes de pesca tradicionais e o calendario de tempadas, reforzando o vínculo emocional coa clientela.
- Integrar elementos gráficos vinculados á identidade mariñeira do Morrazo que fagan da visita á praza unha experiencia diferenciada.

Xestión de residuos

A implantación dun sistema de recollida selectiva estruturado é requisito obrigatorio para o Selo de Mercado Excelente e unha das actuacións de maior impacto visible sobre a imaxe do mercado.



Figuras 28 e 29. Contedores arredor da praza

Propostas:

- Instalar un ecopunto claramente identificado con colectores diferenciados por fraccións (orgánica, restos, envases, papel e cartón, e vidro) para praceiros/as e clientela.
- Dotar os postos de recipientes individuais para a separación selectiva no punto de orixe, especialmente na zona de peixería.
- Elaborar e implantar un plan de xestión de residuos formalizado, revisable anualmente, como documento acreditativo ante a avaliación do Selo.

Conclusión

As actuacións propostas neste apartado non requiren grandes investimentos pero producen un impacto inmediato sobre a percepción do mercado. A combinación dunha imaxe renovada e cohesionada coas melloras estruturais previstas situará a Praza de Abastos de Moaña nunha posición moi favorable de cara á obtención do Selo de Mercado Excelente.

4. Tecnoloxía

Situación actual

A Praza de Abastos de Moaña parte dunha situación con marxe de mellora clara no ámbito tecnolóxico, o que ao mesmo tempo representa unha oportunidade real de modernización e diferenciación fronte a outras canles de distribución. A incorporación progresiva de solucións dixitais adaptadas á realidade do mercado permitirá mellorar a experiencia de compra, reforzar a visibilidade exterior e optimizar a xestión diaria dos postos e do conxunto do mercado.

Na actualidade, parte dos postos aceptan pagamento con tarxeta ou dispositivos móbiles, aínda que esta práctica non está estendida de forma homoxénea a todo o mercado. A xestión das vendas, o inventario e os pedidos realízase maioritariamente de forma manual ou con ferramentas individuais de cada praceiro/a, o que limita as posibilidades de xestión conxunta e de toma de decisións baseada en datos.

A nivel de comunicación e promoción, o mercado non conta actualmente cunha presenza dixital propia estruturada, o que representa ao mesmo tempo un dos retos máis urxentes e unha das oportunidades de maior impacto a curto prazo. O municipio de Moaña conta cun perfil de visitante e clientela estacional cada vez máis conectado dixitalmente, o que fai da presenza en liña un elemento estratéxico de primeiro orde.

En conxunto, o mercado parte dunha situación que require un impulso claro na integración tecnolóxica, para o que non son necesarias intervencións complexas, senón solucións sinxelas, accesibles e adaptadas á realidade dos praceiros/as e da xestión municipal.

Retos actuais

- Avanzar cara a unha implantación homoxénea dos sistemas de pagamento electrónico en todos os postos do mercado.
- Crear e consolidar unha presenza dixital propia e activa que proxecte o mercado cara á veciñanza, á poboación visitante e á clientela estacional.
- Facilitar ferramentas dixitais sinxelas que melloren a xestión diaria dos postos sen requirir coñecementos técnicos avanzados.
- Incorporar tecnoloxía de apoio á experiencia de compra no espazo físico do mercado.
- Posicionar a Praza de Abastos de Moaña como un espazo moderno, adaptado ás novas formas de consumo e conectado coa identidade mariñeira do Morrazo.

Propostas de mellora

1. Implantación de sistemas de pagamento modernos

- Facilitar o acceso a terminais punto de venda (TPV) sen contacto compatibles con tarxetas, Bizum e dispositivos móbiles para todos os postos, avanzando cara á homoxeneización do sistema de pagamento no conxunto do mercado.
- Promover convenios con entidades bancarias ou programas públicos para subvencionar ou ceder os equipos aos praceiros/as, reducindo a barreira económica de entrada.
- Ofrecer formación práctica sobre o seu uso, integrando as vendas en aplicacións sinxelas de control de ingresos adaptadas a pequenos comercios.

2. Conectividade e servizos dixitais no espazo físico

- Incorporar unha **pantalla dixital informativa** nun punto estratéxico e de alto tránsito do mercado para anunciar eventos, produtos do día, campañas temáticas e información de interese para a clientela, reforzando a comunicación visual e a dinamización comercial.
- Instalar un sistema de **códigos QR** nos postos que permita á clientela acceder a información sobre os produtos, a súa orixe e trazabilidade, as receitas tradicionais do Morrazo e os perfís dixitais de cada praceiro/a.
- Instalar puntos de carga de dispositivos móbiles na zona de descanso, mellorando a experiencia de permanencia no mercado.

3. Formación e ferramentas de xestión

- Desenvolver obradoiros de capacitación dixital dirixidos aos praceiros/as, abarcando o manexo de TPV, a xestión de redes sociais, o control sinxelo de vendas e stock, e a atención á clientela en liña.
- Fomentar o uso de software de xestión sinxelo adaptado a pequenos comercios e mercados locais, que permita un mellor control da actividade e facilite a planificación.
- Crear unha canle interna de comunicación dixital entre o Concello e os praceiros/as —grupo en aplicación de mensaxería ou intranet municipal— que mellore a coordinación, a transmisión de información e a participación dos praceiros/as na vida do mercado.

4. Presenza dixital conxunta e comunicación

- Desenvolver unha **páxina web ou perfil dixital oficial** da Praza de Abastos de Moaña que inclúa información sobre os postos, produtos e horarios, calendario de eventos e actividades, noticias e promocións, mapa interactivo da praza e ligazóns ás redes sociais dos praceiros/as.
- Impulsar unha **estratexia conxunta e coordinada nas redes sociais** (Instagram, Facebook e Google Maps), cunha identidade visual común vinculada á identidade mariñeira de Moaña, que permita reforzar a marca da praza, mellorar a visibilidade

e atraer novos públicos, especialmente a poboación máis nova e a clientela estacional e turística.

- Crear contidos audiovisuais —vídeos curtos, reportaxes, historias— sobre o día a día da praza, os seus praceiros/as e os seus produtos, especialmente o peixe e o marisco da ría de Vigo, integrando a tecnoloxía como ferramenta de narración e de posicionamento da identidade do mercado.
- Incluír contidos en varios idiomas orientados á clientela estranxeira que visita o municipio, especialmente durante o Festival Intercéltico do Morrazo e a tempada estival.

5. Compra en liña e servizo de recollida

- Avaliar a viabilidade dun servizo de pedidos en liña con recollida no mercado para a clientela local, especialmente orientado á poboación que se despraza diariamente a Vigo e que pode realizar os seus pedidos de produto fresco de camiño a casa.
- Explorar a creación dun punto común de entrega para recollida rápida, xestionado en colaboración co Concello de Moaña.
- Fomentar a colaboración con servizos de reparto de proximidade ou asociacións locais para ofrecer entregas a domicilio no municipio, ampliando o alcance comercial do mercado máis alá do espazo físico.

Beneficios da integración tecnolóxica

- Mellora da experiencia de compra: maior comodidade, rapidez e flexibilidade de pagamento para toda a clientela.
- Incremento potencial das vendas grazas á visibilidade dixital e á fidelización da clientela habitual e estacional.
- Optimización da xestión interna dos postos, reducindo erros e permitindo unha planificación baseada en datos reais.
- Reforzo da imaxe da Praza de Abastos de Moaña como espazo moderno, innovador e conectado coas novas tendencias de consumo.
- Maior atractivo turístico e social, posicionando o mercado como punto de referencia comercial e gastronómico de Moaña e da comarca do Morrazo.

Conclusións

A Praza de Abastos de Moaña ten ante si unha oportunidade clara de dar un salto cualitativo no ámbito tecnolóxico, aproveitando as actuacións de rehabilitación previstas como punto de inflexión para incorporar solucións dixitais que transformen a experiencia de compra e a proxección exterior do mercado. A implantación progresiva de tecnoloxía sinxela, accesible e compartida (pagamento electrónico, presenza dixital activa, pantalla informativa ou ferramentas de xestión para praceiros/as) consolidará a Praza de Abastos de Moaña como un referente de proximidade, calidade e innovación, plenamente adaptado ás necesidades actuais da veciñanza e da comarca do Morrazo.

5. Cambio climático, pegada de carbono e auditoría enerxética

Na actualidade o cambio climático comezou a impactar nas diferentes prazas de abastos de Galicia ben sexa polas novas especies introducidas, polo déficit ou falta das que ata agora estiveron dispoñibles ou, finalmente, polas diferentes actuacións a realizar coa finalidade de minimizar o impacto do cambio climático.

En relación ao impacto directo das especies, especialmente peixe e marisco, o aumento da temperatura do mar comezou xa a provocar a migración de determinadas especies, a inexistencia ou indispoñibilidade de outras (xunto con outros factores como a contaminación mariña) ou a existencia de sucesivas vagas de determinados fenómenos que non fan posible a extracción dos recursos mariños.

A modo de exemplo, sardiña (*Sardina pilchardus*), anchoa (*Engraulis encrasicolus*) ou caballa ou xarda (*Scomber scombrus*) comezaron a trasladarse cara augas máis frías; o santiaguiño (*Scyllarus arctus*) é xa inexistente; mexillóns (*Mytilus galloprovincialis*) ou ameixa (*Ruditapes decussatus*) reduciron drásticamente a súa viabilidade nas augas galegas polo aumento da súa mortandade.

España e especialmente Galicia, coa súa gran dispoñibilidade de costa, é un dos países mais expostos ás consecuencias dos cambios de temperatura; e así se acredita no informe *Impactos del cambio climático sobre la agricultura en España* do Ministerio de Agricultura, Pesca e Alimentación (MAPA) que fai referencia aos diversos efectos sobre os recursos mariños. Xa en canto ao medio ambiente as prazas de abastos son instalacións que, na gran maioría dos casos, non realizaron adaptacións para a mellora ao medio ambiente.

Neste senso, se ben é certo que as prazas e mercados promoven o consumo de produtos locais, “Km 0”, sen menos fitosanitarios e cunha menor pegada de carbono, tamén o é afirmar que o gran reto para as prazas de abastos, e en especial para praceiros e praceiras, é a adaptación dos seus medios e materiais: incorporación de vehículos eléctricos ou de categoría ECO, utilización de envases compostables ou reciclados, entrega de bolsas en papel, xunto con infinidade de outras diversas actuacións individuais.

Xunto co anterior, as actuacións a desenvolver no conxunto dos mercados -principalmente polas administracións públicas- relacionadas co medio ambiente pero en especial coa enerxía. Realización de auditorías enerxéticas, incorporación de sistemas LEDs, paneis fotovoltaicos, reutilización de auga ou uso de auga non-clorada para labores e tarefas de limpeza; xunto con outras actuacións de illamento térmico, instalación de portas automáticas.

En conclusión, o cambio climático constitúe un dos principais desafíos aos que deberán facer fronte as prazas de abastos galegas nas vindeiras décadas. A alteración dos ecosistemas mariños e terrestres está a modificar a dispoñibilidade dos produtos tradicionais, obrigando a adaptarse tanto aos profesionais do sector como aos propios consumidores. Paralelamente, a transición cara a modelos máis sostibles de xestión e funcionamento dos mercados representa unha oportunidade para modernizar estas

infraestruturas, reducir o seu impacto ambiental e reforzar o seu papel como referentes do consumo local e responsable.

A combinación de adaptación climática, eficiencia enerxética, economía circular e promoción dos produtos de proximidade será clave para garantir a competitividade e viabilidade futura das prazas de abastos como espazos estratéxicos para a economía, a alimentación e a cohesión social de Galicia.

Táboa resumo dos elementos infraestruturais, de servizo e de xestión con relevancia na praza de abastos

Aspecto	Situación actual	Potencial de mellora detectado	Propostas de reforzo e acción
Cuberta	Presenta filtracións puntuais que xeran humidades en determinadas zonas interiores.	Actuación de maior impacto e prioridade sobre o conxunto do mercado.	- Rehabilitación integral: impermeabilización e reparación de elementos deteriorados. - Mellora do sistema de evacuación e recollida de augas. - Illamento térmico: mellora do illamento en cuberta, paredes e carpintaría exterior (valorar alcance e financiamento).
Pavimento interior	Desgaste propio de máis de 35 anos de uso intensivo. Zonas con deterioración superficial.	Gran impacto visual e funcional tras a renovación. Mellora directa da seguridade e hixiene.	- Substitución por materiais antiesvarantes e hixiénicos. - Materiais de doada limpeza e mantemento segundo os estándares de seguridade alimentaria.
Fachadas e imaxe exterior	Estado funcional con necesidade de traballos de pintura e mantemento da carpintaría exterior.	Mellora da primeira impresión e do atractivo do mercado para a clientela local e visitante.	- Intervención de pintura e renovación de acabados exteriores. - Incorporación de banderolas promocionais e elementos gráficos en campañas puntuais reforzando a marca do mercado.
Accesos e accesibilidade	Accesos funcionais con marxe de mellora na accesibilidade universal e na sinalética exterior.	Reforzo do carácter inclusivo e acoledor do mercado. Cumprimento normativo.	- Revisión e adecuación dos accesos para persoas con mobilidade reducida e discapacidade. - Mellora da sinalética exterior e dos elementos de benvida ao mercado. - Mellora da sinalética interior. Incorporación de sistemas accesibles (pictogramas, bucles magnéticos, sinalización podotáctil).

Aspecto	Situación actual	Potencial de mellora detectado	Propostas de reforzo e acción
Iluminación	Funcional pero non uniforme en todo o mercado. Marxe de mellora nos postos de produto fresco.	Mellora da experiencia de compra e aforro enerxético significativo.	• Substitución progresiva por luminarias LED de alta eficiencia e boa reprodución cromática. • Especial atención aos postos de produto fresco. • Incorporación de puntos de luz decorativos en zonas comúns. • Sistemas de iluminación focal nos postos de produto fresco.
Instalación eléctrica	Funciona correctamente pero require actualización progresiva para garantir seguridade e eficiencia.	Mellora da seguridade e da eficiencia enerxética do edificio.	• Actualización progresiva de cadros e canalizacións. • Incorporación de sistemas de control e automatización da iluminación. • Sistemas de control de accesos/entradas. • Adaptación ou rehabilitación para código técnico (valorar alcance e prioridade coa dirección de obra).
Aseos públicos	Bo estado de conservación e mantemento. Cumpren os estándares de hixiene e accesibilidade.	Manter e reforzar o nivel actual como punto forte do mercado.	• Mantemento preventivo continuo. • Mellora da sinalización con pictogramas normalizados e lectura fácil mantendo a estética do mercado. • Valorar viabilidade de reforma/ampliación dos aseos públicos
Limpeza xeral	Nivel xeral positivo froito do compromiso dos praceiros/as co coidado do espazo.	Formalización dun sistema de seguimento que consolide e visibilice o nivel de hixiene.	• Implantar checklist de control visual diario en postos e zonas comúns. • Establecer protocolos específicos por sector con frecuencias diferenciadas. • Promover formación continua en manipulación de alimentos e mantemento do espazo.

Aspecto	Situación actual	Potencial de mellora detectado	Propostas de reforzo e acción
Xestión de residuos	Sen ecopunto nin sistema de recollida selectiva estruturado. Requisito obrigatorio do Selo actualmente non cuberto.	Oportunidade de posicionamento como mercado comprometido coa sostibilidade e o medio ambiente.	• Instalar ecopunto identificado con colectores por fraccións para praceiros/as e clientela. • Dotar os postos de recipientes individuais de separación selectiva. • Elaborar e implantar plan de xestión de residuos formalizado.
Eficiencia enerxética e sostibilidade	Sen fontes renovables nin auditoría enerxética. Climatización parcial. Illamento térmico con marxe de mellora.	Gran potencial de mellora con bo acceso a liñas de financiamento público.	• Instalación de placas fotovoltaicas para autoconsumo. • Realización de auditoría enerxética. • Mellora do illamento térmico en cuberta, paredes e carpintaría. • Actualización do sistema de climatización.
Imaxe interior e deseño	Distribución por sectores clara e funcional. Postos en bo estado xeral de limpeza e orde.	Avanzar cara a unha identidade visual cohesionada e representativa da identidade mariñeira de Moaña.	• Homoxeneización de elementos gráficos: vinilos, cartelería identificativa por sector e soportes informativos. • Creación de espazo escaparate na entrada para promoción do produto local. • Incorporación de recursos gráficos vinculados á tradición mariñeira do Morrazo. • Rotulación homoxénea en todos os postos como parte da identidade visual común.
Sinalización interior	Sinalización básica funcional con marxe de mellora en visibilidade e deseño.	Mellora da orientación e da experiencia de uso, especialmente para clientela visitante e estacional.	• Instalar sinalización completa de sectores, aseos, accesos e servizos. • Incorporar elementos gráficos vinculados á identidade mariñeira do Morrazo. • Mellorar a visibilidade e o deseño da cartelería.

Aspecto	Situación actual	Potencial de mellora detectado	Propostas de reforzo e acción
Pantalla informativa	Non existe soporte dixital informativo no interior do mercado.	Oportunidade para mellorar a comunicación, a dinamización e a promoción do mercado.	• Instalar pantalla dixital informativa nun punto estratéxico de alto tránsito. • Utilizar para eventos, campañas, produtos do día e información xeral do mercado.
Buzón de suxestións	Non existe actualmente ningún sistema estruturado de recollida de opinións da clientela.	Mellora da participación cidadá e da xestión continua da calidade do servizo.	• Instalar buzón de suxestións accesible na entrada principal. • Establecer protocolo de revisión e resposta periódica ás propostas recibidas.
Tecnoloxía e pagamento	Pagamento electrónico non estendido de forma homoxénea. Sen presenza dixital propia estruturada.	Modernización da imaxe e ampliación do alcance comercial do mercado máis alá do espazo físico.	• Homoxeneizar TPV en todos os postos. • Crear páxina web ou perfil dixital oficial da praza. • Impulsar estratexia conxunta en redes sociais con identidade visual común. • Instalar códigos QR nos postos con información de produto e trazabilidade.
Servizos para praceiros/as	Vestiaros inexistentes. Oficina de información non habilitada. Cámaras frigoríficas individuais non dispoñibles en todos os postos. Illas centrais con necesidade de rehabilitación. Humidades en zonas interiores.	Mellora substancial das condicións de traballo e da funcionalidade do espazo comercial.	• Vestiario praceiros/as: habilitar vestiario para praceiros/as (confirmar localización e alcance). • Oficina información: crear ou habilitar punto de información e atención á clientela. • Humidades: tratamento e corrección de humidades interiores, vinculado á rehabilitación da cuberta. • Rehabilitación das illas centrais de venda (confirmar alcance e orzamento). • Cámaras frigoríficas individuais ou comúns: instalación para praceiros/as .

Capítulo III

Capítulo III. Clientes

1. Enquisas

1.1. As enquisas como ferramenta clave no estudo de mercado

Para analizar en profundidade a situación actual da praza de abastos de Moaña, deseñáronse dous tipos de enquisas complementarias á poboación aleatoria¹ :

1. Enquisa a usuarios (dentro da praza):

- Mostra: 55 persoas
- Obxectivo: Avaliar o nivel de satisfacción da clientela habitual coa Praza de Abastos, identificar os seus hábitos de consumo, percepción da calidade, prezos e servizos, así como detectar necesidades de mellora desde o punto de vista da demanda actual.
- Contido:
 - Hábitos de compra e frecuencia
 - Valoración de aspectos específicos (aparcamento, instalacións,...)
 - Valoración da calidade dos produtos e dos prezos
 - Suxestións de mellora
 - Datos sociodemográficos

2. Enquisa a non usuarios (fóra da praza - non clientes):

- Mostra: 67 persoas
- Obxectivo: Identificar as barreiras que dificultan ou impiden o uso habitual da Praza de Abastos de Moaña, coñecer a percepción que teñen as persoas non usuarias ou usuarias ocasionais sobre o mercado e detectar áreas de mellora e oportunidades para captar nova clientela.
- Contido:
 - Hábitos xerais de compra de alimentos
 - Motivos de non visita
 - Valoración xeral do mercado
 - Preferencias de compra
 - Puntos fortes e débiles percibidos
 - Suxestións de mellora

¹ Trátase dunha poboación aleatoria xa que non foi seleccionada previamente como mostra dunha poboación de maior volume; así como tampouco como mostra de heteroxeneidade.

Ambas enquisas foron deseñadas para obter:

- Datos cuantitativos: mediante escalas de valoración e preguntas pechadas
- Información cualitativa: a través de preguntas abertas sobre opinións e suxestións
- Perfil sociodemográfico: para unha mellor segmentación da análise

Esta metodoloxía permitiu obter unha visión completa do funcionamento actual da praza, tanto desde a perspectiva dos usuarios habituais como dos potenciais clientes, facilitando a identificación de fortalezas e áreas de mellora.

1.2. Importancia das enquisas nos estudos de mercado

As enquisas son ferramentas fundamentais para entender o comportamento dos consumidores, segmentar o mercado e medir a satisfacción. Ofrecen datos clave para mellorar estratexias e tomar decisións fundamentadas.

Principais vantaxes das enquisas en estudos de mercado

1. Identificación de necesidades:
 - Revelan o que buscan os consumidores
 - Detectan áreas de mellora ou necesidades insatisfeitas.
2. Segmentación:
 - Permiten agrupar consumidores con características ou comportamentos similares.
 - Axudan a personalizar estratexias de márketing para cada segmento.
3. Medición da satisfacción:
 - Identifican aspectos que xeran satisfacción ou descontento, facilitando a fidelización.
 - Utilizan ferramentas como a Escala de Likert para avaliar niveis de satisfacción.
4. Avaliación da competencia:
 - Analizan a percepción dos consumidores sobre marcas competidoras.
 - Identifican fortalezas e debilidades no mercado.
5. Desenvolvemento de produtos:
 - Minimizan riscos ao avaliar a aceptación potencial de novos produtos antes do seu lanzamento.
 - Identifican características clave desexadas polos consumidores.
6. Toma de decisións estratéxicas:
 - Ofrecen datos sólidos para definir prezos, distribucións, promocións e comunicacións.
 - Apoian o deseño de estratexias máis efectivas e sostibles.
7. Identificación de tendencias:
 - Detectan cambios nas preferencias e comportamentos dos consumidores ao longo do tempo.
 - Axudan ás empresas a anticiparse a novas oportunidades ou desafíos.
8. Retroalimentación continua:
 - Mantén ás empresas conectadas coas expectativas cambiantes dos seus clientes.

Consideracións estatísticas clave

1. Representatividade da mostra:
 - A mostra seleccionada debe reflectir as características da poboación obxectivo para garantir resultados fiables.
2. Erro de mostraxe:
 - Un tamaño de mostra adecuado reduce a marxe de erro e mellora a precisión das estimacións.
3. Erro de non resposta:
 - É fundamental reducir a falta de participación ou as preguntas sen resposta, xa que isto pode distorsionar os resultados.
4. Análise de datos:
 - Recoméndase combinar ferramentas de estatística descritiva (para resumir datos) e inferencial (para xeneralizar resultados á poboación obxectivo).
 - En estudos de maior complexidade poden empregarse métodos como análises de regresión ou segmentación de clústeres para obter información máis detallada.

Conclusións

Realizar enquisas como parte dun estudo de mercado é fundamental para comprender as necesidades do consumidor, avaliar a competencia e mellorar a toma de decisións. Cun deseño adecuado, unha mostra representativa e unha análise estatística sólida, as enquisas permiten crear estratexias máis efectivas, reducindo a incerteza e fortalecendo a posición da empresa no mercado.

Caracterización das enquisas e do cuestionario

Para a elaboración da diagnose de mercado da Praza de Abastos de Moaña deseñáronse dous modelos de cuestionario: un dirixido a **clientes actuais** e outro orientado a **non clientes ou clientes potenciais**. Ambos os instrumentos comparten unha estrutura e enfoque común, co obxectivo de garantir a fiabilidade, validez e neutralidade dos resultados obtidos. As súas principais características son as seguintes:

- **Homoxeneidade e fiabilidade:** As enquisas foron elaboradas para manter unha coherencia de significado en todas as entrevistas, asegurando que o seu contido sexa interpretado do mesmo modo por diferentes persoas. Isto permite que os resultados sexan consistentes e comparables entre suxeitos.
- **Validez das preguntas:** As cuestións fórmulanse de maneira clara, concisa e directa, co propósito de recoller unicamente a información relevante para o estudo, evitando ambigüidades e interpretacións múltiples.
- **Capacidade de discriminación:** O deseño das preguntas permite obter respostas diversas ante unha mesma formulación, favorecendo a identificación de variacións significativas no comportamento e percepción das persoas enquisadas.

- **Taxa elevada de resposta:** As preguntas están formuladas para favorecer a participación e reducir o abandono, evitando pseudopiniós ou respostas ficticias que non reflictan condutas reais.
- **Claridade e precisión lingüística:** Utilízase unha linguaxe sinxela e accesible, evitando tecnicismos, xerga especializada ou expresións excesivamente coloquiais. Do mesmo xeito, elimínanse termos abstractos ou ambiguos que poidan dificultar a comprensión.
- **Neutralidade:** Tanto as preguntas como o conxunto do cuestionario manteñen unha posición imparcial, evitando calquera tipo de carga valorativa ou formulación que puidese inducir respostas condicionadas. Non se inclúen supostos nin xuízos implícitos sobre comportamentos, crenzas ou actitudes das persoas entrevistadas.
- **Variedade de intervalos de resposta:** Alternan preguntas cun tempo de resposta curto con outras de desenvolvemento máis longo, co fin de manter o interese do entrevistado e equilibrar o nivel de detalle recollido.
- **Mitigación da desexabilidade social:** Para reducir o efecto da tendencia a ofrecer unha “boa imaxe” axustada ás normas sociais, incorporáronse diferentes estratexias que contribúen a obter respostas máis sinceras e realistas, tales como:
 - Realizar suxerencias referidas a terceiras persoas.
 - Apelar á autoridade ou a situacións alleas para lexitimar certas condutas.
 - Ofrecer razóns, excusas ou xustificacións que normalicen determinadas respostas.
 - Formular preguntas de maneira xenérica e con marcos temporais amplos.

No contexto deste estudo de mercado, as preguntas céntranse fundamentalmente nos **hábitos de compra, preferencias de consumo e lugar habitual de adquisición de produtos frescos**, aspectos clave para comprender o comportamento da demanda no ámbito da Praza de Abastos de Moaña. Así mesmo, téñense en conta as diferenzas metodolóxicas entre preguntas abertas e pechadas, que se empregan de forma complementaria:

- **Preguntas abertas:**
 - Permiten recoller información cos propios termos e linguaxe da persoa entrevistada.
 - Facilitan a obtención de respostas espontáneas e non anticipadas.
 - Axudan a identificar aspectos cualitativos relevantes e temas emerxentes.
 - Resultan especialmente útiles nas fases exploratorias do estudo.

- **Preguntas pechadas:**

- Ofrecen un número limitado de alternativas de resposta, permitindo a comparación estatística dos resultados.
- Simplifican a codificación e análise posterior.
- Poden, con todo, omitir información secundaria ou matices relevantes.
- Requiren un deseño coidadoso para evitar respostas irrelevantes ou sesgadas.

En conxunto, o cuestionario aplicado garante unha recollida de datos rigorosa, equilibrada e representativa, orientada a obter unha diagnose fiable sobre os hábitos de consumo e percepcións da cidadanía respecto da Praza de Abastos de Moaña.

1.3. Estudo da área de influencia

Este informe recolle os resultados de dúas enquisas realizadas sobre as persoas que visitan a praza de abastos de Moaña:

- *Enquisas dentro da praza de abastos a clientes:* **55 enquisas** a clientes durante a súa visita ou compra.
- *Enquisas fóra da praza de abastos a non clientes:* **67 enquisas** realizadas no entorno da Praza de Abastos

1.3.1. Análise das enquisas realizadas dentro da praza de abastos a clientes

Datos Demográficos

Sexo: A distribución por sexo das persoas enquisadas amosa un claro predominio da clientela feminina, que representa o 83,64% da mostra fronte ao 16,36% dos homes. Este resultado confirma a relevancia das mulleres como principal perfil comprador da Praza de Abastos de Moaña, mantendo un patrón de consumo característico dos mercados tradicionais, nos que a adquisición de produtos frescos e de proximidade continúa estando maioritariamente asociada á clientela feminina.

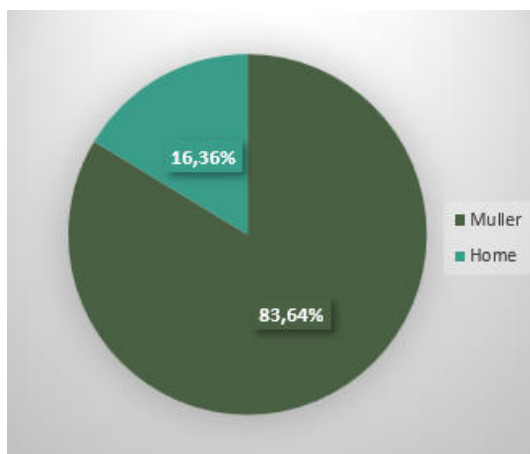


Figura 30. Desglose por sexo dos enquisados

Idade: A distribución por idade das persoas enquisadas amosa unha clientela maioritariamente madura, concentrándose principalmente nas franxas de 50 a 64 anos (38,18%) e de 65 ou máis anos (36,36%). O grupo de 35 a 49 anos representa o 25,45% da mostra, mentres que non se rexistran clientes menores de 35 anos, o que evidencia unha escasa presenza de público novo entre os usuarios habituais da praza.

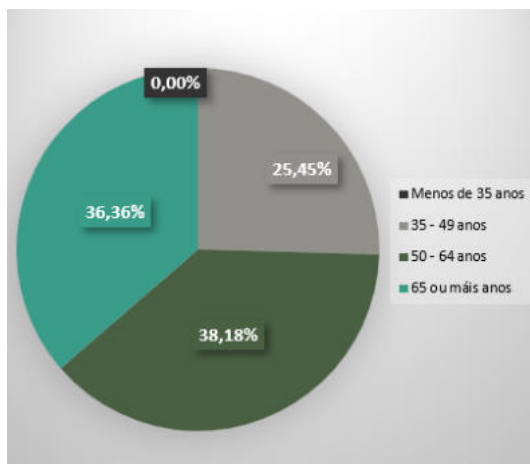


Figura 31. Distribución dos enquisados por tramos de idade

Hábitos de Compra: As persoas enquisadas son maioritariamente residentes no concello de Moaña, con presenza minoritaria de clientes procedentes doutros municipios da comarca do Morrazo e da área de Vigo (Vigo, Marín, Cangas e Bueu). Todas elas afirman realizar compras na Praza de Abastos, o que evidencia un elevado grao de fidelidade entre a clientela habitual. Non obstante, a composición por idade da mostra amosa unha escasa presenza de persoas novas, o que suxire a conveniencia de impulsar actuacións orientadas á captación de novos perfís de consumidores e ao reforzo do atractivo do mercado para as xeracións máis novas.

Lugar de compra habitual: A maioría das persoas enquisadas combina as súas compras na Praza de Abastos con outros establecementos comerciais, sendo o supermercado a opción máis habitual, utilizada polo 67,27% da mostra. Ademais, un 52,73% das persoas entrevistadas realiza tamén compras en tendas de barrio, mentres que un 27,27% acode a grandes superficies. Estes resultados evidencian que a Praza de Abastos de Moaña forma parte dunha estratexia de compra complementaria, na que os consumidores combinan diferentes canles comerciais segundo o tipo de produto e as súas necesidades.

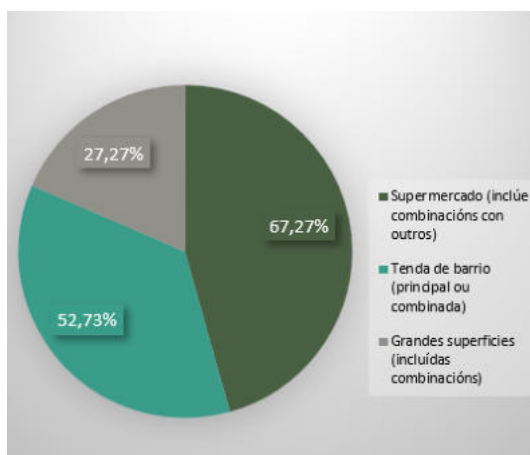


Figura 32. Lugar habitual de compra dos enquisados

Nota metodolóxica: Trátase dunha pregunta de resposta múltiple, polo que unha mesma persoa pode indicar máis dun lugar de compra habitual. Por este motivo, as porcentaxes non suman o 100 %.

Frecuencia de visita: Evidénciase un elevado nivel de fidelización cara á Praza de Abastos de Moaña. A maior parte das persoas enquisadas (69,09%) afirma acudir semanalmente, mentres que un 10,91% realiza compras de forma diaria. Pola súa banda, un 20,0% visita o mercado cunha frecuencia mensual. Estes datos amosan que a praza continúa formando parte dos hábitos de compra habituais dunha parte significativa da súa clientela.

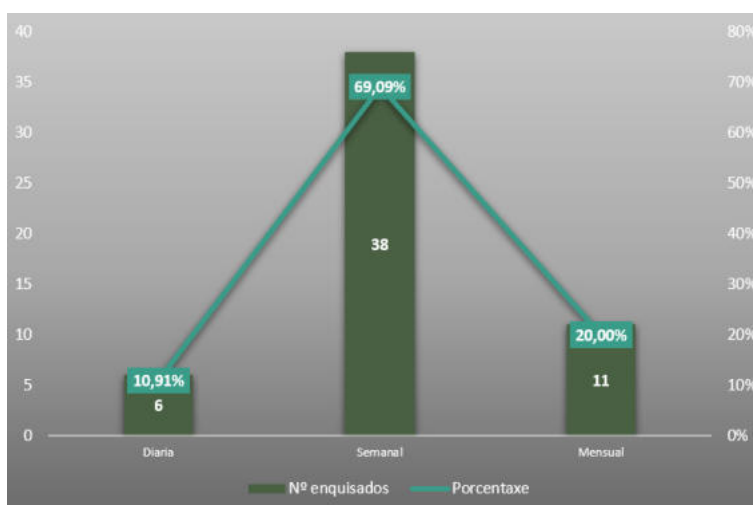


Figura 33. Frecuencia das visitas á praza de abastos

Produtos habitualmente comprados: O peixe constitúe o principal produto adquirido pola clientela da Praza de Abastos de Moaña, sendo comprado habitualmente polo 85,5% das persoas enquisadas. Tamén destacan a carne, presente no 70,9% das respostas, así como a froita (43,6%) e a verdura (38,2%). Outros produtos como o marisco (32,7%), a panadería (16,4%), os conxelados (7,3%) ou a floristería (3,6%) presentan unha menor incidencia. Estes resultados evidencian o protagonismo dos produtos frescos na actividade comercial da praza e a súa relevancia dentro dos hábitos de compra da clientela habitual.

Calidade dos produtos: A valoración da calidade dos produtos comercializados na Praza de Abastos de Moaña é moi positiva. O 89,09% das persoas enquisadas considera que a calidade é boa [(56,36%) ou excelente (32,73%)], mentres que un 10,91% afirma que os produtos son incluso mellores que os ofrecidos polos supermercados. Estes resultados evidencian que a calidade continúa sendo un dos principais activos do mercado e un factor determinante na fidelización da súa clientela.

Prezos dos produtos: A percepción dos prezos constitúe un dos aspectos menos valorados pola clientela da Praza de Abastos de Moaña. O 58,18% das persoas enquisadas considera que os prezos son altos, mentres que un 32,73% opina que son semellantes aos dos supermercados. Pola súa banda, só un 9,09 % considera que os prezos son baixos. A pesar desta percepción, a elevada valoración da calidade dos produtos suxire que unha parte importante da clientela está disposta a asumir un maior custo a cambio de produtos frescos e de maior calidade.

Aspectos valorados ao elixir o mercado: Os principais motivos que levan á clientela a realizar as súas compras na Praza de Abastos de Moaña están relacionados coa calidade e frescura dos produtos. A proximidade constitúe o motivo máis citado (25,45%), seguida da confianza nos praceiros e da calidade do produto (20,00% en ambos os casos). Tamén destacan a atención persoal (18,18%) e o produto fresco (16,36%). Estes resultados poñen de manifesto que os principais elementos diferenciais da Praza continúan estando asociados á proximidade, á confianza xerada polos comerciantes e á calidade da oferta comercial.

Melloras necesarias na Praza: Os resultados obtidos amosan que unha parte significativa da clientela (27,27%) considera que non son necesarias melloras relevantes no funcionamento actual da Praza de Abastos, o que reflicte un elevado nivel de satisfacción xeral. Entre as actuacións máis demandadas destacan as accións de promoción e dinamización do mercado (21,82%) e a ampliación da variedade de produtos (20,00%), seguidas das melloras en accesibilidade (16,36%) e do aparcamento (14,55%). Estes resultados suxiren que as principais oportunidades de mellora non se centran tanto nas infraestruturas como no reforzo da actividade comercial, a visibilidade da Praza e a diversificación da súa oferta para atraer novos públicos e incrementar a frecuencia de visita.

Valoración dos aspectos do mercado:

- **Aparcamento:** É o aspecto peor valorado pola clientela da Praza de Abastos de Moaña. O 52,73% das persoas enquisadas considéranlo malo e un 29,09% regular, polo que máis de oito de cada dez usuarios amosan algún grao de insatisfacción con este servizo.
- **Instalacións:** A valoración das instalacións é maioritariamente positiva, xa que o 74,55% da clientela considéranas boas. Non obstante, un 21,82% cualifícaaas como regulares e un 3,64% como malas, o que evidencia a existencia de determinadas marxes de mellora.
- **Variedade de postos:** O 63,64% das persoas enquisadas considera boa a variedade de postos existentes na Praza de Abastos. Con todo, un 25,45% valóraa como regular e un 10,91 % como insuficiente, polo que a ampliación da oferta comercial aparece como unha das posibles liñas de actuación para reforzar o atractivo do mercado.
- **Atención nos postos:** A atención personalizada e a confianza nos comerciantes constitúen un dos principais factores de elección e fidelización da clientela. A atención persoal é mencionada polo 18,18% das persoas enquisadas como motivo principal para realizar as súas compras na Praza, poñendo de manifesto a importancia do trato próximo como elemento diferencial fronte a outros formatos comerciais.

Conclusión sobre a análise das enquisas realizadas a clientes dentro da praza

Puntos fortes identificados	Observación
Calidade dos produtos	Valoración moi positiva da calidade dos produtos comercializados na Praza. O 89,09% das persoas enquisadas considera que a calidade dos produtos é boa ou excelente.
Produto fresco	O peixe, o marisco, a carne, a froita e a verdura constitúen os produtos máis demandados, reforzando o papel da Praza como referente na compra de produtos frescos e de proximidade.
Clientela fiel	A frecuencia de visita é maioritariamente semanal ou diaria, o que evidencia a existencia dunha clientela habitual con hábitos de compra consolidados.
Atención personalizada	A atención persoal e a confianza nos comerciantes aparecen entre os principais motivos de elección da Praza, constituíndo un elemento diferenciador fronte a outros formatos comerciais.
Comercio de proximidade	A maior parte da clientela reside no propio concello de Moaña ou na súa contorna inmediata, reforzando así o papel da Praza no comercio de proximidade.
Confianza e relación cos comerciantes	A relación directa entre comerciantes e consumidores continúa sendo un dos principais valores engadidos do mercado tradicional, favorecendo a fidelización da clientela.

Áreas a mellorar	Observación
Aparcamento	É o aspecto peor valorado pola clientela. Máis do 80 % das persoas enquisadas considera o aparcamento malo ou regular, o que pode limitar a frecuencia de visita e dificultar a captación de novos usuarios.
Ampliación da oferta comercial	A clientela demanda principalmente un reforzo das accións de promoción e dinamización da Praza, así como unha maior variedade de produtos que contribúa a incrementar o seu atractivo comercial.
Promoción e dinamización	Detéctase interese por incrementar as actividades, campañas e accións de promoción que contribúan a atraer novos públicos e aumentar a actividade comercial.
Accesibilidade e comodidade	Parte da clientela considera necesario introducir melloras que faciliten o acceso e incrementen a comodidade das instalacións.
Percepción dos prezos	Consideran que os prezos son elevados, aínda que esta percepción se ve compensada pola elevada valoración da calidade dos produtos.
Renovación xeracional	A clientela presenta unha idade media elevada. Evidénciase a necesidade de atraer novos perfís de consumidores para garantir a continuidade.

1.3.2. Análise das enquisas fóra da praza de abastos a NON clientes

Datos Demográficos

Sexo das persoas enquisadas (non clientes): A mostra de non clientes presenta unha maioría feminina. Este reparto é semellante ao observado na enquisa a clientes, onde as mulleres tamén constitúen o grupo maioritario.

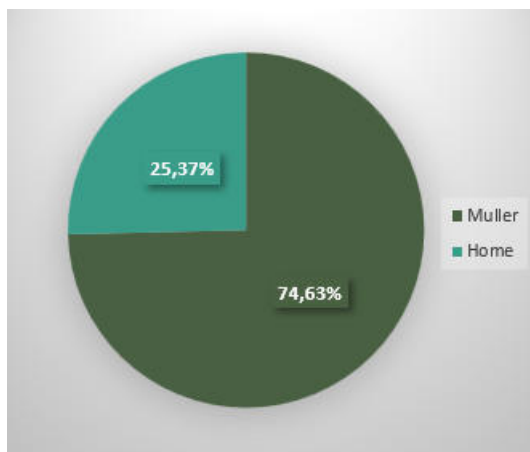


Figura 34. Sexo de non clientes

Idade: O grupo máis numeroso entre as persoas non clientes corresponde ás franxas de idade máis avanzadas. Non obstante, obsérvase unha presenza significativa de persoas de idade intermedia, especialmente entre os 30 e os 50 anos, cun peso superior ao detectado na enquisa realizada á clientela habitual da Praza de Abastos.

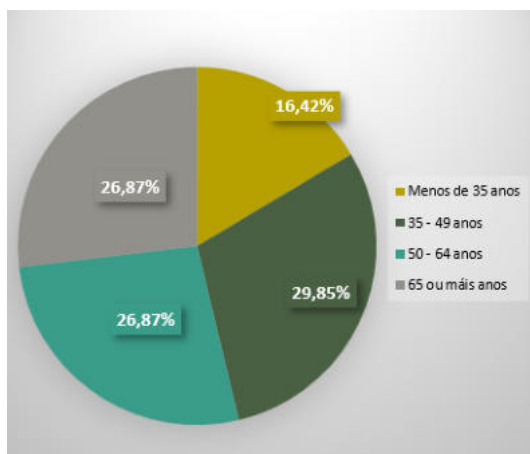


Figura 35. Idade de non clientes

Hábitos de Compra

Lugar de compra habitual: As persoas non clientes da Praza de Abastos realizan as súas compras de alimentación principalmente en tendas de barrio (55,2%) e supermercados (49,3%), observándose tamén unha presenza menor das grandes superficies (17,9%). Estes resultados amosan que o comercio de proximidade continúa tendo un peso relevante nos hábitos de consumo, aínda que unha parte significativa das compras se realiza a través doutros formatos comerciais distintos da Praza de Abastos.

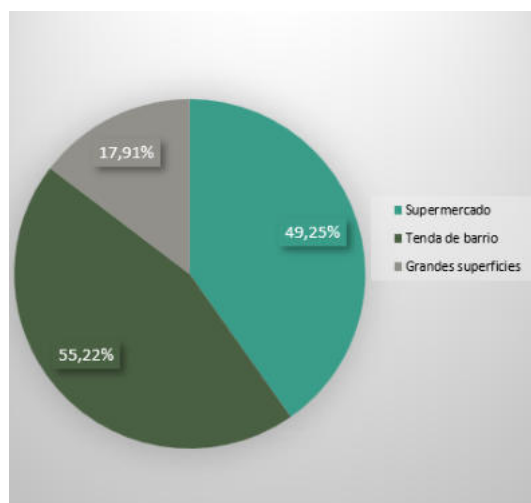


Figura 36. Lugar de compra habitual

Nota metodolóxica: Trátase dunha pregunta de resposta múltiple, polo que unha mesma persoa pode indicar máis dun lugar de compra habitual. Por este motivo, as porcentaxes non suman o 100 %.

Uso da Praza de Abastos: Aínda que as persoas enquisadas foron clasificadas como non clientes habituais da Praza de Abastos, unha parte significativa delas afirma realizar compras no mercado de forma ocasional. Isto evidencia un certo vínculo coa Praza e suxire a existencia dun potencial de captación para incrementar a frecuencia de compra entre estes usuarios esporádicos.

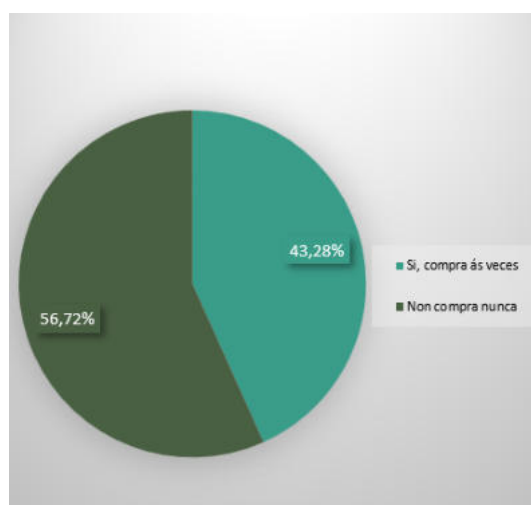


Figura 37. Uso da praza de abastos

Produtos que compran cando van á Praza: Das persoas enquisadas, 25 afirman realizar compras ocasionais na Praza de Abastos. Entre elas, os produtos máis demandados son o peixe e o marisco, o que confirma a asociación do mercado coa venda de produtos frescos procedentes do mar.

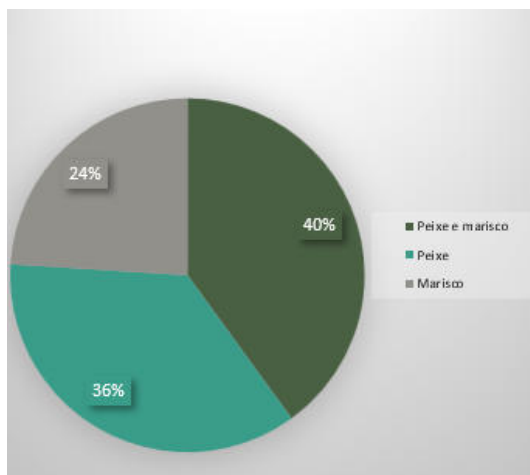


Figura 38. Produtos máis comprados

Razóns para non comprar: Das 42 persoas que contestaron son diversas as razóns, aínda que destacan principalmente os horarios, a comodidade que ofrecen os supermercados e a percepción de que os prezos son elevados. Tamén aparecen outros factores como a falta de hábito de compra ou as dificultades de aparcamento.



Figura 39. Motivos de non compra na Praza

Conclusión sobre a análise das enquisas realizadas a NON clientes fóra da praza

Puntos fortes identificados	Observación
Calidade dos produtos	Mesmo as persoas non usuarias recoñecen que a Praza ofrece produtos de alta calidade, especialmente peixe e carne.
Produto fresco	O produto fresco como o peixe e o marisco continúan sendo os produtos máis asociados á Praza de Abastos, identificándose como os seus principais elementos diferenciais.
Boa imaxe dos produtos do mar	As persoas que realizan compras ocasionais no mercado fano principalmente para adquirir peixe e marisco, o que reforza a imaxe da Praza como referente neste tipo de produtos.
Comercio de proximidade	A maior parte das persoas enquisadas reside en Moaña ou nos municipios da súa contorna, polo que a distancia ou a localización non constitúen unha barreira significativa para o acceso ao mercado.
Potencial de captación	Unha parte importante dos non clientes realiza compras ocasionais na Praza, o que indica que existe coñecemento e valoración positiva do mercado, aínda que sen converterse nun hábito de compra frecuente.

Áreas de mellora	Observación
Comodidade da compra	A comodidade que ofrecen os supermercados aparece como o principal motivo para non utilizar habitualmente a Praza de Abastos.
Percepción dos prezos	Unha parte relevante das persoas enquisadas considera que os prezos son máis elevados que noutras alternativas comerciais.
Horarios	Os horarios de funcionamento son percibidos por algúns usuarios como pouco compatibles coas rutinas laborais actuais.
Aparcamento	A dispoñibilidade de aparcamento continúa aparecendo como unha das principais limitacións para incrementar a frecuencia de visita.
Oferta incompleta	Parte da poboación segue considerando que o supermercado permite resolver a totalidade da compra nun único establecemento, aspecto que resta competitividade á Praza.
Atracción de novos públicos	A escasa presenza de persoas mozas entre a clientela habitual evidencia a necesidade de desenvolver accións de modernización, promoción e dinamización orientadas a novos perfís de consumidores.

DAFO segundo os dous tipos de enquisas realizadas

FORTALEZAS	DEBILIDADES
• Produto fresco e de alta calidade • Peixe e carne como produtos estrela • Boa valoración da calidade dos produtos • Atención personalizada e confianza nos comerciantes • Clientela fiel e habitual • Comercio de proximidade consolidado	• Aparcamento insuficiente • Clientela maioritariamente de idade avanzada • Necesidade de ampliar e diversificar a oferta comercial • Percepción de prezos elevados • Escasa presenza de persoas mozas entre a clientela • Necesidade de maior promoción e dinamización
OPORTUNIDADES	AMEAZAS
• Crecente interese polos produtos locais e de proximidade • Captación de consumidores ocasionais que xa utilizan a Praza de forma puntual • Diversificación da oferta e incorporación de novas actividades comerciais • Desenvolvemento de actividades de promoción e dinamización • Reforzo da identidade mariñeira e gastronómica de Moaña • Melloras en accesibilidade e aparcamento	• Forte competencia do supermercado • Preferencia pola comodidade da compra nun único establecemento • Sensibilidade crecente ao prezo • Cambios nos hábitos de consumo cara a formatos máis rápidos e dixitais • Falta de relevo xeracional entre a clientela habitual e os praceiros/as • Perda progresiva de atractivo para os segmentos máis novos da poboación

Conclusión xeral das enquisas realizadas a clientes e non clientes:

Os resultados das enquisas confirman que a Praza de Abastos de Moaña mantén unha boa valoración entre a poboación, destacando especialmente pola calidade dos seus produtos frescos, en particular o peixe e o marisco, así como pola atención personalizada e a confianza xerada polos comerciantes.

Ao mesmo tempo, a análise revela a existencia de marxes de mellora relacionadas co aparcamento, a ampliación da oferta comercial, a dinamización do mercado e a captación de consumidores máis novos. Aínda que unha parte importante dos non clientes realiza compras ocasionais na Praza, a comodidade dos supermercados continúa sendo o principal factor de competencia.

En conxunto, a Praza de Abastos conta cunha base sólida sobre a que seguir reforzando o seu papel como referente do comercio de proximidade e da promoción do produto local no municipio.

2. O motor da praza de abastos

As diferentes prazas e mercados de abastos de Galicia, así como no resto de España, posúen unhas características propias que conforman o motor do mercado ou praza de abasto: o grao, diversificación ou calidade dos alimentos; os servizos complementarios coma a restauración e transformación; o deseño e ambiente ou a constitución do mercado como recurso turístico.

Con todo, determinadas prazas de abastos posúen un bo nivel de vendas debido á gran área de influencia comercial: municipios e poboamento disperso que acoden a un mesmo núcleo para realizar as compras de bens e adquisición de servizos; ou ben por outros motivos externos.

O Concello de Moaña conta un importante lonxa de peixes e mariscos que subministra non só á propia praza de abastos e mercado de Moaña senón a doutros municipios e empresas do Morrazo. Esta situación da lugar a que o peixe sexa o produto estrela da Praza de Abastos e, polo tanto, o **motor do mercado municipal**.

Por outra banda, actúa como relativo-dinamizador das vendas o resto de produtos. Máis concretamente a existencia dunha oferta complementaria ao peixe.

$$\Delta oferta produtos = \Delta demanda$$

En síntese, o motor da Praza de Abastos é o peixe. Con todo existe calidade suficiente e diversidade abundante que actúa como dinamizador e complemento.

Capítulo IV

Capítulo IV. Estado e viabilidade

1. Análise DAFO. Praza de Abastos de Moaña

♦ FORTALEZAS

- Localización céntrica no núcleo urbano de Moaña, accesible a pé para a maior parte da poboación.
- Produto fresco local de calidade: peixe e marisco da ría de Vigo, con trato directo e persoal.
- Praceiros/as comprometidos/as con décadas de experiencia e clientela fidelizada.
- Estrutura portante do edificio en bo estado, isto reduce o custo das obras de rehabilitación.
- Aseos públicos en bo estado que xa cumpren os estándares do Selo de Mercado Excelente.
- Oferta diversificada: peixería, carnizaría, froita, conxelados e charcutería.
- Conexión directa con Vigo por Ponte de Rande e barco, facilitando o acceso de clientela exterior.

© OPORTUNIDADES

- Subvencións IN223A da Xunta de Galicia para modernización de mercados excelentes.
- 64.100 visitantes en 2025, cun 26,84% de orixe estranxeira, como potencial clientela non captada.
- Festival Intercéltico do Morrazo e Festas de San Martiño como eventos de proxección supramunicipal.
- Poboación estacional que pode duplicar os 19.320 habitantes no verán.
- Tendencia crecente ao consumo de produto local, fresco e de proximidade.
- Posibilidade de xerar sinerxias coa hostalaría local e os operadores turísticos do Morrazo.
- Plan Estratéxico do Comercio de Galicia 2025-2030 de apoio á Rede de Mercados Excelentes.

⚠ DEBILIDADES

- Sen presenza dixital nin estratexia de comunicación conxunta.
- Pagamento con tarxeta non estendido á totalidade dos postos.
- Xestión individualizada sen coordinación comercial entre praceiros/as.
- Clientela concentrada en mulleres maiores de 45 anos.
- Sen accións de captación de públicos máis novos.
- Horarios pouco adaptados á poboación activa.
- Estética pouco atractiva.

♦ AMEAZAS

- 10 supermercados no municipio con horarios ampliados, prezos competitivos e gran variedade.
- Cambio nos hábitos de consumo cara á compra en liña e formatos de conveniencia.
- Tendencia ao envellecemento da poboación e menor frecuencia de visita dos mozos (20-39 anos, 20,9%).
- Estacionalidade da demanda: forte dependencia do pico estival fronte a meses de baixa afluencia.
- Competencia doutros mercados da comarca con infraestruturas máis modernas ou renovadas.
- Risco de abandono de postos se non se acometen as melloras necesarias a curto prazo.

Esta análise **DAFO** servirá de base para a definición de liñas estratéxicas que permitan potenciar as fortalezas e aproveitar as oportunidades identificadas, ao tempo que se abordan de maneira progresiva as debilidades e se anticipan as ameazas, co obxectivo de consolidar a Praza de Abastos de Moaña como un espazo comercial moderno, competitivo e de referencia para a cidadanía e o territorio.

2. Análise de referencia (Benchmarking)

Este estudo ten como obxectivo analizar a xestión e a imaxe do mercado municipal de Moaña en comparación con outros mercados da súa contorna xeográfica próxima.

A través deste benchmarking, buscamos identificar boas prácticas que se poidan adaptar ao mercado de Moaña, así como áreas de mellora e posibles estratexias de diferenciación que permitan consolidar o mercado como un motor de dinamización comercial local.

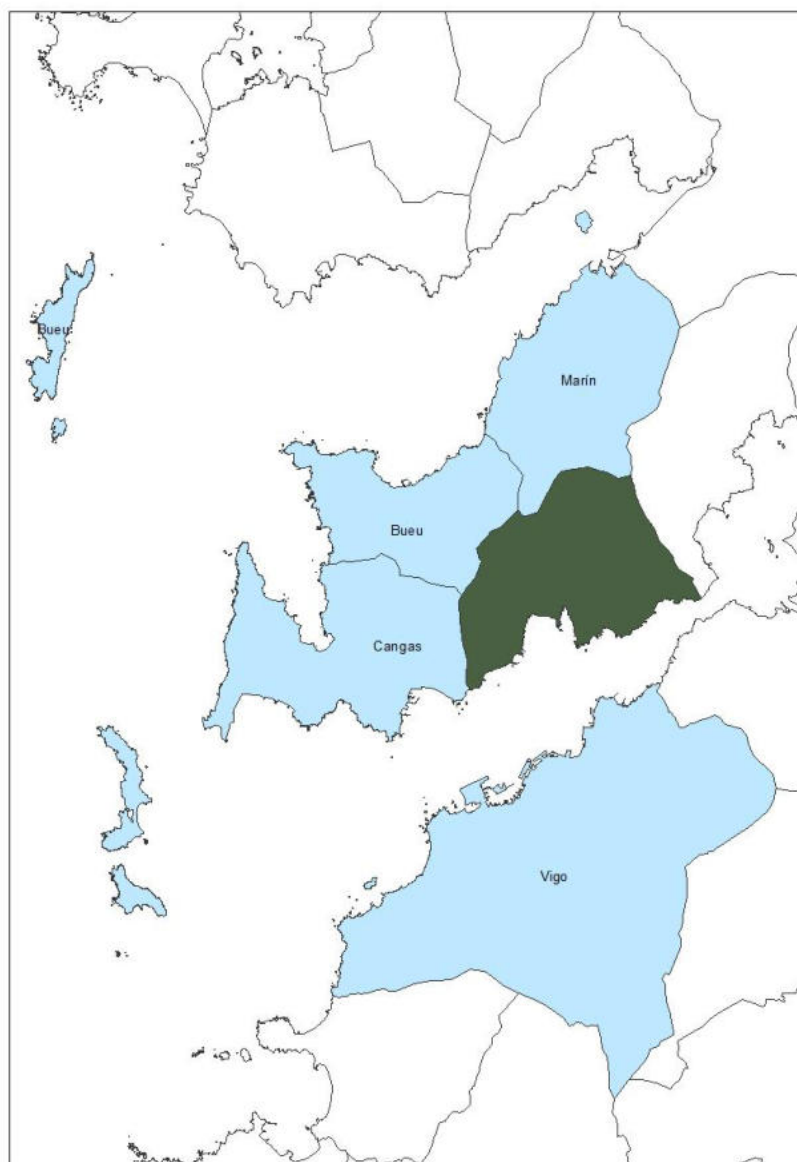


Figura 40: Mapa dos municipios de procedencia dos clientes. Fonte: elaboración propia a partir das enquisas directas realizadas.

A comarca do Morrazo conta cunha tradición consolidada de mercados e prazas de abastos vinculados á actividade mariñeira e ao comercio local. A competencia directa da Praza de Abastos de Moaña sitúase dentro da propia comarca, cos mercados municipais

de **Cangas, Marín e Bueu**, aos que a poboación residente pode acceder con facilidade por estrada.

A ría de Vigo actúa como barreira natural que limita a mobilidade entre as dúas beiras, o que reduce a competencia con mercados situados na marxe sur. Ao mesmo tempo, a conexión directa de Moaña con Vigo —mediante a Ponte de Rande e o servizo de barco— introduce un factor diferencial relevante: o mercado ten acceso potencial á área metropolitana de Vigo, o maior núcleo poboacional da Galicia atlántica, o que abre oportunidades de captación de clientela exterior que outros mercados da comarca non posúen na mesma medida.

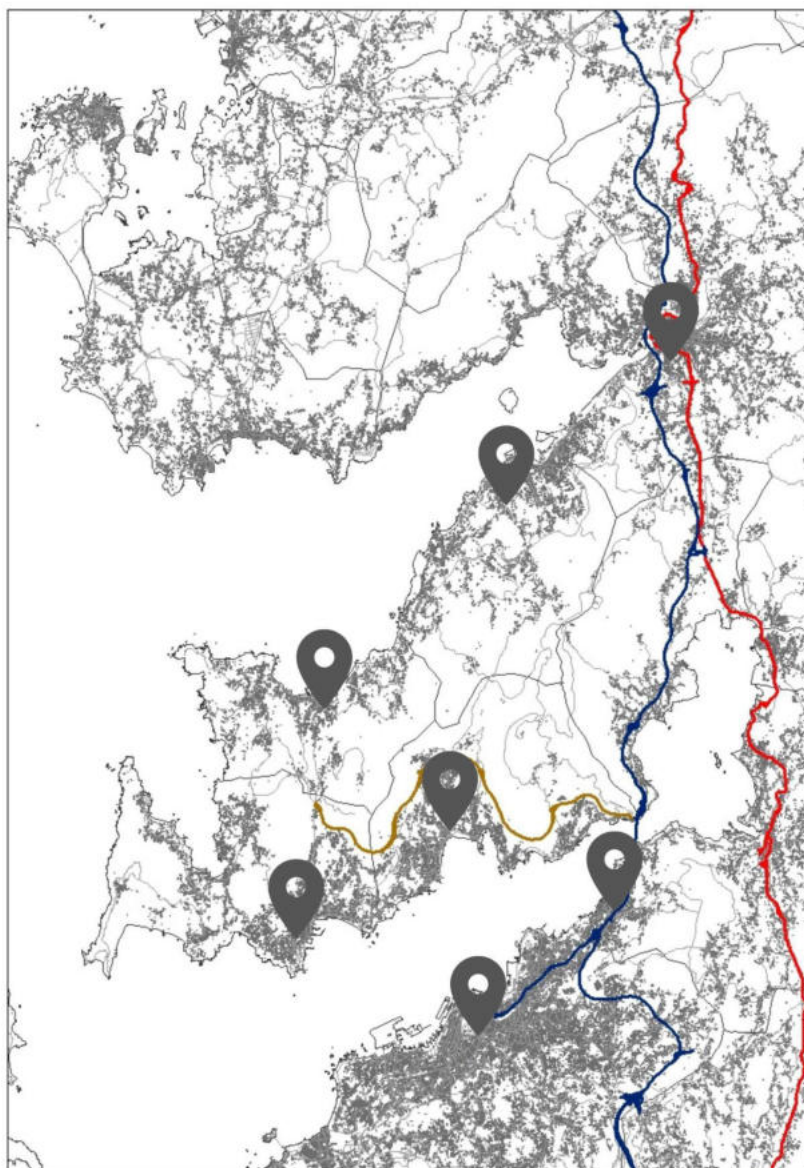


Figura 41: de esquerda a dereita e arriba ate abaixo: praza de abastos de Pontevedra, mercado de Marín, praza de Bueu, mercado municipal de Cangas, praza de abastos de Moaña, praza de Redondela, mercados de Vigo.

Mercados e prazas de abastos a comparar

Establécese un sistema de categorías segundo a competitividade en base a unha serie de factores: distancia xeográfica, localización da instalación, transporte público, produtos, diversificación e outros factores.

- Moi baixa
- Baixa
- Media
- Alta
- Moi alta

COMPARATIVAS

Cangas do Morrazo: Mercado de gran escala, con 87 postos de venda e arredor de 50 deles específicos para a venda de peixe e marisco, situado na Rúa Castelao. O edificio data de 1940, cunha ampliación de 1984. Con todo, nos últimos meses o mercado atravesaba unha situación de preocupación: en 2025 pecharon definitivamente 11 postos, cunha total ausencia de relevo xeracional fóra do ámbito familiar e sen investimento executado no plan de dinamización previsto. A vinculación co turismo é moderada, aproveitando o fluxo de visitantes do municipio en tempada estival.

Competitividade ALTA coa Praza de Abastos de Moaña, especialmente pola escala do mercado, a especialización en produto pesqueiro e a proximidade xeográfica dentro da mesma comarca.

Bueu: Mercado con tradición e identidade mariñeira consolidada, que conta con postos de peixe, marisco, carne e froita. O Concello de Bueu encargou en 2025 un estudo de dinamización que inclúe análise de mercado, proceso participativo con praceiros/as e usuarios, descrición da oferta e a demanda, nivel de ocupación e análise DAFO, así como propostas para a obtención do Selo de Mercado Excelente. Entre as actuacións propostas destaca a potenciación dos postos de peixe, marisco, carne e froita, e a creación de novos postos de flores e panadaría. Actividade de dinamización aínda en fase inicial.

Competitividade MEDIA-ALTA coa Praza de Abastos de Moaña, principalmente polo perfil similar de produto e pola proximidade xeográfica, aínda que o seu menor tamaño e a súa fase inicial de dinamización reducen o impacto competitivo directo.

Marín: Mercado municipal con oferta centrada en produto fresco local. O Concello de Marín solicitou en 2024 subvencións para a modernización da praza, recoñecendo a necesidade de mellora das instalacións, incluída a renovación dos aseos para garantir accesibilidade. A vinculación co turismo é limitada, con actividade orientada principalmente á clientela residente. Sen estratexia de dinamización estruturada consolidada.

Competitividade MEDIA coa Praza de Abastos de Moaña, principalmente pola proximidade xeográfica e o perfil similar de produto, aínda que a menor capacidade de atracción de clientela externa e a fase inicial de modernización reducen o nivel de competencia directa.

Análise comparativo

1. Infraestruturas e Instalacións

Mercado	Características
Cangas	Edificio histórico de 1940 con ampliación de 1984. Gran escala con 87 postos. Sen espazos de lecer nin servizos complementarios destacados.
Bueu	Instalacións tradicionais con identidade mariñeira. En proceso de modernización. Sen espazos complementarios actuais.
Marín	Mercado de escala media en proceso de mellora das instalacións. Sen espazos de lecer nin servizos adicionais.
Moaña	Edificio de dúas plantas con estrutura sólida e aseos en bo estado. Necesidade de rehabilitación de cuberta, pavimento e mellora da eficiencia enerxética. Segunda planta con potencial estratéxico para usos complementarios.

Comparativa coa Praza de Abastos de Moaña: A praza de Moaña comparte cos mercados da comarca un perfil de edificio con antigüidade e necesidade de modernización. A diferenza clave está no potencial que ofrece a súa segunda planta como espazo para usos complementarios formativos ou culturais, un activo que ningún dos outros mercados da comarca ten claramente identificado e planificado. As actuacións de rehabilitación previstas elevarán o estándar das instalacións da contorna.

2. Oferta comercial

Mercado	Características
Cangas	Oferta ampla centrada en peixe e marisco, con presenza de carnes, froita e verdura. Especialización pesqueira con maior escala que o resto da comarca.
Bueu	Oferta baseada en produto fresco local: peixe, marisco, carne e froita. Identidade mariñeira sólida. Sen produtos diferenciados nin gourmet.
Marín	Oferta de produtos frescos básicos. Sen especialización clara nin presenza de produto diferenciado.
Moaña	Oferta diversificada: peixería, carnizaría, froita e verdura, conxelados e charcutería. Forte identidade vinculada ao peixe e marisco da ría de Vigo.

Comparativa coa Praza de Abastos de Moaña: A praza de Moaña presenta unha oferta diversificada e equilibrada, con clara especialización no produto da ría de Vigo como elemento diferencial. A incorporación futura de produtos gourmet, produto de tempada claramente identificado e oferta complementaria permitirá reforzar o seu posicionamento fronte á competencia comarcal.

3. Xestión e funcionamento

Mercado	Características
Cangas	Xestión municipal con dificultades evidentes. Sen plan de dinamización executado a pesar da aprobación de fondos. Perda de 11 postos en 2025.
Bueu	Xestión municipal con implicación crecente. Estudo de dinamización encargado en 2025 como primeiro paso cara á excelencia.
Marín	Xestión municipal con recursos limitados. Sen estratexia de dinamización estruturada.
Moaña	Xestión municipal directa con coordinación cos praceiros/as. Marco normativo que require actualización. Oportunidade de avanzar cara a un modelo de xestión máis proactivo.

Comparativa coa Praza de Abastos de Moaña: A situación de Cangas evidencia os riscos dun modelo de xestión reactivo e sen planificación estratéxica. Moaña parte dunha base de coordinación positiva entre Concello e praceiros/as que, reforzada cunha estratexia de dinamización estruturada e a actualización das ordenanzas, pode situala por riba dos estándares de xestión da comarca.

4. Promoción e captación de clientela

Mercado	Características
Cangas	Sen plan de dinamización executado. Escasa promoción activa.
Bueu	En proceso de definición dunha estratexia a partir do estudo realizado. Sen accións consolidadas.
Marín	Sen estratexia promocional definida. Dependencia da clientela local habitual.
Moaña	Sen presenza dixital propia estruturada. Oportunidade de construír unha estratexia promocional diferenciada vinculada ao Festival Intercéltico e ao turismo estival.

Comparativa coa Praza de Abastos de Moaña: Ningún dos mercados da comarca do Morrazo conta cunha estratexia promocional consolidada, o que representa para Moaña unha oportunidade clara de liderazgo. A construción dunha presenza dixital activa e o aproveitamento dos eventos de proxección supramunicipal do municipio —Festival Intercéltico, Festas de San Martiño— sitúan a Moaña en posición vantaxosa para liderar a captación de nova clientela na comarca.

5. Innovación e dixitalización

Mercado	Características
Cangas	Sen presenza dixital relevante nin iniciativas de dixitalización coñecidas.
Bueu	O estudo de 2025 inclúe propostas de dixitalización e mellora da comunicación. En fase inicial.
Marín	Sen presenza dixital destacada. Nula aplicación de tecnoloxía no funcionamento do mercado.
Moaña	Sen presenza dixital propia estruturada. Gran potencial de mellora mediante implantación de TPV homoxéneos, pantalla informativa, códigos QR e estratexia en redes sociais.

Comparativa coa Praza de Abastos de Moaña: A comarca do Morrazo presenta no seu conxunto un nivel de dixitalización moi baixo nos seus mercados municipais. Moaña parte do mesmo punto que os seus competidores, pero ten a oportunidade de dar un salto cualitativo que a posicione como o mercado máis moderno e conectado da comarca, especialmente de cara á clientela máis nova e á poboación visitante.

Conclusións

A Praza de Abastos de Moaña comparte cos mercados da comarca do Morrazo un perfil tradicional vinculado á actividade pesqueira e ao comercio de proximidade, nun contexto en que todos os equipamentos afrontan retos similares de modernización, dinamización e captación de nova clientela. A diferenza respecto dos seus competidores directos (Cangas, Bueu e Marín) radica no punto de partida estratéxico de Moaña: a decisión de abordar de forma integral a rehabilitación das instalacións, a modernización da xestión e a construción dunha estratexia dixital e promocional estruturada, dentro do marco do Selo de Mercado Excelente da Xunta de Galicia. Nun contexto comarcal onde ningún mercado ten aínda consolidada a excelencia, Moaña ten a oportunidade real de converterse no referente do Morrazo.

3. Necesidades dos praceiros

A análise das necesidades manifestadas polos praceiros/as da Praza de Abastos de Moaña pon de relevo unha serie de demandas concretas que afectan tanto ao funcionamento interno como á imaxe exterior do mercado, e que abranguen cuestións estruturais, organizativas, comerciais e sociais.

En primeiro lugar, resulta evidente a necesidade de abordar a conservación e modernización das instalacións: a rehabilitación da cuberta, a mellora do pavimento interior e o arranxo das portas de entrada son demandas que afectan directamente ás condicións de traballo diarias. Do mesmo xeito, a hixiene e a limpeza son percibidas como elementos fundamentais para manter a confianza da clientela, especialmente na sección de peixería, e os praceiros/as demandan tamén a implantación dun protocolo regular de desratización preventiva.

No ámbito comercial e de promoción, a ausencia de campañas de publicidade e de presenza nas redes sociais é identificada como unha das debilidades máis urxentes. Os praceiros/as reclaman estratexias conxuntas que melloren a visibilidade da praza fronte aos formatos de gran distribución, así como unha oferta máis diversificada que incorpore novos postos de floristería, marisco fresco da ría e un espazo para cafés e infusións. A modernización da imaxe do mercado, cunha identidade corporativa común e unha estética máis atractiva, é tamén unha demanda compartida.

Finalmente, os praceiros/as valoran moi positivamente o acceso a plans de formación adaptados ás súas necesidades reais e o apoio para o relevo xeracional e a captación de novos praceiros/as que ocupen os postos actualmente baleiros.

En conxunto, estas necesidades identificadas constitúen unha folla de ruta prioritaria para o futuro da Praza de Abastos de Moaña, cuxa abordaxe progresiva permitirá mellorar as condicións de traballo, reforzar a experiencia de compra e consolidar o mercado como referente comercial e social do municipio e da comarca do Morrazo.

Táboa resumo de Necesidades dos Praceiros

Categoría	Necesidades identificadas
Ocupación e vitalidade comercial	- Poñer en marcha medidas concretas para ocupar os postos que están pechados, buscando novos praceiros/as. - A apertura das peixerías é clave para dinamizar o conxunto da praza. - Os postos baleiros dan mala imaxe, adxudicalos ou facelos máis grandes os actuais.
Mantemento	- Arranxar as portas de entrada do mercado. Reixado en portas e fiestras para que haxa ventilación - Mellorar o chan da praza e presenta risco de esvaramento. Así como as reixas do chan que se levantan. - Reformar o teito e as columnas das paredes precisan unhas melloras importantes
Limpeza e hixiene	- Reforzar a limpeza nos días de máis movemento. - Facer desratizacións periódicas e preventivas, especialmente nas zonas de produto fresco.
Diversificación da oferta	- Traer novos postos de floristería e ampliar a presenza de marisco fresco da ría. - Habilitar tamén un espazo para tomar un café/ infusión dentro do mercado.
Imaxe e deseño	- Modernizar a imaxe da praza cun deseño máis atractivo e acorde coa identidade mariñeira de Moaña. - Unificar a imaxe dos postos con vestimenta, cartelería e elementos visuais comúns.
Aparcamento e accesibilidade	Arranxar o aparcamento próximo ao mercado para que a clientela poida chegar e aparcar con comodidade (habilitar prazas específicas para o mercado e con tempo limitado para a súa rotación).
Promoción e publicidade	- O mercado non ten campañas de promoción nin publicidade propias. Precísanse accións regulares que dean a coñecer a praza entre a veciñanza, os visitantes e a xente que vén de Vigo. - Crear e manter perfís activos nas redes sociais con contido real sobre o o día a día do mercado.
Información e comunicación	- Instalar unha pantalla informativa nun punto visible do mercado para comunicar horarios, actividades e campañas. - Mellorar a comunicación entre o Concello e os praceiros/as para que a información chegue a tempo e claramente.
Formación e profesionalización	- Habilitar obradoiros para traballar os praceiros/as. - Formación útil e accesible que axude a mellorar o día a día.
Sostibilidade e medio ambiente	- Instalar papeleiras de reciclaxe selectiva e un ecopunto identificado para praceiros/as e clientela. - Traspaso a LED e iluminación focal.
Tecnoloxía e pagamento	Que todos os postos teñan datáfono e acepten Bizum e tarxeta. Hoxe en día moita xente non leva efectivo e é importante que poidan pagar como queren.

Capítulo V

Capítulo V. Actuacións

1. Actuacións propostas para a mellora integral do mercado

As actuacións propostas para a mellora integral da Praza de Abastos de Moaña parten da análise da situación actual do edificio, os seus equipamentos e o modelo de xestión existente. A diagnose identifica un conxunto de intervencións concretas, organizadas por áreas de actuación, orientadas a mellorar as condicións do espazo, reforzar a experiencia de uso e avanzar cara aos estándares do Selo de Mercado Excelente. A táboa seguinte recolle de forma esquematizada o conxunto de actuacións propostas.

Táboa resumo de actuacións

Área	Actuacións
1. Iluminación	1.1. Substitución da iluminación interior por tecnoloxía LED de alta eficiencia e boa reprodución cromática, con especial atención aos postos de produto fresco. 1.2. Mellora da iluminación nas zonas comúns, corredores de circulación e futura zona de descanso. 1.3. Reacondicionamento da iluminación perimetral do edificio mediante a instalación de proxectores LED de alta eficiencia e maior durabilidade fronte ás condicións ambientais costeiras. 1.4. Reposición periódica de luminarias fundidas como parte do plan de mantemento preventivo.
2. Sinalización e sinalética interior	2.1. Sinalización dos sectores comerciais: peixería, carnizaría, froita e verdura, conxelados e charcutería. 2.2. Sinalización de accesos, entradas e saídas do mercado. 2.3. Sinalización direccional cara aos aseos e á segunda planta. 2.4. Sinalización do acceso á segunda planta con frechas direccionais. 2.5. Instalación de vinilos ou cartelería orientativa nos puntos clave, con elementos gráficos vinculados á identidade mariñeira de Moaña e á ría de Vigo que fagan da visita unha experiencia diferenciada. 2.6. Instalación de sinalización específica de restrición de accesos e entradas de uso exclusivo para praceiros/as.
3. Información ao público	3.1. Instalación dunha pantalla informativa ou tótem non interactivo nun punto estratéxico de alto tránsito para comunicar horarios, actividades, campañas e produtos do día. 3.2. Creación dun punto de información ou espazo de atención á clientela, con especial orientación á clientela visitante e turística.
4. Servizos ao usuario	4.1. Habilitación dunha zona de descanso con bancos ou butacas, actualmente inexistente e requisito obrigatorio do Selo de Mercado Excelente. 4.2. Incorporación de elementos vexetais decorativos que melloren o ambiente e a percepción de calidade do espazo. 4.3. Creación dun espazo escaparate na entrada para a promoción do produto local e das campañas temáticas do mercado.

Área	Actuacións
5. Sistema de reciclaxe e sostibilidade	5.1. Instalación de papeleiras para recollida selectiva por fraccións nas zonas de maior tránsito. 5.2. Distribución de papeleiras nas dúas entradas principais da praza. 5.3. Mellora da visibilidade e sinalización do sistema de reciclaxe. 5.4. Instalación dun ecopunto claramente identificado para praceiros/as e clientela, con colectores diferenciados por fraccións. 5.5. Dotación dos postos con recipientes individuais para separación selectiva no punto de orixe. 5.6. Elaboración e implantación dun plan de xestión de residuos formalizado. 5.7. Implantación dun protocolo de desratización periódica e preventiva.
6. Participación e comunicación	6.1. Instalación dun buzón de suxestións e queixas para a clientela nunha zona de acceso visible. 6.2. Colocación do buzón na zona de acceso principal do mercado. 6.3. Posibilidade de buzón específico para a comunicación cos praceiros/as. 6.4. Desenvolvemento de accións específicas para mellorar a participación, a comunicación interna e o sentido de pertenza dos praceiros/as ao mercado. 6.5. Creación dunha canle de comunicación dixital entre o Concello e os praceiros/as.
7. Identidade e promoción	7.1. Creación e uso dun logotipo identificativo da Praza de Abastos de Moaña vinculado á identidade mariñeira do Morrazo. 7.2. Instalación de banderolas en días de campañas promocionais e eventos especiais. 7.3. Reforzo da imaxe corporativa da praza no espazo público e nas comunicacións exteriores. 7.4. Desenvolvemento de packaging e merchandising común da Praza de Abastos de Moaña. 7.5. Homoxeneización da vestimenta dos praceiros/as mediante un elemento común identificativo.
8. Eficiencia enerxética e confort térmico	8.1. Realización dunha auditoría enerxética do edificio como punto de partida para planificar as actuacións de mellora. 8.2. Mellora do illamento térmico en cuberta, paredes e carpintaría exterior. 8.3. Incorporación de placas fotovoltaicas para o autoconsumo enerxético. 8.4. Actualización e optimización do sistema de climatización para mellorar o confort térmico e reducir o consumo enerxético do edificio. 8.5. Instalación dun display dixital de temperatura e humidade ambiental para o control das condicións ambientais e a mellora da información á clientela.

Área	Actuacións
9. Xestión e apoio técnico	9.1. Implantación dun modelo de xestión proactivo con figura de responsable ou xerente do mercado coordine as actuacións de mellora, dinamización e comunicación. 9.2. Desenvolvemento de campañas promocionais coordinadas e sostidas no tempo. 9.3. Apoio á tramitación de subvencións da Xunta de Galicia, especialmente as convocatorias IN223A e IN223B. 9.4. Formación e mentoring para praceiros/as en ámbitos comerciais, dixitais e de manipulación de alimentos. 9.5. Xestión de proxectos vinculados a fondos autonómicos, estatais ou europeos. 9.6. Implantación de medidas activas para a ocupación dos postos vacantes con programa de emprendemento específico. 9.7. Impulso da diversificación da oferta: floristería, marisco fresco da ría, espazo para cafés e infusións e venda ocasional de excedentes de horta.
10. Conservación, mantemento e mellora do edificio	10.1. Rehabilitación integral da cuberta: impermeabilización, reparación de elementos deteriorados e mellora do sistema de evacuación de augas, como actuación prioritaria. 10.2. Substitución do pavimento interior por materiais antiesvarantes, hixiénicos e de doada limpeza. 10.3. Mantemento e reparación de fachadas, estruturas e elementos metálicos do edificio. 10.4. Actuacións de conservación en carpinterías, peches e elementos de madeira. 10.5. Revisión, mantemento e mellora das instalacións eléctricas, de iluminación e climatización. 10.6. Intervencións puntuais para garantir a seguridade, accesibilidade e funcionalidade do edificio. 10.7. Mellora da imaxe exterior mediante traballos de pintura e renovación de acabados na fachada e estruturas. 10.8. Arranxo e mellora do aparcamento nas inmediacións do mercado para facilitar o acceso da clientela.

Capítulo VI

Capítulo VI. Indicadores seguimento e avaliación

Xestión comercial e rendibilidade	
Volume de vendas totais	Medición do total de transaccións realizadas no conxunto da praza de abastos durante un período determinado.
Volume de vendas en cada posto	Medición do total das transaccións realizadas en cada posto do mercado nun período determinado.
Número de postos activos	Cantidade de vendedores e postos con actividade comercial no mercado
Grao de diversificación	Relación entre o número de postos totais e os postos de cada unha das tipoloxías (carne, froita e verdura, peixe e marisco, entre outros).
Rendibilidade do posto	Promedio de ingresos xerados por cada comerciante no mercado.
Concesións activas	Número de concesións en activo.
Concesións pendentes	Número de concesións pendentes de licitación/poxa.
Liquidacións municipais	Recadación total anual.
Débedas	Contía total non recadada por impagos (débedas dos concesionarios).

Calidade e satisfacción do cliente	
Tempo de espera	Tempo promedio que os clientes agardan para realizar as súas compras, dende que chegan e agardan a ser atendidos ata que pagan a compra.
Queixas	Número de queixas anuais rexistradas.
Suxestións	Número de suxestións depositadas no correspondente caixón.
Fidelización dos clientes	Porcentaxe de clientes recorrentes que compran, cunha frecuencia determinadas, a praza de abastos ou cada posto. $\% \text{ fidelización} = \left(\frac{n^{\circ} \text{ total clientes fidelizados}}{n^{\circ} \text{ total de clientes}} \right) \cdot 100$

Xestión operativa	
Horario	Cumprimento efectivo de horarios establecidos para o transporte de mercadorías e operacións de compra-venda.
Custe operativo	Custos operativos: Gastos asociados á xestión e mantemento da praza, incluíndo electricidade, auga, seguridade e persoal.
Accidentes	Número de incidentes ou accidentes: Cantidade de incidentes de seguridade ocorridos non mercado (caídas, intoxicacións etc.)
Normativa sanitaria	Grao de cumprimento da normativa de hixiene e sanidade. Número de sancións impostas en materia hixiénico-sanitaria.
Seguridade alimentaria	Número ou porcentaxe total de praceiros/as que contan con formación acreditada en materia de manipulación de alimentos.

Impacto ambiental	
Consumo enerxético	Consumo enerxético da praza de abastos (MWh)
Eficiencia na xestión de residuos	Porcentaxe de residuos xestionados (toneladas) nas diferentes fraccións.
Materiais ecolóxicos	Número de produtos e materiais biodegradables ou compostables, ou reutilizables utilizados.
Emisión de CO²	Emisións de CO ² , en base ao consumo MWh.
Auditoria enerxética	Realización de auditoria enerxética (si/non).
Paneis fotovoltaicos	Paneis fotovoltaicos (si/no).

Infraestrutura e mantemento	
Mantemento preventivo	Frecuencia coa que se realiza mantemento preventivo nas instalacións e equipos.
Accesibilidade	Avaliación de accesibilidade cognitiva, física e sensorial.
Limpeza	Avaliación física e sensorial.

Capítulo VII

Capítulo VII. Cadro de financiación

A continuación expóñense as posibles fontes de financiación para a realización de melloras, ampliacións e investimentos en xeral na praza de abastos.

1. Convocatorias da Deputación Provincial de Pontevedra

A Deputación Provincial de Pontevedra non conta, de forma directa, de subvencións para a rehabilitación de prazas e mercados de abastos, con todo sublíñanse as seguintes convocatorias que se financian por medio dos diferentes plans de cooperación municipal.

O **Plan de obras e servizos de competencia municipal (PLAN + PROVINCIA)** finánciase mediante fondos propios da Deputación de Pontevedra e ten, como finalidade, colaborar na realización de obras e servizos de competencia municipal aos municipios da provincia de pontevedra de menos de 50.000 habitantes, entre os que se atopa o Concello de Moaña.

O obxectivo principal é o de impulsar accións que permitan aos municipios consolidar o seu desenvolvemento e favorecer a xeración de oportunidades e a cohesión territorial.

Para os anos 2026 e 2027 o plan provincial estrutúrase en catro eixes:

- Eixe 1: Investimentos anual, bianual ou plurianual.
- Eixe 2: Actividades, gastos correntes e obras non consideradas investimentos.
- Eixe 3: Emprego.
- Eixe 4: Redacción de proxectos.

Ademais do anterior, o Plan provincia extraordinaria (PLAN EXTRA), deséñase como un apoio adicional de carácter anual. Entre os investimentos subvencionables destácase:

- As novas infraestruturas públicas
- As infraestruturas xa existentes.
- Intervencións en espazos urbanos ou naturais.
- Recollida de residuos (5º fracción).

2. Convocatorias autonómicas da Xunta de Galicia

A Xunta de Galicia, por medio da Axencia Galega de Desenvolvemento Rural (AGADER), convocou en diferentes anualidades unha liña de subvencións específicas para rehabilitación e reforma de mercados municipais. Máis concretamente tratábase de convocatorias de axudas destinadas á promover a rehabilitación e reforma de mercados municipais de produtos agroalimentarios, considerando que a actividade comercial que neles se desenvolve é vital para a dinamización económica e social dos territorios, sendo, en moitos casos, un elemento aglutinador do pequeno comercio que os arrodea.

A convocatoria supoñía unha porcentaxe máximo da axuda do 80%, ata un máximo de 50.000,00 euros. A derradeira convocatoria de axudas foi no ano 2021.

Por medio da Dirección Xeral de Comercio, hoxe enmarcado dentro da Consellería de Comercio, Emprego e Emigración da Xunta de Galicia, anualmente a Xunta de Galicia convoca as subvencións para o impulso dunha rede de Mercados Excelentes de Galicia e a dinamización e revitalización das prazas de abastos.² Esta convocatoria financia as actuacións en mercados e prazas de abastos de Galicia que teñan concedido o selo de Mercado Excelente ou estean no proceso previo a súa obtención, así como a dinamización e revitalización das prazas de abastos e mercados de Galicia.

En relación co anterior é preciso sinalar a Orde do 9 de xullo de 2024 pola que se establecen as bases reguladoras para a concesión, en réxime de concorrència non competitiva, de subvencións para o impulso dunha Rede de mercados excelentes de Galicia e a dinamización e revitalización das prazas de abastos, e se procede á súa convocatoria para o ano 2024.

A Xunta de Galicia, coa creación do **selo “excelencia”** para mercados e prazas de abastos comezou a impulsar a devandita acreditación cunha convocatoria anual de subvencións para os mercados que contasen co selo. Con todo, a medida en sí mesma resultou ineficiente xa que a excelencia viña determinada por unha serie de factores (arquitectónicos, de venda, de xestión e administración, comunicación, dos produtos, entre outros) que requirían un importante investimento público previo. Mor desta situación a Xunta de Galicia permitiu, nas pasadas convocatorias, subvencionar non soamente aos mercados “excelentes”, senón aos que se atopan en proceso de consecución do distintivo.

¿A fórmula escollida para definir que entidades locais se atopan en proceso de consecución da *excelencia*? Os **estudos de diagnose de mercados e prazas de abastos**.

Uns documentos estratéxicos que indicasen as necesidades, actuacións a realizar e estudasen as características dos mercados e prazas, dos praceiros/as e dos produtos.

² Conta con financiación para entidades locais e asociacións de prazas de abastos e federacións de prazas de abastos. O presente diagnóstico non enumera as actuacións que poden desenvolver as asociacións, soamente a entidade local.

Neste senso, todos aqueles municipios que contasen co devandito documento serían entidades locais beneficiarias -previa solicitude- das subvencións.

O estudo de diagnose de mercado; os concellos que dispuxeran da mesma (a diagnose), poderían financiar cunha porcentaxe de financiación do 80% (sen imputar IVE como gasto subvencionable) ata un **máximo de 125.00,00 €** anuais³ as seguintes actuacións:

Liña 1: Arquitectura, edificación, rehabilitación e actuacións equivalentes:

- a) Actuacións de rehabilitación e reforma construtiva do estado do edificio que sexan necesarias para acadar a puntuación máxima (24 puntos) no capítulo 1 (ferramenta de autoavaliación da arquitectura). En concreto:
 - Actuacións de rehabilitación e reforma da cuberta, fachadas e das estruturas.
 - Instalación e reparación de solos antiesborrexeduras.
 - Acabamentos e actuacións de mellora dos interiores comúns e da homoxenización da imaxe.
- b) Actuacións para a mellora da calidade do aire e redución do impacto de cheiros, tanto de extracción natural como forzada.
- c) Actuacións en zonas de carga e descarga e adaptación de accesos.
- d) Rotulación dos postos.
- e) Posta en marcha e mellora de servizos para a clientela: consignas, aseos, espazos multifuncionais, puntos de información e oficina de atención e sinalización e rotulación xeral.
- f) Elaboración dun plan de xestión de residuos cun investimento máximo subvencionable de 4.000,00 €; instalación de ecopuntos, de sistemas de reciclaxe e de eliminación de residuos e recollida selectiva e residuos.
- g) Habilitación de postos para garantir o grao de diversificación da oferta.
- h) Elaboración da documentación técnica correspondente, os gastos de dirección obra e de coordinación de seguridade e saúde necesarios para levar a cabo, de ser o caso, as actuacións subvencionables comprendidas nas letras anteriores, cun investimento máximo subvencionable de 15.000,00 €.

Liña 2: Equipamento comercial. Adquisición de equipamento comercial para uso dos/das praceiros/as que sexa indispensable para o desenvolvemento da súa actividade comercial.

- a) A adquisición e instalación de equipamentos de frío industrial e outros equipamentos industriais ou tecnolóxicos.
- b) A adquisición e instalación de mostradores, vitrinas, expositores e armarios refrixerados.

³ Aos 125.000,00 € correspondentes ao 80% da aportación autonómica teríaselle que engadir un 20% de aportación municipal e o imposto sobre o valor engadido (IVE).

Liña 3: Eficiencia enerxética. Considerarase actuación subvencionable a implantación de medidas para un consumo máis eficiente dos recursos enerxéticos.

- a) A instalación de sistemas de iluminación enerxeticamente eficientes.
- b) A instalación de portas de acceso de apertura e peche automáticos e outras actuacións de illamento térmico.

Por outra banda, os municipios que contasen co selo de excelencia, poderían realizar actuacións cunha porcentaxe de financiación do 80% (sen imputar IVE como gasto subvencionable) ata un **máximo de 100.000,00 € anuais**⁴, para as seguintes actuacións:

- a) O acondicionamento das instalacións: mellora da imaxe, instalación de sistemas de climatización, instalación de sistemas de illamento térmico e/ou acústico que reduza o impacto de ruídos e establecemento de sistemas de recollida de auga.
- b) A creación e/ou mellora de servizos para a clientela: servizo de carros da compra, adecuación e/ou creación de zonas de descanso tales como espazos infantís, salas de lactación e outros, creación dun servizo de repartición a domicilio con «persoal maker» e instalación de consigna frigorífica e de servizo de cociñado de produtos.
- c) A creación e/ou mellora doutros servizos: instalación de pantallas de información, servizo automático de quenda, planos de situación do edificio «vostede está aquí» e rede Wifi.
- d) A loxística e comercialización dos produtos: creación dun packaging sustentable propio do mercado adecuado ás características específicas dos produtos, incluídos os sistemas de envasado ao baleiro.
- e) A creación ou mellora de aparcadoiros para vehículos e/ou bicicletas, sempre que sexan contiguos ás instalacións do mercado ou praza de abastos.
- f) As actuacións de conservación, mantemento, reposición e mellora das instalacións e dos equipamentos.
- g) A adquisición de equipamento persoal dos/das praceiros/as coa imaxe común e corporativa do mercado, cun investimento máximo subvencionable de 6.000,00 €.
- h) As actuacións formativas e de asesoramento dirixidas ao mentoring comercial, ao aumento da rendibilidade do punto de venda a través de técnicas de «visual merchandising».
- i) As campañas de dinamización comercial desenvolvidas no marco dun proxecto de incentivaron do consumo ou de atracción de clientela, habitual ou potencial, que contén coa participación directa dos/das praceiros/as asociados/as e as persoas consumidoras, cun investimento máximo subvencionable de 10.000,00 €.
- j) Deseño da imaxe corporativa do mercado.

Ao igual que no apartado anterior, ademais de enumerar as subvencións ás que a entidade local pode concorrer, establécense algunhas das axudas e subvencións ás que os praceiros e praceiras poden acollerse pola a súa actividade.

A actual Consellería de Comercio da Xunta de Galicia convoca, anualmente as axudas para a execución de proxectos e programas de comercio circular, máis concretamente a

⁴ Aos 100.000,00 € correspondentes ao 80% da aportación autonómica teríase que engadir un 20% de aportación municipal e o imposto sobre o valor engadido (IVE).

Orde do 30 de xullo de 2024 pola que se establecen as bases reguladoras para a concesión, en réxime de concorrència non competitiva, de subvencións do Programa de comercio circular.

Estas axudas financian un total de **4.500,00 € para cada empresa** ou **13.300,00 € por entidade**. Mediante a correspondente convocatoria os solicitantes poden acollerse a calquera dos tres programas que o organismo autonómico propón:

Liña 1: Programa Eco-pack: destinado a comercio minorista e talleres artesáns. Os gastos financiábles son:

- Caixas cartón reciclado
- Sobres cartón ou papel e papel vexetal.
- Recheos para embalaxes
- Bolas de algodón, liño ou cáñamo.

Liña 2: Programa Avanza téxtil. Entre os gastos subvencionábles atópanse os relacionados coa formación téxtil e de confección; maquinaria de corte e confección, alugueres, determinado mobiliario, publicidade e transporte.

Liña 3: Programa Re-circular. Orientado a promover o uso de materias primas e tecidos sostíbles na produción téxtil.

En materia de dixitalización e modernización, a Xunta de Galicia anualmente publica a **Orde do 11 de xaneiro de 2024 pola que se establecen as bases reguladoras para a concesión, en réxime de concorrència competitiva, de subvencións para a transformación dixital, innovación e modernización do sector comercial e artesanal, e se procede á súa convocatoria**, coa que se busca realizar unha transformación dixital, impulsar a innovación e modernización do sector comercial e artesanal.

Conta cunha financiación do **75% de entre 680,00 € ata os 16.700,00 € segundo o tamaño da empresa**.

Liña 1: Dixitalización comercial.

- a) **Programa e-commerce I:** busca á dixitalización básica do contorno comercial omnicanle. Supón obrigatoriamente a realización do conxunto das seguintes actuacións:
- Implantación de páxina web sen venda en liña. A páxina web deberá cumprir os requisitos que figuran no anexo IV.
 - Hardware (sistema TPV ou tablet).
 - Software de pagamento adaptado á actividade comercial desenvolvida e homologado para a dixitalización do certificado de facturas (máx.12 meses).
 - Impresora de código de barras térmica 1D/2D.
 - Ferramentas de posicionamento dixital (SEO, SEM, ADS).

- b) **Programa e-commerce II:** para comerciantes que xa teñan paxina web e venda online.
- Implantación ou mantemento de páxina web con venda en liña. A páxina web deberá cumprir os requisitos que figuran no anexo IV.
 - Melloras das ferramentas de posicionamento dixital (SEO, SEM, ADS).
 - Loxística e-commerce, entendéndose como o servizo de transporte para envíos en liña, que deberá cumprir os requisitos que figuran no anexo IV.
 - Xestor de redes sociais, deberá cumprir os requisitos do anexo IV.
 - Imaxe dixital.

3. Convocatorias estatais

O Goberno de España, a través dos diferentes Ministerios e outros órganos, institucións e entidades públicas asociadas ou dependentes, conta con diversas fórmulas para a financiación de obras e actuacións en mercados e prazas municipais:

A Orde ICT/949/2021, do 10 de setembro, pola que se establecen as bases reguladoras das liñas de axudas para o apoio a mercados, zonas urbanas comerciais, comercio non sedentario e canais curtos de comercialización, e se procede á súa convocatoria no ano 2021, no mercado do Plan de Recuperación, Transformación e Resiliencia, e modificacións posteriores, ten por obxecto aprobar as bases reguladoras das subvencións destinadas a apoiar e impulsar melloras na modernización, a través da transformación dixital e sostible, das canles de distribución, mercados municipais, áreas comerciais, mercados de venda non sedentaria e canles curtas de comercialización, *que acometan entidades locais, así como a convocatoria correspondente a 2021.*

A finalidade destas axudas é financiar o desenvolvemento, por entidades locais, de plans e proxectos de contido tecnolóxico, innovador e de sustentabilidade, así como de mellora de equipamentos, dirixidos ao sector comercial que se atopa situado na súa demarcación.

Os proxectos subvencionables no marco deste programa inclúen:

- Proxectos para a adopción de ferramentas de información de clientes baseadas en macrodatos ou outras tecnoloxías.
- Proxectos de transformación dixital de mercados que melloren o mercado omnicanal e a experiencia de compras.
- Proxectos destinados á transformación dixital do comercio rueiro e as canles curtas de comercialización.
- Proxectos de obras e reacondicionamento para mellorar as instalacións, a súa accesibilidade, equipamento e adecuación, das zonas ocupadas polos mercados municipais, áreas comerciais e mercados non sedentarios, así como as súas zonas adxacentes.
- Proxectos para reducir o consumo de insumos por parte do comercio e a substitución destes por alternativas respectuosas co medio ambiente.
- Instalación de puntos de entrega intelixentes.
- Proxectos de mellora da eficiencia enerxética.
- Accións que promovan a prevención de residuos (incluída a reutilización), a separación en orixe dos residuos e a preparación para a reutilización e a reciclaxe.
- Sensibilización e formación en competencias tecnolóxicas.

A Resolución do 17 de xuño do 2024 do Ministerio de Dereitos Sociais, Consumo e Axenda 2030, pola que se convocan as subvencións dirixidas á accións para o impulso da Axenda 2030 nas Entidades Locais, ten por obxecto regular as subvencións destinadas a apoiar e impulsar as Axendas 2030 municipais das diferentes entidades locais españolas; traballando con todos ou algúns dos 17 ODS (obxectivos de desenvolvemento sostible).

En relación con esta liña de subvencións do Ministerio de Dereitos Sociais e Axenda 2030 preséntase unha posibilidade de executar actuacións (excepto obras) ao redor da praza de abastos traballando con diferentes ODS: medioambiente, comercio, solidariedade, vida submarina, pobreza ou ensino, entre outros.

4. Outras axudas e subvencións aplicables indirectamente

Como complemento ao anterior, ademais das liñas específicas de financiamento dirixidas ás prazas de abastos, tamén existen outras convocatorias, axudas e subvencións promovidas por distintas administracións públicas e entidades privadas. Estas poden cubrir aspectos clave como a mellora das infraestruturas, a eficiencia enerxética, a dixitalización, a promoción comercial ou o impulso á innovación. En suma, sinálanse algunhas das opcións dispoñibles para apoiar o desenvolvemento e modernización da praza de abastos:

Descrición	Organismo
Axudas para impulsar proxectos innovadores de bombas de calor renovables	IDAE
Implantación de enerxías renovables de uso térmico	INEGA
Proxectos de instalacións de enerxías renovables térmicas en sectores industrial, agropecuario, servizos e administracións públicas	INEGA
Proxectos de instalacións de enerxías renovables térmicas en edificios non residencias, establecementos e infraestruturas do sector público	INEGA
Axudas a entidades locais de Galicia para a financiación de actuacións en materia de residuos de competencia municipal para a implantación de recollidas separadas de biorresiduos, aceites de cociña usados e téxtil, cofinanciadas polo fondo europeo relativo ao Mecanismo de recuperación e resiliencia, financiado pola Unión Europea-NextgenerationEU	Consellería de Medio Ambiente, Xunta de Galicia

Descrición	Organismo
Fondo de compensación ambiental da Xunta de Galicia	Consellería de Presidencia, Xustiza e Deportes
Subvencións a concellos para infraestruturas, dotacións e instalacións e equipamento vinculadas a servizos municipais	Consellería de Presidencia, Xustiza e Deportes
Subvencións a concellos para a mellora da eficiencia de edificios e infraestruturas municipais	Consellería de Presidencia, Xustiza e Deportes
Axenda Urbana España	Ministerio de Vivenda e Axenda Urbana. Ministerio de facenda.
Ecorresiduos de competencia municipal	Consellería de Medio Ambiente, Xunta de Galicia.
Actuacións fondo FEMPA	GALP, Conselleria do Mar

5. Bonos

5.1. Bono *Peixe*, Xunta de Galicia

Coa **Orde do 27 de xuño de 2025** pola que se establecen as bases reguladoras para a concesión de axudas, en réxime de concorrencia non competitiva, do **Programa de dinamización e incentivo do consumo de peixe e marisco frescos nos comercios retalistas da Comunidade Autónoma de Galicia a través dos bonos Peixe en peixarías**, e se procede á súa convocatoria para o ano 2025 e á apertura do prazo para a adhesión dos comercios (código de procedemento PE113H), establecéronse as bases para a posta en marcha do “**Bono peixe**” da Xunta de Galicia no ano 2025, co obxectivo de dinamizar o consumo de peixe e marisco frescos en Galicia.

Finalidade concreta:

- Incentivar a demanda de peixe e marisco frescos nos comercios retalistas galegos.
- Apoiar a cadea de produción e comercialización.
- Corrixir o descenso do consumo e os efectos da inflación sobre os fogares e o sector.

Características do bono:

- Valor total por persoa: 50 € en descontos.
- Usables en tramos semanais de 5,00 €, acumulables ata un máximo de 25,00 € por semana.
- Desconto do 25% nas compras de peixe e marisco frescos, sen compra mínima.
- Formato dixital (código QR) descargable en www.bonopeixe.gal e compatible con APP tipo Wallet.
- O IVE vai engadido no bono.
- Desconto do 25% nas compras de peixe e mariscos, ate un maximo semanal de 5,00€ (podense acumular ata 25,00€ semanais)

A duración do programa concretouse ata o 30 de outubro de 2025, ou ben ata o esgotamento do orzamento.

En relación cos comercios adheridos (praceiros/as)

- Cobran semanalmente os importes dos bonos trocados.
- Os comercios están obrigados a publicitar a súa participación e conservar documentación por 5 anos.
- Adhesión a través da web www.bonopeixe.gal

Os comercios e comerciais retalistas adheridos ao programa *bonos Peixe* en peixarías adquirirán, a través da solicitude de adherencia ao programa, as seguintes obrigas:

- a) Anunciar no exterior do establecemento ou punto de venda, nun lugar visible, a adhesión ao programa mediante a colocación dos correspondentes materiais publicitarios coa imaxe corporativa do programa bonos Peixe en peixarías, e dar unha axeitada publicidade ao carácter público da axuda, con expresa mención á

participación do Fondo Europeo Marítimo, de Pesca e Acuicultura, nos termos establecidos no artigo 50 do Regulamento (UE) nº 2021/1060 e da Consellería do Mar.

- b) Facer o desconto directo dos bonos nos tickets ou facturas de compra emitidos, exclusivamente na parte correspondente ao importe da compra de peixe e marisco frescos, de xeito que as persoas usuarias non cheguen a realizar, en ningún caso, o desembolso do importe descontado. Para estes efectos, o ticket ou factura de compra deberá reflectir, en todo caso, o importe da compra, o importe do desconto do bono e o importe final que hai que pagar.
- c) Especificar por escrito na zona de caixa, de forma visible, de ser o caso, a política de devolución establecida no número 7 do artigo 16 destas bases reguladoras.
- d) Someterse ás actuacións de comprobación e vixilancia necesarias por parte da Dirección Xeral de Pesca, Acuicultura e Innovación Tecnolóxica para verificar o adecuado funcionamento e xestión dos bonos e do programa en xeral.
- e) Conservar, durante un prazo de cinco (5) anos os documentos xustificativos da aplicación do bono, en canto poidan ser obxecto de actuacións de comprobación e control.

Poden adherirse ao programa bonos Peixe en peixarías os comercios retallistas e comerciais retallistas ambulantes que cumpran os seguintes requisitos:

- a) Que desenvolvan a súa actividade comercial en Galicia (establecemento comercial en Galicia, ou no caso dos vendedores ambulantes, actividade comercial unicamente en Galicia) e reúnan as condicións legalmente establecidas para o exercicio da súa actividade.
- b) Que sexan persoas empresarias autónomas ou establecementos autorizados para a venda de produtos pesqueiros frescos.
- c) Que estean dados de alta nalgún dos grupos ou epígrafes do IAE recollidos no anexo I da orde.
- d) Que estean dados de alta no Rexistro Galego Sanitario de Empresas e Establecementos Alimentarios (Regasa).

Poderán consultarse automaticamente os datos dos comercios ou comerciais retallistas incluídos nos seguintes documentos en poder da Administración actuante ou elaborados polas administracións públicas, agás que a persoa interesada se opoña á súa consulta

Sistema de funcionamento dos bonos

- a) A descarga dos bonos polas persoas usuarias realizarase na web www.bonopeixe.gal. Os bonos terán formato dixital a través dun código QR e estarán dispoñibles para a súa utilización nunha APP que permita realizar pagamentos (Wallet ou similar).
- b) Para trocar os bonos e poder facer efectivos os descontos ás persoas usuarias, os/as comerciantes terán que descargar no seu móbil a APP BonoPeixe.

c) No momento da compravenda, as persoas usuarias deberán mostrar o seu bono en formato código QR e facilitar o seu número de DNI ou NIE e, pola súa banda, os/as comerciantes, terán que introducir na APP o importe, número de ticket e o concepto da venda, aparecendo automaticamente o importe que hai que cobrar (unha vez aplicado o desconto) aos consumidores, que deberán pagar, en efectivo ou con tarxeta, o importe final da compra realizada.

Persoas beneficiarias (clientes)

- Maiores de idade residentes en Galicia.
- Solicitude vía web ou presencialmente.
- Só se permite un bono por persoa.
- Réxime de concorrencia non competitiva (se entregan os bonos aos primeiros que o soliciten).
- Os descontos son subvencións a fondo perdido (non se xustifican, non hai que conservar tickets ou facturas)

Non válido para compras en liña.

Política de devolucións restrinxida (non se devolve o importe en efectivo).

¿Como funciona?

- O Bono poderán solicitalo os maiores de 18 anos residentes en Galicia dende a páxina web habilitada ou na aplicación móbil.
- Solo terán que introducir os seus datos de contacto, DNI e teléfono móbil, para recibir no seu móbil o bono desconto por un valor de 50€, que poderán ir descontando nas peixerías, prazas de abastos e ambulantes adheridos ao programa e que estarán identificados co distintivo da campaña.
- Nas compras aplicarase un desconto máximo do 25% sobre o total da compra de peixe e marisco frescos, cunha limitación de cinco euros*.

No caso de ter acumulados descontos non utilizados en semanas anteriores, poderase aplicar o saldo acumulado, pero o importe total do desconto non poderá superar os 25 euros nunha mesma semana.

TEMPO	DESCONTO	ACUMULABLE *
1ª SEMANA	5€	-
2ª SEMANA	+5€	+REMANENTE DA SEMANA 1
3ª SEMANA	+5€	+REMANENTE DAS SEMANAS 1 E 2
4ª SEMANA	+5€	+REMANENTE DAS SEMANAS 1, 2 E 3
...	...	...
10ª SEMANA	+5€	+REMANENTE DAS SEMANAS ANTERIORES

*Os 5 euros de desconto de cada semana son acumulables de cara á semana seguinte, de forma total ou parcial, chegando ata un desconto máximo de 25 euros nunha mesma semana, nunha única compra de 100€ euros ou en respectivas compras máis pequenas

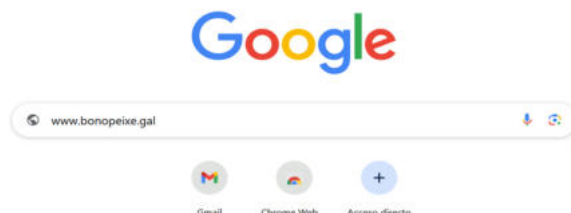
Proceso de cobro:



MANUAL DE ADHESIÓN

PASO UN. Entramos en internet e buscamos, en Google (ou noutro buscador): “BONO PEIXE”, ou directamente introducimos: “www.bonopeixe.gal”.

Introducir no buscador de Google: www.bonopeixe.gal. Pódese facer dende un ordenador, tablet ou telefono mobil.



PASO DOUS. Premer na primeira opción que sae.



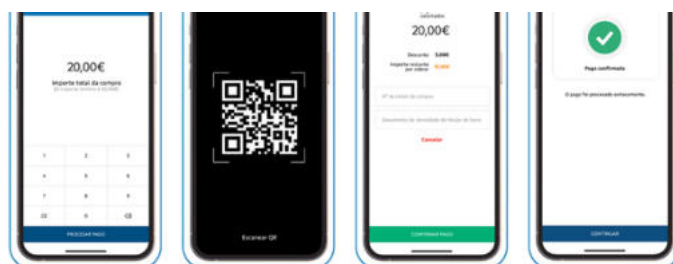
PASO TRES. Teremos que seleccionar a opción que queiramos, no caso de praceiros/as: “COMERCIANTE”



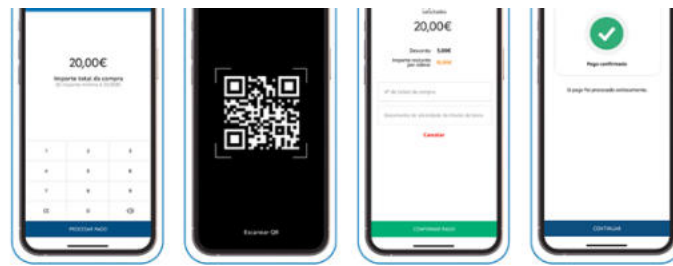


PASO CATRO. Unha vez na páxina web (www.bonopeixe.gal) baixamos ata o final da paxina.

Unha vez estamos abaixo de todo da páxina web, seleccionamos o recadro azul: “QUERO ADHERIRME”



[QUERO ADHERIRME](#)
[QUERO VOLVER Á PÁXINA PRINCIPAL](#)



[QUERO ADHERIRME](#)
[QUERO VOLVER Á PÁXINA PRINCIPAL](#)

Rexistro do establecemento

DETALLES DO ESTABLECIMENTO

Razón social / nome e apelidos *

Nome comercial *

NIF/CIF *

IAE *

Actividade económica

IBAN *

Exemplo: ES0000000000000000000000

Páxina web

Número de móbil (Envío de SMS) *

Exemplo: 632000000

Enviarase en SMS

Correo electrónico *

Contrasinal *

Confirmar contrasinal *

ENDEREZO

Enderezo *

Código postal *

Provincia *

PASO QUINTO: Abrirase unha nova páxina onde teremos que cubrir un formulario.
Deberase cubrir o formulario web con datos persoais.

☐ Xa lín e acepto a [información básica en materia de protección de datos persoais](#) *

De acordo co artigo 11 das bases reguladoras, os documentos relacionados poderán ser obxecto de consulta ás administracións públicas, agás que as persoas interesadas se opoñan a esta consulta. [Desexo opor-me.](#)

CONSENTIMENTO PARA A COMPROBACIÓN DE DATOS

A persoa interesada autoriza a consulta dos seguintes datos con outras administracións públicas. En caso de non autorizar a consulta deberá anexar o documento correspondente. Se vostede non autoriza a consulta para a comprobación de datos, o seu establecemento quedará excluído do Programa Bonos Peixe en Peixerías ata que achegue a documentación correspondente.

☐ Autorizo a consulta do NIF/CIF da entidade solicitante

☐ Autorizo a consulta da Certificación expedida pola Axencia Tributaria na cal se indiquen os epígrafes de imposto de actividades económicas (IAE) en que figura dada de alta a entidade solicitante

☐ Autorizo a consulta da inscrición no Rexistro Galego Sanitario de Empresas e Establecementos Alimentarios (REGASA)

OUTRA INFORMACIÓN

Para os efectos da entrega do material do Programa Bonos Peixe en Peixerías

☐ Autorizo recibir información xeral de axudas e convocatorias da DXPAIT

☐ Indico que xa teño o material identificativo e informativo da campaña

A persoa comerciante declara:

- Que desenvolve a súa actividade comercial en Galicia (establecemento comercial en Galicia) e que reúne as condicións legalmente establecidas para o exercicio da súa actividade.
- Que é persoa empresaria autónoma ou establecemento autorizado para a venda de produtos pesqueiros frescos.
- Que está dado de alta nalgún dos grupos ou epígrafes do IAE recollidos no anexo I da orde reguladora.
- Que está dado de alta no Rexistro Galego Sanitario de Empresas e Establecementos Alimentarios (REGASA).

☒ Xa lín e acepto a [información básica en materia de protección de datos persoais](#) *

De acordo co artigo 11 das bases reguladoras, os documentos relacionados poderán ser obxecto de consulta ás administracións públicas, agás que as persoas interesadas se opoñan a esta consulta. [Desexo opor-me.](#)

CONSENTIMENTO PARA A COMPROBACIÓN DE DATOS

A persoa interesada autoriza a consulta dos seguintes datos con outras administracións públicas. En caso de non autorizar a consulta deberá anexar o documento correspondente. Se vostede non autoriza a consulta para a comprobación de datos, o seu establecemento quedará excluído do Programa Bonos Peixe en Peixerías ata que achegue a documentación correspondente.

☒ Autorizo a consulta do NIF/CIF da entidade solicitante

☒ Autorizo a consulta da Certificación expedida pola Axencia Tributaria na cal se indiquen os epígrafes de imposto de actividades económicas (IAE) en que figura dada de alta a entidade solicitante

☒ Autorizo a consulta da inscrición no Rexistro Galego Sanitario de Empresas e Establecementos Alimentarios (REGASA)

OUTRA INFORMACIÓN

Para os efectos da entrega do material do Programa Bonos Peixe en Peixerías

☒ Autorizo recibir información xeral de axudas e convocatorias da DXPAIT

☐ Indico que xa teño o material identificativo e informativo da campaña

A persoa comerciante declara:

- Que desenvolve a súa actividade comercial en Galicia (establecemento comercial en Galicia) e que reúne as condicións legalmente establecidas para o exercicio da súa actividade.
- Que é persoa empresaria autónoma ou establecemento autorizado para a venda de produtos pesqueiros frescos.
- Que está dado de alta nalgún dos grupos ou epígrafes do IAE recollidos no anexo I da orde reguladora.
- Que está dado de alta no Rexistro Galego Sanitario de Empresas e Establecementos Alimentarios (REGASA).

☒ Autorizo a consulta da Certificación expedida pola Axencia Tributaria na cal se indiquen os epígrafes de imposto de actividades económicas (IAE) en que figura dada de alta a entidade solicitante

☒ Autorizo a consulta da inscrición no Rexistro Galego Sanitario de Empresas e Establecementos Alimentarios (REGASA)

OUTRA INFORMACIÓN

Para os efectos da entrega do material do Programa Bonos Peixe en Peixerías

☒ Autorizo recibir información xeral de axudas e convocatorias da DXPAIT

☐ Indico que xa teño o material identificativo e informativo da campaña

A persoa comerciante declara:

- Que desenvolve a súa actividade comercial en Galicia (establecemento comercial en Galicia) e que reúne as condicións legalmente establecidas para o exercicio da súa actividade.
- Que é persoa empresaria autónoma ou establecemento autorizado para a venda de produtos pesqueiros frescos.
- Que está dado de alta nalgún dos grupos ou epígrafes do IAE recollidos no anexo I da orde reguladora.
- Que está dado de alta no Rexistro Galego Sanitario de Empresas e Establecementos Alimentarios (REGASA).
- Que cumpre e acepta todos os requisitos para participar no Programa Bonos Peixe en Peixerías.
- Que todos os datos contidos nesta solicitude son certos.

Poderá exercer os seus dereitos, incluído o dereito de oposición na [seguinte ligazón](#).

[Rexistrarme](#)

¿Xa tes una conta? [Iniciar sesión](#)

☒ Autorizo a consulta da Certificación expedida pola Axencia Tributaria na cal se indiquen os epígrafes de imposto de actividades económicas (IAE) en que figura dada de alta a entidade solicitante

☒ Autorizo a consulta da inscrición no Rexistro Galego Sanitario de Empresas e Establecementos Alimentarios (REGASA)

OUTRA INFORMACIÓN
Para os efectos da entrega do material do Programa Bonos Peixe en Peixerías

☒ Autorizo recibir información xeral de axudas e convocatorias da DXPAIT

☐ Indico que xa teño o material identificativo e informativo da campaña

A persoa comerciante declara:

- Que desenvolve a súa actividade comercial en Galicia (establecemento comercial en Galicia) e que reúne as condicións legalmente establecidas para o exercicio da súa actividade.
- Que é persoa empresaria autónoma ou establecemento autorizado para a venda de produtos pesqueiros frescos.
- Que está dado de alta nalgún dos grupos ou epígrafes do IAE recollidos no anexo I da orde reguladora.
- Que está dado de alta no Rexistro Galego Sanitario de Empresas e Establecementos Alimentarios (REGASA).
- Que cumpre e acepta todos os requisitos para participar no Programa Bonos Peixe en Peixerías.
- Que todos os datos contidos nesta solicitude son certos.

Poderá exercer os seus dereitos, incluído o dereito de oposición na [seguinte ligazón](#).

[Rexístrame](#)

[¿Xa tes una conta? Iniciar sesión](#)

PASO SEIS. *Premer nos recadros para seleccionar e autorizar comprobación de datos. Deixase sen marcar o último recadro, para que a Xunta entregue o material promocional e a publicidade a instalar (pegatinas e folletos).*

PASO FINAL: *Premer no recadro azul: “REXISTRARME”*

5.2. Bono Activa Comercio, Xunta de Galicia

Esta iniciativa da Xunta de Galicia, en colaboración coa Federación Galega de Comercio e as Asociacións Provinciais, leva xa varias edicións (anualidades) e busca contribuír á dinamización do comercio local e de proximidade, así como a súa reactivación **“impulsando a súa competitividade a través de iniciativas que permitan a súa modernización e incentiven o consumo”**.



En canto ao seu funcionamento, cada cliente disporá como máximo dun bono desconto por un importe de ata 30€ que poderá ir descontando nos distintos establecementos comerciais adheridos e que estarán identificados co distintivo da campaña.

Establécense tres tramos de gasto nos que se aplicarán descontos, segundo a táboa seguinte.

IMPORTE COMPRAS*	DESCONTO
20€ A < 30€	5€
30€ A < 50€	10€
≥ 50€	15€

*IVE INCLUIDO

- O cliente amosa o seu código QR
- O comercio accede á app TPV e teclea o importe da compra
- A app valida e calcula o prezo final
- O comercio valida a operación
- A plataforma rexistra e desconta o bono e actualiza o Wallet do cliente
- A entidade financeira efectúa o pago da cantidade descontada ao comercio

Capítulo VIII

Capítulo VIII. Autoavaliación

O 12 de xaneiro de 2026 a Xunta de Galicia publicou no Diario Oficial de Galicia (DOG) unha actuación e revisión da ferramenta de autoavaliación de mercados excelentes. Se ben é certo que veu a simplificar os requisitos tamén é certo que aumenta o peso da importancia da xestión e dos praceiros e praceiras.

En base á devandita nova orde o resultado da autoavaliación para o Concello de Moaña (Pontevedra) é a que se expón a continuación.

Máis alá dos termos xerais a **presente diagnose e estudo de mercado** busca promover e impulsar a entidade local e á propia praza de abastos para a consecución da excelencia, que no caso de Moaña está case conseguida, agás polos seguintes motivos resumidos na seguinte táboa:

CAPITULO 1. AVALIACIÓN DO ESTADO DO EDIFICIO E SOSTIBILIDADE DAS INSTALACIÓNS		
Bloque A. Estado do edificio	CUMPLE	56/56 puntos
Bloque B. Sostibilidade das instalacións	CUMPLE	23/24 puntos
CAPITULO 2. AVALIACIÓN DOS SERVIZOS DE MERCADO		
Bloque A. Servizo para a clientela	NON CUMPLE Precisa: - Instalación de Ecopunto para clientela (obligatorio) - Pantalla de información (recomendado). - Punto de información/oficina de atención ó cliente (recomendado). - Aumentar sinalética (recomendado).	
Bloque B. Servizos para os praceiros	CUMPLE Precisa: - Sinalización restricción entradas	16/24 puntos
CAPITULO 3. XESTIÓN DO MERCADO		
Bloque A. Normativa reguladora	CUMPLE	12/12 puntos
Bloque B. Funcionamento	CUMPLE Precisa: - Buzón de queixas e suxestións. - Impulsar medidas activas para postos bancantes - Impulsar packaging e merchandising común.	27/28 puntos 26/28 puntos
CAPITULO 4. OFERTA DO MERCADO		
Bloque A. Porcentaxe de ocupación	CUMPLE	85/100%
Bloque B. Diversificación da oferta	CUMPLE	2,90/4 puntos
Bloque C. Oferta complementaria	CUMPLE - Poderíase permitir "venta ocasional de excedentes de horta"	12/14 puntos
Bloque D. Porcentaxe de produtos de proximidade por sector	CUMPLE	22/40 puntos
AVALIACIÓN DE PRACEIROS		
PRACEIROS	NON CUMPLE	

CAPITULO 1. AVALIACIÓN DO ESTADO DO EDIFICIO E SOSTIBILIDADE DAS INSTALACIÓNS

PUNTUACIÓN NECESARIA PARA A EXCELENCIA: 64 PUNTOS

Bloque A – Estado do edificio: MÍNIMO 52 PUNTOS E TODOS OS ITEMS CUN 3 OU 4

Bloque B – Sostibilidade das instalacións: MÍNIMO 12 PUNTOS

Puntuación capítulo 1 (Bloque A + Bloque B)

62

BLOQUE A. ESTADO DO EDIFICIO	PRECISA DE ARRANXO TOTAL OU NON EXISTE	PRECISA DE ARRANXOS PARCIAIS	PRECISA DE LIMPEZA E PEQUENOS ARRANXOS	EN PERFECTO ESTADO	PUNTUACIÓN MÍNIMA OBRIGATORIA 52 puntos
ASPECTOS NOS QUE A MÁXIMA PUNTUACIÓN É OBRIGATORIA (Cubrir con "X" só un dos cadrós 1/2/3/4, segundo proceda)	1	2	3	4	
CUBERTA que garanta un ambiente confortable e sen humidades				x	
FACHADAS. Paredes e carpintería exterior				x	
ESTRUTURA. En perfectas condicións				x	
ACCESOS. Adaptados e en bo estado				x	
REDE DE DISTRIBUCIÓN DE AUGA E SUMIDOIROS en boas condicións de eficiencia				x	
INSTALACIÓN ELECTRICA. Suficiente e en bo estado de mantemento				x	
ILUMINACIÓN XERAL E NOS POSTOS. Suficiente e con acabados homoxéneos			x		
CHANS; anti-esvarante e sen acumulación de augas				x	
ESPAZOS INTERIORES DOS POSTOS DE VENDA. Axeitados, limpos e con boa imaxe		x			
EXTERIOR DOS POSTOS DE VENDA. Con imaxe homoxénea			x		
ASEOS PÚBLICOS. Suficientes, adaptados e en boas condicións			x		
CALIDADE DO AIRE INTERIOR. Sen impacto de malos cheiros				x	
EXISTENCIA DE CUARTO DE RESIDUOS E SISTEMAS DE RECICLAXE	x				
EXISTENCIA DE ALMACÉN DE LIMPEZA				x	
PUNTUACIÓN DO ESTADO DO EDIFICIO	1	2	9	36	48
BLOQUE B. SOSTIBILIDADE DAS INSTALACIÓNS	CUMPRE EN MENOS DO 20% OU ESTÁ PROXECTO	CUMPRE ENTRE O 20% - 50% OU PROXECTO APROBADO	CUMPRE ENTRE O 50% - 75% OU PROXECTO EN EXECUCIÓN	CUMPRE AO 100%	MÍNIMO 12 puntos
ASPECTOS QUE SE VALORAN PERO NON SON OBRIGATORIOS (Cubrir con "X" só un dos cadrós 1/2/3/4, segundo proceda)	1	2	3	4	
EFICIENCIA ENERXÉTICA		x			
GRAO DE ILLAMENTO TÉRMICO			x		
CALIDADE DO ESPAZO INTERIOR. IMPACTO DO RUÍDO INTERIOR				x	
POSESIÓN DE AUDITORÍA ENERXÉTICA	x				
CLIMATIZACIÓN					
POSESIÓN DUN PLAN DE XESTIÓN DE RESIDUOS				x	
PUNTUACIÓN DA SOSTIBILIDADE DAS INSTALACIÓNS	1	2	3	8	14

CAPÍTULO 2 . AVALIACIÓN DOS SERVIZOS DO MERCADO

PUNTUACIÓN NECESARIA PARA A EXCELENCIA: 35 PUNTOS

Bloque A – Servizos para a clientela: A.1 OBRIGATORIOS 15 PUNTOS EN TODOS OS ÍTEMS CUN 3 OU 4 | A.2 MÍNIMO 16 PUNTOS

Bloque B – Servizos para praceiros/as: MÍNIMO 4 PUNTOS

Puntuación capítulo 2 (Bloque A + Bloque B) **44**

BLOQUE A.SERVIZOS PARA A CLIENTELA	DEFICIENTE	REGULAR	BO	EXCELENTE	PUNTUACIÓN MÍNIMO OBRIGATORIA 15 pts NON OBRIGATORIOS 16 pts
A.1. ASPECTOS NOS QUE A MÁXIMA PUNTUACIÓN É OBRIGATORIA (Cubrir cun "X" só un dos cadros 1/2/3/4, segundo proceda)	1	2	3	4	
TABOLEIRO DE ANUNCIOS				X	
CONSIGNA				X	
ZONA DE DESCANSO		X			
ECOPUNTO PARA CLIENTELA	X			X	
	1	2	0	12	15
A.2. ASPECTOS QUE SE VALORAN PERO NON SON OBRIGATORIOS (Cubrir cun "X" só un dos cadros 1/2/3/4, segundo proceda)	1	2	3	4	
PROXIMIDADE DO APARCADOIRO				X	
APARCADOIRO DE BICICLETAS				X	
CARROS DE COMPRA	X				
PANTALLAS DE INFORMACIÓN	X				
PUNTO DE INFORMACIÓN/ OFICINA DE ATENCIÓN A CLIENTELA		X			
WIFI	X				
ESPAZO PARA A CELEBRACIÓN DE EVENTOS, CURSOS, PRESENTACIÓNS				X	
SINALIZACIÓN E ROTULACIÓN XERAL DO MERCADO (WC, CONSIGNA, INFORMACIÓN...)	X				
PUNTUACIÓN DOS SERVIZOS PARA CLIENTELA	4	2	0	12	18
BLOQUE B. SERVICIOS PARA PRAZEIROS/A S	DEFICIENTE	REGULAR	BO	EXCELENTE	MÍNIMO 4 pts
ASPECTOS QUE SE VALORAN PERO NON SON OBRIGATORIOS (Cubrir cun "X" só un dos cadros 1/2/3/4, segundo proceda)	1	2	3	4	
PRAZEIROS/AS				X	
SEPARACIÓN DA CARGA/DESCARGA DO ACCESO AO PÚBLICO		X			
CÁMARAS FRIGORÍFICAS COMÚNS		X			
ALMACÉNS DE RECIPIENTES E EMBALAXES	X				
TRABALLADORES/AS	X				
ASEOS DE PRAZEIROS/AS E TRABALLADORES/AS	X				
PUNTUACIÓN DOS SERVIZOS PARA PRAZEIRO S/AS	3	4	0	4	11

CAPITULO 3 . XESTIÓN DO MERCADO

PUNTUACIÓN NECESARIA PARA A EXCELENCIA: 60 PUNTOS

Bloque A – Normativa reguladora: OBRIGATORIOS 12 PUNTOS

Bloque B – Funcionamento: B.1 OBRIGATORIOS 26 PUNTOS E TODOS OS ÍTEMS CUN 3 OU 4 | B.2 MÍNIMO 22 PUNTOS

Puntuación capítulo 3 (Bloque A + Bloque B) **43**

BLOQUE A. NORMATIVA REGULADORA

ASPECTOS OBRIGATORIOS (Cubrir con "X", 4 puntos por cada un deles)

ORDENANZA REGULADORA OU REGULAMENTO ACTUALIZADO

ORDENANZA FISCAL ACTUALIZADA

PREGOS DE LICITACION ACTUALIZADOS

EXCELENTE

PUNTUACIÓN MÍNIMA
OBRIGATORIA 12 pts

SI

X

4

4

BLOQUE B. FUNCIONAMENTO

DEFICIENTE

REGULAR

BO

EXCELENTE

PUNTUACIÓN MÍNIMA OBRIGATORIA 26
pts
NON OBRIGATORIO \$ 22 pts

B.1 ASPECTOS NOS QUE A MÁXIMA PUNTUACIÓN É OBRIGATORIA
(Cubrir con "X" só un dos cadros 1/2/3/4, segundo proceda)

GRAO DE EXIXENCIA DO CUMPRIMENTO DAS
NORMAS ESTABLECIDAS

RECOLLIDA DE RESIDUOS

GRAO DE COLABORACION CON PRACEIROS /AS
PROGRAMA ANUAL DE ACTIVIDADES DE
DINAMIZACIÓN COMERCIAL

EXISTENCIA DE RRSS E/OU WEB DO MERCADO
ACTUALIZADA

ROTULACIÓN EXTERIOR VISIBLE

HORARIOS DE APERTURA E PECHE VISIBLES E
ACTUALIZADOS

1

2

3

4

X

X

X

X

X

X

2

4

3

8

17

B.2 ASPECTOS QUE SE VALORAN PERO NON SON
OBRIGATORIOS (Cubrir con "X" só un dos cadros 1/2/3/4, segundo proceda)

EXISTENCIA DA FIGURA DO/A XERENTE OU
RESPONSABLE DO MERCADO

FORMACION DE PRACEIROS E PRACEIRAS

EXISTENCIA DE FORMULAS DE AGRUPACIÓN DE
PRACEIROS E PRACEIRAS

MEDIDAS ACTIVAS PARA POSTOS VACANTES

XESTION DAS RECLAMACIONES DA CLIENTELA

BUZON DE SUXESTIONS

PRESENZA DO MERCADO EN MEDIOS DE
COMUNICACIÓN

LOGOTIPO E IMAXE COMUN

PACKAGING E MERCHANDISING COMUN

1

2

3

4

X

X

X

X

X

X

X

X

X

2

4

12

4

22

PUNTUACION DO FUNCIONAMENTO

CAPITULO 4 . OFERTA DO MERCADO

PUNTUACIÓN NECESARIA PARA A EXCELENCIA: 40 PUNTOS

Bloque A – OBRIGATORIOS 4 PUNTOS Bloque B – MÁXIMO 4 PUNTOS Bloque C – MÁXIMO 16 PUNTOS Bloque D – MÁXIMO 36 PUNTOS

Postos totais e ocupados indicar as cantidades para cálculo automático puntuación (ver táboa fondo). Bloque B e C indicar cun X os que procedan. Bloque D indicar a porcentaxe de 0 a 100

Puntuación capítulo 4 (Bloque A + Bloque B+ Bloque C + Bloque D) **0**

BLOQUE A. PORCENTAXE DE OCUPACIÓN

	n.º postos		
TOTAL DE POSTOS NO MERCADO	39	PORCENTAXE	PUNTUACIÓN
POSTOS OCUPADOS NO MERCADO	22	56%	3

BLOQUE B. DIVERSIFICACIÓN DA OFERTA

PEIXERÍAS	X	
CONXELADOS	X	
CARNICERÍAS	X	
FROITA E VERDURAS	X	
PANADERÍA PASTELERÍA	X	
CHACINERÍA E QUEIXOS	X	
PRODUTOS GOURMET		
TENDAS XENÉRICAS		
FLORES E PLANTAS		
NON ALIMENTARIOS		
OUTROS (ENCURTIDOS, CONSERVAS...)	X	2,545454545

BLOQUE C. OFERTA COMPLEMENTARIA

RESTAURACIÓN		
SERVIZO DE COCINA DE PRODUTOS DO MERCADO		
COMIDA PARA LEVAR		
VENDA OCASIONAL DE EXCEDENTES DE HORTA	X	4

BLOQUE D. PORCENTAXE DE PRODUTOS DE PROXIMIDADE POR SECTOR (entendendo por proximidade, como mínimo de orixe galega)

	PORCENTAXE (sen decimais)	PUNTOS	PUNTUACION
PEIXE FRESCO E CONXELADO	100	4	
CARNES	80	4	
FROITA E VERDURAS	60	4	
PANADERÍA PASTELERÍA	100	4	
CHACINERÍA E QUEIXOS	40	3	
PRODUTOS GOURMET	75	4	
FLORES E PLANTAS	0	0	
NON ALIMENTARIOS	0	0	
OUTROS (ENCURTIDOS, CONSERVAS, ...)	25	2	25

TABOA VALORACIÓN PORCENTAXE OCUPACIÓN		TABOA VALORACIÓN PRODUTOS PROXIMIDADE	
OCUPACIÓN	PUNTUACIÓN	PORCENTAXE PRODUTO	PUNTUACIÓN
0 %	1	0	0
25 %	2	10	1
50 %	3	25	2
75 %	4	35	3
		50	4

FICHA RESUME AVALIACIÓN PRACEIRAS E PRACEIROS

TOTAL PRACEIROS/AS

16

EXCELENCIA

PORCENTAXE POSTOS CUMPREN REQUISITOS

6 %

LISTADO DE POSTOS		PUNTUACIÓN BLOQUE A	PUNTUACIÓN BLOQUE B.1	PUNTUACIÓN BLOQUE B.2	CUMPRE
Nome / Titular Posto	Núm				
MARIA PEREGRINA FERVENZA TABOAS / CARNICERÍA MARITA	P1	15	11	16	NON
DIANNE MARLING CHAVES / JAMONERIA QUESERÍA MALAYO	P2	13	8	19	NON
MARIA CRISTINA TRIGO DIEGO / FROITAS CRIS	B3F	15	10	17	NON
MARIA TERESA GONZALEZ TRIGO / A TRAIÑA	P4	14	10	20	NON
JOSEFA MARTINEZ PARADA / FROITAS FINA	B4F	13	11	21	NON
MARIA DEL CARMEN TRIGO FERVENZA / FROITARÍA TERY	B5FeB6F	12	9	17	NON
ANA MARIA PIRES CURRÁS / PANADERÍA LANXEIRA	B7,B8eB9	14	8	17	NON
NOELIA FERVENZA TABOAS / PESCADOS NOELIA	B8	15	12	20	NON
ALICIA ALVAREZ RODRIGUEZ / PESCADOS ALICIA	B11eB12	18	9	15	NON
GERARDO SOLLA CABANELAS / CARNICERÍA GERARDO	B13eB14C	16	15	24	SI
MARIA CONCEPCIÓN PEREIRA BARROS / PEIXES E MARISCOS MARY	B14	15	10	19	NON
PABLO IGLESIAS BERNARDEZ / PEIXES E MARISCOS ISABEL	B15	14	7	16	NON
ANTONIA JUNCAL RODRIGUEZ / PRODUTOS DO MAR TOÑI	B16	15	10	20	NON
CARMEN RODRIGUEZ PAREDES / MUCHA	B18	11	8	11	NON
ALICIA RUA PENA / PEIXES E MARISCOS ALICIA	B19	13	8	12	NON
PEIXES VIDA	P2	13	10	12	NON

FICHA RESUME EXCELENCIA

ASPECTOS COMÚNS	OBRIGATORIOS	NON OBRIGATORIOS	PUNTOS TOTAIS	EXCELENCIA
C1. ESTADO DO EDIFICIO E SOSTIBILIDADE DAS INSTALACIONS	48	14	62	NON
C2. SERVIZOS DO MERCADO	15	29	44	NON
C3. XESTION DO MERCADO	21	22	43	NON
C4. OFERTA DO MERCADO	3	32	35	NON
	87	97	184	

AVALIACIÓN PRACEIROS/AS	TOTAL PRACEIROS/AS	PORCENTAXE	EXCELENCIA
PORCENTAXE DE PRACEIROS/AS QUE ACADAN A EXCELENCIA	16	6 %	NON

EXCELENCIA NON ACADADA

Anexo I

Anexo I. Plan de acción

PLAN DE ACCIÓN – PRAZA DE ABASTOS DE MOAÑA

Orde do 12/12/2025 · Procedemento IN223B – Selo de Mercado Excelente · Moaña, Pontevedra

LIÑAS DE ACTUACIÓN	MEDIDAS	VINCULACIÓN – SELO MERCADO EXCELENTE (Orde 12/12/2025, IN223B)
1. Normativa e ordenanzas	1.1. Actualización da ordenanza reguladora ou regulamento do mercado, para garantir transparencia e adaptación ás actividades actuais da praza. 1.2. Revisión e actualización da ordenanza fiscal para fomentar unha política de taxas sostible e competitiva que atraia novos concesionarios/as. 1.3. Revisión e actualización dos pregos de licitación de postos do mercado. 1.4. Implantación dun sistema de seguimento do cumprimento das normas establecidas, con mecanismos de corrección ante incumprimentos.	1.1. C3 Bloque A – Ordenanza reguladora (OBRIGATORIO · 4 pts). Sen esta actuación non se acada o mínimo de 60 en C3. 1.2. C3 Bloque A – Ordenanza fiscal (OBRIGATORIO · 4 pts). 1.3. C3 Bloque A – Pregos de licitación actualizados (OBRIGATORIO · 4 pts). 1.4. C3 Bloque B.1 – Grao de exixencia do cumprimento das normas establecidas (OBRIGATORIO · necesita 3 ou 4).

LIÑAS DE ACTUACIÓN	MEDIDAS	VINCULACIÓN – SELO MERCADO EXCELENTE (Orde 12/12/2025, IN223B)
2. Comunicación e sinalización básica	2.1. Instalación de carteis ou adhesivos cos horarios de apertura e peche en todos os accesos do mercado, actualizados e ben visibles. 2.2. Verificación e rexistro na ferramenta de autoavaliación da consigna existente para a clientela (confirmado que existe en Moaña), co nivel de funcionamento e sinalización reais. 2.3. Revisión e mellora do taboleiro de anuncios: boa situación, actualizado regularmente e con información clara e relevante 2.4. Sinalización dos sectores comerciais: peixería, carnizaría, froita e verdura, conxelados e charcutería. 2.5. Sinalización de accesos, entradas e saídas do mercado. 2.6. Sinalización direccional cara aos aseos e á segunda planta. 2.7. Sinalización do acceso á segunda planta con frechas direccionais. 2.8. Instalación de vinilos ou cartelería orientativa nos puntos clave, con elementos gráficos vinculados á identidade mariñeira de Moaña e á ría de Vigo, que fagan da visita unha experiencia diferenciada. 2.9. Sinalización específica de restrición de accesos e entradas de uso exclusivo para praceiros/as. 2.10. Sinalética multilingüe (galego, castelán, inglés e portugués) para clientela turística nos puntos clave do mercado.	2.1. C3 Bloque B.1 – Horarios de apertura e peche visibles e actualizados (OBRIGATORIO · punt. actual 1, necesita 3 ou 4). Acción inmediata e de baixo custo. 2.2. C2 Bloque A.1 – Consigna para a clientela (OBRIGATORIO). Actualizar puntuación na ferramenta oficial. 2.3. C2 Bloque A.1 – Taboleiro de anuncios (OBRIGATORIO · necesita 3 ou 4). 2.4. C3 Bloque B.1 – Rotulación exterior visible (obligatorio). 2.5. C1 Bloque A – Accesos (obligatorio). 2.6. C2 Bloque A.2 – Sinalización e rotulación xeral (non obrigatorio). 2.7. C2 Bloque A.2 – Sinalización e rotulación xeral (non obrigatorio). 2.8. C3 Bloque B.2 – Logotipo e imaxe común (non obrigatorio) / Promoción turística. 2.9. C2 Bloque B – Servizos para praceiros/as (separación de accesos). 2.10. C2 Bloque A.2 – Sinalización e rotulación xeral (non obrigatorio). Xustificado polo 26,84% de visitantes internacionais. Custo reducido.
3. Iluminación	3.1. Substitución da iluminación interior por tecnoloxía LED de alta eficiencia e boa reprodución cromática, con especial atención aos postos de produto fresco. 3.2. Mellora da iluminación nas zonas comúns e corredores de circulación, e incorporación de elementos decorativos na futura zona de descanso que reforcen a identidade do mercado. 3.3. Reacondicionamento da iluminación perimetral do edificio mediante a instalación de proxectores LED de alta eficiencia e maior durabilidade fronte ás condicións ambientais costeiras. 3.4. Reposición periódica de luminarias fundidas (plan de preventivo). 3.5. Iluminación de acento e alta reprodución cromática nos postos de peixe e marisco para realzar a calidade visual do produto fresco.	3.1. C1 Bloque A – Iluminación (obligatorio). IN223A Liña 3a. 3.2. C1 Bloque A – Iluminación (obligatorio) e C2 Bloque A.1 – Zona de descanso (obligatorio). IN223A Liña 3a. 3.3. C1 Bloque B – Eficiencia enerxética (non obrigatorio). IN223A Liña 3a. 3.4. C1 Bloque A – Iluminación (mantemento preventivo). 3.5. C1 Bloque A – Espazos interiores dos postos de venda (obligatorio). IN223A Liña 3a. Estándar nos mercados de referencia en Galicia.

	Mellora a percepción de calidade do produto.
--	--

LIÑAS DE ACTUACIÓN	MEDIDAS	VINCULACIÓN – SELO MERCADO EXCELENTE (Orde 12/12/2025, IN223B)
4. Información ao público	4.1. Instalación dunha pantalla informativa ou tótem non interactivo nun punto estratéxico de alto tránsito para comunicar horarios, actividades, campañas e produtos do día. 4.2. Creación dun punto de información ou espazo de atención á clientela, con especial orientación á clientela visitante e turística.	4.1. C2 Bloque A.2 – Pantallas de información (non obrigatorio). IN223A Liña 2c. 4.2. C2 Bloque A.2 – Punto de información/oficina de atención á clientela (non obrigatorio). IN223A Liña 1e.
5. Servizos ao usuario	5.1. Habilitación dunha zona de descanso con bancos ou butacas, actualmente inexistente e requisito obrigatorio do Selo de Mercado Excelente. 5.2. Incorporación de elementos vexetais decorativos que melloren o ambiente e a percepción de calidade do espazo. 5.3. Creación dun espazo escaparate na entrada para a promoción do produto local e das campañas temáticas do mercado. 5.4. Dotación de carros de compra para a clientela, limpos, ben mantidos e accesibles con sinalización clara para a súa utilización. 5.5. Instalación de conexión WiFi gratuíta para a clientela, con boa calidade de sinal e acceso visiblemente anunciado no recinto. 5.6. Instalación de consigna frixorífica para a clientela, especialmente útil para turistas e compradores que non van directamente ao domicilio. 5.7. Instalación dun sistema de quenda electrónica (ticket automático) para mellora da experiencia do cliente en horas punta.	5.1. C2 Bloque A.1 – Zona de descanso (OBRIGATORIO). Actualmente inexistente. IN223A Liña 2c. 5.2. C1 Bloque A – Espazos interiores dos postos de venda (obrigatorio, apoio). 5.3. C3 Bloque B.1 – Programa anual de actividades de dinamización comercial (obrigatorio). 5.4. C2 Bloque A.2 – Carros de compra (non obrigatorio). IN223A Liña 2c. 5.5. C2 Bloque A.2 – WiFi (non obrigatorio). IN223A Liña 2c / Convocatoria Dixitalización Comercial. 5.6. C2 Bloque A.1 – Consigna para a clientela (OBRIGATORIO). IN223A Liña 2b. 5.7. C2 Bloque A.2 – Pantallas de información / Servizos ao usuario (non obrigatorio). IN223A Liña 2c / Dixitalización Comercial.

LIÑAS DE ACTUACIÓN	MEDIDAS	VINCULACIÓN – SELO MERCADO EXCELENTE (Orde 12/12/2025, IN223B)
6. Sistema de reciclaxe e sostibilidade	6.1. Instalación de papeleiras para recollida selectiva por fraccións nas zonas de maior tránsito. 6.2. Distribución de papeleiras nas dúas entradas principais da praza. 6.3. Mellora da visibilidade e sinalización do sistema de reciclaxe. 6.4. Instalación dun ecopunto claramente identificado para praceiros/as e clientela, con colectores diferenciados por fraccións. 6.5. Dotación dos postos con recipientes individuais para separación selectiva no punto de orixe. 6.6. Elaboración e implantación dun plan de xestión de residuos formalizado. 6.7. Implantación dun protocolo de desratización periódica e preventiva. 6.8. Instalación dun sistema de recollida e aproveitamento de augas pluviais para uso na limpeza do mercado, compatible coa rehabilitación da cuberta.	6.1. C1 Bloque A – Cuarto de residuos e sistemas de reciclaxe (OBRIGATORIO). IN223A Liña 1f. 6.2. C1 Bloque A – Cuarto de residuos e sistemas de reciclaxe (OBRIGATORIO). IN223A Liña 1f. 6.3. C2 Bloque A.1 – Ecopunto para a clientela (obligatorio). IN223A Liña 1f. 6.4. C2 Bloque A.1 – Ecopunto para a clientela (OBRIGATORIO). Non existe actualmente. IN223A Liña 1f. 6.5. C2 Bloque B – Servizos para praceiros/as (non obligatorio). IN223A Liña 1f. 6.6. C1 Bloque B – Plan de xestión de residuos (non obligatorio). IN223A Liña 1f (máx. 4.000 €). 6.7. C1 Bloque A – Calidade do aire interior (obligatorio, apoio). Fondos propios. 6.8. C1 Bloque B – Eficiencia enerxética (non obligatorio). Consellería Medio Ambiente. Compatible coa obra de rehabilitación da cuberta.
7. Participación e comunicación interna	7.1. Instalación dun buzón de suxestións e queixas para a clientela na zona de acceso principal do mercado. 7.2. Posibilidade de buzón específico para a comunicación interna cos praceiros/as. 7.3. Desenvolvemento de accións específicas para mellorar a participación, a comunicación interna e o sentido de pertenza dos praceiros/as ao mercado. 7.4. Creación dunha canle de comunicación dixital entre o Concello e os praceiros/as para mellorar a coordinación e a transmisión de información. 7.5. Establecemento dun protocolo de recollida, revisión e resposta ás reclamacións e suxestións da clientela, con rexistro e mellora continua.	7.1. C3 Bloque B.2 – Buzón de suxestións (non obligatorio). 7.2. C3 Bloque B.2 – Grao de colaboración cos praceiros/as (non obligatorio). 7.3. C3 Bloque B.2 – Fórmulas de agrupación de praceiros/as (non obligatorio). 7.4. C3 Bloque B.1 – Existencia de RRSS e/ou web do mercado actualizada (OBRIGATORIO). 7.5. C3 Bloque B.2 – Xestión das reclamacións da clientela (non obligatorio).

LIÑAS DE ACTUACIÓN	MEDIDAS	VINCULACIÓN – SELO MERCADO EXCELENTE (Orde 12/12/2025, IN223B)
8. Identidade e promoción	8.1. Creación e uso dun logotipo identificativo da Praza de Abastos de Moaña vinculado á identidade mariñeira do Morrazo. 8.2. Instalación de banderolas en días de campañas promocionais e eventos especiais. 8.3. Reforzo da imaxe corporativa da praza no espazo público e nas comunicacións exteriores. 8.4. Desenvolvemento de packaging e merchandising común da Praza de Abastos de Moaña. 8.5. Homoxeneización da vestimenta dos praceiros/as mediante un elemento común identificativo. 8.6. Plan de comunicación e campaña de lanzamento da reapertura tras a remodelación integral do mercado. 8.7. Alta e xestión da presenza do mercado en plataformas turísticas dixitais: Google Maps, TripAdvisor e Guías de Galicia.	8.1. C3 Bloque B.2 – Logotipo e imaxe común (non obrigatorio). IN223A Liña 2j. 8.2. C3 Bloque B.1 – Programa anual de actividades de dinamización comercial (obligatorio). IN223A Liña 2j. 8.3. C3 Bloque B.2 – Logotipo e imaxe común / Presenza en medios de comunicación (non obrigatorio). IN223A Liña 2j. 8.4. C3 Bloque B.2 – Packaging e merchandising común (non obrigatorio). IN223A Liña 2d + Programa Eco-pack. 8.5. Ficha praceiros/as – Bloque B.1, ítem Vestimenta axeitada (OBRIGATORIO). IN223A Liña 2g (máx. 6.000 €). 8.6. C3 Bloque B.1 – Programa anual de actividades de dinamización comercial (OBRIGATORIO). IN223A Liña 2i (máx. 10.000 €). A reapertura sen campaña é unha oportunidade desaproveitada. 8.7. C3 Bloque B.2 – Presenza do mercado en medios de comunicación (non obrigatorio). Custo case cero. Relevante polo 26,84% de visitantes internacionais.
9. Eficiencia enerxética e confort térmico	9.1. Realización dunha auditoría enerxética do edificio como punto de partida para planificar as actuacións de mellora. 9.2. Mellora do illamento térmico en cuberta, paredes e carpintaría exterior. 9.3. Incorporación de placas fotovoltaicas para o autoconsumo enerxético, actuación prevista no plan de modernización do Concello de Moaña. 9.4. Actualización e optimización do sistema de climatización para mellorar o confort térmico e reducir o consumo enerxético do edificio. 9.5. Instalación de portas de acceso de apertura e peche automáticos para mellora do illamento térmico e o confort, especialmente en condicións costeiras con vento e humidade. 9.6. Instalación dun sistema de ventilación forzada e extracción localizada nos postos de peixe e marisco para o control de cheiros e a calidade do aire interior.	9.1. C1 Bloque B – Auditoría enerxética (non obrigatorio). IN223A Liña 1a / INEGA. Punto de partida imprescindible para todas as actuacións enerxéticas. 9.2. C1 Bloque B – Grao de illamento térmico (non obrigatorio). IN223A Liña 3 / INEGA. 9.3. C1 Bloque B – Eficiencia enerxética (non obrigatorio). INEGA / IDAE / IN223A Liña 3. Previsto no Plan de modernización do Concello de Moaña. 9.4. C1 Bloque B – Climatización (non obrigatorio). IN223A Liña 3 / INEGA. 9.5. C1 Bloque A – Accesos (obligatorio) / C1 Bloque B – Illamento térmico (non obrigatorio). IN223A Liña 3b. Financiable expresamente pola convocatoria. 9.6. C1 Bloque A – Calidade do aire interior (OBRIGATORIO). IN223A Liña 1b. Imprescindible nun mercado con 8 postos de peixe e marisco.

LIÑAS DE ACTUACIÓN	MEDIDAS	VINCULACIÓN – SELO MERCADO EXCELENTE (Orde 12/12/2025, IN223B)
10. Xestión e apoio técnico	10.1. Implantación dun modelo de xestión proactivo con figura de responsable ou xerente do mercado que coordine as actuacións de mellora, dinamización e comunicación. 10.2. Desenvolvemento de campañas promocionais coordinadas e sostidas no tempo, con programa anual de actividades. 10.3. Apoio á tramitación de subvencións da Xunta de Galicia, especialmente as convocatorias IN223A (modernización de mercados) e IN223B (Selo de Mercado Excelente). 10.4. Formación e mentoring para praceiros/as en ámbitos comerciais, dixitais e de manipulación de alimentos. 10.5. Xestión de proxectos vinculados a fondos autonómicos, estatais ou europeos. 10.6. Implantación de medidas activas para a ocupación dos postos vacantes con programa de emprendemento específico. 10.7. Impulso da diversificación da oferta: floristería, marisco fresco da ría, espazo para cafés e infusións e venda ocasional de excedentes de horta como oferta complementaria. 10.8. Rexistro e documentación do dato de ocupación de postos e das porcentaxes de produto galego por sector, para cubrir correctamente o Capítulo 4 da ferramenta de autoavaliación. 10.9. Elaboración dun rexistro formal dos sectores e tipos de oferta presentes no mercado (diversificación), para cubrir o Bloque B do Capítulo 4 da ferramenta de autoavaliación. 10.10. Definición do uso da segunda planta do mercado e elaboración do programa funcional (formativo ou de eventos) que deberá quedar establecido con carácter previo á redacción do proxecto de obra. 10.11. Elaboración dun plan de continxencia para os praceiros/as durante a execución das obras: espazo alternativo temporal, compensación de taxas e plan de comunicación á clientela.	10.1. C3 Bloque B.2 – Existencia da figura do/a xerente ou responsable do mercado (non obrigatorio). 10.2. C3 Bloque B.1 – Programa anual de actividades de dinamización comercial (OBRIGATORIO). IN223A Liña 2i (máx. 10.000 €). 10.3. Cap. VII Cadro de financiamento – Convocatorias IN223A / IN223B. 10.4. C3 Bloque B.2 – Formación dos praceiros/as (non obrigatorio). IN223A Liña 2h / Dixitalización Comercial. 10.5. Cap. VII Cadro de financiamento. 10.6. C3 Bloque B.2 – Medidas activas para postos vacantes (non obrigatorio). CRÍTICO: o mercado está no límite do 75% de ocupación obrigatorio para o Selo. 10.7. C4 Bloque C – Oferta complementaria. IN223A Liña 1g. 10.8. C4 Bloque A – Porcentaxe de ocupación (OBRIGATORIO · 4 pts) / C4 Bloque D – Produtos de proximidade (ata 36 pts). 10.9. C4 Bloque B – Diversificación da oferta (non obrigatorio · ata 4 pts). 10.10. C4 Bloque C – Oferta complementaria. A decisión sobre a segunda planta condiciona o proxecto arquitectónico e non pode deixarse para despois do inicio da obra. 10.11. C3 Bloque B.1 – Programa anual de dinamización (OBRIGATORIO). Sen este plan o mercado pode perder clientela fiel de forma irreversible durante a execución das obras.

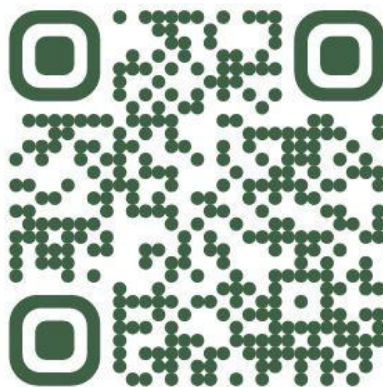
LIÑAS DE ACTUACIÓN	MEDIDAS	VINCULACIÓN – SELO MERCADO EXCELENTE (Orde 12/12/2025, IN223B)
11. Conservación, mantemento e mellora do edificio	11.1. Rehabilitación integral da cuberta: impermeabilización, reparación de elementos deteriorados e mellora do sistema de evacuación de augas, como actuación prioritaria e de maior impacto sobre o conxunto do mercado. 11.2. Substitución do pavimento interior por materiais antiesvarantes, hixiénicos e de doada limpeza, que garantan a seguridade e o cumprimento dos estándares sanitarios vixentes. 11.3. Mantemento e reparación de fachadas, estruturas e elementos metálicos do edificio. 11.4. Actuacións de conservación en carpinterías, peches e elementos de madeira. 11.5. Revisión, mantemento e mellora das instalacións eléctricas, de iluminación e climatización. 11.6. Intervencións puntuais para garantir a seguridade, accesibilidade e funcionalidade do edificio. 11.7. Mellora da imaxe exterior mediante traballos de pintura e renovación de acabados na fachada e estruturas. 11.8. Arranxo e mellora do aparcamento nas inmediacións do mercado para facilitar o acceso da clientela. 11.9. Revisión e mantemento da rede de distribución de auga e sumidoiros, garantindo boas condicións de eficiencia e ausencia de fugas. 11.10. Mantemento preventivo continuo dos aseos públicos e mellora da sinalización con pictogramas normalizados. 11.11. Verificación e habilitación do almacén de limpeza: espazo acondicionado, pechado e con todos os elementos necesarios para o mantemento do mercado.	11.1. C1 Bloque A – Cuberta (OBRIGATORIO, máxima puntuación). IN223A Liña 1a / Plan+Provincia Eixe 4. 11.2. C1 Bloque A – Chans (OBRIGATORIO, máxima puntuación). IN223A Liña 1a. 11.3. C1 Bloque A – Fachadas / Estrutura (obligatorio). IN223A Liña 1a. 11.4. C1 Bloque A – Fachadas, paredes e carpintería exterior (obligatorio). IN223A Liña 1a. 11.5. C1 Bloque A – Instalación eléctrica / Iluminación (obligatorio). IN223A Liña 1a + Liña 3. 11.6. C1 Bloque A – Accesos (obligatorio). IN223A Liña 1c. 11.7. C1 Bloque A – Fachadas (obligatorio). IN223A Liña 1a. 11.8. C2 Bloque A.2 – Proximidade do aparcadoiro (non obligatorio). IN223A Liña 2e / Plan+Provincia. 11.9. C1 Bloque A – Rede de distribución de auga e sumidoiros (OBRIGATORIO). IN223A Liña 1a. 11.10. C1 Bloque A – Aseos públicos (OBRIGATORIO). IN223A Liña 1a. 11.11. C1 Bloque A – Almacén de limpeza (OBRIGATORIO). Fondos propios.

LIÑAS DE ACTUACIÓN	MEDIDAS	VINCULACIÓN – SELO MERCADO EXCELENTE (Orde 12/12/2025, IN223B)
11. Conservación, mantemento e mellora do edificio	11.12. Mellora da imaxe e homoxeneización dos espazos interiores e exteriores dos postos de venda como parte da identidade visual do mercado. 11.13. Dotación de almacéns de recipientes e embalaxes para uso dos praceiros/as. 11.14. Redacción do proxecto arquitectónico de remodelación integral e do estudo de seguridade e saúde correspondente. 11.15. Estudo de accesibilidade universal (CTE-SUA): diagnose de barreiras arquitectónicas e proposta de eliminación. Obrigatorio en toda obra de rehabilitación de edificios de uso público. 11.16. Auditoría das instalacións existentes (elétrica, fontanería e saneamento) previa ao inicio das obras, para detectar deficiencias ocultas e planificar as substitucións necesarias. 11.17. Renovación completa dos postos de venda: mostradores, vitrinas e expositores refrixerados, con especial atención aos postos de peixe e marisco. 11.18. Habilitación de vestiarios e aseos para praceiros/as e traballadores/as, adaptados á normativa e con condicións axeitadas para o desenvolvemento da actividade. 11.19. Adecuación e sectorización da zona de carga e descarga, separada do acceso público, para a correcta loxística do mercado.	11.12. C1 Bloque A – Espazos interiores / Exterior dos postos de venda (obligatorio). IN223A Liña 1a. 11.13. C2 Bloque B – Almacéns de recipientes e embalaxes para praceiros/as (non obrigatorio). IN223A Liña 1a. 11.14. IN223A Liña 1h – Gastos de dirección de obra e coordinación de seguridade (máx. 15.000 €). Sen proxecto técnico non é posible licitar a obra nin xustificar o gasto ante a subvención. 11.15. C1 Bloque A – Accesos (OBRIGATORIO). IN223A Liña 1c. Obrigatorio en obras de rehabilitación de edificios de uso público. A clientela maioritaria ten máis de 65 anos. 11.16. C1 Bloque A – Instalación eléctrica / Rede de auga (OBRIGATORIO). Necesaria para evitar sorpresas e sobrecostos durante a execución da obra. 11.17. C1 Bloque A – Espazos interiores dos postos de venda (OBRIGATORIO). IN223A Liña 2a + Liña 2b. A convocatoria financia expresamente equipamento de frío, mostradores e vitrinas. 11.18. C2 Bloque B – Vestiarios e aseos de praceiros/as (non obrigatorio). IN223A Liña 1a / 1c. 8 postos de peixe e marisco esixen cambio de roupa e hixiene intensiva. Ítem valorado na ferramenta de autoavaliación. 11.19. C2 Bloque B – Separación da carga e descarga do acceso público (non obrigatorio). IN223A Liña 1c. Ítem valorado na ferramenta. Imprescindible para a loxística dun mercado de peixe.

Anexo II

Anexo II. Guía de boas prácticas





URL:<https://creaeinnova.com/qρμοana/>

¿Por que unha guía de boas prácticas?

Unha guía de boas prácticas funciona como unha ferramenta clave para establecer un marco de referencia no mercado. O seu obxectivo principal é fomentar prácticas responsables e correctas que vaian máis alá do simple cumprimento dos requisitos legais en materia de consumo aplicables aos mercados municipais. Esta guía tamén busca promover compromisos de actuación que acheguen un valor engadido ás vendas e á experiencia de compra no mercado.

Os piares fundamentais sobre os que se constrúe esta Guía de boas prácticas son:

1. **Mellorar a información ás persoas consumidoras**, garantindo transparencia e claridade nos produtos e servizos ofrecidos.
2. **Protexer os intereses económicos e sociais dos consumidores**, velando polo seu benestar e fomentando a confianza nos produtos locais.
3. **Promover a seguridade das persoas consumidoras** no entorno do mercado, asegurando un espazo seguro tanto para a compra como para a circulación dentro das instalacións.
4. **Compromiso social e ambiental** dos/as comerciantes do mercado, resaltando a súa responsabilidade na sustentabilidade e o impacto positivo na comunidade.

Esta guía de boas prácticas pretende non só reforzar a competitividade do mercado, senón tamén consolidar unha relación de confianza cos consumidores e coa comunidade en xeral.

1. DEREITOS DAS PERSOAS CONSUMIDORAS

A *Lei xeral para a defensa dos consumidores e usuarios* recoñécelles ás persoas consumidoras unha serie de dereitos que lles dan unha especial protección ante situacións de inferioridade que como empresas deberíamos coñecer para evitarmos así conflitos innecesarios.

Dereito recoñecido	Descrición	Accións recomendadas
Protección da saúde e seguridade	Os bens e servizos deben presentarse sen perigos para a saúde e seguridade das persoas consumidoras. De existir riscos, deben retirarse rapidamente do mercado mediante procedementos sinxelos. Os poderes públicos deben velar pola seguridade e salubridade dos produtos.	- Realizar controis de calidade e seguridade de forma sistemática. - Establecer protocolos áxiles para a retirada de produtos perigosos. - Informar con claridade e antelación sobre calquera risco potencial.
Información, formación e educación	As persoas consumidoras teñen dereito a coñecer as características esenciais dos bens e servizos (natureza, calidade, cantidade, prezos), a elixir de forma racional, a utilízalos con seguridade e satisfacción, a reclamar por danos e a recibir educación para un consumo consciente.	- Facilitar información clara, comprensible e completa sobre os produtos e servizos. - Incorporar etiquetas e instrucións accesibles e actualizadas. - Desenvolver campañas de educación para o consumo responsable e consciente.
Protección dos intereses económicos e sociais	As persoas consumidoras deben ser protexidas contra abusos de poder: cláusulas abusivas, cobros indebidos, prácticas comerciais enganosas ou que limiten a liberdade de elección.	- Evitar cláusulas abusivas en contratos e condicións de venda. - Garantir a transparencia nos prezos, formas de pago e devolucións. - Prohibir o cobro de produtos ou servizos non solicitados. - Promover prácticas comerciais xustas.
Reparación de danos e perdas sufridos	Dereito á reparación dos danos causados por produtos defectuosos ou servizos insuficientes, mediante procedementos rápidos, eficaces e accesibles.	- Crear e manter un servizo de atención ao cliente eficaz e accesible. - Establecer procedementos claros e rápidos de reclamación, devolución e compensación. - Colaborar activamente con asociacións de persoas consumidoras.

Dereito recoñecido	Descrición	Accións recomendadas
Representación e audiencia en consulta	Dereito das persoas consumidoras a constituír organizacións para defender os seus intereses e a ser consultadas en temas que as afecten.	• Fomentar o diálogo e a colaboración con organizacións de persoas consumidoras. • Participar nas consultas públicas e foros sobre consumo. • Crear canles estables de comunicación e participación cidadá.
Protección xurídica, administrativa e técnica	Dereito a recibir protección legal e medidas correctoras en situacións de indefensión. Os poderes públicos deben garantir a igualdade nas relacións de consumo.	• Informar sobre os dereitos e vías de reclamación. • Garantir o cumprimento da normativa de consumo. • Aplicar medidas correctoras ante situacións de desigualdade.

2. INFORMACIÓN AO CONSUMIDOR: A ETIQUETAXE

A persoa consumidora ten dereito a coñecer as verdadeiras características dos produtos que se lle ofrecen. Por tanto, os produtos deben estar correctamente etiquetados e as etiquetas deben conter a información suficiente sobre as súas características, de maneira que poida coñecer perfectamente as súas propiedades antes de mercalo.

Aspecto	Requisitos e Boas prácticas
Información na etiquetaxe	Os produtos deben estar correctamente etiquetados, sen inducir a erro sobre a súa natureza, identidade, calidades, composición, cantidade, duración, orixe, ou procedencia. Non se poden atribuír propiedades que non teñan nin suxerir características particulares que todos os produtos similares posúan.
Elementos esenciais na etiquetaxe	• Nome e enderezo do produtor • Natureza, composición e finalidade • Calidade, cantidade, categoría ou denominación comercial • Data de produción ou caducidade e lote (cando sexa obrigatorio) • Instrucións de uso ou advertencias e riscos previsibles.
Ingredientes alérxenos	Desde finais de 2014, a información sobre alérxenos é obrigatoria tamén para alimentos sen envasar. Non se pode informar de forma xenérica nin subministrar alimentos sen certeza de que non conteñen alérxenos, nin por contaminación cruzada. Se unha persoa consumidora solicita un alimento libre dun ingrediente concreto, só se lle pode ofrecer se existe certeza absoluta de que ese alérxeno non está presente, nin sequera por contaminación cruzada . É obrigatorio garantir unha información veraz, específica e contrastada.
Etiquetaxe de produtos a granel	A etiquetaxe debe estar en etiquetas adheridas aos alimentos ou en carteis próximos. Debe incluír: • Denominación do alimento • Presenza de alérxenos (se a denominación non o indica) • Cantidade dun ingrediente ou categoría • Grao alcohólico (se supera o 1,2%) • Outros requisitos específicos regulamentarios (ovos, carne, etc.)
Etiquetaxe de peixe e marisco	A información debe estar en táboas pequenas, carteis ou etiquetas, incluíndo: • Denominación comercial e científica (ex.: Polbo-Octopus) • Método de produción ("Pesca extractiva", "Acuicultura", etc.) • Zona de captura ou cría (indicar mar ou océano para a pesca extractiva e indicar o país onde se pescou/criou para o peixe de augas doces) • Forma de presentación (ex.: eviscerado, fileteado, cocido) • Peso neto (para produtos envasados) • Primeiro expedidor (ex.: lonxa de primeira venda)
Información adicional	Para o peixe fresco, pode indicarse tamén o calibre e o grao de frescura (obrigatorio só na lonxa).

Requisitos básicos de etiquetaxe para produtos a granel

Elemento a indicar	Obrigatoriedade	Notas adicionais
Denominación do alimento	✓ Si	Nome xenérico ou comercial do produto.
Alérxenos	✓ Si	Debe indicarse claramente calquera substancia que cause alerxias/intolerancias. Pode ser oral/verificable.
Cantidade dun ingrediente ou categoría	✓ Si	Cando sexa necesario para caracterizar o produto ou evitar erro.
Grao alcohólico (se supera o 1,2% vol.)	✓ Si	Indicar en "% vol.", cun máximo dun decimal (ex.: 13,5% vol.), a 20 °C.
Outros requisitos específicos por produto	✓ Si	Por ex.: ovos, carne, polos, etc. segundo normativa sectorial.
Forma de presentación da etiquetaxe	✓ Si	Pode ser etiqueta adherida ao alimento ou cartel próximo ao produto.



Figura 42. Foto de produtos varios

Requisitos obrigatorios na etiquetaxe de peixe e marisco

Elemento a indicar	Obrigatoriedade	Notas adicionais
Denominación comercial e científica	✓ Si	Ex.: Polbo – Octopus vulgaris. Evita confusións ou fraudes.
Método de produción	✓ Si	Ex.: “Pesca extractiva”, “Pesca auga doce”, “Criado (Acuicultura)”, “Marisqueo”.
Zona de captura ou cría	✓ Si	Mar/Océano (e subzona no Atlántico) ou país de orixe no caso de augas doces ou acuicultura.
Forma de presentación/tratamento	✓ Si	Ex.: Eviscerado, con cabeza, fileteado, cocido, desconxelado, etc.
Peso neto	✗ Non sempre	Só é obrigatorio para produtos envasados.
Primeiro expedidor (lonxa de primeira venda)	✓ Si	Obrigatorio en produtos vivos, frescos, refrixerados ou cocidos.
Información adicional (opcional salvo en lonxa)	■ Opcional	Calibre/tamaño, grao de frescura. Obrigatorio só na lonxa.


ETIQUETAXE DOS PRODUTOS PESQUEIROS

ZONA DE CRÍA OU CAPTURA

PESO NETO (PARA PRODUTOS ENVASADOS)

MÉTODO DE PRODUCCIÓN
Pesca extractiva ou pescado
Pescado en augas doces
Criado ou acuicultura
Marisqueo



Expor claramente a etiqueta na peixaría é sinónimo de calidade.

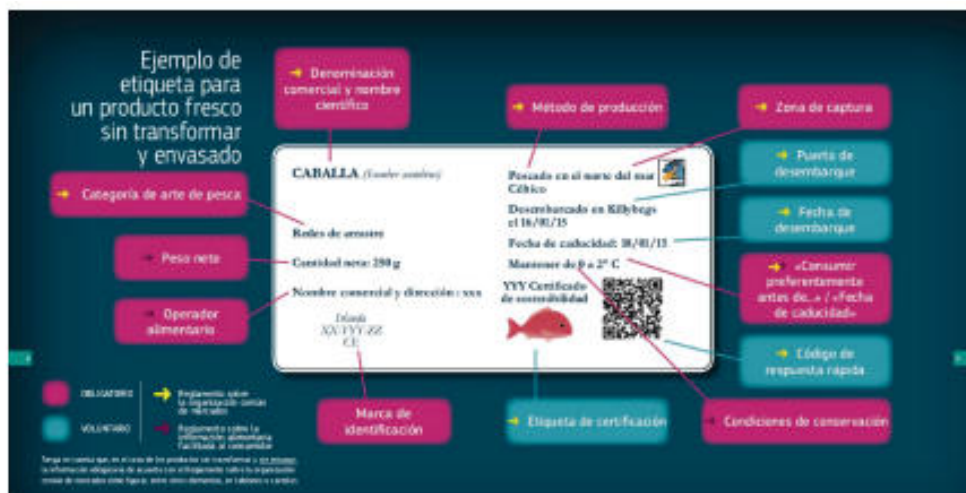
IDENTIFICACIÓN DO PRIMEIRO EXPEDIDOR OU CENTRO DE EXPEDICIÓN

DENOMINACIÓN COMERCIAL E CIENTÍFICA DA ESPECIE

MODO DE PRESENTACIÓN E/OU TRATAMENTO
Eviscerado: evs
Con cabeza: c/C
Sen cabeza: s/C
Fileteado: fl
Desconxelado
Outros

Figura 43. Exemplo do etiquetaxe

Esta é a nova etiqueta que propón a Unión Europea para produtos de pesca e da acuicultura:



**Moitas persoas consumidoras descoñecen que os produtos do mar poden aparecer á venda desconxelados. Precisamente para que o dato non pase desapercibido, debe aclararse no apartado da forma de presentación xunto coa súa data de caducidade.*

3. MANIPULACIÓN DE ALIMENTOS: FORMACIÓN

Aspecto	Requisitos e Boas Prácticas
Formación do Persoal	• A persoa titular do posto é responsable de que o persoal teña os coñecementos necesarios para desenvolver a actividade con solvencia. • Recoméndase manter un rexistro actualizado das formacións e establecer un plan de reciclaxe anual. • Garantir formación en hixiene e seguridade alimentaria para todo o persoal en contacto con alimentos. • Dispoñer de documentos acreditativos que certifiquen a formación.
Almacenaxe	• Produtos illados do chan, afastados das paredes e clasificados por tipo (froitas, carnes, peixes). • Evitar fontes de calor, cheiros fortes e proximidade a lixo. • Realizar rotación frecuente dos produtos evitando a presenza de produtos caducados ou en mal estado. • Non superar a capacidade de almacenaxe.
Conservación	• Produtos perecedoiros en cámaras de refrixeración ou conxelación.
Transporte	• Empregar vehículos especiais para alimentos. • Cadea de frío: manter entre 2°C e 8°C en produtos refrixerados. • Produtos sen envasar en recipientes limpos e exclusivos.
No Posto de Venda	• Evitar elementos decorativos que acumulen po ou graxa. • Limpeza e esterilización de utensilios. • Baldes de lixo: apertura non manual e uso de bolsas. • Uso de luvas, pinzas ou paletas para manipular alimentos. • Empregar papel de cocíña fronte a panos de tea, renovándoos frecuentemente. • Dispoñer de luvas para persoas consumidoras se hai produtos sen envasar ao seu alcance.
Hixiene Persoal	• Hábitos rigorosos de hixiene: pelo recollido, uñas curtas, sen xoias. • Roupas de traballo limpas e en bo estado. • Lavar e desinfectar feridas e usar apósitos impermeables. • Prohibido comer, fumar ou tusir preto de alimentos. • Lavarse as mans regularmente con auga e xabón e secar con papel dun só uso. • Uso de luvas non de látex para a manipulación de alimentos.
Prácticas Non Recomendables	• Manipulación de alimentos por persoas alleas. • Presenza non xustificada no posto de persoas ou animais de compañía. • Traballo por persoas con enfermidades de transmisión alimentaria.
Medidas de Prevención	• Almacenamento correcto: caixas a certa altura e afastadas da parede. • Protección de alimentos mediante envolturas ou recipientes. • Retirada frecuente do lixo con recipientes herméticos e hixienizados. • Evitar deixar alimentos ao descuberto máis tempo do necesario.

4. SEGURIDADE NOS PRODUTOS

Aspecto	Requisitos e Boas Prácticas
Mantemento da Cadea de Frío	• Manter a temperatura de conservación específica para cada produto seguindo a etiquetaxe e as fichas hixiénico-sanitarias. • Comprobar diariamente os equipos de frío e levar un rexistro das temperaturas. • No transporte e exposición, garantir a temperatura máis baixa necesaria. • Evitar introducir alimentos quentes nos equipos. • Non manter abertas as portas da cámara e evitar acumulación de xeo. • Non sobrecargar os equipos de refrixeración. • Minimizar o tempo dos produtos a temperatura ambiente durante o transporte e a manipulación.
Control de Provedores e Trazabilidade	• Dispor dun sistema para identificar a orixe dos produtos e rastrexar o seu percorrido en caso de incidencia sanitaria. • Conservar recibos ou facturas que actúan como rexistros de trazabilidade. • Datos clave a rexistrar: ○ Orixe da mercadoría (número do provedor/a ou produtor/a). ○ Especificacións do produto: variedade, orixe, número de lote. ○ Data de compra da mercadoría. ○ Datos de contacto do provedor/a.
Contaminación Cruzada	• Separar actividades no espazo ou no tempo para evitar contaminación cruzada entre alimentos ou fases de elaboración. • Asegurar que o movemento dos produtos segue un sentido único e sen interrupción. • Non permitir a entrada de animais domésticos nas áreas de almacenamento e venda, agás cans-guía. • Restrinxir o acceso de persoal alleo ás zonas de almacenamento e ao posto de venda.

5. TALLAS MÍNIMAS DE PEIXES E MARISCOS

Débese ser especialmente coidadoso e responsable coas tallas mínimas de peixes e mariscos e evitar pór á venda aqueles que non acaden a talla mínima para a súa captura. Tampouco se deben vender aquelas especies que se encontren en época de veda.

6. FACTURAS E TICKETS

Aspecto	Requisitos e Boas Prácticas
Ticket de Compra	É obrigatorio entregar o ticket de compra, que debe incluír: • Número de ticket. • Identificación e NIF da persoa empresaria. • Importe pagado. • Data. • Concepto.
Factura	Se a persoa consumidora o solicita, débese entregar factura, que debe incluír: • Número de factura. • Identificación e NIF da persoa empresaria. • Identificación e NIF do cliente. • Descrición do concepto facturado. • Importe pagado, incluíndo impostos desagregados. • Data.
Métodos de Pagamento	• Informar da posibilidade de realizar pagamentos mediante métodos alternativos (tarxetas, pagamentos dixitais, etc.). • Ter en conta a Directiva 2015/2366 sobre servizos de pago no mercado interior.
Prezos	• Os prezos deben mostrarse de forma clara e visible mediante etiquetas ou métodos equivalentes. • Indicar o prezo total con impostos incluídos, precedido polas siglas PVP. • En produtos envasados, mostrar o prezo por unidade de venda e por unidade de peso ou volume. • En produtos a granel, o prezo debe indicarse por unidade de medida (quilo, litro, etc.). • O prezo ten que ser doado para o consumidor, sen necesidade de realizar esforzo para coñecelo. • O prezo non pode ser superior ao enunciado ou publicitado; isto vincula ao vendedor/a.
Pesos	• Os produtos a granel deben pesarse en balanzas onde a persoa consumidora poida ver claramente o peso exacto. • Garantir que o prezo mostrado non sexa superior ao anunciado. • É fundamental que a persoa consumidora vexa claramente o peso exacto do que merca.



7. RESIDUOS E MEDIO AMBIENTE

Aspecto	Requisitos e Boas Prácticas
No posto de venda	• Dispoñer varios recipientes para a recollida selectiva dos residuos xerados. • Nos postos que xeren materia orgánica, cada traballador debería dispoñer dun recipiente propio para ela. • Minimizar a xeración de residuos innecesarios e priorizar o uso de envases reutilizables sempre que sexa posible. • Non tirar residuos ao chan e facilitar medidas para que as persoas consumidoras tampouco o fagan. • Limpar periodicamente os recipientes da materia orgánica para evitar malos cheiros e empregar bolsas desbotables e compostables.
Na retirada de residuos	• Non deixar residuos de ningunha clase fóra dos contedores. • Depositar cada tipo de residuo no seu contedor correspondente de maneira selectiva para facilitar a reciclaxe. • Os residuos especiais deben ser depositados nun punto verde ou xestionados a través dun xestor de residuos autorizado.
Valoración das persoas consumidoras	A correcta xestión dos residuos é un factor de calidade que as persoas consumidoras valoran cada vez máis, especialmente en aspectos ambientais e hixiénico-sanitarios.

8. RECLAMACIÓNS

Aspecto	Requisitos e Boas Prácticas
Reclamacións	• As reclamacións deben ser realizadas por persoas consumidoras contra empresarios/as. • Non se admiten reclamacións entre empresarios ou entre persoas consumidoras. • Calquera persoa, independentemente da súa nacionalidade ou zona de residencia, pode reclamar se adquiriu produtos para uso persoal ou familiar.
Follas de reclamacións	• Todos os establecementos que comercialicen bens ou servizos na Comunidade Autónoma de Galicia deben ter dispoñibles follas de reclamacións, agás os de titularidade pública. • Se non dispoñen destas follas ou se negan a entregalas, a persoa consumidora pode reclamar a presenza da Policía Local para acreditar o feito e formular a denuncia.
Cubrición da folla de reclamacións	• Antes da entrega á persoa consumidora, a folla debe ter cubertos os datos da entidade reclamada. • A persoa reclamante debe incluír: ◦ Nome, apelidos e enderezo. ◦ Documento de identidade ou pasaporte. ◦ Breve descrición dos feitos. ◦ Pretensións da reclamación e se desexa arbitraje de consumo. ◦ Probas e documentos relevantes, incluíndo factura se procede.
Finalidade	As follas de reclamacións son un instrumento áxil para: • Remitir denuncias por infraccións. • Presentar reclamacións para resolver conflitos ou someterse ao Sistema Arbitral de Consumo.

9. EDIFICIO

A imaxe dos mercados municipais e as prazas de abastos vén determinada en boa medida polas características do inmovible e as súas instalacións.

O mercado ou praza de abastos debe ofrecer ao cidadán unha imaxe tanto externa como interna propia e característica que invite á súa visita polo seu atractivo, a súa singularidade arquitectónica ou o seu valor histórico.

A devandita imaxe debe ir acompañada dunhas instalacións que acollan o cliente e cubran todas as súas necesidades ofrecéndolle confort, accesibilidade e facilidade de localización das actividades nel desenvolvidas.

Un mercado excelente esixe o máximo celo no estado físico do edificio, tendo en conta:

ESTADO DO EDIFICIO	
Cuberta en correcto estado garantindo un ambiente confortable e sen humidades.	Grao axeitado de illamento térmico e axeitada climatización.
Fachadas revestidas e en axeitado estado de conservación.	Calidade do aire interior. Impacto de cheiros.
Estrutura axeitada.	Sistema de Iluminación acorde cos produtos expostos e compatible coa eficiencia enerxética.
Revestimentos verticais axeitados.	Sinalética e rotulación homoxénea.
Interiores de uso común axeitados e con imaxe homoxénea.	Accesos suficientes e adaptados.
Chans antideslizantes e de doada limpeza e mantemento.	Ámbitos exteriores propicios para a actividade comercial e de ocio con accesos peonís ou semi peonís.

10. INSTALACIÓNS

Enténdese por instalacións, os elementos que permiten o correcto funcionamento do mercado municipal e que require unha serie de operacións periódicas para garantir a súa correcta conservación e adecuación para o exercicio da actividade comercial.

Concepto	Descrición
Imaxe integral	O mercado debe presentarse como un espazo único e diferenciado, aplicando esta imaxe tanto no exterior como no interior do edificio e nos puntos de venda.
Ambientación	A utilización do espazo debe ser programada para crear reaccións desexadas nos clientes: iluminación, temperatura, decoración e ambiente musical. Estes elementos deben utilizarse para prolongar o tempo de estancia no mercado e crear un clima agradable que fomente a compra.
Interiorismo	O deseño interior debe ser cómodo, agradable e visualmente atractivo, facilitando o acto de compra. A disposición interna debe ser diferenciada segundo os postos de venda e os produtos, permitindo unha estrutura por seccións ou produtos diferenciados.
Espazos de venda axeitados e homoxéneos	Buscamos a homoxeneidade no deseño de cada punto de venda, así como nas súas dotacións tecnolóxicas, equipamento e sinalética. A superficie total do punto de venda debe ser de aproximadamente 15 m ² de SBC, dependendo do produto que se ofrezca.
Espazos para cestos/carros de compra	O mercado pode ofrecer carros e cestos de compra, convenientemente sinalizados e situados nas proximidades das zonas de entrada para facilitar a súa localización polos clientes.
Aseos	O mercado debe contar con aseos públicos, debidamente sinalizados e adaptados para persoas con discapacidade, cumprindo coa normativa vixente. Ademais, debe incluír unha folla de rexistro de limpeza para asegurar o mantemento adecuado.
Espazos de consigna	O mercado pode ofrecer espazos de consigna para que os clientes depositen as súas compras durante o horario de apertura. As consigas poden incluír tamén espazos de consigna frigorífica para produtos perecedoiros, con opción de recollelas ou solicitar envío a domicilio.
Espazo de atención ao cliente e pantallas de información	É importante que o mercado conte cun punto de información e atención ao cliente, situado en zonas visibles e accesibles, como a entrada principal ou a zona central do mercado. As pantallas de información proporcionarán detalles sobre a oferta comercial e servizos, así como outras informacións de interese.
Wifi	O mercado debe aspirar a ofrecer conexión gratuíta a internet para os seus clientes, proporcionando acceso a través de wifi en todas as instalacións.
Espazo multifuncional para actividades	O mercado debe contar cun espazo multifuncional destinado ao desenvolvemento de actividades que xeren valor engadido para a comunidade e os clientes.

Concepto	Descrición
Zonas de descanso	Se o espazo o permite, deben crearse zonas de descanso, con bancos ou mobiliario adecuado que permitan aos clientes descansar con comodidade durante a súa estancia no mercado.
Áreas de carga e descarga	Para diferenciar a actividade de compra da recepción, traslado e exposición de produto por parte do comerciante, é aconsellable acondicionar o mercado. Debe contar cun espazo de carga e descarga sito en zonas diferenciadas e non visibles ou accesibles para os compradores.
Zona de almacenaxe	Espazo destinado ao almacenamento de produtos, coas normas de utilización ben establecidas para optimizar o espazo dispoñible no mercado ou praza de abastos.
Espazos de limpeza, vestiarios e aseos para comerciantes	O mercado pode habilitar espazos diferenciados para a limpeza, así como vestiarios e aseos para os/as comerciantes. A imaxe do/a comerciante debe ser coherente coa imaxe corporativa do mercado. A existencia dun vestiario tamén contribúe á hixiene e seguridade alimentaria.
Área de residuos	O mercado debe contar cunha área acondicionada para a recollida selectiva de residuos, seguindo a normativa vixente. Estes residuos deben ser depositados nas illas ecolóxicas ou en colectores externos para o seu adecuado tratamento.
Aparcadoiro de vehículos e bicicletas	O mercado pode contar cun aparcadoiro de vehículos se o espazo o permite, así como, se é posible, un aparcadoiro para bicicletas ou outros vehículos ecolóxicos. Isto tamén reflicte o compromiso co medio ambiente.
Mantemento das instalacións	Débese garantir un correcto mantemento das instalacións co fin de previr deterioracións e asegurar unha rápida resposta de eventualidades. O mercado haberá de contar cun espazo de mantemento propio ou controlado.

11. ACCESIBILIDADE

Concepto	Descrición
Accesibilidade	A accesibilidade é un aspecto clave no ámbito comercial, afectando tanto á accesibilidade peonil como ao acceso a través de vehículos ou transporte público. Unha boa sinalización viaria, aparcadoiros, beirarrúas amplas e a redución de obstáculos son fundamentais para mellorar a actividade dos mercados municipais e prazas de abastos, favorecendo a comodidade de todas as persoas. Debe terse en conta desde a planificación urbanística ata o deseño interior do mercado.
Accesos públicos e liberdade de movemento	Os mercados deben garantir que todas as persoas, sen importar as súas condicións físicas ou psíquicas, teñan as mesmas posibilidades de acceso ás instalacións e aos servizos. Isto inclúe a disposición de accesos, percorridos e mecanismos que permitan a maior autonomía posible na utilización do espazo. A amplitude dos corredoiros e o deseño das actividades comerciais melloran a experiencia de compra. É recomendable incorporar elementos como portas automáticas, pavimentos antiescorregadizos e iluminación axeitada.
Accesos de uso público	O mercado debe estar libre de barreiras arquitectónicas para garantir a accesibilidade de todas as persoas. Deberá cumprir coa normativa vixente en materia de accesibilidade, co fin de asegurar que a circulación sexa fluída e cómoda para todo tipo de persoas. A instalación de ramplas, pasamáns e aseos adaptados tamén forma parte desta obriga.
Ámbito periférico	O mercado debe ter en conta o seu entorno inmediato, acondicionando o ámbito urbano para mellorar o seu atractivo. Isto inclúe solucións urbanísticas relacionadas co tráfico, aparcadoiros, beirarrúas, xardíns, mobiliario urbano, sinalética e accesibilidade. O obxectivo é lograr un espazo que combine actividade comercial e de ocio, facendo a experiencia de compra máis agradable. A calidade e coidado do espazo público contorna inflúe directamente na percepción e uso do mercado.
Accesos ao mercado	A sinalización exterior debe indicar claramente a accesibilidade ao mercado, incluíndo un plano detallado dos accesos e a localización "vostede está aquí". Tamén se recomenda ter no interior un directorio descritivo das zonas de uso público, entradas, saídas e percorridos. Os accesos adaptados deberán cumprir coa normativa vixente.
Aparcadoiro	O aparcadoiro debe cumprir coa normativa vixente, procurando que as prazas teñan unha separación mínima de 20 centímetros para facilitar a mobilidade. Se existe aparcadoiro, debe contar con prazas adaptadas para persoas con mobilidade reducida, e tamén un itinerario accesible que leve ao recinto do mercado. A proximidade e accesibilidade directa desde o aparcadoiro ao interior do mercado é un elemento clave.
Transporte colectivo	O mercado debe contar con accesibilidade ao transporte público, ben a través de liñas de autobús próximas ou paradas de taxi, garantindo que os clientes poidan acceder facilmente ao mercado. Recoméndase que as liñas teñan frecuencias axeitadas e información clara dos horarios. A presenza de marquesiñas accesibles tamén é valorada positivamente.

SISTEMAS DE XESTIÓN E DEFINICIÓN ORGANIZATIVA

Sección	Aspecto	Descrición e Boas Prácticas
Xestión	Regulamento e xestión	O mercado dispoñerá dun regulamento ou documento similar que defina o tipo de xestión asumida (directa/indirecta) e o funcionamento do mercado. Inclúe a sistemática de concesión de postos para garantir unha oferta comercial axeitada, documentar o réxime disciplinario e asegurar o cumprimento das normas.
	Dereitos e obrigas	Estableceranse os dereitos e obrigas dos comerciantes para colaborar co bo funcionamento do mercado.
	Relacións con grupos de interese	Identificaranse os grupos de interese (clientes, provedores, autoridades, asociacións, etc.) e estableceranse relacións co Concello e outras partes interesadas, como as asociacións de comerciantes.
	Supervisión e mantemento	O responsable do mercado supervisará os horarios, establecerá accións para un correcto mantemento e limpeza, e planificará actividades formativas para comerciantes e persoal interno.
	Difusión e imaxe corporativa	Definirase unha imaxe corporativa do mercado no seu conxunto e difundiranse actividades e comunicacións cara aos grupos de interese para mellorar a percepción e rendibilidade.
Organización	Estrutura organizativa	Definirase un organigrama funcional do mercado, identificando persoas, funcións e responsabilidades. Estableceranse figuras clave como unha persoa responsable administrativo/a e un responsable básico encargado de tarefas como apertura/peche e supervisión de horarios.
Regulación comercial	Horarios	Establecerase un horario común a todos os comercios/servizos, publicitado na entrada do mercado. Este horario cubrirá polo menos as mañás de todos os días laborables e, se posible, unha tarde.
	Cumprimento de horarios	Garantirase un sistema para supervisar o cumprimento dos horarios de apertura e peche, ademais de organizar horarios específicos para carga/descarga, xestión de residuos e limpeza para non interferir na actividade comercial.

Sección	Aspecto	Descrición e Boas Prácticas
Asociacionismo	Formación de asociacións	Os/as comerciantes organizaranse en asociacións internas formalmente constituídas para recibir información, ser interlocutores coas administracións e defender os intereses dos socios.
	Funcións da asociación	• Organización de obradoiros, actividades e campañas comerciais. • Creación e xestión de sistemas de fidelización de clientes. • MellPromoción mediante concursos e eventos. • Hora e profesionalización da atención ao cliente.
	Dinamismo e cohesión	A cohesión e organización dos comerciantes é clave para mellorar a toma de decisións e os resultados do mercado.
Mellora continua	Seguimento e auditorías	Utilizar ferramentas como auditorías internas/externas e sistemas de medición e análise de datos para identificar puntos de mellora. Estas accións axudan a incrementar a satisfacción e a fidelización dos principais grupos de interese.
	Sistema de avaliación da satisfacción	Definir un sistema para coñecer o grao de satisfacción de clientes, comerciantes e provedores, con fases como: definición de obxectivos, metodoloxía, recollida de datos e accións derivadas.
	Sistema de xestión de queixas, suxestións e reclamacións	Dispoñer de medios (oficina, páxina web, formularios, etc.) para a recepción e xestión de queixas e suxestións. Realizar un seguimento e informes periódicos sobre as incidencias e accións correctivas.

12. CONSERVACIÓN E MANTEMENTO

Concepto	Descrición e Boas Prácticas
Obxectivo principal da xestión	A xestión do mercado debe centrarse na realización das operacións de conservación e mantemento necesarias para garantir a correcta prestación dos servizos. Este proceso mellora a percepción do mercado entre os usuarios e incrementa a sensación de confort e seguridade.
Plan de conservación e mantemento	O Plan debe recoller a revisión periódica dos distintos espazos e elementos do mercado, garantindo o seu funcionamento adecuado. Isto inclúe: revisión de salas de vendas, accesos, aseos, almacéns, zona de carga e descarga, e revisión de elementos como revestimentos, lucernarios, ventás, portas, luminarias, aparatos sanitarios, estruturas metálicas e outros. Debe incluír tanto accións preventivas coma correctivas.
Revisión de elementos	O Plan de conservación debe abarcar os seguintes elementos do mercado: revestimentos (chans, teitos, paredes), lucernarios, ventás, vidros, persianas, portas de acceso e comunicación, luminarias, aparatos sanitarios, armazóns metálicas, soportes de postos, fontes, varandas, ascensores, entre outros. Tamén se inclúen celosías e outros elementos que permitan o paso de luz natural.
Mantemento preventivo	Consiste en accións para prever fallos e garantir un servizo adecuado, incluíndo inspeccións periódicas, revisións e comprobacións de instalacións e equipos. O mantemento preventivo incluírá un inventario de equipos, definición de revisións e inspeccións, periodicidade e responsables de cada tarefa.
Mantemento correctivo	Recóllese as accións necesarias para solucionar problemas de funcionamento ou conservación dos equipos. Inclúe un procedemento para a recepción de partes de incidencias por parte dos usuarios, que contarán con detalles sobre a avaría, como a data, hora, situación, instalación afectada, persoa responsable e resolución. O responsable de mantemento actuará de forma correctiva. Ten como obxectivo evitar erros e asegurar o funcionamento continuo dos servizos.
Partes de incidencias	Os partes de incidencias estarán dispoñibles para que os usuarios poidan comunicar problemas. Deben incluír: data e hora da detección, a situación, os equipos ou instalacións afectadas, e a resolución. O responsable de mantemento tomará as accións correctivas necesarias, e as reparacións serán recollidas nos partes de incidencias. A existencia dun rexistro actualizado destas actuacións permitirá facer seguimento e melloras continuas.

EXEMPLO MANTEMENTO PREVENTIVO (Sala de vendas)				
ELEMENTOS / INSTALACIÓNS	REVISIÓN INCIDENCIAS		INCIDENCIAS	
	Frecuencia	Responsable	Prazo máx. peche	Responsable peche
Chans, teitos e paredes	Mensual	Conserxe	1 semana	Conserxe
Ventás e cristais exteriores	Semanal	Conserxe/Brigada	3 días	Conserxe
Lámpadas sala vendas	Diaria	Conserxe	3 días	Conserxe
Estrutura e soportes postos	Trimestral	Conserxe/Brigada	1 semana	Conserxe
Paneis informativos e sinalización	Quincenal	Conserxe	1 semana	Conserxe
Ramplas e varandas	Mensual	Conserxe/Brigada	1 semana	Conserxe
Equipos climatizados	Mensual	Conserxe	1 semana	Conserxe
Instalacións eléctricas	Mensual	Conserxe	1 semana	Conserxe

EXEMPLO PARTE DE INCIDENCIAS			
N.º de Parte	PM 23/2025	Tipo de Incidencia	Mantemento
Data e hora	29/11/205. 10:00 h.	Responsable detección	Conserxe
Área	Sala de vendas	Elemento/Instalación	Ventás e cristais, instalación
Descrición de incidencia	Cristal roto sobre a ventá exterior que recae sobre o acceso principal do mercado. 3 lámpadas fundidas na liña do corredor central		
ACCIÓN CORRECTIVA			
Data e hora	03/12/2025. 9:00 h	Responsable de acción	Brigada
Descrición acción correctiva	01/12/2025.- Aviso á empresa subcontratar responsable do mantemento do mercado. Veñen o 03.12.10 ás 9.00 h Substitución do cristal roto. Substitución de 3 lámpadas		
PECHE DE INCIDENCIAS			
Data e hora	9/12/2025. 14:00 h	Responsable peche	Conserxe
Conformidade	09/12/25. Verifícase a substitución correcta do cristal e das 3 lámpadas. Dáse como Conforme.		

EXEMPLO DE PROCEDEMENTOS DE LIMPEZA (Sala de vendas)					
Instalacións	Frecuencia	Horarios	Mantemento	Sistemas	Produtos
Corredores de acceso	Diaria	17:00 a 19:00 h	Empresa Limpeza	Retirar residuos sólidos, varridos e fregado	Carro limpeza Morgan Mini, fregadora Tasky e Produtos limpeza
Portas entrada	Diaria	17:00 a 19:00 h	Empresa Limpeza	Limpeza cristais	Trapos dun uso e limpacristais
Beirarrúas exteriores	Diaria	7:00 a 8:00 h	Concello	Aspirado e fregado	Aspiradora e fregadora
Corredores interiores	Diaria	17:00 a 19:00 h	Empresa Limpeza	Retirar residuos sólidos, varridos e fregado	Carro limpeza Morgan Mini, fregadora Tasky e deterxente chans
Aseos interiores	Diaria	17:00 a 19:00 h	Empresa Limpeza	Desinfección, varrido, fregado, limpeza, cristais, reposición dotación aseos.	Carro limpeza Morgan Mini, fregadora Tasky e Produtos limpeza
Conserxaría	Diaria	17:00 a 19:00 h	Empresa Limpeza	Retirado lixo papeleiras, retirar po de mobiliario, varrido e fregado	Carro limpeza Morgan Mini, fregadora Tasky e Produtos limpeza

13. SUPERVISIÓN DA ACTIVIDADE: ORDE, LIMPEZA, DESINFECCIÓN

Concepto	Descrición e Boas Prácticas
Obxectivos da limpeza e desinfección	O mercado debe garantir o cumprimento das normas sanitarias e, ao mesmo tempo, transmitir un ambiente agradable e de limpeza aos seus usuarios. Estes obxectivos deben ser alcanzados mediante a correcta limpeza, orde e desinfección das áreas comúns, a sala de vendas e os postos, sempre cumprindo a normativa sanitaria vixente.
Responsabilidade dos operadores	Os operadores do mercado son responsables de abastecer o mercado de alimentos seguros e garantir que, en todas as etapas (producción, transformación, distribución), se compren as normativas de hixiene alimentaria.
Hixiene alimentaria	A hixiene alimentaria abarca todas as prácticas necesarias para garantir a seguridade e salubridade dos produtos alimenticios, desde a preparación, transformación, envasado, almacenamento, transporte, distribución, manipulación, venda e subministración.
Plan de limpeza e desinfección	O Plan debe describir as operacións a realizar en materia de limpeza e desinfección de forma regular e sistemática. Inclúe: • Zonas e dependencias: Definición das áreas específicas que deben ser obxecto de limpeza e desinfección (salas de vendas, aseos, postos, zonas comúns, etc.) • Descrición de espazos, instalacións e equipos: Inclúe unha lista detallada de todas as instalacións e equipos que deben ser limpos e desinfectados. • Periodicidade ou frecuencia das operacións: Determina con que frecuencia se debe realizar cada tarefa de limpeza e desinfección, así como os horarios establecidos para a súa realización. • Periodicidade ou frecuencia das operacións: Determina con que frecuencia se debe realizar cada tarefa de limpeza e desinfección, así como os horarios establecidos para a súa realización. • Responsables de cada operación: Especifica as persoas ou equipos encargados de realizar as tarefas de limpeza e desinfección. • Sistemas de limpeza e desinfección: Detalle dos métodos e produtos que se utilizarán para a limpeza e desinfección das instalacións do mercado.
Sistema de control de incidencias	Establece un sistema para garantir que as tarefas de limpeza e desinfección se realicen correctamente. Este sistema debe permitir a detección e corrección de deficiencias. Inclúe a definición das inspeccións necesarias, a frecuencia e os responsables asignados. Se se detecta unha incidencia, debe haber un prazo máximo para a súa resolución.
Cumprimento normativo	Todas as accións de limpeza, desinfección e hixiene deben realizarse en cumprimento da normativa vixente sobre seguridade alimentaria e saúde pública, aplicable aos mercados de abastos e establecementos de venda de produtos alimenticios.
Rexistro de tarefas realizadas	É recomendable manter constancia escrita das operacións realizadas para poder comprobar o cumprimento da planificación, revisar frecuencias e avaliar se son axeitadas ás necesidades do mercado.

14. IMAXE CORPORATIVA

Concepto	Descrición e Boas Prácticas
Imaxe corporativa	O mercado municipal de excelencia debe contar cunha imaxe corporativa que lle dea personalidade propia e actúe como un signo de identidade que permaneza na mente do consumidor. Esta imaxe será un dos principais elementos de venda, transmitindo unha imaxe conxunta do mercado, independentemente dos postos e servizos unitarios.
Uso da imaxe corporativa	A imaxe corporativa será utilizada en varios aspectos do mercado para garantir unha identidade unificada e coherente.
Elementos do mercado	A imaxe corporativa debe estar presente en: • Rotulación • Carteis • Sinalización exterior e interior • Uniformidade dos comerciantes
Materiais de venda do mercado	A imaxe corporativa tamén se aplicará en materiais de venda, como: • Bolsas • Papel de envolver • Envases • Outros elementos de acompañamento dos produtos vendidos nos postos
Accións de comunicación	A imaxe corporativa será parte das accións de comunicación, tales como: • Publicidade • Accións de fidelización de clientes • Actividades

15. SERVIZO AO CLIENTE

Categoría	Descrición e Boas Prácticas
Competencia e calidade do servizo	Os mercados municipais deben competir coas fórmulas comerciais a través da calidade do servizo, diferenciándose pola proximidade, o coñecemento do produto e do cliente, e a oferta adaptada ás súas necesidades. A satisfacción e fidelización do cliente son fundamentais.
Avaliación do servizo ao cliente	O mercado debe avaliar o desempeño respecto ao servizo ao cliente a través dunha oferta comercial que cubra as necesidades de alimentación fresca e dinamice a vida social con actividades participativas e socioculturais. Pódense empregar enquisas de satisfacción, caixas de suxestións ou ferramentas dixitais de avaliación continua para mellorar a experiencia.
Comodidade e confort	O mercado debe ofrecer servizos e instalacións que garanten a comodidade do cliente, como aparcadoiro, carros/cestas de compra, consigna, servizo de consigna frigorífica, quendas automáticas e atención áxil, entre outros. Tamén é recomendable contar con espazos cubertos e climatizados, bancos de descanso e accesos adaptados para persoas con mobilidade reducida.
Oferta comercial	O mercado debe abastecer de produtos frescos, pero tamén diversificar a súa oferta con produtos e servizos complementarios, tales como: • Produtos especializados: produtos como comidas preparadas, tenda de viños, produtos ecolóxicos, produtos gourmet, etc. • Produtos e bens de consumo cotián: alimentación seca, quiosco, etc. • Produtos e servizos non alimentarios: servizos como arranxos de roupa, peiteado, etc.
Comodidade e confort (servizos)	Aparcadoiro para clientes, co número adecuado de prazas. Carros e cestas , con opción de carros para persoas con discapacidade. Consigna para obxectos persoais ou frigorífica para produtos que requiren frío.
Sistemas de quendas	Sistema automático de asignación de quenda que mellora a atención ao cliente e a orde, ofrecendo un enfoque moderno e de calidade.
Transformación do produto	Adaptarse a tendencias de consumo como a presentación elaborada de produtos, cortados ou envasados ao baleiro, e produtos semipreparados.
Cociñado de produtos	Ofrecer servizo de cociñado de produtos, especialmente produtos do mar, para diferenciación e valor engadido.
Medios de pagamento	Posibilidade de pagamento con tarxeta bancaria ou dispositivos móbiles, adaptándose ás novas tecnoloxías e mellorando a comodidade do cliente.
Información sobre a oferta comercial	Ofrecer información detallada sobre produtos e servizos, como: folletos, carteis, pantallas informativas, etc., e contar cunha páxina web que facilite a localización dos produtos e servizos do mercado.

Categoría	Descrición e Boas Prácticas
Servizo de compra en liña	Implementar un servizo de compra por Internet a través dunha páxina web con opción de cesta de compra, asegurando a seguridade nas transaccións.
Entrega a domicilio	Servizo de entrega a domicilio con diferentes modalidades (compra en liña ou directa), establecendo tarifas, cobertura xeográfica e horarios de entrega.
Persoal Maker	Servizo de persoal especializado que axuda aos clientes a escoller os mellores produtos de forma presencial ou a través de medios de compra a distancia (web ou teléfono).
Servizos de restauración	Servizos de restauración no mercado que ofrecen espazos de ocio, descanso e degustación de produtos, creando novas experiencias para os visitantes.
Servizos para nenos	Posibilidade de servizo de gardaría ou xogos infantís, así como salas de lactación e cambiador de cueiros, para facilitar a compra aos pais mentres coidan dos seus fillos.

16. ACCIÓNS DE FIDELIZACIÓN CO CLIENTE

Acción Comercial ou Promocional	Descrición	Obxectivo Principal
Descontos e ofertas de produtos	Ofrecer descontos directos en produtos ou en determinadas categorías.	Atraer compradores e incrementar a venda a través do prezo.
Vales descontos para próximas compras	Proporcionar vales que os clientes poden usar na súa próxima compra, incentivando a repetición da compra.	Fomentar a fidelización e a repetición das compras.
Dous por un / tres por dous	Ofrecer o segundo ou terceiro produto de forma gratuíta ou a un prezo reducido ao comprar un primeiro.	Incrementar as vendas e atraer clientes interesados en ofertas.
Participación nun sorteo por cada x euros de compra	Realizar sorteos aos que os clientes poidan acceder tras realizar compras por un valor determinado.	Crear incentivos e atraer novos compradores.
Puntos por cada X euros de compra	Asignar puntos que os clientes poden acumular para conseguir beneficios, como descontos ou produtos gratuítos.	Reforzar a fidelización e animar ao consumo frecuente.
Regalos directos pola compra dun produto	Ofrecer pequenos agasallos ou produtos adicionais ao realizar unha compra.	Incentivar a compra e aumentar o valor medio das transaccións.
Descontos por usar tarxetas de fidelización ou pagamento	Ofrecer descontos especiais aos clientes que paguen coa tarxeta de fidelización do mercado.	Fomentar o uso de tarxetas propias e reforzar a relación co cliente.

Fases do Desenvolvemento dunha Campaña Promocional

Fase	Descrición	Accións Clave
Planificación da campaña	Definir os obxectivos, o público, os recursos dispoñibles e o produto a promocionar.	Establecer accións a realizar e recursos necesarios.
Elección dos medios de comunicación	Determinar os canais e soportes para comunicar a campaña: folletos, radio, pantallas no mercado, etc.	Escoller medios adecuados e garantir a difusión da campaña.
Lanzamento da campaña	Asegurar a correcta execución da campaña e coordinar entre os provedores e comerciantes.	Garantir que non haxa descontinuidade na oferta e que os produtos estean dispoñibles.
Seguimento e medición da campaña	Controlar e medir a efectividade da campaña, resolver problemas e avaliar os resultados en termos de afluencia e vendas.	Medir a repercusión e axustar a campaña segundo os resultados.

Boas Prácticas para Captar Novos Clientes

Acción	Descrición	Obxectivo
Colaboración con entidades ou administracións	Ofrecer descontos ou accións promocionais a colectivos menos presentes no mercado, como estudantes ou mozos menores de 30 anos.	Atraer públicos novos e diversificar a clientela.
Tarxetas regalo ou de pago previo	Crear tarxetas para que os clientes podan pagar por adiantado ou regalar ás persoas, incentivando as compras no mercado.	Fomentar a compra anticipada e atraer novos consumidores.
Outras iniciativas dinamizadoras	Accións complementarias (gastronómicas, culturais ou sociais) que impliquen á comunidade arredor do mercado.	Facer do mercado un espazo vivo e atractivo para novos públicos.

17. VALOR ENGADIDO

O mercado excelente debe interactuar co ámbito no que se encadra ofrecendo un valor engadido: o compromiso coa sociedade. Máis alá da venda de produtos ou a prestación de servizos, o mercado debe representar uns valores que complementen a súa actividade e que permitan ao cliente identificarse coa esencia do mercado.

Trátase de reflectir un modo de vida próximo, achegado ao cidadán e preocupado polos problemas que lles afectan. Para iso, cada mercado debe conformar o seu ADN e identificar os seus propios compromisos, entre eles:

Compromiso	Descrición	Accións
Compromiso co medio	O mercado amosa o seu respecto polo medioambiente, reducindo plásticos, apostando polo produto ecolóxico e comercio xusto.	• Política de redución de plásticos e envasados. • Fomento do produto ecolóxico. • Apoio ao comercio xusto.
Compromiso co produto local	O mercado actúa como escaparate do produto local, con conexión directa cos produtores da bisbarra.	• Ofrecer produtos locais. • Resaltar a calidade e orixe local dos produtos.
Compromiso social	Apoiar iniciativas solidarias e preocuparse polos colectivos vulnerables.	• Campañas de recollida de alimentos. • Actividades solidarias para colectivos desfavorecidos.
Consumo responsable	Fomentar o consumo responsable e reducir a perda de alimentos.	• Campañas de concienciación sobre a alimentación responsable. • Promover a xestión eficiente dos alimentos.
Emprendemento	Dar apoio aos emprendedores, permitindo a exposición dos seus produtos nun espazo privilexiado.	• Espazos para emprendedores locais. • Ofrecer oportunidades para probar novos produtos ou servizos.
Educativo	Promover unha dimensión educativa para os máis pequenos sobre hábitos de consumo saudables.	• Talleres educativos sobre alimentación sa. • Visitas de centros educativos para sensibilizar sobre a dieta equilibrada.
Vida saudable	Ofrecer produtos frescos e saudables e promover actividades deportivas relacionadas co mercado.	• Actividades deportivas vinculadas ao mercado. • Fomento do estilo de vida saudable a través dos produtos ofrecidos.

Oferta Sociocultural		
Tipo de Actividade	Descrición	Accións
Talleres gastronómicos e nutricionais	Actividades que ensinan técnicas de cociña saudable e nutrición adecuada.	• Talleres de cociña saudable. • Talleres sobre nutrición equilibrada.
Promoción de produtos autóctonos	Difusión e fomento de produtos locais e autóctonos.	• Organizar feiras de produtos autóctonos. • Promover os beneficios dos produtos locais.
Divulgación de produtos frescos do mercado	Fomentar o consumo de produtos frescos, resaltando as súas vantaxes para a saúde.	• Campañas sobre os beneficios dos produtos frescos. • Degustacións no mercado.
Comercio solidario e xusto	Apoio a sectores desfavorecidos e promoción do comercio responsable.	• Feiras solidarias. • Promoción de produtos de comercio xusto. • Actividades de sensibilización.
Actividades culturais	Accións que integren o mercado na vida cultural e comunitaria.	• Concertos en directo. • Presentacións de libros e conferencias. • Exposicións temporais.
Visitas educativas	Actividades dirixidas a escolares ou colectivos para fomentar hábitos saudables.	• Visitas escolares. • Charlas educativas sobre nutrición. • Obradoiros lúdicos.
Actividades para infancia e mocidade	Programación específica para nenos/as e mozos/as con actividades lúdicas e creativas.	• Contacontos, xogos, obradoiros temáticos, accións xuvenís.
Actividades deportivas	Fomentar a práctica de deporte no entorno do mercado.	• Colaboración con clubs locais. • Actividades ao aire libre.
Actividades temáticas	Eventos vencellados a datas sinaladas ou causas sociais para dinamizar o mercado.	• Celebracións polo Día da Muller, Nadal, Medio Ambiente, etc.
Espazos de reunión para colectivos	Crear espazos de encontro para persoas con intereses comúns.	• Ceder espazos a grupos locais. • Fomentar un ambiente sociable no mercado.

18. MELLORA CONTINUA

Un mercado excelente e de calidade só pode obterse mediante un proceso de mellora continua en todos os aspectos: servizos e produtos ofrecidos, capacidade do persoal, eficiencia dos recursos, relacións co cliente, entre os membros do mercado, coa sociedade e todos aqueles aspectos que poidan mellorarse na devandita organización e que se traduza nunha mellora da calidade do produto ou servizo que presta o mercado municipal.

Aspecto	Descrición	Accións
Mellora continua	Un proceso de mellora constante que afecta a todos os aspectos do mercado (servizos, produtos, persoal, recursos, relacións co cliente, etc.).	• Implantar un sistema de mellora continua para avaliar todos os aspectos do mercado. • Fomentar a participación activa de todo o persoal no proceso de mellora.
Filosofía de xestión	A filosofía de xestión debe estar orientada ao seguimento, a medición e a análise dos datos, con foco na satisfacción dos grupos de interese.	• Análise e seguimento continuo de datos. • Realizar auditorías internas e externas. • Aplicar ferramentas de medición e análise.
Satisfacción dos grupos de interese	Cofecer o nivel de satisfacción dos grupos de interese (clientes, persoal, provedores) é fundamental para mellorar os servizos e produtos.	• Implantar un sistema de avaliación da satisfacción. • Xestionar queixas, suxestións e reclamacións para mellorar os servizos.
Sistema de avaliación da satisfacción	Avaliar a percepción sobre o mercado para identificar puntos fortes e áreas de mellora.	Fases do sistema de avaliación: • Definir obxectivos: Que avaliar (servizos, programas, etc.), cal é o obxectivo da análise (mellora por áreas, actitudes, etc.), e a quen vai dirixida (clientes, comerciantes, persoal, etc.). • Escoller metodoloxía: Enquisas, entrevistas presenciais, cuestionarios telemáticos. • Periodicidade: Establecer a frecuencia de avaliación (por exemplo, anual ou semestral). • Recollida de mostras e análise de datos.

Aspecto	Descrición	Accións
Sistema de xestión de queixas, suxestións e reclamacións	Ferramenta para coñecer a opinión dos usuarios e mellorar os servizos ao cliente.	Elementos principais: • Medio para presentar queixas (oficina, caixa de correo, páxina web). • Formularios explicativos para queixas e suxestións. • Definir prazos de admisión e resposta. • Seguimento das queixas e suxestións, con informes periódicos sobre a xestión das mesmas. • Indicadores para medir a evolución das queixas ao longo do tempo.
Caixa de correos de suxestións	Un medio para recoller suxestións de mellora, co fin de optimizar a xestión e os servizos.	• Crear unha caixa de correos de suxestións física ou dixital. • Realizar informes sobre as suxestións recibidas e as accións tomadas.

A implementación destes sistemas contribúe á excelencia do mercado municipal, fomentando unha cultura organizativa aberta á innovación, á escoita activa e á mellora constante.

Anexo III

Anexo III. Proposta-exemplo PCAP

A continuación expone un exemplo de PCAP de aplicación cun sistema de puntuación heteroxéneo.

EXEMPLO PCAP APLICACIÓN SISTEMA DE PUNTUACIÓN.

PREGO DE CLÁUSULAS ADMINISTRATIVAS QUE REXERÁ A CONCESIÓN DE USO PRIVATIVO DOS POSTOS NA PRAZA DE ABASTOS DE MOAÑA, POR PROCEDIMENTO ABERTO

1. OBXECTO DO CONTRATO

O presente prego ten por obxecto regular as condicións, procedemento e forma de adxudicación por licitación pública da concesión demanial para o uso privativo de xxxx⁵ postos na praza de abastos do Concello de Moaña que se indican neste prego.

A praza de abastos de Moaña configúrase como un ben de dominio público municipal, destinado ó servizo público de abastecemento ou venda de produtos, prioritariamente alimentarios.

Os postos da praza, instalacións auxiliares e complementarias e cantos outros elementos integren ou formen parte da praza de abastos son propiedade do Concello, e pola súa condición de bens de dominio público afectos a un servizo público son inalienables, inembargables e imprescritibles, non podendo tampouco ser obxecto de arrendamento, nin cesión de uso sen autorización, debendo os usuarios e titulares de licenza neles situados, respectar as instalacións e velar pola súa conservación.

As fichas de cada posto e o seu emprazamento recóllense no anexo correspondente a este prego de cláusulas administrativas.

2. NECESIDADES A SATISFACER

A concesión comprende o desenvolvemento da actividade comercial na praza de abastos de Moaña respecto dos postos obxecto de licitación.

Este desenvolvemento comporta establecer unha actividade económica e abastecer á poboación de produtos de proximidade e gastronomía, coas seguintes finalidades, entre outras: asegurar o abastecemento de artigos de primeira necesidade e favorecer a súa competencia en prezos de competencia e calidade.

⁵ Imputar o número de postos correspondentes.

3. DESTINO DO BEN E PRESTACIÓNS A REALIZAR.

Cada un dos postos obxecto de concesión poderá destinarse exclusivamente á venda dos bens especificados para cada un deles, a cuxos efectos os licitadores na súa memoria describirán a actividade a realizar, que será acorde co uso descrito para cada posto no anexo correspondente, e as obras a realizar para acondicionar o posto obxecto de concesión, de ser o caso, nas que deberán respectarse os criterios estéticos e de deseño dos postos que se establecen nas directrices que se atopan tipificadas na correspondente normativa municipal, instrucións municipais ou ben subsidiariamente no presente prego de condicións.

O acondicionamento e equipamento dos postos será a cargo dos adxudicatarios en todo o que non se dispoña neste prego. Durante a vixencia da concesión o ben concesionado seguirá sendo de dominio público.

A explotación dos postos dos mercados de abastos constitúe un uso privativo de bens de dominio público, conforme o disposto no artigo 4 do Regulamento de Bens das Entidades Locais. A ocupación en concreto de cada posto está suxeita a concesión administrativa, que se outorgará garantindo o respecto aos principios de igualdade, publicidade e concorrência.

As concesións administrativas comportan que os concesionarios asuman a xestión e explotación dos postos de venda baixo o seu propio risco, e que aporten os medios persoais, materiais e técnicos necesarios así coma a realización das obras necesarias para adecuar os locais.

A persoa titular da concesión dispón dun dereito real sobre as obras, construcións e instalacións fixas que constrúa para o exercicio da actividade autorizada polo título da concesión. Ese título outorga ao seu titular, durante o prazo de validez da concesión e dentro dos límites establecidos no prego, os dereitos e obrigacións do propietario.

4. NATUREZA XURÍDICA E RÉXIME XURÍDICO.

O negocio xurídico que se perfeccionará será unha concesión administrativa do uso privativo de ben de dominio público, de conformidade co establecido na seguinte normativa:

- Lei 33/2003 de 3 de novembro, do Patrimonio das Administracións Públicas (L.P.A.P.) (preceptos correspondentes da LPAP, que a súa Disposición Final declara básicos)*
- Real Decreto 1373/2009, de 28 de agosto, polo que se aproba o Regulamento Xeral da Lei 33/2003, de 3 de novembro, do Patrimonio das Administracións Públicas.*
- Lei 7/1985 de 2 de abril, reguladora das Bases de Réxime Local (L.B.R.L.).*
- Real Decreto Lexislativo 781/1986, de 18 de abril, polo que se aproba o Texto Refundido das disposicións legais vixentes en materia de Réxime Local.*
- Lei 5/1997 de Administración Local de Galicia.*
- Real Decreto 1372/1986, de 13 de xuño, polo que se aproba o Regulamento de Bens das Entidades Locais. -Regulamento de Servizos das Corporacións Locais de 17 de xuño de 1955, en todo o que non se opoña á lexislación de réxime local e a Lei de Contratos do Sector Público.*

- *A Disposición Adicional Segunda da Lei 9/2017, de 8 de novembro, de Contratos do Sector Público, en canto á competencia para outorgar concesións sobre bens da Corporación municipal.*
- *Real Decreto Lexislativo 2/2004, de 5 de marzo, polo que se aproba o texto refundido da Lei Reguladora das Facendas Locais.*
- *Ordenanza ou regulamento municipal do Concello de Moaña que se atope en vigor no momento de formalización do contrato.*
- *A Ordenanza fiscal do Concello de Moaña respectiva á praza de abastos*
- *Aqueles disposicións de Dereito Público ou privado sexa de directa ou supletoria aplicación.*

En canto aos seus efectos e extinción rexeráse polas Normas de Dereito privado.

A relación normativa antes citada non se establece baixo o principio de norma aplicable preferentemente fronte ás demais, de contrario a aplicación preferente de calquera delas fronte ás demais réxense polos principios xerais de aplicación das normas.

Todas elas, sen prexuízo do establecido no presente Prego de condicións, que constitúe lei do contrato e forma parte integramente do mesmo. As referencias efectuadas no prego a normativa específica, calquera que sexa o seu rango, entenderanse automaticamente substituídas polas que resulten de aplicación, no momento en que sexan derogadas ou modificadas.

A concesión administrativa a perfeccionar, de conformidade co establecido en o artigo 9.1 da Lei 9/2017 de Contratos do Sector Público (LCSP), constitúe un negocio xurídico excluído do ámbito da devandita lei, ao tratarse dunha concesión sobre un ben de dominio público, que se regula pola súa lexislación específica, salvo nos casos en que expresamente se declaren de aplicación as prescricións da LCSP.

O presente Prego de Cláusulas Administrativas Particulares e os seus Anexos, así coma tódolos documentos adxuntos revestirán carácter contractual.

En caso de discordancia entre o presente prego e calquera do resto dos documentos contractuais, prevalecerá o Prego de Cláusulas Administrativas Particulares, no que se conteñen os dereitos e obrigas que asumirán as partes do contrato.

O descoñecemento do contrato en calquera dos seus termos, dos documentos anexos que forman parte do mesmo, ou das instrucións, pregos ou normas de toda índole aprobadas pola Administración, que poidan ser de aplicación na execución do contrato non eximirán ao concesionario da obriga do seu cumprimento.

En todo caso, a concesión outórgase a salvo do dereito de propiedade e sen prexuízo de terceiros. Os concesionarios sométense expresamente á devandita normativa

5. ÓRGANO COMPETENTE PARA O OUTORGAMENTO DA CONCESIÓN

O órgano de contratación, que actúa en nome do Concello de Moaña, é a Xunta de Goberno Local⁶, por delegación da Alcaldía das súas competencias a través de resolución de data xxxxxxxxxx⁷, e conforme ós artigos 61 e a disposición adicional segunda da LCSP.

A Xunta de Goberno ten a facultade de outorgar a concesión e, en consecuencia, ostenta as prerrogativas de interpretala, resolver as dúbidas que ofrezca a súa execución, modificala e acordar a súa resolución con suxeición á normativa aplicable. Os acordos que a este respecto dite serán executivos, sen prexuízo do dereito da persoa concesionaria á súa impugnación ante a xurisdición competente.

A competencia da Xunta de Goberno comprende, entre outras, as facultades tipificadas na correspondente ordenanza non fiscal.

A competencia da Alcaldía-Presidencia comprende, entre outras, as facultades tipificadas na correspondente ordenanza non fiscal.

A competencia da Corporación Municipal comprende, entre outras, as facultades tipificadas na correspondente ordenanza non fiscal.

6. PRAZO DA CONCESIÓN.

O prazo da concesión será de QUINCE ANOS (15) a partir da data de formalización escrita do documento concesional, que se producirá nun tempo máximo de quince días a contar desde a data da adxudicación.

7. POSTOS OBXECTO DE OCUPACIÓN:

A relación de postos obxecto de ocupación é a seguinte:

UN. Posto sito na sección número 1, codificado como posto número 001

DOUS. Posto sito na sección número 1, codificado como posto número 004

TRES. Posto sito na sección número , codificado como posto número 016⁸

As disposicións contidas na correspondente ordenanza reguladora do Concello de Moaña, co correspondente estado en vigor, son de aplicación a tódalas persoas que desempeñen actividades comerciais dentro do recinto da praza de abastos.

O descoñecemento do contido da ordenanza en calquera dos seus termos ou prescricións establecidas polo Concello ou instrucións e normas de toda índole que poidan ter aplicación na execución do contrato non eximirá ao concesionario da obriga do seu cumprimento.

A maiores, co fin de manter unha determinada uniformidade e unhas medidas hixiénico sanitarias adecuadas, os adxudicatarios deberán respectar os criterios estéticos e o deseño dos postos de venda do mercado fixados na normativa municipal, nas correspondentes instrucións municipais que se deran, ou ben nas incorporadas no correspondente anexo do presente prego.

⁶ Ou, de ser o caso, directamente a Alcaldía-Presidencia ou Pleno da Corporación segundo o caso.

⁷ Imputar número de resolución da Alcaldía, de ser o caso.

⁸ E correspondente numeración correlativa.

CANON CONCESIONAL E FORMA DE PAGO.

O prezo do contrato está constituído polo canon. Establécese un tipo mínimo de canon 250.00 euros por metro cadrado do posto⁹, segundo a tipificación da correspondente ordenanza fiscal de aplicación.

O tipo mínimo de licitación poderá ser mellorado á alza polos licitadores. A súa fixación definitiva se realizará polas ofertas dos licitadores conforme aos criterios de valoración de ofertas que se regulan na cláusula nº 13 destes pregos.

A presentación de calquera oferta por prezo inferior ao tipo de licitación nas licitacións á alza (como é o caso da presente) suporá o rexeitamento automático da proposición ou oferta. Non obstante, a persoa concesionaria deberá cumprir tamén co sinalado na Ordenanza Fiscal reguladora.

Correrán por conta da persoa adxudicataria os tributos relativos ao exercicio de cada actividade, os que graven a constitución desta concesión, así como as sucesivas transmisións, os de formalización pública do título de adxudicación, de ser o caso, gravame e demais derivados da propia concesión.

Pagamento e esixibilidade do pago do Canon: O Canon polo que se adxudique cada posto devindicarase anualmente o primeiro día de cada ano de duración da concesión no importe de 1/15 por cada ano. O pago do canon anual poderá fraccionarse en doce pagos mensuais de igual contía. En caso de non solicitarse o fraccionamento, se deberá xustificar o seu pago no primeiro mes de cada anualidade da concesión. O canon será esixible durante o tempo que dure a concesión. En caso de non pagamento poderá seguirse o procedemento administrativo de prema para a súa cobranza.¹⁰

8. RESPONSABLE DO CONTRATO .

A supervisión, coordinación, comprobación e vixilancia da correcta realización do contrato será exercida pola propia entidade local a través da figura do Responsable do contrato. As funcións do responsable do contrato serán exercidas polo persoal municipal designado ou ben a través de xestión indirecta.

Debido que se trata dunha contratación a quince anos, a figura do responsable do contrato pode ser obxecto de modificación, xa sexa na súa designación coma no contido das súas funcións.

Serán funcións do Responsable do contrato:

- A responsabilidade da xestión da promoción e dinamización comercial
- A relación cos concesionarios e coa agrupación de concesionarios.
- As actuacións de mellora en xeral da marca e do espazo do Mercado.

⁹ Segundo o canon correspondente.

¹⁰ Segundo o tipificado na ordenanza fiscal reguladora e o interese municipal.

- *A vixilancia do estrito cumprimento dentro do mercado das disposicións contidas na ordenanza reguladora da praza de abastos de Moaña, así como dos acordos municipais ou disposicións concretas da autoridade municipal.*
- *Informar á Xunta de Goberno a través da Alcaldía ou no seu caso, Concelleiro/a delegado/a, de cantas incidencias ocorran no mercado.*
- *Atender as queixas e reclamacións do público e dos/as titulares e vendedores/as dos postos, resolvéndooas ou transmitíndoas en cada caso a quen corresponda.*
- *Informar ao Concello do funcionamento do mercado e propoñer toda clase de medidas para a súa mellora.*
- *Coidar a boa orde e a conservación e limpeza do edificio do mercado e das súas dependencias, dando conta das deficiencias que se observen.*
- *Vixiar a representación da autoridade municipal no mercado, coidando da recíproca comunicación entre os/as titulares dos postos e o Concello, notificando as comunicacións deste a aqueles/as, e emitindo informes sobre todo o que de relevancia ocorra no mercado.*
- *Adoptar as decisións e ditar as instrucións necesarias co fin de asegurar a correcta realización da prestación pactada.*
- *Esixir a existencia de medios necesaria para levar a cabo adecuadamente a realización da prestación pactada.*
- *Dar as ordes oportunas para correcta execución da prestación en termos de calidade e tempo.*
- *Formular informes bimensuais da execución do contrato.*
- *Calquera outra das establecidas no presente Prego.*

9. GARANTÍA DEFINITIVA.

O licitador que presente a mellor oferta deberá constituír a disposición do órgano de contratación unha garantía definitiva en contía equivalente ao 5% do prezo de licitación que haxa de satisfacerse polo posto.

A garantía definitiva constituirase de conformidade co preceptuado no Capítulo I do Título IV do Libro I da LCSP e en calquera das formas que se establecen no artigo 108.1 LCSP, excepto retención no prezo.

10. PROCEDEMENTO E FORMA DE ADXUDICACIÓN.

O outorgamento da concesión efectuarase en réxime de concorrencia en aplicación do disposto no artigo 93 da Lei 33/2003, de 3 de novembro, de Patrimonio das Administracións Públicas, e o procedemento a seguir será o determinado polo artigo 96 do mesmo texto legal mediante a valoración de varios criterios de adxudicación e no que calquera interesado que cumpra as condición esixidas neste prego poderá presentar unha oferta.

No suposto de que, aplicando os criterios de valoración, dúas ou máis ofertas empaten na maior puntuación, procederase a efectuar o sorteo para adxudicar a praza.

Casos nos que procede a adxudicación directa.

Para o caso de quedar deserta a licitación no procedemento aberto, a adxudicación dos postos poderá ser obxecto de adxudicación directa se no prazo de seis meses dende a licitación se presenta unha solicitude do posto que cumpra os mínimos da licitación establecidos nestes pregos, nas mesmas condicións anunciadas previamente, e sen que o prazo da concesión poida exceder da data de finalización establecida.

O procedemento para o outorgamento directo iniciárase pola Administración mediante anuncio de apertura de prazo para a presentación de ofertas para cobertura das vacantes na sede electrónica do Concello (que deben reunir os requisitos previstos no presente prego).

As persoas interesadas disporán dese prazo para presentar a súa solicitude no rexistro electrónico do Concello, facendo constar o número de posto vacante e axuntando a documentación que se establece nos presentes pregos e modelo de proposición económica.

No caso de que se presente máis dunha solicitude por vacante, optarase pola oferta que presente mellor relación calidade-prezo, de acordo cos criterios de adxudicación.

Neste caso poderán presentarse tantas ofertas como postos vacantes por calquera licitador, debendo indicar a orde de preferencia dos postos aos que licitan, xa que en ningún caso se van adxudicar máis de dous postos a un mesmo titular.

Cada licitador non poderá presentar máis dunha proposición para cada posto, nin subscribir ningunha proposta en unión temporal con outros, se o fixo individualmente, ou figurar en máis dunha unión temporal. A infracción destas normas dará lugar á non admisión de todas as proposicións por el subscritas.

A práctica das notificación e comunicacións realizarase por medios electrónicos, ben por medio da súa publicación no perfil do contratante, ben por medio de notificación electrónica nos termos recollidos na Disposición Adicional Décimo Quinta da LCSP.

A adxudicación da concesión dos postos nos mercados de abastos non implica autorización para o exercicio do comercio.

11. CONDICIÓNS DOS LICITADORES.

Poderán ser titulares dos postos, as persoas naturais ou xurídicas de nacionalidade española, dun outro país da Unión Europea ou dun terceiro país con permiso de residencia e traballo, sempre que teñan plena capacidade xurídica ou de obrar e non estean incursas nalgunha das prohibicións de contratar sinaladas no artigo 71 da Lei 9/2017 de Contratos do Sector Público.

O máximo de postos dos que poderá ser titular de forma simultánea unha mesma persoa concesionaria será dun posto¹¹, salvo no suposto sinalado na cláusula anterior de adxudicación directa; nese caso o número de postos máximos por titular é de dots.

En todo caso, ningún vendedor/a, por si ou a través do seu cónxuxe e fillos, disporá de máis dun posto dedicados á venda do mesmo artigo.

As persoas xurídicas só poderán ser adxudicatarias de postos de venda se o comercio ou a actividade de servizos está comprendida dentro dos fins, obxecto ou ámbito de actividade que, a teor dos seus propios estatutos ou regras fundacionais, lles sexan propios.

As persoas titulares, ademais, deberán reunir os requisitos esixidos na ordenanza municipal que estea en vigor e outros que, segundo a normativa da actividade comercial ou de servizos fosen de aplicación.

A capacidade de obrar, acreditarase:

- a) En canto a persoas físicas, mediante a fotocopia compulsada do documento nacional de identidade.
- b) En canto a persoas xurídicas, mediante a tarxeta do CIF e a escritura ou documento de constitución, os estatutos ou o acta fundacional, nos que consten as normas polas que se regule a súa actividade, debidamente inscritos, no seu caso, no rexistro público que corresponda.

A acreditación da non concorrencia de prohibición de contratar, poderá realizarse por declaración responsable (anexo)

Solvencia económica e financeira.

De conformidade co disposto no artigo 11.5 do R.D. 1098/2001, de 12 de outubro, Regulamento Xeral da Lei de Contratos das Administracións Públicas, o licitador que resulte proposto para a adxudicación estará exento de acreditar a solvencia económica e financeira.

Solvencia técnica e profesional.

A solvencia técnica e profesional se acreditará da seguinte maneira:

- Considerando que na posta en funcionamento da praza trátase de conxugar a experiencia e os novos emprendedores; é requisito para licitar aos postos que se acredite unha experiencia de tres anos¹² de forma continuada¹³ na actividade a que optan (solvencia xa sexa en mercados e prazas de abastos ou coma titular da actividade a que opta no sector privado), con anterioridade á data de solicitude de posto.
- A efectos de determinar a correspondencia entre os traballos acreditados e os que constitúen o obxecto da concesión acreditaranse:
 - Certificado histórico resumo de estar dado de alta no Imposto de Actividades Económicas no período determinado neste prego de cláusulas.

¹¹ Un, ou mais postos segundo o interese da entidade local.

¹² Ou ben o número de anos que determine e valore a entidade local.

¹³ De forma continúa ou descontinúa, segundo determine a entidade local.

- *Noutros supostos, sempre que non estean suxeitos a estar dado de alta no Imposto de Actividades Económicas, documento oficial emitido por unha Administración Pública que acredite a solvencia técnica requirida neste prego.*

12. PRESENTACIÓN DE PROPOSICIÓNS.

Presentación Electrónica.

A presente licitación ten carácter electrónico.

A documentación e proposicións que presenten as persoas licitadoras deberá presentarse única e exclusivamente de forma electrónica, a través da Plataforma de Contratación do Sector Público, no enderezo electrónico, e conforme os requisitos técnicos establecidos na citada plataforma.

En consecuencia non poderán presentarse en formato papel.

Se algunha das persoas interesadas presenta a súa solicitude presencialmente, será requirida para que a emende a través da súa presentación electrónica. Para estes efectos, considerarase como data de presentación da solicitude aquela en que fose realizada a emenda. A utilización destes servizos supón:

- *A preparación e presentación de ofertas de forma telemática polo licitador.*
- *A custodia electrónica de ofertas polo sistema.*
- *A apertura e avaliación da documentación a través da plataforma.*

No caso de que calquera dos documentos dunha oferta non poida visualizarse correctamente, permitirase que no prazo máximo de 24 horas dende que se notifique dita circunstancia, a persoa licitadora presente en formato electrónico o documento incluído no ficheiro erróneo.

O documento presentado posteriormente non poderá ter ningunha modificación respecto ao orixinal incluído na oferta.

Se o órgano de contratación comproba que o documento foi modificado, a oferta será excluída.

No caso de producirse algunha discrepancia entre os datos incorporados manualmente na plataforma de contratación do Sector Público e os que se recollan en calquera documento anexo, teranse en conta os datos incorporados no documento anexo se está asinado electronicamente polo licitador ou representante do mesmo. Noutro caso, os datos que serán tidos en conta pola Mesa e o órgano de contratación serán os incorporados manualmente na Plataforma de Contratación.

Os documentos electrónicos deberán ser presentados en formato PDF. Toda a documentación das proposicións ou solicitudes presentadas deberá vir redactada en galego ou en castelán.

A documentación redactada noutra lingua deberá acompañarse da correspondente tradución oficial ó galego ou castelán.

PRAZO DE PRESENTACIÓN DE OFERTAS.

As proposicións, xunto coa documentación preceptiva se presentará, dentro do prazo de QUINCE DÍAS NATURAIS contados a partir do día seguinte ao de publicación do anuncio de licitación no Perfil de contratante, exclusivamente de forma electrónica a través da ferramenta de preparación e presentación de ofertas que a Plataforma de Contratación do Sector Público pon a disposición de candidatos e entidades licitadoras para tal fin.

Por este motivo, para participar nesta licitación, é importante que os licitadores interesados se rexistren, no caso de que non o estean, na Plataforma de Contratación do Sector Público.

A oferta electrónica e calquera outro documento que a acompañe deberán estar asinados electrónicamente por algún dos sistemas de firma admitidos polo artigo 10 da Lei 39/2015, de 1 de outubro, do Procedemento Administrativo Común das Administracións públicas. Para garantir a confidencialidade do contido dos sobres até o momento da súa apertura, a ferramenta cifrará devanditos sobres/arquivos no envío.

Una vez realizada a presentación, a ferramenta proporcionará á entidade licitadora un xustificante de envío, susceptible de almacenamento e impresión, co selo de tempo.

Información aos licitadores.

Cando sexa preciso solicitar a información adicional ou complementaria a que se refire o artigo 138 da LCSP, a Administración contratante deberá facilitala, polo menos, seis días antes de que finalice o prazo fixado para a presentación de ofertas, sempre que dita petición preséntese cunha antelación mínima de dez días respecto daquela data.

Dita solicitude efectuarase a través do apartado de Preguntas que figurará na licitación publicada na Plataforma de Contratación del Sector Público.

Contido das proposicións

As proposicións para tomar parte na licitación presentaranse en TRES (3) arquivos electrónicos, asinados polo licitador, nos que se fará constar a denominación do arquivo electrónico e a lenda:

«PROPOSICIÓN PARA LICITAR A CONCESIÓN DE USO PRIVATIVO DE POSTO DA PRAZA DE ABASTOS DE MOAÑA.».

A denominación dos sobres é a seguinte:

Arquivo electrónico “A”: Documentación Administrativa.

Arquivo electrónico “B”: Memoria de actividade e obras e relación de equipamentos.

Arquivo electrónico “C”: Oferta económica

Dentro de cada arquivo electrónico, incluíranse os seguintes documentos así como una relación numerada dos mesmos:

Arquivo electrónico «A»: DOCUMENTACIÓN ADMINISTRATIVA.

Unha declaración responsable conforme de non estar incurso na prohibición de contratar (anexo) e que comprenderá expresamente a circunstancia de acharse ao corrente do cumprimento das obrigas tributarias, incluídas as do Concello, e coa Seguridade Social impostas polas disposicións vixentes.

Presentarase conforme ao modelo contemplado no ANEXO.

1. Declaración responsable que se axustará ao modelo que figura no Anexo do presente prego, datada e asinada electrónicamente pola persoa solicitante ou quen legalmente a represente indicando que o/a petionario/a cumpre coas condicións establecidas legalmente para a obtención da concesión, no momento da finalización do prazo de presentación das proposicións, e que non está incurso/a en ningunha prohibición para contratar.

2. En caso de concorrer en UTE, compromiso de constituírse formalmente en Unións de Empresarios en caso de resultar adxudicatarios/as do contrato: No casos de unión de empresarios, cada unha delas deberá presentar a declaración responsable citada no parágrafo anterior e, ademais, presentarán un documento, no que se comprometen a constituír para o caso de resultar adxudicatarias.

Este documento deberá ir asinado polas persoas representantes legais de cada unha en que figure os nomes e circunstancias de quen a constitúan, a participación de cada un e a designación de representante ou persoa apoderada única da unión con poderes bastantes para exercer os dereitos e cumprir as obrigacións que se deriven do contrato ata a extinción do mesmo. Conforme ao epígrafe do ANEXO.

Especialidades a presentar polos/as empresarios/as estranxeiros/as. Ademais da declaración responsable, as empresas estranxeiras, nos casos en que o contrato vaia executarse en España, deberán achegar:

- *As empresas de Estados que non sexan membros da Unión Europea ou signatarios do Acordo sobre o Espazo Económico Europeo deberán achegar: Informe expedido pola Misión Diplomática Permanente ou Oficina Consular de España do lugar do domicilio da empresa, no que se faga constar, previa acreditación pola empresa, que figuran inscritas no Rexistro local profesional, comercial ou análogo ou, na súa falta, que actúan con costume no tráfico local no ámbito das actividades ás que se estende o obxecto do contrato. Informe de reciprocidade a que se refire o artigo 68 LCSP.*
- *O/a licitador/a habitual idade cuxo favor recaia a proposta de adxudicación, deberá acreditar, previamente á adxudicación do contrato, a posesión e validez dos documentos acreditativos dos requisitos esixidos. En todo caso, a mesa de contratación, en orde a garantir o bo fin do procedemento, poderá recadar, en calquera momento anterior á adopción da proposta de adxudicación, que os/as licitadores/as aporten a documentación acreditativa do cumprimento das condicións establecidas para ser adxudicatario/a do contrato. As circunstancias relativas á capacidade, solvencia e ausencia de prohibicións para contratar deberán concorrer*

na data final de presentación das ofertas e subsistir no momento de perfección do contrato.

Arquivo electrónico «B»: MEMORIA DESCRIPTIVA DA ACTIVIDADE E AS OBRAS.

Esta Memoria presentárase en dous subapartados:

Subapartado “A”: Memoria da actividade. Conterá unha memoria de explotación do posto na que o licitador presentará o seu proxecto de actividade do posto de mercado ó que licita.

Nesta memoria poden incluírse aspectos relativos á actividade que se pretende por en marcha, tales como:

- En referencia ao produto, determinar os produtos a vender, se proceden da bisbarra, se son ecolóxicos, de elaboración artesanal, explicando a trazabilidade e os subministradores.
- En referencia ao empaquetado: utilización no empaquetado de materiais biodegradables e bolsas reutilizables.
- En referencia aos servizos: Forma de pago, entrega a domicilio, estar dados de alta no Servizo de Arbitraje de Consumo (SAC), grado de dixitalización do negocio. Neste apartado poden incluírse medidas medioambientais e medidas referentes á prestación do servizo, atendendo aos criterios de valoración establecidos nos pregos de cláusulas administrativas.

Subapartado “B”: Memoria da adecuación do posto: obras a realizar e equipamento. Conterá unha descrición do acondicionamento do posto facendo referencia entre outros aspectos a obras a executar e que materiais se utilizarán nese acondicionamento, así coma tipo de maquinaria atendendo a natureza de actividade a desenvolver, incluíndo a ficha técnica da maquinaria a instalar.

Nesta adecuación do posto de mercado terase que cumprir a normativa de seguridade e saúde e a normativa sanitaria, no que respecta as condicións mínimas das instalacións que se inclúan dentro dos postos (maquinaria, neveiras, frigoríficos) e demais normativa aplicable. Así mesmo, deberán respectarse os criterios estéticos e de deseño dos postos de venda do mercado que figuran no Anexo deste prego (Directrices de Estilo).

O non cumprimento da normativa aplicable comportará a exclusión no procedemento de licitación.

Arquivo electrónico «C» OFERTA ECONÓMICA

Atendendo ao modelo do ANEXO contemplado neste Prego de Cláusulas.

CRITERIOS DE ADXUDICACIÓN.

¹⁴Para a valoración das proposicións e a determinación da mellor oferta atenderase a unha pluralidade de criterios de adxudicación en base á mellor relación calidade-prezo.

¹⁴ Exemplos de criterios de adxudicación baseado en “sostibiidade”, “orixinalidade do servizo”, “criterios en relación ao servizo” e “canon”.

A. Criterios cuxa ponderación dependa dun xuízo de valor (0-40 puntos)

1. Criterios de sustentabilidade, medioambientais e Km0: ata 20 puntos

Neste apartado se valorará:

- *Tipoloxía e porcentaxe de compromiso de utilización de material, tales como bolsas e empaquetado de carácter reutilizable, biodegradable e non contaminantes; este apartado valorarase cunha puntuación máxima de 5 puntos.*
- *Tipoloxía e porcentaxe de inclusión de produtos de produción local, comarcal, ou ecolóxica, explicando a procedencia de ditos produtos, con carta de compromiso con posibles provedores (a trazabilidade dos mesmos); este apartado valorarase cunha puntuación máxima de 10 puntos.*
- *Utilización no acondicionamento (referente a obra) e presentación do posto con materiais sostibles e naturais, así coma da tipoloxía da maquinaria a utilizar (baixo consumo, etc) indicando a tipoloxía dos mesmos; este apartado cunha puntuación máxima de 5 puntos.*

Para a valoración das ofertas para o posto destinado a “Espazo Gastronómico”, se valorará tamén a orixinalidade da proposta do servizo e a calidade do produto.

2. Criterios en relación ao servizo: ata 20 puntos. Neste apartado se valorarán melloras con respecto á prestación do servizo; cada un dos apartados valorarase ata unha puntuación máxima de 4 puntos.

- *Prestación do servizo de entrega a domicilio no casco histórico e tempo de posta en marcha do dito servizo e posible compromiso nun futuro de dar o servizo no ámbito territorial municipal de forma coordinada coa agrupación de praceiros.*
- *Prestación do servizo de utilización das redes sociais na difusión e tempo de posta en marcha deste servizo.*
- *Estar dado de alta no servizo de arbitraje de consumo (SAC) ou compromiso de levalo a cabo no prazo de seis meses dende a formalización deste contrato.*
- *Exposición de venda de produtos, que comporta un bosquejo da distribución dos diferentes elementos que estean presentes no posto: cámaras, andel, etc*

3. Criterios cuantificables automaticamente (0-60 puntos)

- *Maior canon ofrecido: Ata un máximo de 60 puntos.*

Por cada tramo de 1,75% de incremento de prezo que o licitador ofrezca sobre o canon mínimo, outorgarase 1 punto, ata un máximo de 60.

13. MESA DE CONTRATACIÓN.

A Mesa de contratación será o órgano competente para efectuar a valoración das ofertas e cualificar a documentación administrativa, e actuará conforme ao previsto no artigo 326 da Lei 9/2017, de 8 de novembro, de Contratos do Sector Público, pola que se traspoñen ao ordenamento xurídico español as Directivas do Parlamento Europeo e do Consello 2014/23/UE e 2014/24/UE, de 26 de febreiro de 2014 e no Real Decreto 817/2009, de 8 de maio, polo que se desenvolve parcialmente a Lei 30/2007, de 30 de outubro, de Contratos do Sector Público, desenvolvendo as funcións que nestes establécense.

A composición de Mesa de Contratación será a seguinte:

A Mesa poderá estar asistida polos técnicos asesores que se consideren necesarios, que informarán sobre as cuestións das súas respectivas competencias, a requirimento desta. A Mesa de Contratación poderá solicitar informes externos co obxecto de valorar o Arquivo electrónico "B". A súa composición publicárase a través do perfil de contratante ao publicar o anuncio de licitación ou ben se fará pública con carácter previo á súa constitución a través dun Anuncio específico no citado perfil.

14. APERTURA DAS OFERTAS.

A Mesa de Contratación constituirase previa convocatoria do Alcalde, quen actúa como Presidente da Mesa.

De non acordarse nada en contra, constituírase o segundo día hábil tras a finalización do prazo de presentación das proposicións, ás 10,00 horas, e procederá á apertura dos [arquivos electrónicos] «A» e cualificará a documentación administrativa contida nos mesmos, que conterá o modelo de declaración responsable (ANEXO) e a documentación que acredite a solvencia técnica. Se fose necesario, a Mesa concederá un prazo de TRES DÍAS HÁBILES para que o licitador corrixa os defectos ou omisións subsanables observadas na documentación presentada.

Na mesma sesión, se procederá á apertura e exame dos Arquivos electrónicos «B», que conteñen a MEMORIA DESCRIPTIVA DA ACTIVIDADE A DESENVOLVER E OBRAS A REALIZAR e os documentos que permitan á Mesa de Contratación valorar as condicións das ofertas segundo os criterios de adxudicación. Tras a lectura de devanditas proposicións, a Mesa poderá solicitar cantos informes técnicos, incluso externos, considere precisos para a valoración das mesmas con arranxo aos criterios e ás ponderacións establecidas neste Prego.

A posteriori e na data indicada, procederase a apertura do Sobre "C", que conterá a OFERTA ECONÓMICA (que se presentará utilizando o modelo do ANEXO). Á vista das ofertas económicas presentadas e da valoración dos criterios de adxudicación, a Mesa de Contratación propondrá ao adxudicatario do contrato. No suposto de que, aplicando os criterios de valoración, dúas ou máis ofertas empaten na maior puntuación, procederase a efectuar o sorteo para adxudicar o posto.

15. VALORACIÓN E CLASIFICACIÓN DAS PROPOSTAS

Posteriormente, a Mesa procederá a clasificar as propostas por orde decrecente de puntuación e propoñerá o adxudicatario ao órgano de contratación. A proposta de adxudicación non crea ningún dereito a favor da empresa licitadora proposta como adxudicataria, dado que o órgano de contratación poderá apartarse, sempre que motive a súa decisión

A Mesa de contratación poderá solicitar e admitir a aclaración ou a emenda de erros nas ofertas cando sexan de tipo material ou formal, non substanciais e non impidan coñecer o sentido da oferta. Unicamente permitirase a aclaración ou a emenda de erros nas ofertas

sempre que non comporten unha modificación ou concreción da oferta, co fin de garantir o principio de igualdade de trato entre empresas licitadoras.

Serán excluídas da licitación, mediante resolución motivada, as que sexan inferiores ao canon base de licitación, modifiquen substancialmente os modelos de proposición establecidos neste prego, comporten un erro manifesto no importe da proposición e aquelas en as cales a empresa licitadora recoñeza a existencia de erro ou inconsistencia que a fai inviable.

A existencia de erros nas proposicións económicas das empresas licitadoras implicará a exclusión destas do procedemento de contratación, cando poida resultar afectado o principio de igualdade, nos casos de erros que impiden determinar con carácter certo cal é o prezo realmente ofrecido polas empresas e, por tanto, impidan realizar a valoración das ofertas

16. REQUERIMENTO DE DOCUMENTACIÓN.

O órgano de contratación, requirirá ao licitador para que, dentro do prazo de CINCO días hábiles, a contar desde o seguinte a aquel en que recibise o requirimento, presente a documentación acreditativa do cumprimento dos requisitos previos, e ademais os seguintes:

1. Documentos que acreditan a personalidade xurídica e capacidade de obrar: 1.1. Persoas físicas: Fotocopia do Documento nacional de identidade (DNI) debidamente compulsada.

Persoas xurídicas: Escritura de constitución e modificación, no seu caso, debidamente inscrita no Rexistro Mercantil e o NIF. Cando esta inscrición non sexa esixida pola lexislación mercantil aplicable, achegarase a escritura ou documento de constitución, de modificación, estatutos ou acta fundacional en que consten as normas reguladoras da actividade da empresa, inscritos, no seu caso, no Rexistro oficial correspondente. Nesta escritura terá que acreditarse que a finalidade ou actividade da sociedade ten relación directa co obxecto do contrato.

A capacidade de obrar das empresas non españolas de Estados membros da Unión Europea ou signatarios do Acordo sobre Espazo Económico Europeo tense que acreditar mediante a inscrición nos rexistros profesionais ou mercantís adecuados do seu Estado membro de establecemento ou a presentación dunha declaración xurada ou unha das certificacións que se indican no anexo XI da Directiva 2014/24/UE. 1.4. A capacidade de obrar das empresas estranxeiras de Estados non membros da Unión Europea nin signatarios do Acordo sobre Espazo Económico Europeo acredítase coa achega dun informe emitido pola misión diplomática permanente ou pola oficina consular de España do lugar do domicilio da empresa, no cal conste, previa acreditación pola empresa, que figuran inscritas no rexistro local profesional, comercial ou análogo, ou, na súa falta, que actúan habitualmente no tráfico local dentro do ámbito das actividades que alcanza o obxecto do contrato.

Representación:

1. As persoas que comparezan ou asinen proposicións en nome de outro terán que presentar orixinal ou fotocopia compulsada do DNI do representante legal e un poder

bastante. Se o licitador é persoa xurídica, este poder terá que figurar inscrito ao Rexistro Mercantil. Con todo, se se trata dun poder para acto concreto non é necesaria a inscrición no Rexistro Mercantil, de acordo coa arte. 94.1.5 do Regulamento do Rexistro Mercantil.

2. Os documentos en que consten os poderes do representante legal (escritura de constitución de sociedade ou escritura de apoderamento), terán que ser validados polo Secretario da corporación ou polo Técnico de Xestión do departamento de contratación.

3. Obrigas tributarias e coa Seguridade Social: Obrigas tributarias:

- *Orixinal ou copia cotexada do alta no imposto sobre Actividades Económicas no epígrafe correspondente ao obxecto do contrato, sempre que exerza actividades suxeitas ao devandito imposto, en relación coas que veña realizando á data de presentación da súa proposición referida ao exercicio corrente ou o último recibo, completado cunha declaración responsable de non darse de baixa na matrícula do citado imposto. Os suxeitos pasivos que estean exentos do imposto deberán presentar declaración responsable indicando a causa de exención.*

No suposto de atoparse nalgunha das exencións establecidas no artigo 82.1 apartados b), e) e f) do Real Decreto Lexislativo 2/2004, do 5 de marzo, polo que se aproba o texto refundido da Lei Reguladora das Facendas Locais, deberán presentar así mesmo resolución expresa da concesión da exención da Axencia Estatal de Administración Tributaria. As unións temporais de empresarios deberán acreditar, unha vez formalizada a súa constitución, o alta no imposto, sen prexuízo da tributación que corresponda ás empresas integrantes da mesma. Tamén será aceptada certificación censal no IAE expedida pola AEAT.

- *Certificación positiva expedida pola Axencia Estatal da Administración Tributaria, na que se conteña xenericamente o cumprimento dos requisitos establecidos no artigo 13 do RGLCAP.*
- *Certificación positiva expedida pola Axencia Tributaria de Galicia, na que se conteña xenericamente o cumprimento dos requisitos establecidos no artigo 13 do RGLCAP.*
- d) *Ademais, o proposto adxudicatario non deberá ter débedas de natureza tributaria en período executivo de pago co Concello de Moaña. A Administración Local, de oficio, comprobará mediante os datos obrantes na Tesourería o cumprimento da devandita obrigação. e) Obrigas coa Seguridade Social: Certificación positiva expedida pola Tesourería da Seguridade Social, na que se conteña xenericamente o cumprimento dos requisitos establecidos no artigo 14 do RGLCAP*

4. Habilitación profesional. Haberán de presentar as altas fiscais e sociais que lles habiliten para o exercicio das actividades comerciais en cuestión, no seu caso copia do carné de manipulador de alimentos expedido pola autoridade competente

5. Alta como autónomo na Seguridade Social, no caso de persoas físicas e coma empresa co obxecto social adecuado no caso de persoas xurídicas.

6. Especialidades en relación ás unións temporais de empresarios:

- *Cada un dos empresarios que a compoñen terá que acreditar a súa capacidade de obrar e solvencia conforme aos apartados anteriores. Para determinar a solvencia, acumularase a acreditada por cada unha das emprendidas integrantes.*
- *Haberá que presentar o documento acreditativo do nomeamento dun representante ou apoderado único con facultades bastantes para exercer os dereitos e cumprir as obrigacións derivadas do contrato ata a súa extinción, así como a indicación dos nomes e circunstancias dos empresarios que a subscriben, a participación de cada*

un deles, e o compromiso de constituírse formalmente en Unión temporal, caso de resultar adxudicatarios.

- *Poderase incorporar o NIF provisional asignado pola Administración competente. Só no caso de resultar adxudicataria a unión, terá que acreditar a constitución en escritura pública e achegar o NIF definitivamente asignado. Se os anteriores documentos se presentan mediante fotocopias, estas terán que estar lexitimadas por notario ou compulsadas co seu orixinal polo Secretario ou funcionario letrado desta Corporación.*
- *Constitución da garantía definitiva. Documento acreditativo da constitución da garantía definitiva, de acordo co que se establece na cláusula 10 do prego.*
- *N.º de código de conta cliente (CCC) para o cobro dos recibos correspondentes*

17. ADXUDICACIÓN DO CONTRATO.

Recibida a documentación solicitada, o órgano de contratación deberá adxudicar o contrato dentro dos cinco días hábiles seguintes á recepción da documentación.

En ningún caso poderá declararse deserta una licitación cando exista algunha oferta ou proposición que sexa admisible de acordo cos criterios que figuren no prego.

A adxudicación deberá ser motivada e notificarase aos candidatos ou licitadores, debendo ser publicada no perfil de contratante no prazo de 15 días. E deberá recaer no prazo máximo de quince días a contar desde o seguinte ao de apertura das proposicións.

18. FORMALIZACIÓN DO CONTRATO.

Unha vez outorgada a concesión deberá procederse á súa formalización en documento administrativo.

Este documento será título suficiente para inscribir a concesión no Rexistro da Propiedade A formalización do contrato en documento administrativo efectuarase non máis tarde dos quince días hábiles seguintes a aquel en que se realice a notificación da adxudicación aos licitadores e candidatos.

Con carácter previo á formalización o adxudicatario deberá acreditar ter contratada e en vigor unha póliza de seguro de responsabilidade civil, que cubra os danos que poidan ocasionarse no propio posto, nos outros postos ou en calquera dos elementos comúns do mercado, así como ás persoas usuarias, por accións ou omisións da propia persoa concesionaria ou das persoas que traballen pola súa conta. En caso de que algún adxudicatario queira elevalo a escritura pública, os custos que se ocasionen serán pola súa conta.

O prazo de inicio da explotación do posto non poderá exceder dun mes desde a data da formalización da concesión, excepto cando concorra unha causa xustificada, que deberá ser comunicada polo adxudicatario ao Concello antes do vencemento do prazo, á vista da cal resolverá pola Alcaldía ou Concelleiro/a responsable de praza de abastos ou mercados autorizando ou denegando a prórroga.

19. DEREITOS DOS/AS CONCESIONARIOS/AS.

Que se tipifican na correspondente ordenanza reguladora municipal.

20. DEBERES DOS/AS CONCESIONARIOS/AS:

Os concesionarios haberán de respectar as seguintes prohibicións, que se tipifican na correspondente ordenanza reguladora municipal.

21. TRASPASOS E CESIÓN DAS CONCESIÓN ADMINISTRATIVAS.

Que se tipifican na correspondente ordenanza reguladora municipal.

22. INFRACCIÓNS

Que se tipifican na correspondente ordenanza reguladora municipal.

23. SANCIÓN.

Que se tipifican na correspondente ordenanza reguladora municipal.

24. PREESCRIPCIÓN DAS INFRACCIÓNS E SANCIÓN.

Que se tipifican na correspondente ordenanza reguladora municipal.

25. PRERROGATIVAS DA ADMINISTRACIÓN.

O órgano de Contratación ostenta a prerrogativa de interpretar o contrato e resolver as dúbidas que ofrezca o seu cumprimento. Igualmente pode modificar por razóns de interese público o contrato e acordar a súa resolución dentro dos límites e con suxeición aos requisitos e efectos sinalados pola normas reguladoras da Concesión Demanial.

Os acordos que dite o órgano de Contratación no exercicio das súas prerrogativas de interpretación, modificación e resolución de contrato, serán executivos e deberán ser adoptadas previa tramitación do expediente e emisión de informes que sexan preceptivos legalmente.

26. REVERSIÓN.

Ao finalizar a Concesión reverterán ao Concello as obras e instalacións fixas realizadas polo adxudicatario sen dereito a indemnización, debendo de entregar o ben en perfecto estado.

27. CONFIDENCIALIDADE E TRATAMENTO DE DATOS.

Confidencialidade.

O adxudicatario/a (como encargado/a do tratamento de datos) e o seu persoal en cumprimento dos principios de integridade e confidencialidade deben tratar os datos persoais aos que teñan acceso de forma que garantan una seguridade axeitada incluída a protección contra o tratamento non autorizado ou ilícito e contra a súa perda, destrución ou dano accidental, mediante a aplicación de medidas técnicas ou organizativas apropiadas de conformidade co establecido na Lei Orgánica de Protección de Datos de Carácter Persoal e no Regulamento 2016/679 relativo á protección das persoas físicas no que respecta ao tratamento de datos persoais e á libre circulación destes datos (Regulamento xeral de protección de datos).

Esta obriga é complementaria dos deberes de segredo profesional e subsistirá aínda que finalice o contrato co responsable do tratamento dos datos (Concello).

Tratamento de Datos.

En cumprimento do disposto na Lei Orgánica de Protección de Datos de Carácter Persoal e no Regulamento xeral de protección de datos, os licitadores quedan informados de que os datos de carácter persoais que, no seu caso, sexan recollidos a través da presentación da súa oferta e demais documentación necesaria para proceder á contratación serán tratados por este Concello coa finalidade de garantir o axeitado mantemento, cumprimento e control do desenvolvemento do contrato.

O CONCELLO DE MOAÑA e a adxudicataria obríganse a cumprir o Regulamento UE 2016/679 de Protección de Datos (RGPD) e a Lei Orgánica 3/2018 de Protección de Datos Persoais e garantía dos dereitos dixitais (LOPDGDD).

Responsable do tratamento dos seus datos: CONCELLO DE MOAÑA

- Finalidade: A correcta tramitación do Expediente de licitación para adxudicación dos postos do mercado en réxime de concesión demanial.*
- Lexitimación: Relación contractual (artigo 6.1,b do RGPD), cumprimento dunha obrigaón legal (artigo 6.1,c do RGPD) e exercicio de poderes públicos (artigo 6.1,e do RGPD).*
- Conservación: Conservaranse durante o tempo necesario para cumprir coa finalidade para a que se solicitaron e para determinar as posibles responsabilidades que se puidesen derivar da devandita finalidade e do tratamento dos datos.*
- Destinatarios: Os datos de carácter persoal poderán ser comunicados a outras Administracións, cando sexa necesario, no exercicio das súas competencias.*
- Medidas de seguridade: Tendo en conta do carácter reservado dos datos, documentos e informacións aos que teñen acceso, ambas as partes comprométese a que devanditos datos permanezan secretos, tratándoos coa máxima reserva, e declaran ter implantadas no seu sistema de información as medidas de seguridade correspondentes en atención ao tipo de datos manexados e conforme ao disposto na vixente normativa de Protección de Datos, en concreto en cumprimento do artigo 32 do RGPD e a Disposición Adicional Primeira da LOPDGDD.*
- Dereitos: Poden exercer os seus dereitos de acceso, rectificación, supresión e oposición, portabilidade, limitación do tratamento e a non ser obxecto de decisións automatizadas, así como a retirar o consentimento prestado.*
- Información Adicional: Sección de Protección de Datos da sede electrónica. Á súa vez, a empresa contratista, no caso de que precise tratar datos persoais (máis aló dos datos identificativos das persoas responsables do contrato) que son responsabilidade do CONCELLO DE MOAÑA para a correcta prestación do obxecto do contrato, será considerado como Encargado do Tratamento e deberá cumprimentar o documento que lle será facilitado no momento de formalización da adxudicación da concesión. En calquera caso, aplicaralle un deber de confidencialidade sobre calquera tipo de información do CONCELLO DE MOAÑA ao que a empresa contratista teña acceso nalgún momento.*

28. RESCATE.

A Corporación Municipal do Concello de Moaña resérvase o dereito de deixar sen efecto a concesión antes do vencemento, se así o xustificasen circunstancias sobrevidas de interese público, mediante indemnización á persoa concesionaria dos danos que se lle causasen, ou sen ela, cando non procedese.

29. XURISDICCIÓN.

A orde xurisdiccional contencioso-administrativo será o competente o coñecemento das cuestións que se susciten en relación coa preparación e adxudicación deste contrato.

A orde xurisdiccional civil será o competente para resolver as controversias que xurdan entre as partes.

Anexo PCAP - Listado de postos e superficie

Número posto	Tipoloxía	Definición do obxecto do posto
<u>xxxx</u>	PEIXERÍA	Venda polo miúdo de peixes e mariscos das rías galegas, a oferta pode incluír produtos de piscifactoría sempre e cando a proporción destes non supere a anterior.
<u>xxxx</u>	ELABORADOS DE PEIXE	Conservas, conxelados e análogos.
<u>xxxx</u>	CARNIZARÍAS	Venda polo miúdo de carnes e elaborados cárnicos, debendo incluír a carnes de orixe galego, podendo ofertar outras, sempre e cando non superen as anteriores. A oferta pode incluír tamén calquera elaboración a base de carnes.
<u>xxxx</u>	FROITA E VERDURA	Venda polo miúdo de froitas e verduras, así como elaborados a base destes produtos. A oferta debe incluír produtos da zona.
<u>xxxx</u>	FLORERÍA	Venda polo miúdo de flor cortada, plantas, plantón de horta, ou flor de tempada e elaboración de ramos e centros florais.
<u>xxxx</u>	PANADERÍA	Venda polo miúdo de pans, e elaboracións de panadería e pastelería. A oferta debe incluír pans da zona e doces tradicionais.
<u>xxxx</u>	ALIMENTACIÓN GOURMET	Venda de produtos gourmet e artesáns preferentemente de Galicia (viños galegos, licores, cervexas, vermouth, conservas, queixos, embutidos, galletas, delicatessen, etc.)
<u>xxxx</u>	ALIMENTACION XERAL.	Alimentos, en xeral, sen especificación adicional.
<u>xxxx</u>	ESPAZO GASTRONÓMICO	Espazo de restauración con oferta gastronómica variada, podendo ofrecer servizo de menú do día para tomar ou levar, no que se deberán empregar produtos locais, especialmente da propia praza de abastos, preferiblemente ecolóxicos ou de km 0.
<u>xxxx</u>	ARRANXOS TÉXTIL	Arranxo de téxtil (roupa): costureiro/a.
<u>xxxx</u>	ARRANXOS CALZADO	Arranxos de calzado: zapateiro/a.
<u>xxxx</u>	OUTROS CLASIFICAR SEN	Diversos produtos sen clasificar: "churrarías", reloxerías, produtos típicos relacionados co turismo. Queixerías.

ANEXO MODELO DE PROPOSICIÓN ECONÓMICA PROPOSICIÓN PARA TOMAR PARTE NA LICITACIÓN PARA A CONCESIÓN DEMANIAL DE USO PRIVATIVO DE POSTOS DA PRAZA DE ABASTOS DO CONCELLO DE MOAÑA.

D./Dña....., con N.I.F. número.....en nome propio/en representación da empresa, entidade que

SI ☐

NON ☐

cumpre as condición de PEME, con NIF..... e enderezo a efecto de notificación electrónica, enterrado do anuncio publicado no perfil de contratante para a licitación de concesión demanial para uso privativo dos postos da praza de abastos de Moaña, e tendo coñecemento dos pregos de condicións que rexen estas concesións, manifesto que reunindo todos os requisitos e condicións para ser adxudicatario destas concesións, acepto plenamente e de maneira incondicionada os pregos de condicións e cantas obrigas derivan del e formula a seguinte proposta de canon pola concesión dos postos a 15 anos que a continuación se indican (os postos deben indicarse por orde de preferencia):

1. Pola concesión do POSTO Nº, oferto un canon total por 15 anos de.....euros (letra e número).

2. Pola concesión do POSTO Nº, oferto un canon total por 15 anos de.....euros (letra e número).

3. Pola concesión do POSTO Nº, oferto un canon total por 15 anos de.....euros (letra e número).

(Indicaranse a mesma expresión se se formulara oferta para máis postos, sempre mantendo a orde de preferencia)

(O canon debe formularse pola duración total de 15 anos, sendo o tipo mínimo o equivalente a 250.00 euros por metro cadrado do posto¹⁵. O canon proposto en todo caso deberá igualar ou superar o mínimo precisado nestes pregos, so pena de rexeitamento da oferta)

¹⁵ Tipificando a contía que proceda segundo o disposto en apartados anteriores.

Anexo IV

Anexo IV. Proposta-borrador de bases e convocatoria municipal

BASES DA CONVOCATORIA DE SUBVENCÍONS E AXUDAS ECONÓMICAS E A EMPRESAS OU TRABALLADORES POR CONTA PROPIA PARA O EMPRENDIMENTO, DESENVOLVEMENTO ECONÓMICO E MELLORA DA COMPETITIVIDADE

O Concello, no exercicio das súas competencias en materia de promoción do desenvolvemento económico local, considera prioritario apoiar o tecido produtivo municipal, especialmente ás pequenas e medianas empresas e ás persoas traballadoras por conta propia que constitúen a base fundamental da economía local e da creación de emprego.

Nos últimos anos, o contexto económico amosou a necesidade de fortalecer a competitividade das actividades empresariais e profesionais, fomentar a innovación, impulsar a dixitalización, mellorar a sustentabilidade e favorecer a consolidación e o crecemento das iniciativas emprendedoras asentadas no territorio municipal.

Co obxectivo de contribuír á dinamización económica, á xeración de emprego estable e á mellora da competitividade das empresas locais, o Concello pon en marcha a presente convocatoria de subvencións e axudas económicas, en réxime de concorrència competitiva, destinada a apoiar investimentos e actuacións que teñan un impacto positivo na economía local, na creación de valor engadido e na modernización do tecido empresarial da praza de abastos e mercado municipal de Moaña.

Estas axudas enmárcanse dentro das políticas municipais de apoio ao emprendemento, á mellora da produtividade, á transformación dixital e á transición cara a unha economía máis sostible, resiliente e innovadora, contribuíndo así ao desenvolvemento equilibrado e sostible do municipio.

BASE 1. OBXECTO

As presentes bases teñen por obxecto establecer o réxime de concesión de subvencións e axudas económicas, en réxime de concorrència competitiva, dirixidas a empresas, persoas autónomas e profesionais con actividade no mercado municipal e praza de abastos do Concello de Moaña, e con domicilio fiscal e social no mesmo municipio, co fin de fomentar o desenvolvemento económico local, a creación e mantemento do emprego, así como a mellora da competitividade, innovación e sustentabilidade do tecido empresarial.

As axudas teñen como finalidade apoiar actuacións e investimentos e gastos correntes que contribúan directamente á modernización das empresas, á dixitalización dos procesos produtivos, á mellora da eficiencia enerxética, á implantación de novas tecnoloxías, á diversificación da actividade económica ou á posta en marcha de novos proxectos empresariais que xeren valor engadido e emprego estable no municipio.

Non serán obxecto de subvención, con carácter xeral, os seguintes gastos ou investimentos:

- Gastos financeiros, bancarios, sancións, xuros ou recargas, así como calquera outro gasto derivado de incumprimentos ou moras.
- Gastos de carácter estrutural ou de funcionamento ordinario da empresa, tales como:
 - Alugueiros, subministracións, seguros, telefonía, conexión a internet, limpeza, mantemento ou similares.
 - Nóminas e cotizacións do persoal fixo xa existente.
 - Material de oficina ou consumibles de uso habitual.
 - Investimentos non vinculados directamente co proxecto subvencionado ou que non garden relación clara co obxecto da convocatoria.
 - Compra de bens usados, de segunda man ou procedentes de leasing, salvo que se xustifique a súa necesidade e orixe lícita e se autorice expresamente.
 - Adquisición de vehículos, salvo que a convocatoria inclúa unha liña específica (por exemplo, para transporte eléctrico ou profesional xustificado).
 - Obras maiores, construcións ou adquisición de inmoables, así como melloras en inmoables alleos que non sexan imprescindibles para a actividade subvencionada.
 - Gastos anteriores á data de presentación da solicitude ou posteriores ao prazo de execución do proxecto.
 - Gastos sen xustificación documental completa, é dicir, sen factura e xustificante bancario de pago conforme á normativa fiscal e contable.
 - Gastos realizados entre empresas vinculadas ou persoas con relación familiar co solicitante, cando non se acredite o prezo de mercado nin a operación real.
 - Subvencións encubertas a terceiros, é dicir, cando o beneficiario destine os fondos a outra entidade, persoa ou empresa allea ao proxecto.
 - Servizos de asesoramento xenérico non directamente aplicados ao proxecto, como estudos sen execución posterior, memorias tipo ou servizos repetitivos non orientados á mellora da competitividade.
 - Adquisición de accións, participacións, fondos de investimento ou instrumentos financeiros, agás proxectos de capitalización regulados expresamente.
 - Gastos de representación, comidas, desprazamentos non xustificados ou dietas persoais.
 - Proxectos ou actividades que reciban outras subvencións públicas polo mesmo concepto e período, cando se produza dobre financiamento.

BASE 2. DOTACIÓN ORZAMENTARIA

- Importe da convocatoria:

O importe total destinado a esta convocatoria ascende a [CONTÍA QUE DESIGNE A ENTIDADE LOCAL], distribuíndose segundo o número de solicitudes e o cumprimento dos requisitos establecidos.

- Configuración e concorrencia:

As presentes subvencións configúranse como axudas de concorrencia competitiva, segundo un sistema de puntuación cuantitativo en base a diferentes factores.

- Criterios de ponderación:

Os criterios de ponderación baséase nun sistema de puntos sumatorios.

- Eficiencia enerxética - 1 punto.
- Accesibilidade - 2 puntos.
- Melloras na iluminación do produto - 2 puntos.
- Deseño de marca e implementación - 1,5 puntos.
- Posicionamento no mercado online - 1 punto.
- Implantación de novas tecnoloxías ou sistemas de IA - 1 punto.
- Creación de páxinas web - 2 puntos.
- Creación de plataforma de venda en liña - 1 punto.
- Implementación de pasarelas de pago - 0,25 puntos.
- Sistema de reservas dixitais - 0,50 puntos.
- Emprendemento (nova empresa ou autónomo con menos de 1 ano de actividade) - 1 punto.
- Emprendemento (nova empresa ou autónomo con menos de 1 mes de actividade) - 2 puntos.
- Sistema de adxudicación das axudas.
 - As axudas asignarase por un total de ate seiscentos euros (600,00 €) por solicitante.
 - A orde de adxudicación establecerase mediante o sistema de puntos tipificado no apartado anterior mediante prelación de sistema de puntos, polo cal: corresponderalle a primeira posición da listaxe ao solicitante de maior puntuación; a segunda posición da listaxe ao solicitante de segunda maior puntuación; e respectivamente ate o final da listaxe, que aparecerá o solicitante de menor puntuación.
 - No caso da existencia dunha contía inferior aos seiscentos euros (600,00€) poderase asignar ao derradeiro solicitante con maior puntuación segundo a orde de prelación.

BASE 3. REQUISITOS DAS PERSOAS SOLICITANTES

Poderán participar nesta convocatoria as persoas físicas traballadoras por conta propia ou persoas xurídicas que reúna as seguintes requisitos:

- Ter o domicilio fiscal e social no termo municipal do Concello de Moaña.
- Desenvolver unha actividade económica lícita e en funcionamento no momento da presentación da solicitude.
- Estar debidamente dadas de alta no réxime correspondente da Seguridade Social e, no seu caso, no Censo de Empresarios, Profesionais e Retenedores da Axencia Estatal de Administración Tributaria.
- Estar ao día no cumprimento das súas obrigas tributarias coa Axencia Estatal de Administración Tributaria, coa Tesouraría Xeral da Seguridade Social e co propio Concello.
- Non estar incursas nas causas de prohibición para obter a condición de beneficiario establecidas no artigo 13 da Lei 38/2003, de 17 de novembro, Xeral de Subvencións.
- Non atoparse en situación de crise ou insolvencia, segundo a definición do artigo 2.18 do Regulamento (UE) nº 651/2014, da Comisión, nin suxeitas a unha orde de recuperación pendente por unha axuda declarada ilegal ou incompatible pola Comisión Europea.

BASE 4. FINALIDADE DA AXUDA

4.1. Obxectos subvencionable:

As subvencións reguladas polas presentes bases teñen por finalidade apoiar actuacións, investimentos e proxectos que contribúan ao desenvolvemento económico do municipio, á mellora da competitividade empresarial, á innovación, á creación de emprego e á modernización das actividades produtivas das empresas e persoas traballadoras por conta propia con domicilio ou centro de traballo no termo municipal do Concello de Moaña. En particular, considéranse obxectos subvencionables os seguintes tipos de actuacións:

- Investimentos en mellora e modernización de instalacións e equipamentos e sustentabilidade:
 - a.Instalación de iluminación LED ou sistemas de control do consumo eléctrico.
 - b.Instalación de iluminación de produto.
 - c.Implantación de sistemas de reciclaxe, reutilización ou redución de residuos.
 - d.Sistemas de mellora no ciclo da auga e reutilización da mesma.
 - e.Adaptacións de accesibilidade.
 - f.Adaptación de eficiencia enerxética.
- Competitividade:
 - a.Mellora do deseño, da calidade e da presentación de produtos ou servizos.
 - b.Implantación de sistemas de xestión de calidade.
 - c.Accións de deseño de marca e posicionamento no mercado online.

- Innovación:
 - a.Desenvolvemento ou implantación de novas tecnoloxías ou implantación de sistemas de intelixencia artificial (IA).
 - b.Creación de páxinas web, plataformas de venda en liña ou sistemas de reserva dixitais.

En todos os casos, os gastos subvencionables deberán:

- Estar directamente relacionados coa actividade económica do beneficiario.
- Realizarse dentro do período de execución establecido na convocatoria.
- Xustificarse mediante facturas e comprobantes de pago válidos, conforme á normativa fiscal e contable.

Será subvencionable os impostos de valor engadido (IVE).

Non se admitirán proxectos ou investimentos que:

- Non garden relación directa co obxecto da convocatoria.
- Teñan carácter meramente ornamental, persoal ou alleo á actividade empresarial.
- Se destinen a fins alleos á empresa ou profesionais do beneficiario.

4.2. Obxectos non subvencionables.

Non se incluírán no obxecto destas axudas, os seguintes supostos:

- Gastos financeiros, bancarios, sancións, xuros ou recargas, así como calquera outro gasto derivado de incumprimentos ou moras.
- Gastos de carácter estrutural ou de funcionamento ordinario da empresa, tales como:
 - Alugueiros, subministracións, seguros, telefonía, conexión a internet, limpeza, mantemento ou similares.
 - Nóminas e cotizacións do persoal fixo xa existente.
 - Material de oficina ou consumibles de uso habitual.
 - Investimentos non vinculados directamente co proxecto subvencionado ou que non garden relación clara co obxecto da convocatoria.
 - Compra de bens usados, de segunda man ou procedentes de leasing, salvo que se xustifique a súa necesidade e orixe lícita e se autorice expresamente.
 - Adquisición de vehículos, salvo que a convocatoria inclúa unha liña específica (por exemplo, para transporte eléctrico ou profesional xustificado).
 - Obras maiores, construcións ou adquisición de inmobles, así como melloras en inmobles alleos que non sexan imprescindibles para a actividade subvencionada.
 - Gastos anteriores á data de presentación da solicitude ou posteriores ao prazo de execución do proxecto.
 - Gastos sen xustificación documental completa, é dicir, sen factura e xustificante bancario de pago conforme á normativa fiscal e contable.
 - Gastos realizados entre empresas vinculadas ou persoas con relación familiar co solicitante, cando non se acredite o prezo de mercado nin a operación real.

- Subvencións encubertas a terceiros, é dicir, cando o beneficiario destine os fondos a outra entidade, persoa ou empresa allea ao proxecto.
- Servizos de asesoramento xenérico non directamente aplicados ao proxecto, como estudos sen execución posterior, memorias tipo ou servizos repetitivos non orientados á mellora da competitividade.
- Adquisición de accións, participacións, fondos de investimento ou instrumentos financeiros, agás proxectos de capitalización regulados expresamente.
- Gastos de representación, comidas, desprazamentos non xustificados ou dietas persoais.
- Proxectos ou actividades que reciban outras subvencións públicas polo mesmo concepto e período, cando se produza dobre financiamento.

BASE 5. CONTÍA DAS AXUDAS

- A axuda terá unha contía máxima de seiscentos euros (600,00 €) para cada solicitude.
- No caso de que o número de solicitudes supere o orzamento dispoñible, en ningún caso se aplicará un prorrateo entre os beneficiarios.
- Poderase designar unha contía menor, segundo o resultado que estableza a orde de prelación para a asignación, no caso de existir unha cantidade total que non coincida en termos exactos coa asignada.

5.1. Pagamento.

O pagamento das axudas e subvencións realizarase mediante transferencia bancaria ao número de conta que se indique no formulario de solicitude unha vez publicada a listaxe de concesión definitiva.

BASE 6. DOCUMENTACIÓN REQUIRIDA

Os solicitantes deberán presentar a seguinte documentación:

1. Formulario de solicitude debidamente cuberto e asinado, segundo o modelo que se inclúe como anexo á convocatoria.
2. Documento acreditativo da identidade do solicitante:
 - No caso de persoas físicas, copia do DNI/NIE.
 - No caso de persoas xurídicas, NIF da empresa e escritura de constitución ou documento equivalente que acredite a súa personalidade.
3. Acreditación da representación, no caso de actuar por medio de representante (poder notarial, autorización ou certificado do órgano competente).
4. Certificados de estar ao día no cumprimento das obrigas coa:
 - Axencia Estatal de Administración Tributaria (AEAT)
 - Tesouraría Xeral da Seguridade Social (TGSS)
 - Concello de Moaña (Poderase autorizar expresamente ao Concello para consultar de oficio estes datos.)

5. Declaración responsable de:

- Non estar incurso/a en ningunha das prohibicións para obter a condición de beneficiario (art. 13 da Lei 38/2003, Xeral de Subvencións).
- Non ter pendente ningún procedemento de reintegro de subvencións públicas.
- Non ter recibido outras axudas para o mesmo proxecto, ou relación das que se teñan recibido (para verificar a compatibilidade).
- Veracidade dos datos achegados.

Documentación específica do proxecto ou actuación subvencionable:

- Memoria explicativa da actividade ou proxecto para o que se solicita a subvención, que deberá conter:
 - Descrición detallada do investimento ou actuación.
 - Obxectivos e resultados esperados.
 - Cronograma de execución.
 - Orzamento detallado e xustificado dos gastos previstos.
 - Orzamentos, facturas pro forma ou ofertas comparables (cando o importe do gasto supere os límites establecidos no artigo 31.3 da Lei Xeral de Subvencións).
 - Xustificante da alta censal na AEAT e, se procede, alta no réxime correspondente da Seguridade Social.
 - Acreditación do domicilio fiscal e social.

Documentación para a fase de xustificación (unha vez concedida a subvención):

- Cando remate o proxecto ou actuación, o beneficiario deberá presentar:
- Facturas e comprobantes bancarios de pagamento (transferencias, extractos, recibos de TPV, etc.) que acrediten o gasto real.
- Documentación gráfica ou material que acredite a execución (fotografías, informes, enlaces web, etc.), se procede.
- Declaración de non ter recibido outras axudas incompatibles polo mesmo concepto.
- Certificación de estar ao día coas obrigas tributarias e sociais, actualizada na data da xustificación.

Outros documentos complementarios (se procede):

- Certificados ou selos de calidade, innovación ou sustentabilidade (ISO, EMAS, etc.) se son obxecto da subvención.
- Contratos laborais e xustificantes de alta na Seguridade Social de novas contratacións, no caso de axudas ao emprego.
- Autorizacións administrativas ou licenzas municipais necesarias para executar o proxecto.

BASE 7. PRAZO DE PRESENTACIÓN DE SOLICITUDES

O prazo para a presentación de solicitudes será de 15 días naturais a partir do día seguinte á publicación da convocatoria no Boletín Oficial da Provincia.

BASE 8. PROCEDEMENTO DE CONCESIÓN DAS AXUDAS

A concesión das bolsas realizarase mediante un réxime de concorrência competitiva

- As solicitudes serán valoradas polo órgano competente en base ao cumprimento dos requisitos establecidos.
- No caso de empate entre solicitudes, priorizaranse as empresas de nova creación (para o que se terá en conta a alta efectiva oficial).

8.1 Solicitud.

As solicitudes preséntanse no modelo normalizado que se achegará coas presentes, xunto á documentación que se sinala na mesma.

As solicitudes deberanse achegar mediante sede electrónica no prazo establecido.

8.2. Comisión avaliadora.

As solicitudes serán analizadas pola Comisión avaliadora que estará composta por:

- Presidente: Alcaldía-presidencia ou concelleira/o en quen delegue.
- Secretario: O/A secretario/a da corporación, ou funcionario/a en quen delegue, que actuará como secretario/a da comisión, con voz pero sen voto.
- Vogais:
 - O/a empregado/a municipal do servizo de medio ambiente.
 - O/a empregado/a municipal do servizo de comercio.
 - Un/ha empregado/a municipal, designado pola Concellería e departamento de Facenda.
- A comisión analizará as solicitudes e a documentación achegada e emitirá un informe coa puntuación que corresponda conforme á aplicación das bases. Este informe será remitido ao órgano de instrución e terá carácter vinculante.

8.3. Órgano de Instrución.

- O órgano de instrución será o/a concelleiro/a-delegado/a con competencias en ensino ou servizos sociais comunitarios.
- O órgano de instrución ditará a resolución provisional.
- Esta notificación realizarase colectivamente no taboleiro de anuncios da sede electrónica do Concello de Moaña, así coma na web municipal.
- Unha vez publicada a resolución provisional establecerase un prazo de 10 días naturais a contar dende o día seguinte da publicación para alegacións e reclamacións, que se deberán resolver no prazo máximo de 10 días hábiles.

8.4. Órgano de Resolución.

O órgano encargado de ditar a resolución definitiva será o Alcalde ou o órgano no que teña delegada esta competencia.

Unha vez analizadas as reclamacións interpostas polo Comisión avaliadora, o órgano competente ditará a resolución definitiva que se deberá publicar no Boletín oficial da provincia antes de proceder ao pago da axuda, así como no taboleiro de anuncios e paxina web municipal.

BASE 9. OBRIGAS DOS BENEFICIARIOS

Os beneficiarios destas axudas comprométense a:

- Destinar a axuda ao obxecto para o cal foi concedida.
- Facilitar a documentación que se requira para o control e seguimento da axuda.
- Comunicar calquera variación nas condicións que deron lugar á concesión da axuda.
- Asistir aos actos protocolarios que a entidade local realice.

BASE 10. PUBLICACIÓN E NOTIFICACIÓN

A resolución da convocatoria será publicada na páxina web municipal e no taboleiro de anuncios do Concello.

Poderá notificarse á pluralidade dos interesados, como comunicación única, as diversas publicacións realizadas.

As notificacións realizaranse preferiblemente de xeito electrónico, de acordo co establecido na normativa vixente, a excepción daquelas persoas solicitantes que indiquen expresamente no momento da solicitude que optan pola notificación postal.

10.1 Publicidade da axuda concedida:

Ao tratarse de subvencións financiadas con fondos procedentes dos orzamentos municipais correspondentes ao ano 2025, a persoa beneficiaria deberá cumprir os seguintes requisitos de publicidade e comunicación:

- En todas as medidas de información e comunicación que leve a cabo, a entidade beneficiaria deberá recoñecer o apoio do Concello de Moaña, conforme ao manual de identidade corporativa que estea vixente na web municipal.
- Inserir un cartel, tomando como base o ANEXO II, que conte con:
 - Nome do proxecto solicitado
 - O emblema do Concello de Moaña.
 - Referencia ao título da convocatoria de axudas e subvencións.
 - Anualidade correspondente da axuda.

BASE 11. RÉXIME XURÍDICO

Esta convocatoria rexirase polo disposto nestas bases e, no seu defecto, pola normativa xeral aplicable en materia de subvencións.

BASE 12. PROTECCIÓN DE DATOS DE CARÁCTER PERSOAL E OBRIGA DE FACILITAR A INFORMACIÓN REQUIRIDA E COMPATIBILIDADE

12.1. Protección de datos de carácter persoal.

Os datos aportados figurarán no rexistro público de subvencións nos extremos previstos no artigo 5 da lei orgánica 15/1999 do 13 de decembro de protección de datos de carácter persoal. As persoas interesadas teñen o dereito a que non se fagan públicos os seus datos cando concorra algunha das causa previstas na letra d) do apartado 2 do artigo 15 da lei 9/2007 de subvencións de Galicia. Existe a obriga dos beneficiarios de facilitar a información que lles sexa requirida pola Intervención Xeral do Concello, o Tribunal de Contas ou o Consello de Contas de Galicia, no exercicio das súas funcións de fiscalización e control.

12.2. Compatibilidade.

Estas bolsas serán compatibles con outras subvencións ou axudas para a mesma finalidade procedente de calquera outra administración.

Anexo V

Anexo V. Plan de xestión de residuos

1. Obxectivo e ámbito de aplicación

O presente plan ten por obxecto establecer as directrices, procedementos e responsabilidades para a xestión correcta dos residuos xerados na praza de abastos (incluíndo postos de venda, zonas de carga/descarga, almacéns, e espazos comúns, así coma espazos privativos para praceiros) co fin de garantir a protección do medio ambiente, a saúde pública e a conservación dos recursos; así coma, especialmente, a xestión dos residuos.

O presente plan aplicarase ao conxunto da Praza de Abastos para todas as fraccións de residuos xeradas, tanto as asimilables a urbáns como as comerciais ou específicas, conforme á normativa autonómica e estatal.

2. Marco normativo e principios xerais de actuación

Este plan basease nos principios tipificados na normativa vixente de carácter autonómico, nacional e europeo, destacando tres: a prevención de residuos, a reutilización, o reciclado e a valorización antes da eliminación.

Xa no tocante ao ordenamiento xurídico de aplicación, a normativa galega, a Lei 6/2021 define como obxectivo principal, “*reducir a cantidade e nocividade dos residuos xerados*” e fomentar a recollida selectiva (*Lei 10/2008, de 3 de novembro, de residuos de Galicia*).

Paralealmente a nivel estatal, a Lei 7/2022 establece a articulación para unha economía circular e imposición de obrigacións aos produtores e xestores (*Lei 7/2022, do 8 de abril, de residuos e solos contaminados para unha economía circular*).

Xa en canto ao ámbito municipal, *Ordenanza núm. 18, xeral de limpeza e medio ambiente*, “(...) regula a limpeza da vía pública, a recollida de residuos sólidos urbanos, a recollida e transporte de residuos industriais e especiais, o aproveitamento e recollida selectiva dos materiais residuais, e o mantemento dos elementos exteriores dos inmobles”, e establece os *minimis* en canto aos deberes e obrigas para coa xestión de residuos urbanos (onde se engaden tamen os “establecementos” a categoría que se consideraría a praza de abastos).

En base ao tipificado na normativa vixente establece a seguinte xerarquía de xestión.

previr

reutilizar

reciclar

valorizar

eliminar

+ *principio de responsabilidade do xerador inicial*

Xunto co anterior, sublíñanse a seguinte cuestión de carácter elemental: as actividades que se desenvolven na Praza de Abastos de Moaña non xeran, directamente, unha cantidade de residuo que provoque a necesidade de que os praceiros/as, individualmente ou en conxunto, deban dispoñer dunha recollida propia (como pode pasar con grandes produtos, como por exemplo: hipermercados). Con todo sí resulta imperativo que realicen unha correcta separación en orixe e, especialmente, que recollan correctamente os insumos orgánicos e os depositen nos correspondentes contedores.

Neste caso específico, cabe mencionar paralelamente, que é o Concello de Moaña encargado de poñer a disposición de praceiros e praceiras da Praza de Abastos o servizo de recollida de residuos das diferentes fraccións sen imputar unha taxa, imposto ou custe acional.

Identificación de xeradores e tipos de residuos

Na praza de abastos deberán identificarse claramente os xeradores de residuos: postos de alimentación (frescos, peixes, carnes, froita/verdura), as zonas de preparación ou transformación, almacéns comerciais, zonas comúns e consumidores finais ou visitantes. Certamente cada tipo de usuario pode xerar fraccións distintas: envases, papel-cartón, vidro, materia orgánica (restos de alimentos, recortes, cascas, etc.), residuos de limpeza (bolsas, plásticos de embalaxe), residuos perigosos ou asimilables cando existen produtos de limpeza, aceites, etc.

Resulta, polo tanto, imprescindible elaborar un inventario inicial de tipos e volumes estimados de residuos xerados, coa súa característica ou clasificación adecuada segundo código e categoría de xestión.

En relación co anterior detéctase que nunha praza de abastos acostúmanse a xerar diversos tipos de residuos, tanto de orixe orgánica como de envases e outros materiais asociados á actividade comercial. Por todo anterior é polo que se identifican as seguintes fraccións:

FRACCIÓNS	DESCRICIÓN
Residuos orgánicos ou biorresiduos	• Procedentes sobre todo dos postos de alimentación: Restos de peixe e marisco (espinas, cascas, vísceras). • Restos de carne (ósos, graxa, recortes). • Restos vexetais (cascas, follas, partes non comercializables). • Alimentos deteriorados ou caducados. • <i>Esta fracción identifícase coma a maioritaria nun mercado.</i>
Envases lixeiros	• Segundo a recollida selectiva habitual: • Plástico (bandexas, envoltorios, bolsas). • Latas e outros metais lixeiros. • Envases de bebidas e produtos de limpeza. • Embalaxes comerciais de produtos frescos. • Papel de envoltorio limpo (se non está contaminado por alimentos).
Papel e cartón	• Caixas de embalaxe. • Papel
Vidro	• Botellas. • Frascos e tarros. <i>Enténdese liNon son abundantes, mpo de restos orgánicos.</i>
Residuos perigosos ou especiais	• Aceites alimentarios usados (se hai postos que frían ou cociñan). • Produtos de limpeza e os seus envases. • Fluorescentes ou lámpadas dos postos. • Pilas ou baterías dos aparellos comerciais. • Pequenas cantidades de produtos químicos (desinfectantes). <i>Estes residuos deben xestionarse mediante xestores autorizados. Non son abundantes, pero existen.</i>
Residuos de plásticos industriais e embalaxes de gran tamaño	• Filmes plásticos de agrupación. • Cintas de embalaxe. • Plásticos ríxidos de apoio ao transporte de mercancías.
Residuos voluminosos e madeira	• Palés. • Caixas de madeira procedentes de frutas e verduras. • Mobiliario ou utensilios danados dos postos.
De limpeza	• Produtos de limpeza.
Residuos de carácter urbano dos usuarios	• Bolsas, envoltorios, papeis, restos xerados polos clientes da praza. • Pequena fracción de vidro ou embalaxe xerada polo consumo directo (no caso de existir a posibilidade).

Xestión dos residuos. Recollida selectiva e segregación en orixe.

Unha parte esencial do plan de xestión é asegurar a segregación en orixe: cada xerador debe depositar os residuos no contedor, punto ou sistema designado para cada fracción. Isto implica unha sinalización adecuada, formación aos usuarios da praza (posto-vendedores, limpeza, almacéns) e supervisión da entidade local ou do axente de xestión (xerencia).

Para o envase lixeiro, vidro, cartón e materia orgánica deben instalarse colectores ou contedores específicos (ou sistema de recollida porta a porta se así se decide) de acordo con normativa local e as directrices da comunidade autónoma.

Ademais, debe prever-se un sistema de almacenamento intermedio —por exemplo, salas ou puntos limpos de residuos da praza— onde manter, de forma temporal, as fraccións separadas ata a recollida ou recollida especial. Este almacenamento deberá cumprir requisitos de seguridade, accesibilidade e limpeza.

No ámbito dos *mercados excelentes* da Comunidade Autónoma de Galicia estes, ademais de dispoñer, dun sistema de reciclaxe e recollida de diversos residuos para o conxunto da praza (dirixidos especialmente ao público), deben contar tamen cun “ecopunto” para praceiros e praceiras.

Transporte interno e externo, así como tratamento e disposición final

Unha vez segregados os residuos, o plan debe definir os medios de transporte interno (dentro do recinto da praza) ata os puntos de recollida municipal ou privada, así como os medios externos: contratado con xestor autorizado, plan de recollida cun camión ou vehículo específico, periodicidade, etc.

Para o tratamento e disposición final, deberán entregarse os residuos a xestores autorizados ou sistemas conforme á normativa —por exemplo, envases a sistemas de responsabilidade ampliada do produtor, materia orgánica a compostaxe ou valorización, residuos perigosos ou asimilables a entidades con autorización. A normativa galega e estatal impoñen estas obrigas (as entidades locais, produtores e xestores deben colaborar). Adicionalmente, o plan debe prever un calendario de recollida, unha periodicidade explícita, e persoas responsables de coordinar con servizos de recollida do concello ou concesionarios.

No ámbito da Praza de Abastos, esta conta cun sistema de recollida e transporte que achega a propia entidade local e que deriva do correspondente PPT da licitación pública ou contrato realizado entre a entidade local e empresa concesionaria do servizo.

Formación, concienciación e implicación dos usuarios

Como se mencionó anteriormente é indispensable unha campaña de formación e concienciación para os vendedores da praza, persoal de limpeza e usuarios (clientes) sobre a importancia da segregación, sobre que tipo de residuos vai en cada contedor, sobre o impacto ambiental dunha xestión incorrecta.

É recomendable deseñar materiais (cartelería, folletos, reunións informativas).

Control, rexistro e seguimento

O plan debe prever un sistema de control e rexistro dos fluxos de residuos xerados na praza: cantidades aproximadas por fracción, periodicidade de recollida, incidencias (contedores mal utilizados, residuos mesturados, volumes extraordinarios).

Tamén se recomenda establecer indicadores para facer seguimento, que se indican a continuación. Os datos obtidos permitirán, anualmente, unha revisión das actuacións e a introdución de melloras.

Revisión e mellora continua

Este plan non é estático: deberá revisarse periodicamente de forma ordinaria, ou de forma especial si se producen cambios no funcionamento da praza.

Na revisión incluíranse a análise dos indicadores, avaliación dos custos da xestión, valoración da satisfacción dos usuarios e dos vendedores, e proposta de melloras (nova tipoloxía de contedores, maior frecuencia de recollida, campañas de sensibilización adicionais).

Accións

Nº	Tipo de acción	Destinatario	Título da acción	Resumo	Indicador de seguemento
1	Separación en orixe	Vendedores	Clasificación obrigatoria das fraccións	Separación de orgánico, envases, vidro, cartón e perigosos en cada posto.	% de postos que separan correctamente
2	Separación en orixe	Vendedores	Uso de recipientes homologados	Uso de recipientes pechados e específicos para cada fracción.	Nº de postos con recipientes adecuados
3	Separación en orixe	Compradores	Puntos de reciclaxe para o público	Instalación de colectores sinalizados para clientes.	Volume mensual recollido
4	Minimización dos residuos	Vendedores	Redución do plástico dun só uso	Substituír bolsas por opcións reutilizables ou compostables.	% de redución de bolsas
5	Minimización dos residuos	Entidade local	Compra pública verde	Priorizar materiais reutilizables en contratos municipais.	% de compras con criterios ambientais
6	Xestión	Vendedores	Compactación de cartón e plásticos	Uso de compactadores para reducir volume.	m³ de residuos reducidos
7	Separación en orixe	Vendedores	Formación obrigatoria	Sesións anuais sobre segregación e normativa.	Nº de asistentes á formación
8	Xestión	Entidade local	Control e inspección periódica	Revisión trimestral do cumprimento nos postos.	Nº de inspeccións e non conformidades
9	Minimización dos residuos	Vendedores	Aproveitamento de produtos non vendidos	Doazón de excedentes aptos para consumo.	Kg redistribuídos vs. desperdiciados
10	Xestión	Vendedores	Xestión de residuos perigosos	Entrega obrigatoria a xestores autorizados.	Nº de retiradas certificadas
11	Separación en orixe	Entidade local	Sinalización estandarizada	Indicadores gráficos nos puntos limpos internos.	% de impropios por fracción

Abreviaciones

Abreviacións

A continuación expónse unha listaxe de abreviacións inseridas no texto, ordenadas en orde alfabética.

- **Alimentos:** produtos destinados ao consumo humano para a nutrición.
- **Área de influencia:** zona xeográfica da que procede a maior parte dos usuarios ou clientes dunha instalación comercial.
- **Autoavaliación:** proceso polo que unha entidade analiza e valora o seu propio funcionamento.
- **Bens básicos:** produtos fundamentais e de primeira necesidade.
- **Benchmarking:** proceso de comparar prácticas, resultados ou procesos cunha referencia considerada excelente para mellorar o propio rendemento.
- **Comercio:** actividade de compra e venda de bens ou servizos.
- **Concesión:** dereito outorgado pola administración para explotar un posto ou servizo durante un tempo determinado.
- **Concorrenza competitiva:** convocatoria onde varias entidades compiten pola mesma subvención segundo criterios obxectivos.
- **Concorrenza non competitiva:** subvención que se concede por orde de solicitude se se compren os requisitos.
- **CTE:** Código Técnico da Edificación.
- **DAFO:** análise de Debilidades, Ameazas, Fortalezas e Oportunidades dunha organización ou proxecto.
- **Diagnose:** análise e identificación dunha situación, problema ou realidade.
- **Ecopunto:** instalación, aberta ou pechada, para a recollida selectiva de residuos.
- **Equipamento:** instalacións, maquinaria e recursos materiais necesarios para o funcionamento dun servizo ou mercado.
- **Estudo de mercado:** análise sistemática dun mercado para coñecer a demanda, competidores e oportunidades.
- **Etiquetaxe:** información obrigatoria e voluntaria presente na etiqueta dun produto.
- **Grao de diversificación:** nivel de variedade de produtos ou servizos nun mercado.

- **Instalacións:** conxunto de espazos, servizos e equipamentos dun mercado ou edificio.
- **Investimento:** (dende o punto de vista administrativo e contable) gasto realizado no ámbito das obras ou de adquisición de elementos ou equipamento.
- **Licitación:** procedemento público polo que a administración contrata obras, servizos ou concesións.
- **Mercado ambulante ou non sedentario:** mercado formado por postos móbiles ou temporais, normalmente ao aire libre.
- **Mesa:** punto de venda nunha praza ou mercado caracterizado pola súa apertura. Carece de peche e pode compartir elementos arquitectónicos ou equipamento (“mesa”) cun terceiro.
- **PCAP:** Prego de Cláusulas Administrativas Particulares, documento que regula condicións administrativas e económicas dun contrato público.
- **POL:** Plan de Ordenación do Litoral de Galicia. Documento de planificación territorial.
- **PPT:** Pregos de Prescricións Técnicas, documento que establece requisitos técnicos dun contrato público.
- **Posto:** espazo individual nunha praza ou mercado, onde se realiza a venda. A súa caracterización parte da súa configuración estrutural: é un espazo pechado en $\frac{3}{4}$ dos laterais e no restante realízase o proceso de venda; adoitan contar con mostrador de exposición de produtos no lateral non pechado.
- **Posto aberto:** punto de venda no que se realiza actividade comercial.
- **Posto pechado:** punto de venda no que non se realiza ningunha actividade comercial.
- **Praza de abastos:** ou ben “mercado municipal”, instalación de carácter privado ou público onde se venden produtos frescos en postos fixos. Maioritariamente trátase de instalacións públicas nas que se realiza a venda de produtos frescos e de proximidade.
- **Praceiro/Praceira:** persoa que traballa e vende nun posto dunha praza de abastos.
- **Prezo base de licitación:** importe máximo a partir do cal se presentan ofertas nun proceso de licitación.
- **Produto local:** alimento ou ben producido na mesma zona ou territorio onde se vende.
- **Proposta técnica:** ou solvencia técnica, documento que explica como se executará un contrato e acredita a capacidade profesional para realizalo.
- **Renda bruta media per cápita:** ingresos medios dun territorio determinado por habitante antes de impostos e deducións.

→ **Rede de mercados excelentes:** conxunto de mercados que compren criterios avanzados de calidade, innovación e servizo; e que contan co selo de excelencia da Xunta de Galicia.

→ **RSU:** Residuos Sólidos Urbanos.

→ **Salubridade:** conxunto de condicións que garanten a seguridade e hixiene dos alimentos e instalacións.

→ **Selo de excelencia:** distintivo oficial, regrado, que certifica o cumprimento de determinados estándares de calidade nos produtos e servizos.

→ **Subvención:** axuda económica pública para financiar unha actividade.

→ **Taxa:** tributo que se paga por recibir un servizo público concreto. A diferenza do imposto non é periódico nin universal.

→ **Tipoloxía:** clasificación ou tipo ao que pertence algo. No documento, categorías de produtos de venda na praza ou mercado de abastos.

→ **Titular do posto:** persoa que é titular dun posto ou mesa dunha praza ou mercado de abastos.

→ **Trazabilidade:** Capacidade de seguir o rastro dun produto desde a orixe ata o consumidor final.

→ **Xerencia:** dirección ou administración dunha entidade, mercado ou organización, que pode ser directa ou indirecta (mediante contratación con persoa xurídica).

→ **Xerente:** persoa responsable da dirección dun mercado ou entidade. Pode ser unha persoa física ou xurídica.

→ **Xestión:** conxunto de accións orientadas a organizar, administrar e optimizar recursos.

Propostas de diseño

Propostas de deseño

A presente diagnose permite identificar a situación actual da Praza de Abastos de Moaña, as súas fortalezas e debilidades, as tendencias de consumo existentes e os principais retos aos que deberá facer fronte nos próximos anos. A análise realizada evidencia que a praza de abastos continúa a desempeñar un papel fundamental como infraestruturas de abastecemento de proximidade, dinamización económica e cohesión social, aínda que debe adaptarse aos cambios nos hábitos de compra, ás novas demandas da cidadanía e aos desafíos derivados da transformación dixital, ambiental e demográfica.

Neste contexto, resulta necesario complementar o presente estudo da situación actual con varias propostas de implementación: exemplos a desenvolver en base ás posibilidades arquitectónicas da instalación e das actuacións realizadas noutras prazas e mercados que poden acadar o éxito en Moaña.

Así, incorpórase a continuación un apartado específico dedicado á presentación de posibles exemplos e propostas de deseño e implementación, entendidos non como actuacións pechadas ou definitivas, senón como referencias e modelos inspiradores que poden contribuír á definición dunha folla de ruta para a modernización e revitalización da Praza de Abastos de Moaña.

A experiencia doutras prazas de abastos e mercados municipais, tanto en Galicia como noutras rexións, demostra que a combinación equilibrada entre tradición e innovación pode converter estes espazos en auténticos motores de dinamización urbana, social e económica. Deste xeito, os exemplos que se presentan pretenden servir de base para a reflexión, o debate e a definición de futuras actuacións adaptadas ás necesidades, identidade e potencialidades específicas da Praza de Abastos de Moaña.



Figura 44. Proposta de deseño estético



Figura 45 e 46. Comparativa da situación actual (esquerda) e proposta inicial de deseño (dereita).

En canto á illa de venda de peixe propónse realizar un xogo de cores con brancos e azuis, laminar as mesas con aceiro inoxidable e instalar unha tira de iluminación LED específica.

No deseño propósito xóguese tamen coas cores no teito e en columnas. En deseños posteriores utilizouse únicamente a cor branca: ofrecendo unha maior iluminación xeral e propiciando un ambiente máis limpo que permite identificar mellor as mesas de peixe.

Frente á illa de venda de peixe é necesario a busca dunha solución para a venda de froita en mesas. Se ben é certo unha das posibilidades é a mesma que en peixe: cores verdes en lugar de brancos, mesas de aceiro para a colocación da froita; outra das posibilidades é a construción dunha “illa” de venda como a proposta anteriormente.

Con todo resulta moi complicado estéticamente aunar estas dúas illas, polo que quizais é posible artellar un formato de illa específico tamén para o peixe.



Figura 47. Proposta de deseño “illa de peixe”



Figura 48. Proposta de deseño “illa de peixe” adicional.



Figura 49. Proposta de deseño “illa de froitas e verduras”

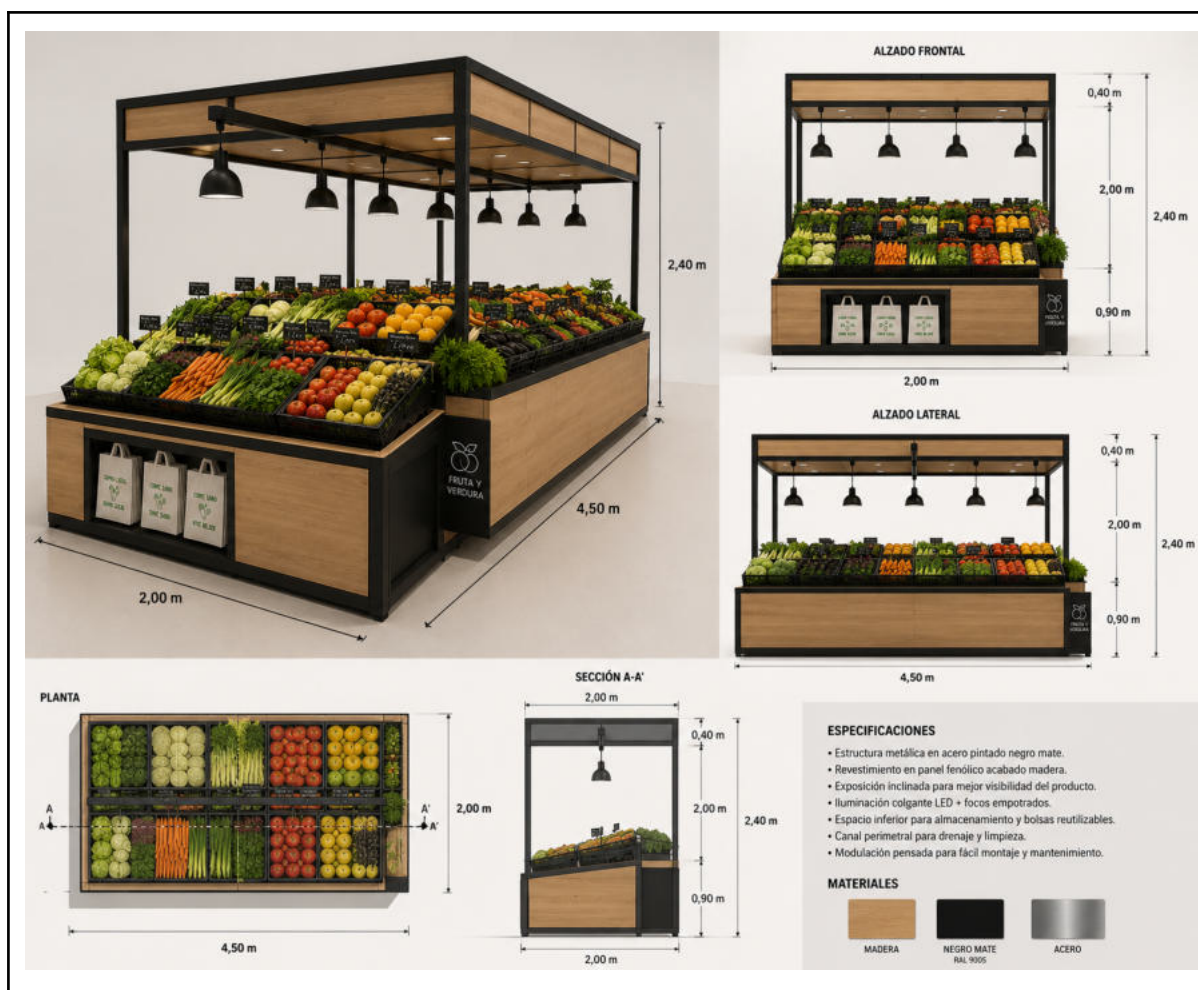


Figura 50. Modelo arquitectónico e constructivo “illa de froita e verdura”

Xa en canto aos diferentes rótulos e a homoxeneización dos mesmos, propónse, a través da selección de cores básicas primeiras e secundarias, establecer un código facilmente identificable dos distintivos tipos de postos e mesas, achegando un toque diferente ao actual a nivel estético e funcional facilitando ao cliente-usuario a busca de determinados produtos.



Figura 51. Modelos de cor propostos

A partir dos tonos anteriores estruturáronse diferentes opcións de rotulación: unha que utiliza toda a cor para o conxunto dos postos (figura 53) e outra que, contando cunha base común, utiliza as cores só no logotipo (figura 54).

Optando pola segunda das opcións realizouse unha proba coa Carnicería Gerardo en relación con esta implementación.



Figura 52. Proposta de rotulación en base a cores identificativos

 PEIXE Peixes Vida	 PEIXE Peixes Rincha
 PEIXE Pescados Noelia	 PEIXE Pescados Alicia
 PEIXE Peixes e Mariscos Mary	 PEIXE Peixes e Mariscos Isabel
 PEIXE Produtos do mar Toñi	 CARNE Carnicería Gerardo
 CARNE Carnicería Marita	 EMBUTIDOS, QUEIXOS Jamonería Quesería Malayo
 FROITERÍA Froitas Cris	 FROITERÍA Froitas Fina
 FROITERÍA Froitaría Tery	 PANADERÍA Panadería Laranxería
 PRODUTOS GALEGOS A traña	

Figura 53. Propostas de rotulación onde a cor é implementada só no logotipo identificativo.



Figura 54. Exemplo-proposta de sistema de rotulación deseñado.

Por último, buscando achegar unha maior solución para a consecución do Selo Excelente, propónse utilizar os postos pechados para seren habilitados en vestuario praceiros e oficina de información. Realizando unha proba de deseño coa rotulación anterior o deseño proposto é o seguinte:



Figura 55. Exemplo-proposta de rotulación homoxénea en vestiarios para praceiros/as aproveitando un local pechado sen actividade.

Diagnose e estudo de mercado realizada polo equipo de CREA E INNOVA ASOCIADAS S.L., empresa concesionaria do servizo de redacción de Diagnose e Estudo de Mercado da Praza de Abastos do Concello de Moaña.

En Moaña (Pontevedra), na data que consta na sintatura.

Firmado por
***6690** SONIA
CASTAÑO (R:
****3218*) el día
24/07/2026 con un

33290841C
MARIA LUCIA
GARCIA (R:
B70632187)

Firmado
digitalmente por
33290841C MARIA
LUCIA GARCIA (R:
B70632187)
Fecha: 2026.07.25
22:49:33 +02'00'

Sonia Castaño Eiras
Economista

M^a Lucía García Ferreiro
Directora de proxectos



Crea e Innova Asociadas, S.L.

Parque Empresarial Espiñeira, 20
15930 Boiro - A Coruña
Tlf: 604.234.168