



LOS MERCADOS DE VIGO

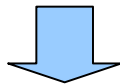
Delmiro Hermida Rodríguez

ESTRATEGIA INTEGRAL

- Necesidad de proceder a inversiones en las instalaciones que el Ayuntamiento no realiza adecuadamente por los costes elevados de las mismas.
- Mayor exigencia en la prestación eficaz de los servicios con medios materiales y personales
- Necesidad de eliminar controles administrativos.
- Plazos perentorios de explotación que constituyen un obstáculo que frena el proceso inversor.
- Reducidas dimensiones de los puestos y dificultades para variar las actividades a desarrollar.
- Inexistencia de actividades que no sea venta de productos alimenticios de primera necesidad

ESTRATEGIA INTEGRAL

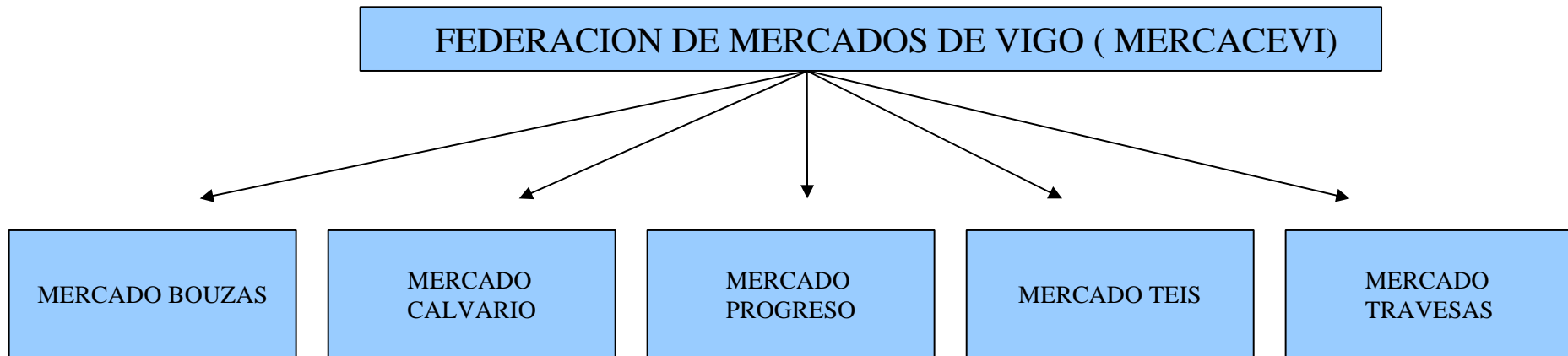
- Asumir la responsabilidad de gestionar el mercado como un centro de servicios.
- Contratación de un gerente en cada uno de los mercados



una estrategia integral de gestión de los centros

- Creación de una **Federación de Asociaciones de Mercados en la ciudad de Vigo** que trataba de reforzar la representatividad del grupo
- Sigue siendo un elemento aglutinador, reconocido y reconocible por el entorno

ESTRATEGIA INTEGRAL



REMODELACION FISICA Y FUNCIONAL

- reordenación física de los puestos así como de los elementos comunes de los edificios, mediante la renovación del mobiliario,
- mejora del aspecto físico del interior y exterior de los mercados,
- mejora de la iluminación
- aspectos más novedosos como la **implantación de una marca única** para los mercados de Vigo que se visualizaría en rótulos interiores y exteriores, directorios o cualquier tipo de elemento de comunicación que perteneciese a estos mercados
- la **incorporación de una cadena de supermercados** en algunos de los centros como oferta complementaria de alimentación ya que a los mismos se les prohibía la comercialización de alimentos frescos tales como pescados, carnes o frutas y verduras.

REMODELACION FISICA Y FUNCIONAL



PRIMERAS
REFORMAS

RENOVACION
COMERCIAL

SUPERMERCADO



INFORMACION

EN

CALLE



Unha grande variedade de alimentos, os máis frescos e da mellor calidade atoparalos no seu mercado

Alimentos frescos nos Mercados de Vigo

O mellor para unha boa alimentación, iso é o que os **Mercados de Vigo** ofrecen a todo aquel que desee facer ali a súa compra. É todo un escenario onde as protagonistas son os produtos que a nosa terra e a nosa costa con moito mimo pon nas nosas mans: hortaliñas, froitas, carnes... e, como non, **o peixe fresco**.

A lorna de Vigo día tras día recibe toneladas de peixe do noso litoral, a parte desta mercanca que chega á lorna directamente do mar é levado **ás Mercados** practicamente no mesmo momento. Para conseguir isto os peixeiros e peixeiras do mercado, antes de acudir ás seus postos de traballo, dirixíase a **lorna** a facer **eles mesmos a selección do peixe** que van levar, coidando dos prezos e da calidade. Este é un punto moi importante, algo que diferencia o xeito de traballar do mercado do resto das superficies comerciais de alimentación. Polo tanto, a profesionalidade dos peixeiros é máxima, despois de moitos anos coñecendo as cualidades e características do peixe como ningún e sendo conscientes da que resulta mellor para o consumidor. O resultado é un peixe fresco e duma calidade indiscutible.

Deixando a un lado o peixe, nos postos de carnicería dos Mercados de Vigo ponse á venda a carne da mellor calidade, xa que, do mesmo xeito que fan peixeiros e peixeiras, os carniceiros realizan



eles mesmos a selección no lugar de orixe da carne que se queren levar, elevando os mellores pezas para satisfacer á máxima as esixencias do cliente.

Hai que destacar tamén a gran variedade de produtos do campo que ali espóntaneamente se venden: desde todo tipo de hortaliñas ata froite, e, por suposto, todo orixeño da nosa terra. Asemade existen outros postos especializados como panaderías, pelerías, ou outros establecementos como cafeterías para que os clientes completen as súas compras e as realicen con tranquilidade e comodidade. Relacionado con isto lembrámoos que os Mercados de Vigo dispoñen de diferentes servizos como parking gratuíto, servizo a domicilio e violación privada.

Nos Mercados de Vigo poderá atopar-las mellores alimentos para levar á súa mesa. Por iso unha vez máis, aconsallámola que se des unha volta polo seu mercado máis cercano. Ali atopará produtos coma en ningún outro lugar lle poden ofrecer: produtos de orixe galega, da máxima calidade e da mellor calidade para unha coidadísima alimentación diaria: froita, hortaliñas, carne, peixe... Algo impresionante para gozar dunha vida sá, mirar polos seus e, ó mesmo tempo, colaborar co mercado galego.

Nos postos de carnicería pague comodamente coas tarxetas



caixanova

Medalla de oro en calidade

Oferta válida hasta el 16 de Octubre de 2000.

- detergente ELENA 30 casitos + 25% gratis **599**
- harina FROIZ kg. **55**
- aceite girasol SAFLOR L. **99**
- aceite de oliva LA MASIA 0,4* e 1* L. **325**
- leixa ACE frescor del campo o regular 2L. **155**

Supermercados FROIZ

Mercados de Vigo: Bouzas, Cabral, Calvario, Progreso, Teis, Travesas

CARNICERÍA

PVP: **575** Pzas/Kg.
€ 3,45

CHULETAS DE PORCO
Catalán 1ª

CARNICERÍA

PVP: **269** Pzas/Kg.
€ 1,61

POILO ENTEIRO

CARNICERÍA

PVP: **745** Pzas/Kg.
€ 4,47

LOMO ADOBADO

CHARCUTERÍA

PVP: **849** Pzas/Kg.
€ 5,10

XAMÓN COCIDO
Cesar Meyer
Por cada 200gr. regístrate un corteño de cocido

CHARCUTERÍA

PVP: **825** Pzas/Kg.
€ 4,95

QUEIXO BARRA SANDWICH
Lama Teitel

PAGAR CON TARXETA

PARKING GRATUITO

SERVIZO A DOMICILIO

VIOLACIÓN PRIVADA



FROITERÍA

PVP: **65** Pzas/Kg.
€ 0,39

PATACA BRANCA
Rasa Lima

FROITERÍA

PVP: **85** Pzas/Kg.
€ 0,51

CEBOLA DE CAMBADOS

PESCADERÍA

PVP: **895** Pzas.
€ 5,37

SALMON NORUEGO
Envaso ou medio 4/5 ou 5/6

As ofertas de pescadería só son válidas para o venres día 13 e o sábado día 14 de outubro

PESCADERÍA

PVP: **595** Pzas/Kg.
€ 3,57

ANIS DE CALAMAR EXTRA

As ofertas de pescadería só son válidas para o venres día 13 e o sábado día 14 de outubro

FLORISTERÍA

PVP: **250** Pzas. por ramo de 10 ud. 10
€ 1,50

CLAVELINA



COMPETITIVIDAD DE LOS COMERCIANTES

La remodelación física del edificio del mercado no garantiza su viabilidad comercial. Mercado Travesas.

Las primeras reformas no permitieron en sus primeros años de gestión privada un relanzamiento de la actividad comercial

La Federación en el año 2000 contrata los servicios de la E.N. MERCASA para obtener un Plan Marco de actuación

El Mercado Travesas culmina la apertura de un mercado completamente remodelado tras un período de cinco años.

Un centro de productos de alimentación que de respuesta a las necesidades de los consumidores y que funcione de manera eficiente tanto colectivamente como individualmente, es decir, que las tiendas minoristas sean efectivamente viables comercialmente

DETERIORO
PROGRESIVO DE LA
IMAGEN







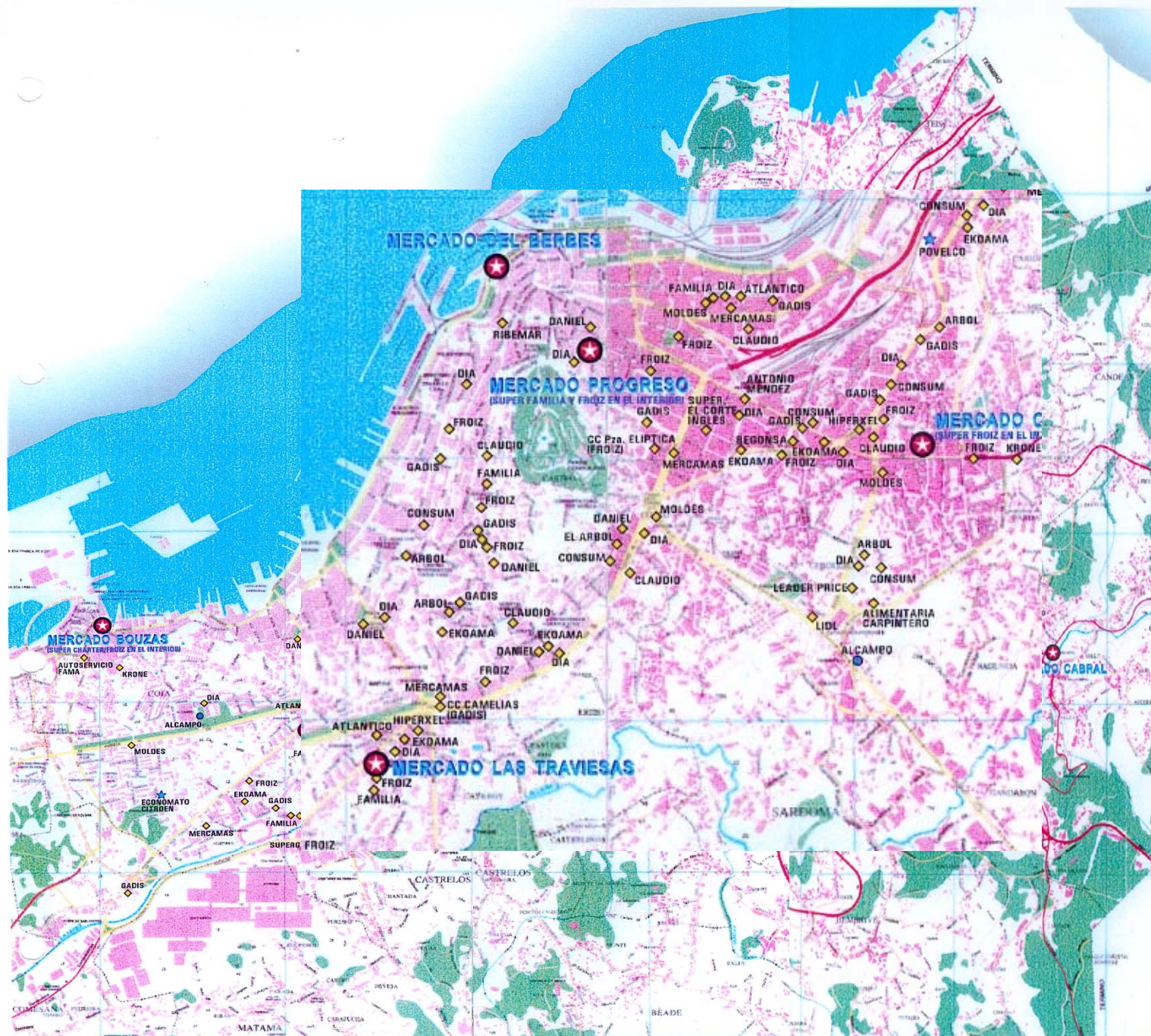




MERCADOS, SUPER E HIPERMERCADO DE LA CIUDAD de VIGO

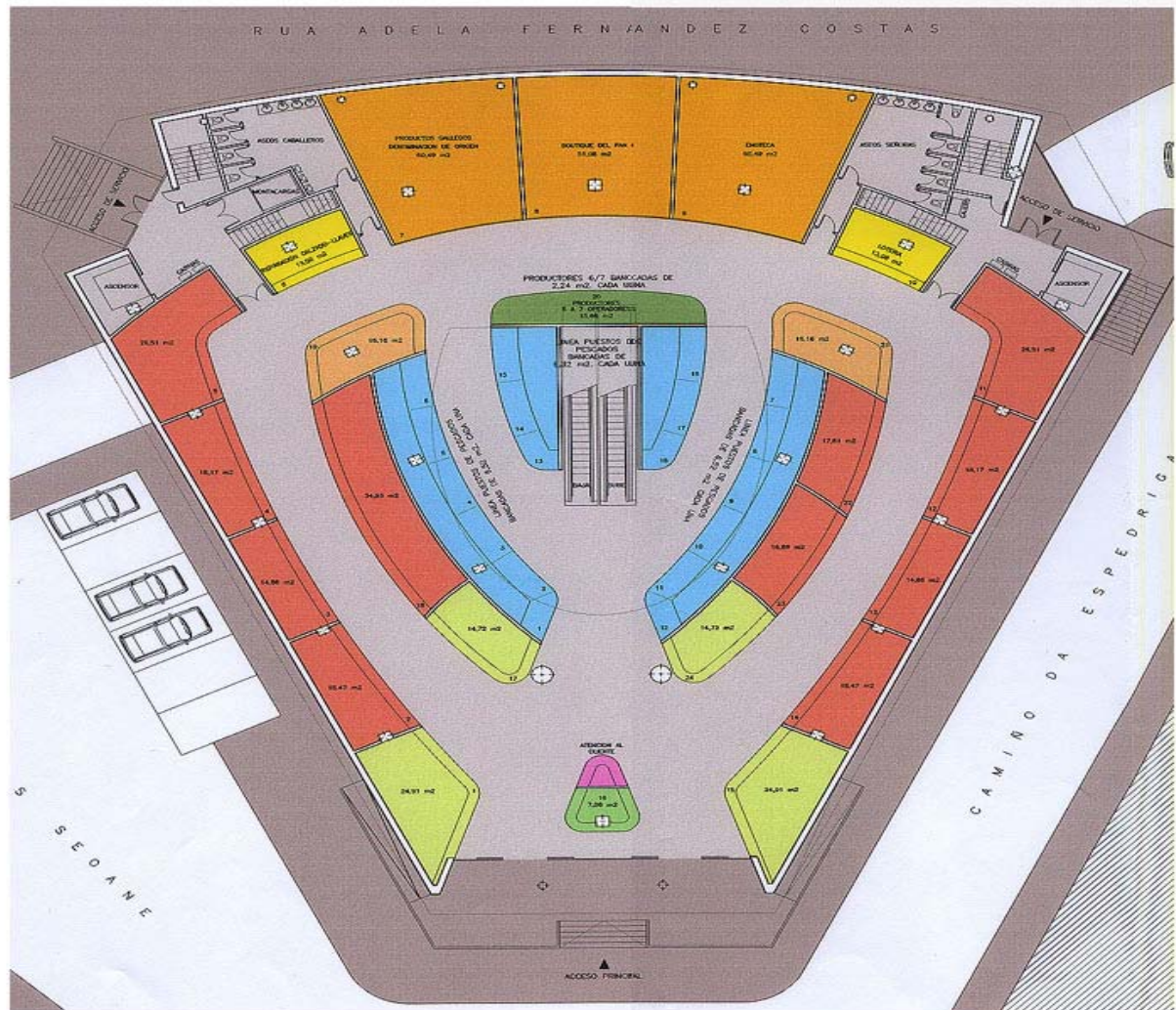


-  MERCADOS
-  SUPERMERCADOS
-  HIPERMERCADOS
-  ECONOMATOS



PROPUESTAS
DE
REFORMA

NUEVA
MEZCLA
COMERCIAL



COMPETITIVIDAD DE LOS COMERCIANTES

La inversión privada como factor de competitividad

Barrera de entrada para comerciantes poco competitivos

Facilita por otra parte la renuncia de los derechos contractuales existentes de aquellos comerciantes que no pueden o no desean participar en el proyecto de reforma.

El Mercado Travesas culmina la apertura de un mercado completamente remodelado tras un período de cinco años.

No es posible alcanzar el mix comercial óptimo, ni tampoco la combinación de comerciantes más idónea sino aquella que dentro de las restricciones propias del proceso inversor permite ir conformando el nuevo mercado.

MERCADONA

SUPERMERCADOS
DE CONFIANZA



MERCADO TRAVESAS





PESCADERÍA LUISA

HABISARREY

75

OFERTA OFERTA OFERTA OFERTA

MARY FLORISTAS

7

CINARIA KIKE







Garaje subterráneo



Acceso minusválidos



Vigilancia privada



Teléfono público



Aire acondicionado



Escaleras mecánicas



Ascensores



Cambia bebés



Cajero automático



Pago con tarjetas



Cafetería



Peluquería



Parque infantil



Mercadona



C/ ESPEDRIGADA, 1 · 36210 VIGO



Mercado Travesas...

COMPETITIVIDAD DE LOS COMERCIANTES

Alta resistencia al cambio

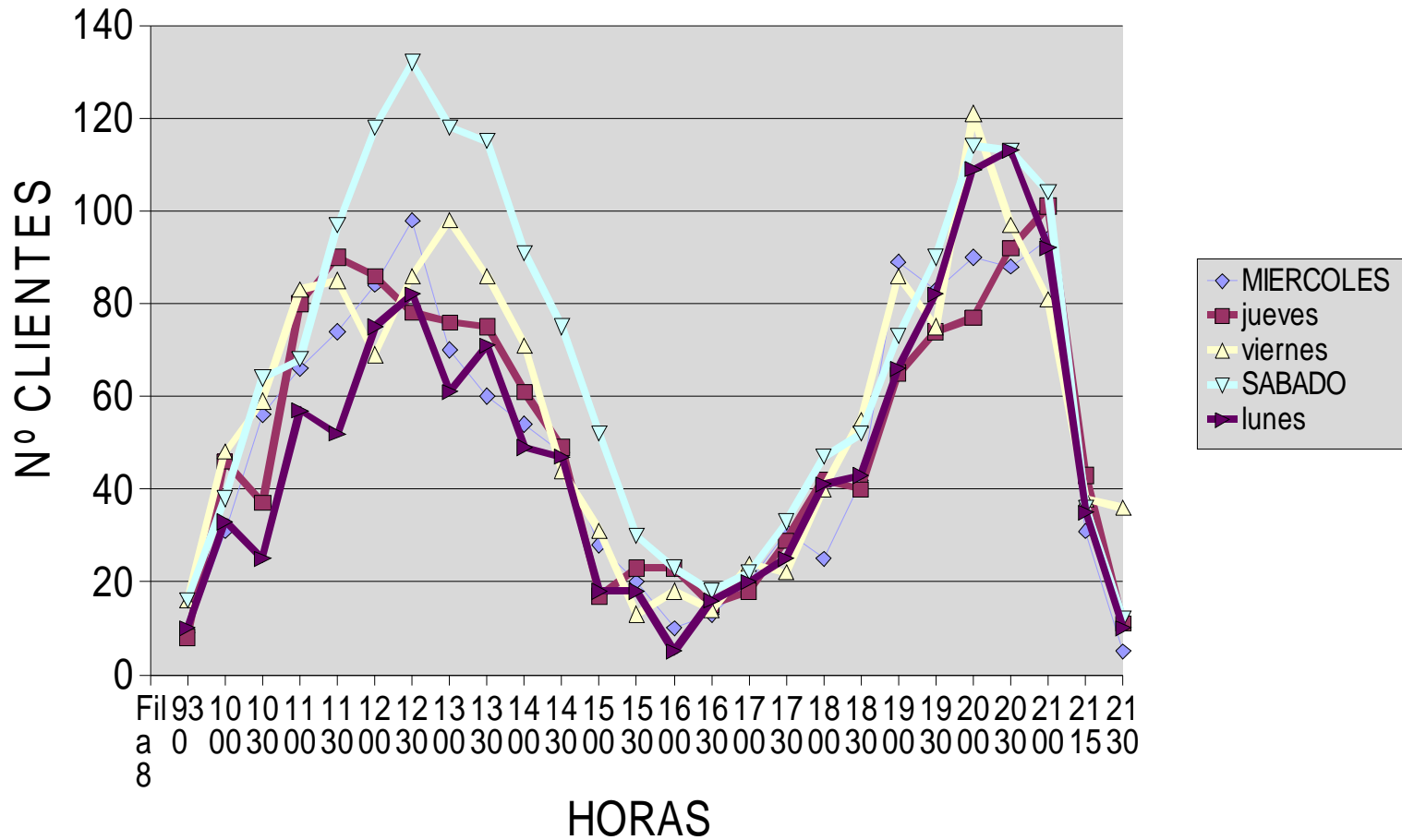
Los mercados se han adaptado a la modificación de hábitos de compra motivados por cambios sociológicos por todos conocidos que han hecho variar los horarios para realizar el acto de compra.

Sin embargo solo el 25 % de los comerciantes abre de manera regular en horario de tarde.

La continuidad en la prestación del servicio ha sido el único secreto para hacer rentable la apertura comercial en esa franja horaria a dichos establecimientos.

La resistencia se traslada también a la propia formación en sí, alegando falta de tiempo, compromisos inesperados, inadecuación del curso a la práctica comercial u obligaciones familiares de diversa índole.

AFORO CLIENTES



COMPETITIVIDAD DE LOS COMERCIANTES

Nuevas tecnologías. Fines sociales, culturales, medioambientales y de seguridad alimentaria.

Acciones colectivas que mejoran la competitividad.

Aplicación tecnológica para el cumplimiento de la normativa europea sobre higiene alimentaria y trazabilidad en el ámbito de la distribución minorista de alimentación

Sistema de tarjeta de fidelización que a su vez nos facilite información útil para el conocimiento del comportamiento de los clientes.

Marketing dinámico a través de un software que permitiría una unificación de soportes informativos

Gestión Centralizada Marketing Dinámico





- Unificación de soportes informativos
- Actualización de las informaciones internas
- Publicidad externa
- Comunicación institucional