

LA REVISTA DEL MERCADO

MERCADOS DE
ZARAGOZA
(2024)



EDITORIAL

RAÚL MACHÍN
GERENTE DE ZAMAS,

¿Por qué mi mercado no es súper?

Una respuesta a una buena pregunta, suele ser simple: si alguien puede reivindicar el calificativo de súper, esos son los mercados tradicionales así que...

Queremos ser **SÚPER**, no como mediana o gran superficie, sino por la vinculación de la palabra **SÚPER**. Según la Real Academia de la Lengua la definición significa "encima de", "preeminencia", "excelencia"...

Porque nuestros mercados tienen todo lo que queremos para nosotros y a los que más queremos, calidad de los productos frescos y locales, cercanía, confianza, precios competitivos y sobre todo generamos orgullo local, hacemos "barrio".

Que los supermercados hayan modificado los hábitos de los consumidores es una obviedad. La idea vino de EEUU, se quería acabar con las colas de clientes, abaratar recursos de personal, obtener más benéficos, nació el autoservicio, ganar más dinero vendiendo volumen, aun a costa de dar un peor servicio, productos, calidad y asesoramiento.

Con esta proliferación de medianas y grandes superficies, disminuye la accesibilidad a productos frescos y de temporada, al tiempo que aumenta las ofertas y variedad de productos procesados y ultraprocesados, aumentan los productos de otros países y continentes, sin tanto control sanitario como los de aquí. Por el contrario, en los puestos de los mercados, en las tiendas especializadas - frutería, carnicería, pescadería, etc. - es poco probable encontrar productos ultraprocesados que tienen asociaciones destacadas con las enfermedades metabólicas-.

Los hábitos alimentarios de cada persona no solo dependen de su voluntad: la accesibilidad a ciertos productos, el precio de los mismos y la presión que ejerce el entorno, la publicidad, campañas publicitarias... condicionan de forma importante esos hábitos. Algunos estudios muestran una asociación directa entre la compra en supermercados y la obesidad, una relación que se hace más evidente entre los consumidores con menos recursos económicos.

Pero ¿por qué nos cuesta comprar en los mercados tradicionales? ¡si siempre preferimos el trato personal! Y además, nuestros mercados se están modernizando, te ofrecen plataformas de venta on-line, puedes hacer el pedido por teléfono, por WhatsApp, puedes recogerlo y no hacer fila o pueden enviártelo a tu domicilio, ... Se están poniendo muchas facilidades para que puedas comprar producto de calidad y cercanía.

Por todo ello afirmamos:

PARA SÚPER, TU MERCADO.



LA CONTINUIDAD EMPRESARIAL EN LOS PUESTOS DE LOS MERCADOS

Tan importante como crear nuevas empresas es establecer los mecanismos que permitan mantener en funcionamiento negocios solventes que, sin embargo, en ocasiones cesan su actividad por falta de un relevo empresarial.

El comercio en los mercados de abastos de Zaragoza, es el de toda la vida, esencial para el barrio y para la ciudad.

Preservar los negocios que funcionan en los mercados, aquellos que son capaces de generar riqueza y puestos de trabajo, es una prioridad en la que tenemos que focalizar esfuerzos por tratarse de nuestro comercio local y de proximidad y que, por motivos de falta de transmisión, corren el riesgo de no continuar.

Existe una oferta de puestos y oportunidades de negocio que pueden tener continuidad en los mercados, esos espacios con historia en los distritos de la ciudad que se nutren de comercios gestionados por detallistas, muchos de ellos al frente “toda la vida” y que, por diversos motivos, les llega el momento de plantearse el poder relevar su actividad. Un claro ejemplo es la jubilación, momento en el cual, el detallista se plantea el cómo poder dar continuidad y supervivencia a su oficio, su actividad, al comercio minorista con esencia y competitivo en el barrio y a su vez, dar estabilidad al mercado en su conjunto, bien sea a través de la sucesión del negocio en manos de familiares, trabajadores o bien traspasando a nuevos emprendedores u otros detallistas con el objeto de dar prolongación a una actividad comercial con viable.

Viable, sí. Esa “palabra” que tanto buscan los emprendedores y empresarios.

“Una segunda oportunidad a los negocios a través del relevo fortalece el tejido empresarial del mercado, del barrio y de la ciudad”.

La transmisión de empresas en los mercados de abastos nos descubre un nuevo modelo de emprendimiento, tal vez el más apropiado para este tipo de enclaves. Un proceso mediante el cual un familiar, un trabajador del propio puesto, un detallista del mercado u de otros mercados o un nuevo emprendedor recoge el testigo en la gestión de una empresa ya existente que podríamos decir se formaliza a través de la compra del negocio, traspaso, ... para continuar la actividad.

Cuando se estructura el proceso de transmisión de una empresa se mantienen todos los activos de la empresa, de modo que ésta continúa funcionando, se mantienen los lugares de trabajo, las instalaciones, los clientes y los proveedores y se da valor a toda su historia, especialmente al esfuerzo invertido en la creación y el crecimiento de la empresa.

Las características de la personas emprendedoras han ido cambiando y con el tiempo, hemos podido caracterizar diferentes tipologías siendo también necesario poner de relieve aquellos que son capaces, no tanto de crear una empresa desde cero —con las dificultades que el proceso conlleva—, sino de impulsar una nueva etapa, un nuevo crecimiento, dar una nueva visión, aplicar un espíritu fresco a los mercados, etc., siempre desde la perspectiva que deja el impulsor del negocio que en parte, también se ha de preparar para la salida.

“La transmisión de empresas se define como el mecanismo profesional por el cual uno o más emprendedores acceden a la propiedad de una empresa ajena que ya funciona para hacerla crecer, con lo que se ahorran la fase de creación.”

No cabe de otra forma, sino que apostar por el relevo en los mercados de abastos y la dinamización y nuevas aperturas en los mercados. Simplemente hace falta dar una vuelta por el interior de los mismos para visualizar la existencia de puestos libres a la espera de ser abiertos ampliando así la oferta en el mercado o detallistas cerca de la edad de jubilación cuyos puestos llevan toda la vida funcionando, pero están abocados al cierre por no encontrar dueño.

Desde la Federación de Mercados de Zaragoza - conocida como ZAMAS -, trabajamos desde hace años en dar continuidad y fomentar el relevo y las aperturas de espacios comerciales en los mercados de nuestra ciudad, trabajando tanto con los detallistas que quieren ofrecer sus puestos como con los emprendedores y comerciantes que quieren abrir un negocio en cualquiera de los mercados. Actualmente, contabilizamos aproximadamente 80 expedientes de puestos en relevo por lo que, si estás interesado, puedes ponerte en contacto con ZAMAS (www.zamasmercados.es) donde además te ofreceremos asesoramiento en ayudas y subvenciones, dinamización, apoyo y seguimiento, y mucho más!

Porque para super, tu mercado.
ZAMAS MERCADOS



DINAMIZAR LOS MERCADOS, LA MEJOR GARANTÍA DE FUTURO

POR ALEJANDRO TOQUERO

Los mercados cumplen una función social, económica y comercial muy importante. Así sucede en los de Zaragoza, donde el Ayuntamiento y ZAMAS Mercados colaboran para garantizar su presente y, sobre todo, su futuro.

Hay muchos puestos de trabajo en juego, contribuyen al desarrollo de la economía circular y, sobre todo, ayudan a dinamizar el entorno donde se ubican y a consolidar una malla comercial en los barrios. En definitiva, ZAMAS y el Ayuntamiento tienen claro que estos espacios de convivencia ciudadana no deben desaparecer, porque el hueco lo rellenarían otros formatos comerciales alejados del espíritu de mercados de barrio o de ciudad.

Para que eso no suceda es importante dinamizarlos. Y eso es lo que se viene haciendo desde hace tiempo desde ZAMAS, la Federación de Asociaciones de Galerías de Alimentación y Mercados Detallistas de Zaragoza, en colaboración con el Consistorio zaragozano.

El detalle de las actividades que se han ido programando este año es un buen ejemplo de para qué sirven estas actuaciones. Sobre todo, para mantener la actividad de los mercados e impulsarla. Ese es el principal objetivo. Si no es así, la dinamización carece de sentido. Ejemplos hay muchos y los que se reseñan a continuación van en esa línea.



FIDELIZAR

La campaña ZAMAS Fideliza es como la cartilla de puntos de toda la vida. Esta plataforma busca incentivar el consumo y fidelizar al cliente que acude a las galerías comerciales o a los mercados detallistas. La campaña se desarrolló en seis mercados en octubre y se ha demostrado que el uso de la APP que premia las compras por parte de clientes y detallistas ha funcionado bien. A lo largo de este mes de diciembre se entregan los premios a la fidelidad. Las campañas de rascas en los mercados también han tenido éxito, lo mismo que el sorteo de lotes de Navidad que prácticamente ha llegado a todos los centros comerciales. Se trata de promociones ligadas al consumo que están entre las mejor valoradas por la clientela y contribuyen al objetivo de su fidelización. Por eso son tan importantes.

DISFRUTE CULINARIO

Pero la idea de dinamizar los mercados va mucho más allá de acciones vinculadas a la compra. Por qué no celebrar el solsticio de verano. Es lo que propuso el Mercado Agroecológico Campus en junio, lo mismo que almuerzos saludables o apoyo a las donaciones de sangre. En octubre empezó en el Mercado Central la iniciativa ´Juecooking`, dirigida en primer lugar a prescriptores y hosteleros, y las últimas seis sesiones, al público en general. No son aulas de cocina, pero se ha conseguido implicar a jóvenes a través de Tik Tok y otras herramientas de las redes sociales vinculando esta actividad formativa/culinaria con los productos del Mercado Central.

Algo parecido sucede con el proyecto

Arqueogastronomía, que este año ha viajado al Siglo de Oro para conocer cómo se vivía y comía en esa época de la mano de la Asociación Ideo. Indumentaria, alimentación, vajilla... Todo ha estado en perfecto orden de revista para retroceder en el tiempo a los siglos XVI y XVII, una iniciativa en la que han participado 120 personas.



VISITAS Y DEPORTE

Las visitas guiadas al Central también están permitiendo visibilizar su papel y su importancia como mercado de ciudad. Asociaciones de discapacitados, centros de formación, alumnos de colegios... Se intenta llegar a un abanico amplio de la sociedad, lo mismo que patrocinando un equipo de baloncesto o colaborando con el Centro Deportivo Casablanca. En definitiva, dinamizar también pasa por vincular alimentación saludable y deporte.

EN LOS MEDIOS

También es importante darlos a conocer a través de medios de comunicación como la radio, la prensa y la televisión. Sin olvidar, por supuesto, las redes sociales. De hecho, cada vez se cuenta más con la colaboración de influencers que ayudan a atraer al público joven que los mercados necesitan.

‘¡Súmate a la tendencia de los mercados! ¡PORQUE PARA SÚPER TU MERCADO!’ Este es el lema que en el mes de diciembre está calando entre los zaragozanos y que llega a través de Aragón Televisión.



DICIEMBRE, MES INTENSO

Pero el momento más intenso para su dinamización en Zaragoza es el mes de diciembre. El reparto de pulseras de la Virgen del Pilar con la medida personalizada en algunos mercados está teniendo un gran éxito, lo mismo que la entrega de muérdagos y plantas de Navidad. Sin duda, el Belén monumental que hay en la plata semisótano es otro atractivo importante.

Está abierto hasta principios de enero. En el Centro Comercial Las Fuentes y en el de Compromiso de Caspe se han programado actuaciones musicales, y por qué no una chocolatada en el de Valdespartera o en el Ambulante Almozara Textil. En este último, incluso se ha previsto el sorteo de un patinete eléctrico.

En fin, que no se dejan de hacer cosas para mostrar que los mercados están ahí, encantados de recibir cada vez a más zaragozanos. Las visitas de Papá Noel y de algún Rey Mago también se han programado con el mismo objetivo, lo mismo que el árbol de los deseos que el 2 de enero se instala en el Mercado Puerta Sancho. Seguro que en él se resumen buena parte de estas intenciones para el año 2025.



LOS MERCADOS HISTÓRICOS MIRAN AL PRESENTE Y AL FUTURO DE ZARAGOZA

POR ALEJANDRO TOQUERO

Los mercados con más historia de Zaragoza ayudan a entender su papel en el desarrollo de la ciudad. En definitiva, por qué fueron tan importantes en su momento y de qué forma contribuyeron a su crecimiento ofreciendo a los ciudadanos un entorno seguro donde tener garantizado el acceso a alimentos de calidad a un precio razonable.

El caso de Zaragoza es singular ya que la apuesta por mercados públicos no fue tan grande como en otras ciudades. De hecho, hoy solo hay tres: Central, San Vicente de Paúl y Valdespartera. El resto se gestiona desde el ámbito privado.

EL MERCADO CENTRAL

Es uno de los grandes iconos de la ciudad y su vinculación va mucho más allá del papel que cumple como mercado de abastos. Se inauguró en 1903, así que el año que viene cumplirá 122 años. El edificio no se concibió como una construcción aislada, sino formando parte de una actuación urbanística destinada a transformar el entorno de la plaza.

Félix Navarro diseñó un magnífico edificio, con un gran empaque y sin parecido con ningún otro. Desarrolló un proyecto en la línea del eclecticismo, en buena parte deudor de sus asombros en la visita realizada a

la Exposición Universal de París de 1889, con la Galería de Máquinas y su Torre Eiffel como estandarte de nuevas épocas.

Solo por este detalle ya se entiende su valor histórico. Además, supuso un gran cambio urbanístico en aquella Zaragoza de principio del siglo XX. Para materializar la obra fue preciso ensanchar el solar derribando un buen número de casas.



La plaza tenía, aproximadamente, la mitad de su anchura actual y venía a coincidir con el espacio en el que desembocaban las calles de Cerdán y Escuelas Pías. Además, la remodelación de la plaza afectó también a otras construcciones, en general antiguas y en mal estado de conservación, y a los porches, idea que se mantuvo pero sustituyendo su trazado de medio punto por dinteles sostenidos por columnas metálicas.

Tras su inauguración, el Mercado Central se convirtió en un auténtico hito ciudadano. Su emplazamiento se correspondía con la zona más vital y dinámica de aquella Zaragoza, área que quedaría a su vez potenciada por la nueva construcción. El edificio resultaba soberbio, sobresaliendo por su espectacular volumen, el trazado de los monumentales arcos de acceso y la gran bóveda metálica sin parangón en la arquitectura local.

Tras la última remodelación, todo ese brillo ha vuelto a salir a la luz contribuyendo a recuperar la condición de edificio con un gran potencial para volver a ser un espacio que ejerza de imán y de polo de atracción social, turístico, comercial y ciudadano.



OTROS MERCADOS

El de San Vicente de Paúl fue diseñado en 1945, así que el año que viene cumplirá 80 años. El edificio fue una iniciativa del Ayuntamiento de Zaragoza para construir un inmueble que acogiera un programa doble de viviendas y mercado. Los años 60 y 70 fueron los de mayor esplendor, con todos los puestos llenos y mucha vida en su interior.

El edificio de propiedad municipal fue remodelado en los años 80 del siglo XX por la arquitecta Elvira Adiego. Pasaron los años y se quedó obsoleto, así que se entendió necesaria una nueva remodelación que culminó en 2010. Desde entonces sigue ejerciendo como mercado de barrio y en 2024 ha recibido un gran impulso. Después de 14 años, es la primera vez que se ha asentado un proyecto de amplio recorrido para el primer piso que ha albergado demostraciones de cocina, promoción de productos de Aragón, e incluso venta de discos o gimnasia cardiosaludable.

El Mercado Delicias es de titularidad privada y este año cumple 75 años de vida. Lo fundó Eduardo Marín en 1949 y sus descendientes están muy satisfechos de que los puestos sigan teniendo una gran actividad y ofrezcan a los vecinos productos frescos con una magnífica relación calidad/precio.

No hay más que pasearse por sus estrechos pasillos para comprobar que es un mercado lleno de vida, tanta o más que la que se respira en las calles de Delicias. De alguna forma, este mercado sigue siendo el termómetro social del barrio, que refleja la vitalidad y diversidad ciudadana y supone un gran nexo de unión entre el pasado, el presente y el futuro.

El Mercado Ciudad Jardín también tiene mucha historia. Se inauguró en 1961 con la apertura de los primeros puestos, aunque no fue hasta la década de los 70 cuando se empezó a edificar, poco a poco, alrededor de la Ciudad Jardín.

El barrio está considerado Bien de Interés Cultural, una denominación que lo ha protegido del 'boom' inmobiliario. De hecho, conserva la totalidad de sus edificaciones originales. Un barrio que gracias al mercado, es también un Bien de Interés Gastronómico y Social.

No es casualidad que otro mercado privado con bastante historia, el Gran Centro Comercial Delicias, se ubique en este mismo barrio. Por sus características y lo populoso que es, en él ha encajado muy bien el formato de mercado. Abrió sus puertas en 1971 en la calle Andrés Vicente y una de las claves de que siga funcionando bastante bien y con muchos puestos abiertos ha sido su capacidad para renovarse.

En este sentido, uno de sus secretos es la digitalización. Muchos detallistas recurren a WhatsApp, Facebook e Instagram para comunicarse con sus clientes y organizar los pedidos. Sin duda, el suyo es un buen ejemplo de cómo evolucionar y tejer relaciones para garantizar el futuro y que los vecinos y potenciales clientes de la zona sigan disfrutando de productos frescos.

EL PERFIL INTERNACIONAL DE LOS MERCADOS VA A MÁS

POR ALEJANDRO TOQUERO

En varios, pero sobre todo en el Central, hay un buen muestrario de productos para consumidores africanos, rumanos y de países árabes y latinoamericanos

Los productos del mundo cada vez resultan más accesibles en los mercados de Zaragoza. Por supuesto, para acercarse a los gustos de los zaragozanos, que cada vez los consumen más, pero también a los de los clientes de otros países que encuentran un buen surtido en puestos regentados por españoles y por extranjeros.

En definitiva, estamos hablando de un escenario multicultural y multigastronómico que se refleja, sobre todo, en el Mercado Central de Zaragoza pero también en otros. El de Pescados y Mariscos Matosas es un buen ejemplo. David Matosas y Raquel Roldán llevan casi 25 años al frente del puesto. En su caso, también tienen una pescadería en el Mercado Delicias.

En este tiempo, su modelo de negocio no ha cambiado y están muy satisfechos de la clientela que les sigue. Se dedican, sobre todo, al pescado pequeño: sardina, anchoa, pescadilla, dorada... Y a otros menos conocidos como chicharro, verdel, perla, lisa, pargo o faneca. David Matosas explica que “algunos los consumían mucho nuestros abuelos, pero ahora la gente prácticamente no los conoce”.

Estos últimos pescados son los que más compran los extranjeros. Entre sus clientes predominan, sobre todo, de países latinoamericanos, marroquíes y rumanos. “Ellos están muy acostumbrados a comer pescado pequeño, y por calidad y precio les encaja el nuestro”, concluye David.



RUMANÍA

En su puesto del Mercado Central, Elena Lumhinita Nicoará ofrece un gran muestrario de productos de su país, Rumanía. Muchos compatriotas se acercan a diario, pero también lo hacen cada vez más españoles a comprar, por ejemplo, hogazas o pan macerado.



El muestrario de alimentos de Rumanía es amplio. Uno de los más importantes es el de los embutidos, que en este país se consumen mayoritariamente con un punto ahumado (salami, mortadela, pastrami de oveja y de cerdo...). También es interesante la propuesta de quesos y lácteos. Los hay de oveja, feta, de cabra o la crema agria de leche, “que tiene mucha aceptación”, comenta Elena.

Su puesto casi es como un supermercado por la cantidad de productos que tiene y lo variados que son. Hay conservas y legumbres de Rumanía “y tengo una harina de maíz y un pan rallado especial que les gusta mucho a los españoles”. El chucrut es uno de los fermentados más consumidos en los países de Centroeuropa y cada vez más en España. “A los clientes les encanta el que tengo con carne picada”.

En el Mercado Puerta Sancho también hay una joven rumana que regenta una pollería.

FRUTERÍA LATINA

Juan Pérez lleva alrededor de diez años en el Central al frente de la frutería que lleva su nombre. Al ponerse por su cuenta intentó especializarse y diferenciarse. Su apuesta ha sido por las frutas tropicales, pero, sobre todo, por productos naturales “intentando conseguirlos en el mejor momento de maduración”.

Yuca, papaya, maracuyá, plátano verde maduro o mango de avión son algunas de las frutas que ofrece. “En el mango, por ejemplo, hay mucha diferencia; mis clientes valoran su sabor exquisito”, explica. También le pasa con la papaya. En la que llega de Brasil el punto de dulzor es muy distinto. En cambio, el aguacate de Málaga es muy bueno. En definitiva, hay cosas que funcionan y otras que no.



No es el único caso de una frutería regentada por latinoamericanos. En el Mercado Fleta también existe un puesto de estas características donde las frutas y verduras vinculadas a Sudamérica tienen mucho protagonismo. Y en el Domenech se ha hecho un hueco uno de comida venezolana.

MENUCELES

Alba y su madre son el alma de Menuceles Cristina. En su puesto tienen mucho protagonismo productos como hígado, asadura, corazón o callos, además de madejas, oreja o morro. “A la plancha o en guisos, son fáciles de preparar -comenta Alba-, así que por ahí no hay excusa para no consumirlos, pero es que, además, tienen muchos nutrientes y vitaminas, como el hígado, o son una gran fuente de colágeno para las articulaciones, como los callos”. Entre sus clientes más asiduos hay muchos extranjeros, sobre todo latinoamericanos. “En la mayoría de los casos son jóvenes que están acostumbrados a este tipo de productos, algo que no sucede entre los españoles”.

Pero no solo son clientes vinculados a productos de casquería. También se ha dado el caso de que en algún puesto de estas características han cogido el relevo y se han animado a poner en marcha un negocio. Por su cultura alimentaria entienden que existe ese nicho y este es un detalle que también refleja el proceso de internacionalización en el que se hallan inmersos los mercados de Zaragoza.



EL MERCADO SAN MIGUEL, UN EJEMPLO DE NUEVAS OPORTUNIDADES DE NEGOCIO

POR ALEJANDRO TOQUERO

Hamburgueserías, sushi para llevar, vermuteo, bocaterías gourmet, carnes asadas, batidos naturales, agencias de viajes, zapaterías... No hay límite para la imaginación a la hora de abrir nuevos puestos en los mercados y galerías comerciales de Zaragoza

Los puestos de abastos de los mercados de Zaragoza son un territorio de oportunidades, un interesante escenario donde iniciar una actividad emprendedora, o para aquellos que deseen mejorar, consolidar o expandir su empresa. Estas oportunidades son mayores en las galerías comerciales y mercados privados que hay distribuidos por la ciudad, donde en los últimos años han ido bajando muchas persianas.

La Asociación de Autónomos de Aragón ofrece un servicio de asesoramiento para valorar las opciones existentes que mejor pueden encajar con cada perfil y demanda. En cualquier caso, nada mejor que acudir a uno de esos mercados privados donde han dado con la tecla de la supervivencia para comprobar que es posible, que darle una nueva vida a galerías comerciales que estaban bajo mínimos ya en una realidad en Zaragoza.

SAN MIGUEL

El Mercado San Miguel es un buen ejemplo. Si bien su ubicación es magnífica y la peatonalización de la calle ha contribuido a darle mucho realce, no es menos cierto que había que atreverse a dar el paso de abrir en él de nuevos modelos de negocios. La hamburguesería Mike's fue el primero. De eso hace ya más de un año.



De eso hace ya más de un año. Luego le llegó el turno al cocinero Abel Mora, que a finales de 2023 montó El Maestro del Sushi dentro de la galería comercial, muy poco visible desde la calle. “Estoy sorprendido de lo rápido que ha ido todo -comenta-, el crecimiento de las ventas de sushi para llevar a casa o para eventos ha sido bastante importante en estos meses”.

Abel tiene claro que la apertura de Pepinillo, el local de desayunos y aperitivos más visible desde la calle San Miguel, “ha sido el motor que ha ejercido de enganche para el resto de los negocios, ya que atrae a mucha gente durante todo el día”.

Al margen de este tirón, los nuevos negocios están permitiendo una doble sinergia: que clientes que nunca, o pocas veces, se habían acercado a un mercado o una galería comercial lo hagan, e incluso hayan empezado a consumir en sus fruterías, pescaderías o carnicerías. Y tal y como señala Abel Mora, “que consumidores habituales de estos centros se acerquen a los nuevos puestos como el mío, miren, se despierte en ellos la curiosidad y, por ejemplo, se lleven alguna bandeja de sushi a casa”.

PEPINILLO

Eduardo Palma abrió Pepinillo hace algo menos de un año. El momento del aperitivo es su fuerte con su aire de vermutería moderna donde degustar una gran variedad de vinagrillos, ensaladilla rusa, cazuelitas de guisos tradicionales o carrilleras y perdices escabechadas. En todos los casos, buenas materias primas y sabores tradicionales que han enganchado a una clientela fiel durante muchas horas del día.



Eduardo Palma abrió Pepinillo hace algo menos de un año. El momento del aperitivo es su fuerte con su aire de vermutería moderna donde degustar una gran variedad de vinagrillos, ensaladilla rusa, cazuelitas de guisos tradicionales o carrilleras y perdices escabechadas. En todos los casos, buenas materias primas y sabores tradicionales que han enganchado a una clientela fiel durante muchas horas del día.

Además, Eduardo tiene claro que “el principal proveedor de productos de Pepinillo son los propios puestos del mercado; alrededor del 80% de los ingredientes se los compro a mis vecinos”. Él está muy satisfecho de estar contribuyendo a la regeneración comercial del entorno de la calle San Miguel, a lo que ha ayudado su peatonalización, ya que “por toda la zona prácticamente no hay ningún local vacío”.

A su juicio, también han sido muy importantes las ayudas recibidas desde el Ayuntamiento de Zaragoza “para la reforma de suelos, iluminación o carpintería; aunque quedan cosas por hacer, ese es el camino para la recuperación de los mercados, ir todos a una”.

LA SOCIAL Y LA POLLERÍA MARI CARMEN

Acudiendo a otros ejemplos de nuevas oportunidades, hay otros dos en San Miguel que visibilizan muy bien el ayer y el hoy. La Pollería Mari Carmen levantó la persiana en este escenario en 1970. Por lo tanto, representa la supervivencia de un negocio tradicional que, curiosamente, apenas ha sido replicado en otros centros comerciales.

Félix Calderón aprendió el oficio de sus padres. Su fuerte son los asados de todo tipo de carnes que a diario realiza en el puesto. Los pollos a l'ast son los que más demandan tienen, pero también hay conejo, paletilla, codillo, cochinillo, y durante el tiempo de Navidad, pavo o capones rellenos. Sin olvidar las cabezas de ternasco. "Todos los días pongo unas cuantas porque sigue habiendo clientela para ellas", comenta Félix.

Su negocio lleva muchos años funcionando pero apenas se ha reproducido en otros mercados. Por lo tanto, también puede entenderse como una nueva oportunidad. Eso sí, Félix tiene claro que "exige mucha dedicación, trabajo y hacerlo bien todos los días; sobre todo, cuando nadie te conoce es algo fundamental para hacerte con una clientela que en mi caso viene de muchos años atrás".

Por eso, si alguien se anima a abrir un puesto como el suyo en otros mercados o galerías, le anima a "tener paciencia y que no desespere al mes o a los dos meses; por lo menos se tiene que dar un plazo de seis meses a un año y poner mucha ilusión y profesionalidad en lo que hace".



La Social es otro de los nuevos espacios donde la tradición y la calidad se mezclan con un toque de modernidad. Embutidos ibéricos, conservas de mucho nivel y especialidades gastronómicas como hortalizas asadas, aceitunas, empanadas de Galicia o una buena selección de quesos forman parte de sus argumentos gourmet.

“Nuestra tienda honra el origen de cada producto, el proceso artesanal con el que se elabora y la atención al detalle en su presentación, convirtiendo la gastronomía en una experiencia que toca todos los sentidos y celebra la cultura”, aseguran sus promotores. Y el modelo, muy diferente a los que se han reseñado hasta ahora, está funcionando bien.



NUEVAS APERTURAS

El tirón de todos estos negocios está ejerciendo de imán para que, en breve, la persiana vuelva a abrirse en locales que estaban cerrados desde hace tiempo. Por ejemplo, en el Mercado San Miguel, seguramente en el mes de febrero abrirá La Cristalería, un puesto dedicado a la venta de bocadillos en pan de cristal.

Pero esta no va a ser la única apertura. También va a echar a andar una especie de `beach club`, un lugar que se podrá alquilar para organizar eventos, presentaciones, cumpleaños, reuniones informales de amigos... con una capacidad para alrededor de 20 personas.

OTROS ESCENARIOS

En cualquier caso, hay vida más allá del Mercado San Miguel, que como ejemplo de oportunidades que van más allá de los puestos tradicionales, resulta muy atractivo. Una propuesta curiosa, que lleva años funcionando, es la agencia de viajes que existe en el Centro Comercial Delicias, o Don Batido, en el Mercado Delicias, cuyos batidos y otras elaboraciones preparadas con frutas naturales están causando furor entre la clientela.

En este mercado, uno de los más activos de la ciudad, hay una cafetería muy innovadora, donde se vende, se muele y se degustan cafés de alta calidad. Más terrenal y práctica es la posibilidad que se ofrece en uno de los puestos de hacer arreglos de ropa. Esta opción también existe en el Centro Comercial Las Fuentes y se complementa muy bien con una mercería. En el de Domenech también se arregla ropa.

En el Mercado Coimbra, los que llaman la atención son un puesto de fajas colombianas y una peluquería; en el de Cruce de Caspe hay abierto uno de venta de encurtidos ´on line` y, en el de Compromiso de Caspe, uno de ventanas de PVC. Hasta el de Puerta Sancho hay que acercarse para descubrir un servicio de manicura y una mercería, mientras que en el de Teruel han encontrado acomodo una ONG y una peluquería.

En el catálogo de negocios susceptibles de encontrar un hueco en los mercados, pensar en profesionales dedicados al arreglo de zapatos o al duplicado de llaves también pueden ser una opción.

Lo dicho, todo un mundo lleno de oportunidades. Tan solo hay que animarse a apostar por ellas.

DE LAS SOBRAS A LA GLORIA: CÓMO EVITAR INTOXICACIONES ALIMENTARIAS ESTAS FIESTAS

POR PATRICIA SOLA

Las comidas navideñas son el paraíso de la abundancia, pero también el epicentro de un problema común: ¿qué hacemos con tantas sobras? Desde el cochinillo que no se terminó hasta la ensalada de bogavante que quedó olvidada en un rincón de la mesa, gestionar los restos de los banquetes festivos no solo es una cuestión de aprovechamiento, sino también de seguridad alimentaria.

Aunque reutilizar la comida parece una excelente idea, no prestar atención a su correcta conservación puede convertir un almuerzo de Año Nuevo en un episodio digno de urgencias médicas. Por eso, aquí van algunos consejos para disfrutar de las sobras sin sobresaltos.

1. NO DEJES QUE PASEN LAS HORAS: EL TIEMPO ES ORO

Una vez que termines de comer, guarda la comida sobrante lo antes posible. Cuanto más tiempo tardes en hacerlo, más tiempo les estás dando a las bacterias a multiplicarse rápidamente, sobre todo si la comida está expuesta a temperaturas entre 5°C y 60°C.

¡Ojo! Si vives en un lugar frío, dejar la bandeja de turrónes en la terraza no cuenta como refrigeración.



2. DIVIDE Y VENCERÁS

Almacenar grandes cantidades de comida en un solo recipiente puede hacer que se enfríe o caliente de manera desigual. Mejor reparte las sobras en porciones pequeñas y guárdalas en recipientes herméticos. Esto no solo facilita su posterior uso, sino que también asegura que todo se mantenga a una temperatura segura más rápidamente.

3. OJO CON EL MICROONDAS: RECALIENTA CON CABEZA

No basta con que la comida esté caliente. Para eliminar bacterias, asegúrate de que todo alcance al menos 65-70°C. Revuelve los alimentos a mitad del calentamiento para que se calienten de manera uniforme y no queden “zonas frías”.

Dato curioso: Esa croqueta que parece estar en erupción por fuera pero sigue congelada por dentro no es solo frustrante, es un peligro para tu salud y la de los tuyos.

4. NO TODO PUEDE REAPARECER EN ESCENA

Algunos alimentos tienen una vida útil corta, incluso si los refrigeras. La ensaladilla rusa, las salsas cremosas y los pescados son especialmente delicados. Si han pasado más de tres días, es mejor no arriesgarse.

Extra tip: El cochinitillo puede transformarse en croquetas, sopas o tacos, pero no en un ticket para visitar el hospital.

5. CONGELAR ES TU MEJOR AMIGO

Si sabes que no vas a consumir las sobras en un par de días, congélalas. Los alimentos congelados correctamente pueden durar meses sin perder calidad. Eso sí, etiquétalos con la fecha para no encontrarte con sorpresas al final del congelador en julio.

6. CONFÍA EN TUS SENTIDOS (PERO CON CAUTELA)

Si un alimento huele mal, tiene un color extraño o una textura diferente, deséchalo. Pero ojo, algunas bacterias como la Salmonella no alteran el aspecto o sabor de la comida, así que si tienes dudas, mejor no lo comas.

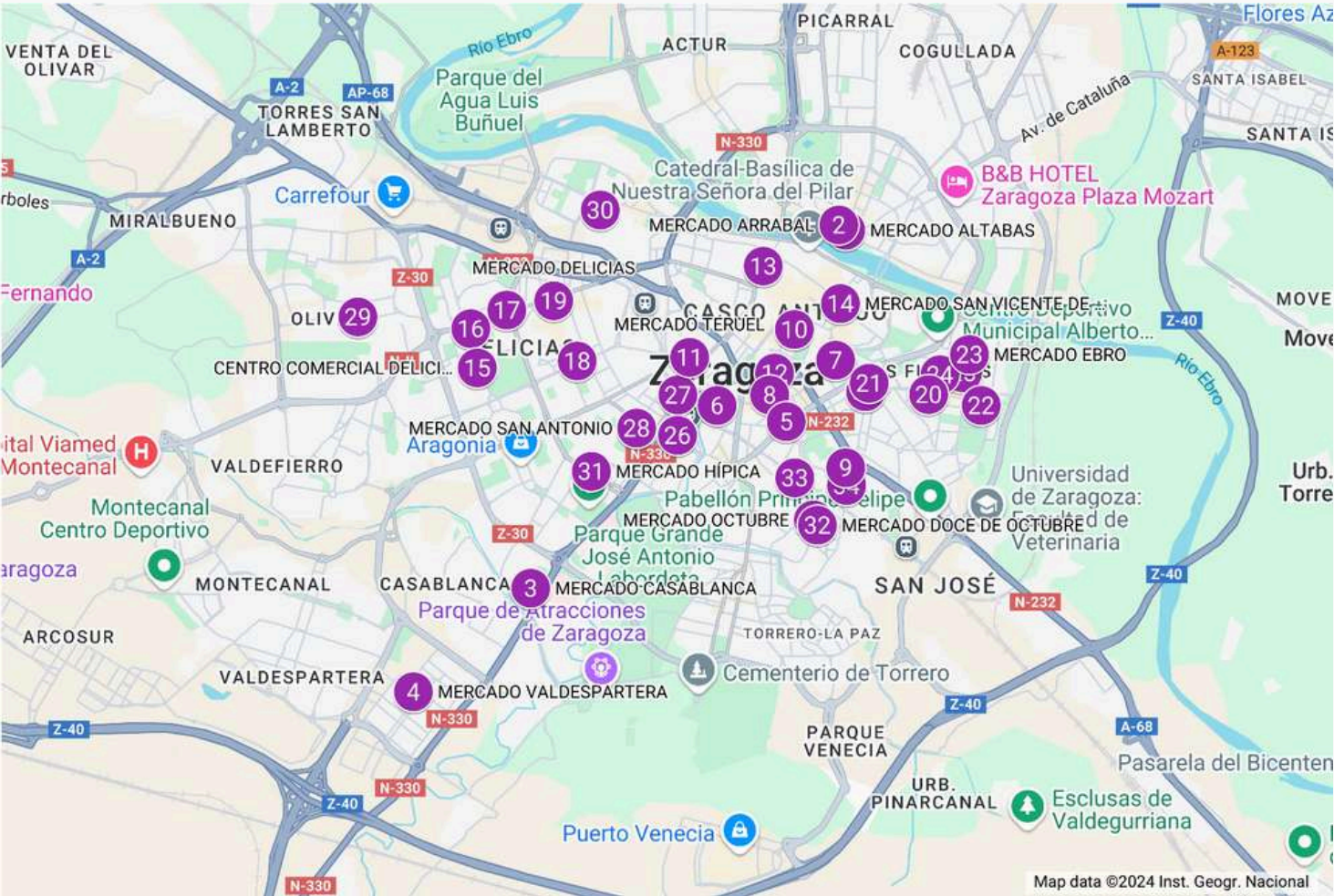
BONUS NAVIDEÑO: DALE NUEVA VIDA A TUS SOBRAS

Convertir las sobras en platos diferentes no solo es práctico, también es creativo. ¿Qué tal un risotto con los restos del asado? ¿O una lasaña improvisada con la carne que sobró? Además de evitar desperdicios, sorprenderás a tu familia con un “menú reciclado” digno de Master Chef.

Con estas pautas, tus fiestas estarán llenas de alegría y buenos momentos, sin sustos indeseados. Porque en Navidad, la única resaca que deberíamos lamentar es la de los brindis de Nochevieja. ¡Salud!



DIRECTORIO DE MERCADOS



Nº DE ZONA	ZONA	Nº	MERCADO	DIRECCIÓN
1	Arrabal-Margen Izquierda	1	MERCADO ALTABAS	Calle Sobrarbe, 3-5
1	Arrabal-Margen Izquierda	2	MERCADO ARRABAL	Calle Sixto Celorrio, 20-22
2	Casablanca / Valdespartera	3	MERCADO CASABLANCA	Calle La Vía, 3-5

Nº DE ZONA	ZONA	Nº	MERCADO	DIRECCIÓN
2	Casablanca / Valdespartera	4	MERCADO VALDESPARTERA	Paseo Los Olvidados, 20
3	Centro	5	MERCADO CUARZO	Camino Las Torres, 50
3	Centro	6	MERCADO DOMENECH	Calle Arzobispo Domenech, 14
3	Centro	7	MERCADO COIMBRA	Calle Miguel Servet, 12
3	Centro	8	MERCADO PARÍS	Calle León XIII, 21
3	Centro	9	MERCADO ROSALES	Calle Illueca, 3-5
3	Centro	10	MERCADO SAN MIGUEL	Calle San Miguel, 14
3	Centro	11	MERCADO TERUEL	Paseo Teruel, 15-17
3	Centro	12	MERCADO VITORIA	Calle Francisco Vitoria, 3
4	Centro Histórico	13	MERCADO CENTRAL- LANUZA	Avenida César Augusto, 110
4	Centro Histórico	14	MERCADO SAN VICENTE DE PAÚL	Calle San Vicente de Paúl, 22
5	Delicias	15	CENTRO COMERCIAL DELICIAS	Calle Terrer, 2

Nº DE ZONA	ZONA	Nº	MERCADO	DIRECCIÓN
5	Delicias	16	MERCADO ANDRÉS VICENTE	Calle Andrés Vicente, 5-7
5	Delicias	17	MERCADO AVENIDA MADRID	Calle Rioja, 1
5	Delicias	18	MERCADO CIUDAD JARDÍN	Calle Don Pedro de Luna, 99
5	Delicias	19	MERCADO DELICIAS	Avenida Madrid, 161-163
6	Las Fuentes	20	CENTRO COMERCIAL LAS FUENTES	Avenida Compromiso de Caspe, 42
6	Las Fuentes	21	MERCADO C. CASPE	Avenida Compromiso de Caspe, 1-3
6	Las Fuentes	22	MERCADO COMPROMISO DE CASPE	Avenida Compromiso de Caspe, 82
6	Las Fuentes	23	MERCADO EBRO	Calle Salvador Minguijón, 37
6	Las Fuentes	24	MERCADO LA RÁBIDA	Calle Monasterio de la Rábida, 2-4
6	Las Fuentes	25	MERCADO SIRO	Calle Monasterio de Siresa, 1
7	Fernando el Católico	26	MERCADO GRAN VÍA	Calle Félix Latassa, 21-23
7	Fernando el Católico	27	MERCADO HERNÁN CORTÉS	Calle Cortes de Aragón, 26

Nº DE ZONA	ZONA	Nº	MERCADO	DIRECCIÓN
7	Fernando el Católico	28	MERCADO SAN ANTONIO	Calle San Antonio María Claret, 53
8	Oliver	29	MERCADO LEYVA	Calle Antonio Leyva, 58
9	Almozara	30	MERCADO PUERTA SANCHO	Calle Juan Bautista del Mazo, 12
10	Romareda	31	MERCADO HÍPICA	Calle Violante de Hungría, 10
11	San José	32	MERCADO DOCE DE OCTUBRE	Calle Doce de Octubre, 25
11	San José	33	MERCADO FLETA	Avenida Tenor Fleta, 56
11	San José	34	MERCADO GANIVET	Calle Ángel Ganivet, 10
11	San José	35	MERCADO MONTEMOLÍN	Avenida San José, 10-12
11	San José	36	MERCADO OCTUBRE	Calle Doce de Octubre, 15

COLABORA:



Zaragoza
AYUNTAMIENTO