

# L'escola al mercat



memòria 2010-2011



Ajuntament de Palma



ASOCIACIÓN PATRONAL DE MAJORETAS DE MERCAPALMA DE FRUTOS Y PRODUCTOS HORTÍCOLAS

mercapalma



idi Institut d'Innovació Empresarial de les Illes Balears

Govern de les Illes Balears  
Conselleria de Comerç, Indústria i Energia

millora agrària

Govern de les Illes Balears  
Conselleria de Presidència

Govern de les Illes Balears  
Conselleria d'Educació i Cultura

Govern de les Illes Balears  
Conselleria de Salut i Consum



Assessorament lingüístic:  
Miquel Vives  
Servei d'Assessorament  
Lingüístic  
de l'Ajuntament de Palma

Edita:  
Projecte "L'escola al mercat"

Disseny editorial i maquetació:  
Lucia Matas Schouppe

Impressió:  
Margen Digital



Per segon any consecutiu, s'ha duit a terme el projecte l'Escola al Mercat. Els resultats i les valoracions positives del curs passat han fet que els organismes col·laboradors d'aquest projecte decidissin dur-lo endavant un any més.

L'Escola al Mercat és un projecte que neix a partir de dos objectius clau: millorar els hàbits alimentaris dels més joves (en particular, promoure el consum de fruites i hortalisses) i dinamitzar els mercats per a augmentar la competitivitat de tota la cadena.

La població està de cada vegada més sensibilitzada vers la necessitat i el desig de mantenir la salut, per la qual cosa és necessari establir i difondre clarament les pautes que s'han de seguir per a mantenir una dieta saludable. Les fruites i les verdures constitueixen un conjunt d'aliments d'origen vegetal, rics en aigua, vitamines i minerals, i pobres en proteïnes, greixos i hidrats de carboni. Per aquestes característiques es considera que són aliments reguladors que ajuden l'organisme a créixer i a desenvolupar-se; a més, són poc energètics i contenen nombrosos antioxidants.

Els mercats han estat un factor clau en el projecte ja que és indispensable que puguin augmentar la seva qualitat en tots els àmbits. Les administracions públiques han de potenciar això, ja que el mercat no és només un comerç on es puguin trobar productes locals i de qualitat, sinó que també representa un paper social i cultural extraordinari.

## Població objectiu

La població a la qual s'ha dirigit l'acció que s'ha duit a terme ha estat l'alumnat dels centres educatius, que ha rebut la informació i ha protagonitzat les activitats. Però cal tenir present que amb aquest programa els escolars no han estat l'única població final, sinó que també s'han convertit en vehicle transmissor dels coneixements adquirits dels seus pares. De fet, els professors i els centres han estat destinataris directes d'aquesta activitat, que han compartit amb els alumnes i, indirectament, amb la resta de professors.

## Objectius:

1. Millorar els hàbits alimentaris dels més joves i, en particular, promoure el consum de fruites i hortalisses. Per això, s'ha decidit unir els esforços que fins ara feien les institucions per a separat i optimitzar l'ús de recursos, tant dels humans com dels econòmics.
2. Dinamitzar el mercat i augmentar la competitivitat de tota la cadena comercial.
3. Promoure els hàbits de consum responsables: consum de productes locals i de temporada així com les pràctiques de consum sostenible.

## Entitats col·laboradores:

Conselleria d'Agricultura i Pesca  
Conselleria de Comerç, Indústria i Energia  
Conselleria de Educació i Cultura  
Conselleria de Salut i Consum  
Ajuntament de Palma  
Cambra de Comerç de Mallorca  
Escola d'Hoteleria de les Illes Balears  
Associació Patronal de Majoristes de Mercapalma de Fruites i Productes Hortícoles  
Federació de Mercats Permanents de Mallorca  
Mercapalma

## Desenvolupament de l'activitat educativa

L'activitat educativa del projecte ha estat pensada perquè els centres educatius la poguessin incorporar quan treballassin l'alimentació com a àrea curricular i per a poder completar, en tot moment, el treball fet al centre educatiu.

Un monitor explicà als alumnes les funcions de la cadena comercial de fruites i hortalisses (consumidors, mercats detallistes, mercat central majorista Mercapalma i productors).

Es mostrà a tots els participants la piràmide de l'alimentació i els grups d'aliments i s'explicà quins són els nutrients que aporten a l'organisme; es destacà la importància d'ingerir cinc racions de fruita i verdura al dia. També, s'enumeraren les diferències entre la producció agrícola realitzada en hivernacles amb el cultiu a l'aire lliure, les diferències entre els productes locals i de temporada. Es mencionà la importància de la higiene i la seguretat alimentària que s'ha de seguir en tota la cadena comercial.

Tota aquesta informació s'explicà als alumnes mentre visitaven el mercat, interactuant els venedors amb els nins i les nines, que reforçaven l'explicació del monitor.

Finalment varen realitzar un dibuix sobre el mercat municipal, el qual ha participat en un concurs. D'entre tots els centres educatius participants, s'ha premiat el millor dibuix de cada curs i per mercat.

Alguns centres educatius han presentat una breu memòria d'activitats, que han complementat amb l'activitat del projecte, en què han treballat l'alimentació saludable al centre educatiu i, més concretament, la promoció de consum de fruita i verdura. Aquests han optat al Premi a la Millor Escola.

Ocasionalment, els alumnes de l'Escola d'Hoteleria de les Illes Balears feren una demostració a alguns dels mercats, d'elaboració de figures de fruita i hortalissa, que els infants visitaren. S'hi féu una degustació de suc natural i, després, un berenar saludable a base de fruites fresques i entrepà amb formatge.

En aquest projecte també s'han valorat –per part dels membres de la Comissió– i s'han volgut premiar les diferents parades del mercats.

Els alumnes de l'Escola d'Hoteleria han rebut el reconeixement per les presentacions fetes i un certificat d'assistència per la col·laboració al projecte.

## Objectius i resultats de la Campanya 2010/2011

	Resultat 2009/2010	Resultat 2010/2011
Quilograms de fruites distribuïts	300	500
Nre. de visites (grups)	40	43
Nre. d'enquestes al professorat	40	40
Nre. d'alumnes a participar	1000	1080
Satisfacció del professorat respecte de la visita	8.96/10	10/10
Nre. de mercats a participar	5	5
Nre. de majoristes a participar	17	17
Nre. de detallistes a participar	81	81

Per a l'edició 2010/2011 l'objectiu fonamental consistia a completar els resultats obtinguts a les enquestes del curs anterior amb la visió directa dels detallistes, i intentar establir el grau d'implicació d'aquests a l'hora dels possibles canvis.

Les mancances detectades en les actuacions realitzades durant el curs 2009/2010 es dividiren en dues vessants fonamentals:

- Estructurals: relacionades amb infraestructures generals del mercat i la zona on està situat (accés, aparcament, etc.)
- Conjunturals: relacionades amb els serveis oferts pels detallistes (horaris, preus, etc).

En aquest sentit, l'objectiu és contrastar amb les opinions dels detallistes dels mercats els resultats obtinguts, i avaluar el grau de compromís per part dels detallistes d'assumir la necessitat de fer els canvis necessaris respecte dels serveis que ofereixen.

Per a dur a terme aquestes accions es realitzà amb els detallistes una anàlisi crítica de la situació dels mercats.

Dels 80 detallistes que participen a l'Escola al mercat, se'n triaren 24, que corresponen a un terç del total que participa al projecte, amb una representació proporcional de tots els mercats (Santa Catalina, Llevant, el Camp Redó, Pere Garau i l'Olivar).

Primer es va passar una enquesta per a conèixer l'opinió sobre l'estat actual dels mercats, ja bé sigui infraestructura, qualitat i quantitat de clientela, serveis oferts, etc. També se'ls demanà la seva disposició a realitzar canvis per a millorar els serveis.

Amb els resultats de les enquestes s'aconseguí obtenir una primera aproximació del que pensaven sobre les millores dels mercats i de qui és responsabilitat fer els canvis oportuns, incloent-hi la seva disposició a fer els que sigui responsabilitat seva.

Amb aquestes dades es realitzaren tres dinàmiques de grup. Una al mercat de l'Olivar, una al mercat de Pere Garau amb detallistes d'aquest mercat i del mercat de Llevant, i una al mercat de Santa Catalina amb detallistes del mercat i del Camp Redó.

## L'anàlisi dels resultats dels mercats:

L'objectiu fonamental de les dinàmiques fou identificar els principals problemes que els detallistes perceben respecte del seu mercat o dels mercats en general, identificar les possibles solucions per a aquestes problemes, i identificar els responsables per a donar-los solució.

Cal destacar, abans de mostrar les conclusions definitives algunes generalitats sobre les opinions dels detallistes.

- Els detallistes participants tenen una opinió molt positiva respecte del valor de la funció i de la tasca que desenvolupen els mercats tradicionals, i per tant respecte del valor de la seva pròpia feina. Pensen que els mercats tenen valors afegits respecte a d'altres establiments de venda d'alimentació, de caràcter cultural i d'estil de vida que pensen que s'han de preservar.
- Els detallistes opinen que no hi ha unió i solidaritat suficients entre els mateixos detallistes, i això dificulta la posada en marxa de les diferents iniciatives. A més, aquesta qüestió s'agreuja quan parlem de la col·laboració entre els diferents mercats, que es percep com a pràcticament inexistent (els detallistes desconeixen en gran mesura la situació de la resta de mercats).
- També hi ha la sensació que la forma de funcionament interna dels mercats (tant pel que fa a normativa com a estructura dels òrgans de govern), comença a quedar obsoleta i potser seria necessari revisar-la i actualitzar-la.
- Hi ha una opinió generalitzada de necessitat de prestar més atenció a l'estat general de les infraestructures dels mercats, tant pel que fa a l'edifici en general com respecte de les mateixes parades (encara que la percepció no és molt dolenta, però sí es considera una qüestió imprescindible per a la bona imatge dels mercats).
- En general, tots coincideixen en què allò més necessari és aconseguir més clientela. Com més gent vagi als mercats millor, ja bé sigui com a client directament o com a "visitant" que es converteixi en client potencial. A més s'ha d'aconseguir que la realització de les compres al mercat sigui tan còmoda com sigui possible per als clients.
- Els detallistes creuen que les administracions públiques no donen prou suport als mercats, però a la vegada són conscients que la principal responsabilitat per a millorar la situació és dels mateixos detallistes i mercats, i que la manca d'unió i participació comunes és un problema important.

**Principals problemes específics manifestats pels participants, amb les seves possibles solucions i els seus responsables:**

<b>PROBLEMES</b>	<p><b>APARCAMENT</b></p> <p>LLEVANT: Zona blava petita.</p> <p>EI CAMP REDÓ: No hi ha ni aparcament ni zona blava.</p> <p>SANTA CATALINA: Aglomeracions puntuals, carrers estrets.</p> <p>PERE GARAU: No hi ha aparcament propi; la zona blava no és suficient.</p> <p>OLIVAR: Hi ha aparcament propi, un poc car, però el problema són els talls puntuals dels accessos.</p>
<b>SOLUCIONS</b>	<p>LLEVANT: Augmentar la zona blava i incentivar-la entre els usuaris del mercat.</p> <p>EI CAMP REDÓ: Crear-hi zona blava.</p> <p>SANTA CATALINA: Controlar les aglomeracions puntuals.</p> <p>PERE GARAU: Crear un aparcament propi. Aprofitar l'aparcament del carrer de Manacor posant un minibus que dugui gratis els clients des del mercat a l'aparcament.</p> <p>OLIVAR: Millorar els accessos a la zona del mercat, en especial cap a l'aparcament. No permetre talls als accessos, ja que els problemes es produeixen a la sortida, no a l'entrada.</p> <p>TOTS: Millorar els transports públics per a arribar als mercats. Promoure bonificacions en les tarifes d'aparcament per als clients dels mercats.</p>
<b>RESPONSABLES</b>	<p>AJUNTAMENT DE PALMA</p> <p>MERCATS (FEDERACIÓ, JUNTES DIRECTIVES I PARADISTES)</p>

**Problemes generals manifestats pels participants, amb les seves possibles solucions i els seus responsables:**

<b>PROBLEMES</b>	<p><b>HORARIS D'OBERTURA</b></p> <p>Hi ha una descompensació entre els horaris d'obertura dels mercats i les necessitats de la població.</p>
<b>SOLUCIONS</b>	<p>Canviar els horaris d'obertura: obertura divendres horabaixa i alguns diumenges i festius.</p>
<b>RESPONSABLES</b>	<p>DETALLISTES</p> <p>ADMINISTRACIONS PÚBLIQUES</p>

**Problemes dels mercats per a la captació dels clients:**

<b>PROBLEMES</b>	<p><b>MANCA DE CLIENTS / DESCONEIXEMENT DELS MERCATS / HÀBITS DE COMPRA DE LA SOCIETAT</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>· Hi ha necessitat de captació de nous clients, així com de prevenció de pèrdua dels clients actuals.</li> <li>· Hi ha molta gent (un 20% dels enquestats com a clients potencials) que desconeix l'existència dels mercats, i també molta gent que senzillament no els té en compte.</li> <li>· Els hàbits de compra de la societat van cap a una compra única a un sol lloc, una vegada per setmana, i cada vegada més lligada a altres activitats d'oci familiar (centres comercials).</li> </ul>
<b>SOLUCIONS</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>· Publicitar les línies d'autobús que arriben als mercats i, els mercats, a les línies d'autobús que hi arriben.</li> <li>· Fer ofertes i promocions conjuntes entre tots els detallistes del mercat i fer-les arribar a tota la població com a incentiu per a anar a comprar als mercats.</li> <li>· Dinamitzar els espais dels mercats amb altres activitats (com per exemple el projecte de l'Escola al Mercat): mostres de cuina tradicional, degustació de productes, etc.</li> <li>· Fer campanyes informatives dirigides a tota la població respecte dels avantatges de comprar als mercats, intentant recuperar el gust per la compra de confiança, amb productes frescs i de qualitat.</li> </ul>
<b>RESPONSABLES</b>	<p>DETALLISTES MERCATS ADMINISTRACIONS PÚBLIQUES</p>

**Altres problemes manifestats pels participants:**

<b>PROBLEMES</b>	<p><b>MANCA DE COL·LABORACIÓ</b></p> <p>Falta cooperació entre detallistes i entre mercats.</p>
<b>SOLUCIONS</b>	<p>Aconseguir implicació per part dels detallistes. Modificar reglament i estatuts.</p>
<b>RESPONSABLES</b>	<p>DETALLISTES MERCATS I FEDERACIÓ DE MERCATS</p>



## Empreses participants al projecte

### Detallistes:

#### Mercat de l'Olivar

Botiga de mascotes Xamba	Fruites i verdures Germans Amengual
Carnisseria Andreu Fuster	Fruites i verdures Germans Gelabert
Carnisseria Avícola Fuster	Fruites i verdures Ismael Cuenca
Carnisseria Can Jaume	Fruites i verdures López-Fullana
Carnisseria Comas	Fruites i verdures Miquel Bestard
Carnisseria i xarcuteria Germans Buades	Fruites i verdures Miquel Gelabert
Carnisseria Maria Zanoquera	Fruites i verdures Pascual
Carnisseria Marina Flotats	Fruites i verdures S'Heura
Espècies Crespí	Fruites i verdures S'Hortolà
Floristeria Joana	Fruites i verdures Saez
Forn de ca na Teresa	Fruites i verdures Sansó-Bonet
Fruites i verdures Abraham	Fruits secs Can Gelabert
Fruites i verdures Bota	Fruits secs Can Jaume
Fruites i verdures Crespí Bibiloni	Xarcuteria Ca Madó Geroni
Fruites i verdures Es Cantonet	Xarcuteria Creus
Fruites i verdures Es Pagès	Xarcuteria La Preferida
Fruites i verdures Escalas	Xarcuteria Viana i Cladera

### Mercat de Pere Garau

Bar Can Miquel	Herboristeria Germans Salvador
Carnisseria Bonnín	Menjars preparats Sa Cassola
Carnisseria Isabel	Papereria Bonnín
Claus Mariano "El Rápido"	Salazones J. Garau
Floristeria Loli	Ultramarinos Alomar
Forn Valls	Ultramarinos Ballester
Fruites i verdures Germans Fiol	Ultramarinos Toni Sastre
Fruites i verdures J. Martorell	Xarcuteria Germans Mas i Colom
Fruites i verdures Puchol	Xarcuteria María Jesús
Fruits secs Amparo	

### Mercat de Santa Catalina

Mercat de Santa Catalina	Fruits secs Tambor d'Ametlla
Bar Can Frau	Papereria Sa Plaça
Bar des Mercat	Salazones Amalia
Carnisseria Ede	Vins Can Novell
Carnisseria La Boucherie	Xarcuteria Franch
Floristeria Miquel Capellà	Xarcuteria Selecta
Fruites i verdures Maria de Porreres	Xarcuteria Virgilio Izquierdo
Fruites i verdures Son Brotad	

### Mercat des Camp Redó

Bar Peca  
 Carnisseria Germans González  
 Fruites i verdures Bàrbara Serra  
 Fruites i verdures Bibifruit  
 Menjars preparats La Cocina del Mercado  
 Peixateria Ciutat  
 Xarcuteria Es Bon Tall  
 Xarcuteria Gallego&Román

### Mercat de Llevant

Carnisseria Casa Jacinto  
 Carnisseria Sebastià Puiggròs  
 Claus Montclau  
 Fruites i verdures Pizà Jaume  
 Peixateria Lázaro  
 Reconeixement Mèdic

#### MAJORISTES DE MERCAPALMA:

Agroilla	Frutas Huguet
Agromallorca	Frutas Moreno
Bibifruit	Frutas Muñoz
Cultivar	Ginesito
Es Merca Fruites i Verdures	Hnos. Fernández
Fruita Bona	Mealmapo (Fruites Bon Any)
Fruites Caimari	Palma Fruit
Fruites d'Or	Vda. Antoni Serra
Fruites França	

#### CENTRES EDUCATIUS PARTICIPANTS EN EL PROJECTE

CEIP Alexandre Rosselló	CEIP Son Canals
CEIP Anselm Turmeda	Col·legi Francès
CEIP Costa i Llobera	Col·legi Sant Felip Neri
CEIP Escola Graduada	Col·legi Sant Josep Obrer
CEIP Felip Bauçà	Col·legi Santa Mònica
CEIP Gabriel Vallseca	CEIP Joan Miró
CEIP Jaume I	



.....  
memòria 2010-2011