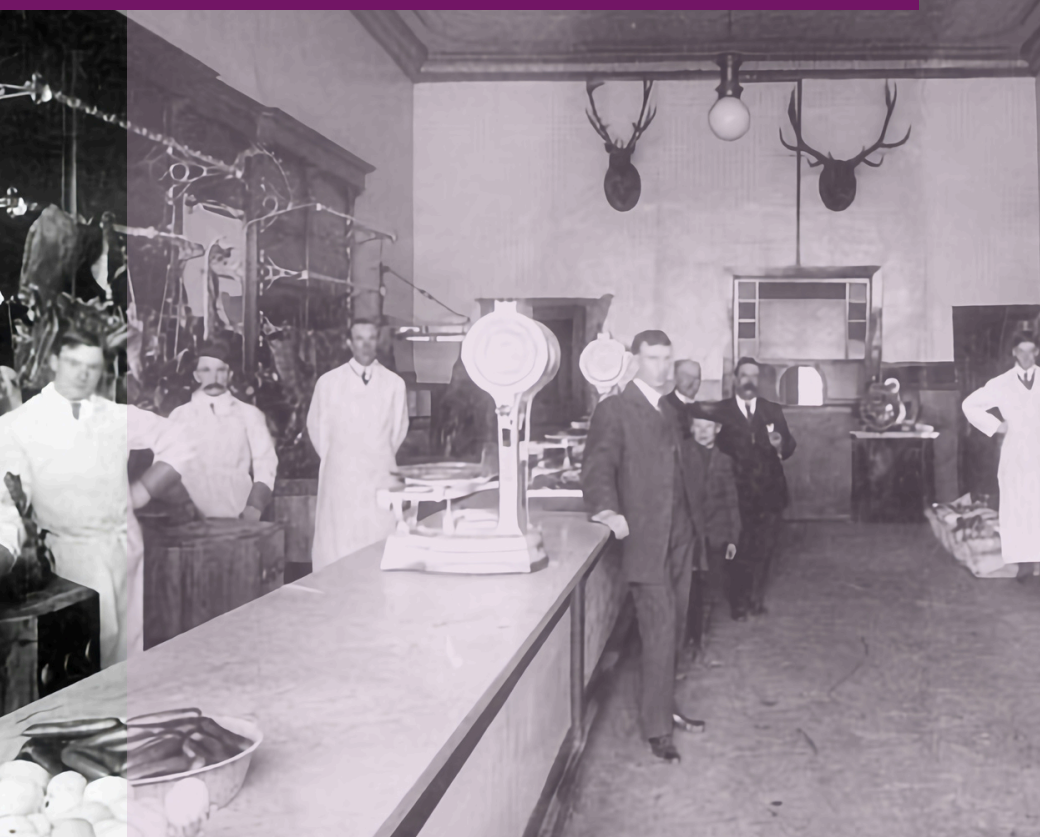


LA REVISTA DEL MERCADO

MERCADOS DE
ZARAGOZA
(OCTUBRE 2025)



EDITORIAL

EL FUTURO LATE EN LOS MERCADOS DE ZARAGOZA

Entrar en un mercado siempre tiene algo de viaje en el tiempo. Los puestos, los saludos de los detallistas, ese olor a fruta recién cortada o a pan todavía tibio de las panaderías... Es como volver a la infancia. Y, sin embargo, los mercados de Zaragoza no son solo memoria: también están pensando en lo que viene.

En este número hemos querido mirar hacia adelante. Porque, aunque muchos aún asocien los mercados a un mundo “de antes”, lo cierto es que hoy se están reinventando con fuerza. Hay temas que nos interpelan directamente: el relevo generacional, el papel de la mujer y la digitalización. Tres claves que marcarán el pulso de los próximos años.

El relevo generacional es quizás el reto más urgente. ¿Quién cogerá el testigo de esos puestos que llevan décadas alimentando a la ciudad? Muchos hijos de detallistas han crecido entre cajas de fruta y balanzas, pero no siempre quieren seguir el mismo camino. Y, claro, mantener viva esa tradición exige creatividad, apoyo institucional y un cambio de mirada. Sin nuevas manos y nuevas ideas, un mercado puede apagarse poco a poco.

Luego está la mujer. O, mejor dicho, las mujeres. Porque han sido y son el corazón de los mercados, aunque a menudo su protagonismo haya pasado desapercibido. En este número damos voz a esas historias de esfuerzo silencioso, de generación en generación, que hoy también se traducen en liderazgo, en emprendimiento y en una manera distinta de entender el comercio de cercanía.

Y no podíamos dejar fuera a los detallistas digitales. ¿Quién nos iba a decir hace unos años que podríamos pedir online al tendero de toda la vida? Pues ya es una realidad. Muchos mercados de Zaragoza han sabido dar el salto a las redes y a las plataformas digitales, sin perder la esencia de lo cercano. Porque se puede vender con un clic, pero entregar con una sonrisa.

El futuro de los mercados está ahí, en ese equilibrio entre lo que nunca cambia y lo que debe cambiar para sobrevivir. Entre la voz que te dice “¿qué tal la familia?” mientras pesa los tomates, y la posibilidad de hacer la compra desde el móvil un lunes por la noche.

Los mercados de Zaragoza siguen latiendo. Y si algo nos queda claro al preparar este número, es que ese latido se proyecta hacia adelante. Con más mujeres liderando, nuevas generaciones que se atreven y la tecnología como aliada.

Porque, al final, un mercado no es solo un lugar donde comprar. Es un espejo de la ciudad y de su gente. Y Zaragoza, ya lo sabemos, tiene mucho futuro.



EL RELEVO EN LOS MERCADOS, LA OPORTUNIDAD PARA HACER REALIDAD UN SUEÑO ILUSIONANTE

POR ALEJANDRO TOQUERO

Varios detallistas relatan la experiencia de ponerse al frente de un pequeño negocio y en todos los casos hablan de que “tienen futuro por la calidad y el servicio que ofrecemos”

Hay mucha vida en los puestos de abastos de los mercados de Zaragoza y muchas posibilidades de empleo. Sin duda, son un magnífico territorio de oportunidades donde acercarse para iniciar una actividad emprendedora, o si se quiere mejorar, consolidar o expandir una empresa.

La Federación de Galerías de Alimentación y Mercados Detallistas de Zaragoza apuesta por fomentar este escenario, que en los últimos años ha ido dando sus frutos a través de la fórmula del relevo de actividad que está permitiendo dar continuidad a negocios en funcionamiento.

Cuando ZAMAS Mercados habla de esta figura, no solo lo hace de relevos generacionales, sino también de ventas, traspasos o cesiones de puestos. La mayoría de las veces, lo que hay detrás de estas ganas de emprender y de coger las riendas de un negocio es la ilusión y buenas dosis de pasión.

CHARCUTERÍA LUCÍA

Es el caso de Lucía Soto. Llevaba muchos años de charcutera en el Mercado Las Fuentes y le apetecía dar el salto de “tener algo mío”. A principio de año se enteró de que una compañera, Guadalupe, dejaba su charcutería por jubilación en el Centro Comercial Delicias y no se lo pensó. “Me gustó el puesto, vi que funcionaba y me animé”, relata.



El 30 de junio inició su nueva andadura como charcutera, pero ya como empresaria al frente de un pequeño negocio. “Me daba un poco de respeto, pero he tenido mucha ayuda de ZAMAS y de la Asociación de Autónomos de Aragón con todo el papeleo, el plan de negocio y las posibles ayudas que pueda recibir. Solo tengo palabras de agradecimiento por el apoyo que me han dado”. De momento, está a la espera que le concedan una ayuda que ha solicitado al Gobierno de Aragón.

A pesar de que el negocio lo ha abierto en los meses de verano, cuando más baja la actividad, está contenta de cómo le va. “Han sido meses duros porque he tenido que hacer frente a los gastos de maquinaria nueva y del género, pero voy pagando todo lo que debo”. En su caso, además, ha reformado completamente el puesto. “Lo he tirado entero; he hecho una reforma integral del espacio para modernizarlo, pero también he comprado cámaras y otros equipamientos”, explica.

Esta puesta al día también pasa para Lucía por abrirse a nuevas oportunidades que la anterior propietaria no había contemplado. Por ejemplo, el pago con tarjeta o participar en la campaña ‘Volveremos’, “que son detalles que la clientela está valorando mucho”.

Lucía está contenta de la respuesta que está recibiendo. “He mantenido buena parte del género que se trabajaba hasta ahora, pero también estoy dejando mi sello, por ejemplo, ampliando mucho la oferta de quesos, que era muy escasa”. En estos momentos, en su mostrador se pueden ver quesos con trufa, añejos de varias procedencias, requesón...

En fin, que la nueva Charcutería Lucía del Centro Comercial Delicias inicia ahora, de verdad, una nueva etapa dando el relevo a Guadalupe que, con 74 años, “ya se tenía más que merecida la jubilación”.

UN SUEÑO HECHO REALIDAD

Un relevo de actividad diferente es el que ha asumido Olga Alonso en el Mercado Ciudad Jardín. Olga reconoce que “llevaba 24 trabajando en una gran superficie y estaba muy saturada”. Ella era clienta de la panadería donde ha cogido el relevo y en una de las visitas se enteró de que la traspasaban. “En ese momento vi la luz y tuve claro que era la oportunidad de hacer realidad un sueño”.



Dicho y hecho. En junio ya estaba al frente del negocio. “La tienda estaba muy bien decorada y no ha habido que hacer nada; solo llevaba tres años abierta así que está perfecta”, confiesa. Olga asegura que no tiene nada que ver el pan de masa madre que vende ahora con el que tenía antes. “Es como la noche y el día -explica-, a la gente no le importa pagar un poco más sabiendo que es un producto de calidad”. En su caso, una de las novedades que ha incorporado es la repostería de su pueblo, La Puebla de Híjar. “Ofrezco muchos productos y a las clientas le están encantando”.

A pesar de que lleva muy poco tiempo en esta andadura, Olga asegura que “el mercado tiene mucha vida, así que animo que a cualquier persona que ande buscando una oportunidad a que lo intente, porque en este, en concreto, hay unos cuantos puestos vacíos”.

En la página web de ZAMAS Mercados (www.zamasmercados.es/buscas-un-puesto-en- alguno-de-los-mercados-de-zaragoza-este-es-tu-lugar) hay un listado de puestos que se ofrecen en relevo, al que puede acceder cualquier persona que esté interesada.

DE TRABAJADORA A JEFA

A sus 56 años y después de trabajar toda la vida como empleada junto a su hermano, Pilar Pellejero se ha animado a coger su propio puesto en el Mercado Puerta Sancho. “He pasado de ser trabajadora a jefa, es un paso grande. Estamos cuatro personas y a pesar de que conlleva mucha burocracia y papeleo estoy muy contenta de la esta decisión”, asegura.

En la carnicería sigue la línea de su hermano, que se ha jubilado recientemente. “Estoy ofreciendo los mismos productos y la misma atención que tenía después de más de 50 años en el negocio, y la clientela está contenta”, explica.



NUEVAS OPORTUNIDADES

Como estamos viendo, la fórmula del relevo de actividad que está permitiendo dar continuidad a negocios en funcionamiento tiene distintas matices. Uno más es la que aportan Javier Gómez y Silvia Navarro desde su frutería del Mercado Central, Javi y Silvia.

Javier recuerda que él representa la tercera generación. A finales de los años 70 del siglo pasado, con 13 años, se puso detrás del mostrador y desde entonces no lo ha dejado. De alguna forma, le inculcó el gusanillo a su hija Patri, que desde hace aproximadamente 15 años está al frente de una frutería junto a su marido.

Tanto le apasiona su trabajo y la vida de los mercados, que lo más reciente que ha hecho ha sido coger el relevo del conocido puesto de los caracoles. “Era de un amigo y ante la posibilidad de que desapareciese un sitio con tanta tradición, me lo he quedado”, asegura. De esta forma, los caracoles en distintos formatos, las cabrillas y los ajos secos seguirán teniendo protagonismo en el Mercado Central. Por supuesto, no son los únicos argumentos de venta. Frutas y hortalizas muy seleccionadas también se hacen un hueco.

Javier anima a cualquier persona “con ganas de trabajar” a que se acerque a los mercados y se interese por aquellos puestos que se traspasan o se venden. “Uno se puede ganar bien la vida, pero eso sí, hay que luchar mucho, sobre todo cuando te especializas en productos perecederos como la fruta o la verdura, pero es un trabajo muy bonito y da muchas satisfacciones”.



MUJERES CONVENCIDAS E IMPLICADAS EN GARANTIZAR EL FUTURO DE LOS MERCADOS

POR ALEJANDRO TOQUERO

Las mujeres han conseguido un mayor protagonismo, tanto en la gestión de los puestos como en tareas directivas que contribuyen a su mejora

Hoy en día, las mujeres desempeñan prácticamente los mismos trabajos que los hombres en los mercados de Zaragoza, aunque hay algunos oficios como el de carnicero en el que la fuerza física cuenta mucho y, en la actualidad, su protagonismo sigue siendo pequeño. Muchas trabajan como dependientas en estos puestos, pero no tantas se encargan de deshuesar las canales o de embutir.

En estas líneas mostramos distintos perfiles de mujeres que asumen responsabilidades muy importantes en los mercados de Zaragoza. Y no solo al frente de puestos, sino en las asociaciones y entidades que velan por el futuro de esta actividad.

EL PODER DEL GRUPO

Esther López es una de ellas. Está al frente de la Carnicería Valentín Cantalapiedra, donde empezó cuando tenía 20 años y prácticamente ninguna mujer trabajaba en el tema de la carne. “Se ha ido incorporando alguna compañera, pero todavía somos pocas”, comenta. “Hace unos años estaba la figura de la mujer del carnicero, que le echaba una mano al marido y a mediodía se iba a hacer la comida”.

Esther hace de todo en su oficio. También lleva los papeles, las compras, la contabilidad... Tareas que, reconoce, casi le llevan más tiempo que servir al público. Pero es que, además, es una absoluta convencida de la importancia que tiene asociarse para conseguir que los mercados sobrevivan.



Esther López preside desde hace cuatro años la Asociación de Detallistas del Mercado Central. Antes, estuvo otros nueve como vicepresidenta y tres o cuatro más en la mesa de reforma. “Seguro que es más cómodo dejar hacer a otros, pero alguien tiene que tirar del carro”, asegura.

Ella lo ha conseguido “gracias al apoyo de un gran grupo de compañeros que hemos dedicado muchas horas a intentar garantizar el futuro del mercado y, afortunadamente, nos queda la satisfacción de haberlo conseguido”.

En cualquier caso, tiene claro que no todo está hecho. “El Mercado Central ha quedado precioso y ahora que se ha aprobado la climatización, en muy poco tiempo será más cómodo para todos, clientes y detallistas”. Sin embargo, está convencida de que ahí no se acaba el trabajo de la asociación y de ella al frente de la misma. “No podemos parar -reflexiona-, los modelos de familia y de compra han cambiado y nos tenemos que adaptar, ya que si no lo hacemos el futuro que nos espera es bastante oscuro”.

La utilización de las redes sociales para visibilizar la importancia de los mercados, la venta online, la campaña Volveremos o las taquillas frigoríficas “son herramientas a las que tenemos que ir adaptándonos porque el futuro va por ahí”. Ella, desde luego, se siente con fuerza para seguir trabajando en varios frentes.

A TRES FRENTE

En el Centro Comercial Las Fuentes, Sonia T. dio el paso hace diez años de coger el puesto que dejó su madre por jubilación. “Coincidió con la crisis inmobiliaria y me decidí”, confiesa. Ella estudió Artes Visuales y Comunicación, así que el trabajo en la Pollería Chon no era su primera opción laboral, aunque lo conocía bien desde muy joven.

Sonia prácticamente acude todos los días al puesto, donde trabaja junto a dos dependientas. Entre las tres se organizan para atender a una clientela fiel y todos los días le reporta a su madre cómo le ha ido la jornada. “Para ella la pollería ha sido su vida”, asegura.

Pero esta detallista no solo ha centrado su trayectoria laboral en el puesto que le traspasó su madre. Hace unos años compró el que cerró justo al lado con la idea de ampliar el negocio y seguir evolucionando. Sin embargo, de momento le sirve de almacén, ya que se ha centrado en otros proyectos que le absorben bastante tiempo.

En concreto, tiene una tienda online en Amazon cuya gestión le demanda muchas horas. “Me fabrican los pr

Sin duda, son las claves de su éxito porque, de entrada, tiene una ubicación discreta en el mercado. No está en una zona de paso, así que la clientela “va de propio a comprar”. Por ello, siempre está pensando en cómo introducir mejoras, desde el papel de venta, a los envases o las bolsas.

No son los únicos detalles. Por supuesto, se fija en los gustos de los consumidores y en las tendencias que se mueven en los mercados de otras ciudades e intenta estar al día. El guanciale, que se ha puesto de moda para elaborar la pasta a la carbonara, es uno de los últimos productos que ha incorporado. También tiene queso gorgonzola con cuchara “y fui uno

uno de los primeros establecimientos de Zaragoza en vender foie francés; ahora lo traigo de Teruel, que es de muy buena calidad”.

El queso Stilton británico también está presente en su puesto, sobre todo en Navidades. “Lo preparo con una botella de coñac francés”. Además, ella misma se encarga de deshuesar los jamones, “una tarea dura, pero es que no entiendo que el de Teruel o el ibérico se puedan vender envasados al vacío”.

María Ángeles reconoce que llevar el negocio sola “es complicado”, y que para ella sería más cómodo trabajar de dependienta en otro puesto porque oportunidades tendría muchas, “pero la satisfacción que siento por cómo responde clientela a esta atención y lo contenta que se va es algo que me llena”.



DEL PUESTO A LA PRESIDENCIA DE ZAMAS

A Pilar García, propietaria del puesto de Menuceles Tina del Mercado Ciudad Jardín, muchos compañeros la conocen por ser la presidenta de ZAMAS Mercados. Su padre tuvo una estrecha vinculación con la Asociación de Autónomos de Aragón (UPTA Aragón) y cuando le plantearon la posibilidad de asumir la presidencia de ZAMAS no lo dudó.

No es fácil compatibilizar las dos responsabilidades, porque reconoce que tiene jornadas en el puesto que “empiezan a las siete de la mañana y no me voy hasta las cinco de la tarde, pero me lo ponen fácil en la asociación; con voluntad se llega a todo y en la vida también hay que saber delegar”.

A Pilar le motiva la idea de darle un mayor impulso a los mercados. Tiene claro que las herramientas de venta y los canales para llegar al consumidor final han cambiado mucho “y tenemos que adaptarnos”. Ella pone el ejemplo de la aplicación Fideliza como uno de los instrumentos para que al cliente le resulte atractivo acercarse al mercado. También habla de las redes sociales como una oportunidad para dar visibilidad a los negocios.

La presidenta de ZAMAS asegura que se van produciendo relevos, “pero la realidad es que sigue habiendo muchos puestos cerrados, así que nos tendremos que plantear si es posible que se puedan instalar otras actividades que hasta ahora no estaban presentes”, desde salones de uñas a peluquerías o tiendas de fotografía.

También se fija en ejemplos como el Mercado San Miguel, donde la hostelería le ha dado una nueva vida. “Es verdad que su ubicación es muy céntrica y es un modelo que no es tan fácil de reproducir, pero es bueno que nos planteemos buscar alternativas al cierre de los puestos tradicionales”.

En este proceso de adaptación, Pilar García tiene claro que “cada uno en su puesto debe valorar de qué forma puede buscar nuevos formatos de negocio”. Ella, en el suyo de menuceles, hace tiempo que optó por los productos elaborados para llegar a casa, calentar y comer. “Todavía no suponen un volumen de venta tan grande como el fresco, pero se va acercando y la tendencia de futuro va hacia ahí”, concluye.



DETALLISTAS DIGITALES O CÓMO USAR LAS REDES SOCIALES PARA ATRAER CLIENTES

POR ALEJANDRO TOQUERO

Los vídeos, reels y fotografías en Instagram son una herramienta que permite poner el foco en la calidad de los mercados para conseguir que los jóvenes se acerquen a ellos

El uso de las redes sociales para informarnos o comunicar algo se ha integrado en el día a día como una parte más de la actividad de los ciudadanos. Se utilizan en distintos ámbitos personales y profesionales, pero en este último todavía queda mucho camino por recorrer, especialmente en algunos sectores.

¿Pueden vender más los detallistas de los mercados de Zaragoza si emplean las redes sociales como una herramienta profesional o, al menos, acercarse a un público potencial mayor? Lo más probable es que suceda esto último, que el abanico de personas interesadas se amplíe y que, a partir de ahí, se conviertan en nuevos clientes.

Esto es algo que ya sucede en algunos puestos que llevan tiempo trabajando las redes sociales y, sobre todo, Instagram y, últimamente, Tik Tok.

UN ALTAVOZ IMPORTANTE

La Carnicería Hermanos Pueyo del Mercado Central es un buen ejemplo. David Pueyo asegura que empezaron a utilizar las redes sociales “cuando nos trasladamos al mercado provisional”. Tanta importancia le da a este tema que, a pesar de que las llevó personalmente durante alguna etapa, “hace tiempo que trabajo con una agencia que realiza vídeos más profesionales que los que hago yo”.

En estos momentos, el Instagram de Hermanos Pueyo tiene cerca de 13.000 seguidores, un número importante. David comenta que de todo el contenido que ha subido en los últimos años “ha habido un vídeo que se viralizó y tuvo más de un millón de visualizaciones”. “Y no es el mejor que he hecho - prosigue-; en este caso concreto ofrezco algunas pistas sobre el papel para envolver y congelar”.



En cuanto al contenido, David Pueyo explica que sube vídeos de recetas, del día a día en la carnicería, de los nombres de los cortes o de los compañeros que trabajan con él, un equipo de 20 personas. David está seguro de que este protagonismo ha servido para atraer a nuevos clientes. “Lo sé porque me lo dicen -asegura-, son un altavoz que me ha permitido conseguir una visibilidad que de otra forma no hubiese tenido”.

Esta herramienta le ha llevado a realizar colaboraciones con otras empresas compartiendo objetivos comunes. Por ejemplo, durante este mes de octubre, con un sorteo vinculado al Mes del Chuletón de Bodegas San Valero. Además, en primavera tuvo una participación activa en las jornadas para difundir la capitalidad mundial de la garnacha de Zaragoza. “Colaboré elaborando productos con vinos de esta variedad, como longaniza, hamburguesas o salchichas”.

De momento, este buen empleo de las redes sociales no le ha animado a dar el salto a la venta online. “Directamente no damos abasto -reconoce-, tendría que dedicar a varias personas a ello y en el puesto del Mercado Central ya vamos a tope de trabajo”.

VISIBILIZAR LA CALIDAD

En el Centro Comercial Delicias, José Manuel Lahoz también lleva muchos años utilizando las redes para dar a conocer el trabajo que se realiza en la Carnicería Hermanos Lahoz. “Empecé hace 15 años con Facebook y ahora todo se mueve a través de Instagram”, comenta. Tiene alrededor de 3.000 seguidores y para él, el objetivo principal es “darnos a conocer fuera del barrio y que la gente se acerque a nuestros productos frescos y elaborados”.

Esto último es lo que más le gusta a José Manuel, que en los vídeos se vea cómo prepara morcillas o hamburguesas en el obrador. “No pongo ofertas ni hago promociones; simplemente quiero transmitir la calidad de las materias primas que utilizo a través de un vídeo, una fotografía o un reel”.

José Manuel piensa, sobre todo, en atraer al público joven. “Afortunadamente tenemos una clientela muy fiel desde hace muchos años, pero los nuevos consumidores tienen que saber que existen los mercados y que los productos y la atención que van a recibir en ellos son mejores que en las grandes superficies”.

Cada vez que sube un vídeo de un chuletón, José Manuel comprueba que “se empiezan a producir llamadas de clientes que lo han visto y quieren reservar uno. Hoy en día es una herramienta muy importante para estar en contacto con la clientela”, concluye. Él tampoco tiene intención, de momento, de apostar por la venta online, “más que nada porque entre los particulares y la hostelería tenemos mucho trabajo, pero puede ser una vía de especialización para detallistas que decidan ir por ese camino”.



LAS REDES, EN EL CENTRO DEL NEGOCIO

Un tratamiento muy diferente de las redes sociales es el de las pescaderías D'Anzuelo, del Mercado Valdespartera, y La Ibérica, del Mercado Avenida de Madrid. En ellas trabaja Pedro Gimeno al frente de la gestión de las redes sociales. "Para nosotros es una parte muy importante del negocio -comenta-, sobre todo pensando en atraer a esos clientes de menos de 35 años que no tienen la costumbre de ir al mercado y que casi toda la compra la hacen en grandes superficies".

Su página web (www.danzuelo.com) es un buen ejemplo de cómo esta herramienta se pone al servicio de un negocio donde la parte digital es fundamental, no solo a la hora de hacerse visibles y darse a conocer, sino también al plasmarlo en la venta online.

“Compra pescado y marisco online con total confianza y recíbelo en tu domicilio en menos de 24/48 horas en cualquier punto de la península”. Esta es su propuesta. Además, “todo limpio, sin espinas y con el corte que elige el cliente”, comenta Pedro. Esta es la clave, dárselo todo hecho, bien envasado y porcionado “para que cuando el pedido llega a su casa solo tenga que meterlo al frigorífico o al congelador.”

En el caso de la clientela joven de Valdespartera y de otros barrios como Parque Venecia, donde D'Anzuelo también tiene una tienda, “la mayoría son digitales”. “A un cliente le puedes llamar dos o tres veces y no te coge, pero pones un whatsapp y a los dos segundos te ha contestado”.

A juicio de Pedro Gimeno, “se trata de una inversión a largo plazo, porque estos jóvenes tendrán familia y su consumo será importante en unos años”. Además, prosigue, “lo bueno es que en cuanto prueban y se dan cuenta de la calidad, el servicio e incluso el precio, enseguida los fidelizan y repiten”.

La creación de listas de difusión es otra herramienta a través de la que dan continuidad a los pedidos, “con ofertas, packs especiales y teniendo en cuenta que tienes que variar constantemente tu propuesta con pescados y mariscos nuevos para no dar la sensación de caer en la rutina”.

Pedro comenta que el boca oído también les funciona muy bien. “Nos están llegando clientes jóvenes por recomendaciones de amigos”. Este crecimiento les ha llevado a vender en toda España. “Tenemos clientela en Madrid y en Barcelona que nos dice que en su ciudad no les ofrecen un servicio parecido”, explica. “Incluso hay familias de Zaragoza que si se van a Jaca o a Salou a pasar un fin de semana nos piden que se lo enviemos allí”.

Eso sí, aunque en sus tiendas realizan muchos envíos de estas características, Pedro Gimeno reconoce que “a la mayoría le sigue gustando ver el producto en la pescadería”.



**Tu pescadería
online**

www.danzuelo.com



D'anZuelo⁺



CONSEJOS PARA CONGELAR ALIMENTOS FRESCOS Y LLEGAR TRANQUILO A NAVIDAD

POR PATRICIA SOLA

Las Navidades están a la vuelta de la esquina. Y ya sabemos lo que pasa por estas fechas: las calles se iluminan, empezamos a pensar en los menús familiares, y en los mercados de Zaragoza los puestos se llenan de clientes que van y vienen con bolsas cargadas. Muchos aprovechan ahora las ofertas y promociones para adelantarse a las fiestas y comprar pescado, carne o marisco antes de que suban los precios. Pero claro... llega la gran pregunta: ¿cómo congelar bien todos esos alimentos para que se conserven en perfecto estado hasta el gran día?

Porque no hay nada peor que sacar del congelador unas gambas para Nochebuena y que tengan ese sabor raro a “frío” o que la carne se quede seca. A todos nos ha pasado alguna vez. Pues bien, la buena noticia es que congelar no tiene ningún misterio... siempre y cuando sigas unos cuantos trucos sencillos.

Hoy queremos compartir contigo una guía práctica, cercana y pensada para el día a día, para que llegues a Navidad con todo listo y sin sustos de última hora.

1. LA REGLA DE ORO: CONGELAR FRESCO, FRESCO

Parece de sentido común, pero es importante recordarlo. Congela los alimentos cuando están en su mejor momento, no cuando ya llevan varios días en la nevera y empiezan a estar “pochillos”. Imagina unas verduras recién compradas en el mercado: brillantes, con ese olor tan bueno que llena la bolsa. Si las metes en el congelador tal cual, conservarán mucho mejor su sabor y textura. En cambio, si esperas a que se ablanden... luego en el guiso te sabrán a poco. Lo mismo con la carne y el pescado. Compra, separa las raciones y directo al congelador. No lo dejes para “mañana” porque mañana ya no será lo mismo.



2. CONGELAR EN RACIONES PEQUEÑAS: TU YO DEL FUTURO TE LO AGRADECERÁ

Este es un consejo práctico que marca la diferencia. En lugar de meter todo el kilo de carne o el paquete entero de pescado, separa en bolsitas o tupperes las raciones que vayas a necesitar. ¿Por qué? Porque luego resulta comodísimo sacar solo lo que vas a usar y no tener que descongelar medio congelador para una cena improvisada.

Piensa en una tarde de diciembre, con frío en Zaragoza, llegas a casa cansado, abres el congelador y... ¡zas! Ahí tienes la porción justa de merluza lista para cenar. Pequeños gestos que hacen la vida más fácil.

3. BOLSAS Y ENVASES: MÁS IMPORTANTES DE LO QUE PARECEN

El congelador no es un cajón mágico que conserva todo sin cambios. Si dejas un alimento mal envuelto, lo más probable es que acabe con esa escarcha blanquecina que llamamos “quemado por congelación”. Y créeme, no hay nada más triste que unos calamares resacos por culpa de una bolsa abierta.

Lo ideal es usar bolsas de congelación específicas (las que cierran herméticamente) o tupperes que sellen bien. Intenta sacar el máximo de aire antes de cerrarlos. Un truco casero: si no tienes máquina de vacío, mete la bolsa dentro de un bol con agua (sin que entre dentro, claro) y el propio agua presionará el aire hacia fuera. Funciona bastante bien.



4. ETIQUETA, ETIQUETA, ETIQUETA

Ya sé que da pereza. Pero es fundamental. Todos pensamos que vamos a acordarnos de qué es cada cosa... y luego, a los dos meses, no distingues si ese paquete es pollo o merluza.

Pon una etiqueta sencilla con el nombre del alimento y la fecha en que lo congelaste. Así sabrás cuánto tiempo lleva ahí y evitarás sorpresas.

Un pequeño gesto que, además, ayuda a organizar el congelador y a evitar desperdicio de comida.

5. TIEMPO MÁXIMO DE CONGELACIÓN (PARA QUE NO SE TE PASE EL ARROZ... LITERALMENTE)

No todo aguanta lo mismo en el congelador. Aquí unas orientaciones prácticas:

- Carne de ternera o cordero: hasta 12 meses.
- Carne de ave: entre 8 y 10 meses.
- Pescados magros (merluza, bacalao): unos 6 meses.
- Pescados grasos (salmón, sardina): mejor consumir antes de 3 meses.
- Mariscos: entre 3 y 6 meses, según el tipo.
- Verduras y hortalizas: en general, hasta 12 meses.
- Pan y bollería: mejor dentro de los 2-3 meses.

No pasa nada si se pasan un poco de estas fechas, pero el sabor y la textura no serán los mismos. Y oye, que para estas fiestas queremos lo mejor, ¿no?

6. BLANQUEAR LAS VERDURAS: EL TRUCO DE LAS ABUELAS

¿Has oído hablar del “blanqueado”? Básicamente, se trata de hervir las verduras durante 2-3 minutos, pasarlas por agua fría y luego congelarlas.

¿Para qué sirve? Para que conserven mejor el color, la textura y los nutrientes. Es lo que hacían nuestras abuelas con las judías verdes o las acelgas, y la verdad es que funciona de maravilla.

Además, cuando las saques del congelador estarán listas para ir directas a la cazuela.

7. OJO CON LOS ALIMENTOS QUE NO SE LLEVAN BIEN CON EL CONGELADOR

No todo puede congelarse. O al menos, no todo queda bien después. Algunos ejemplos:

- **Lechuga y ensaladas frescas:** se vuelven blandas y acuosas.
- **Patatas cocidas:** la textura se queda harinosa.
- **Huevos enteros con cáscara:** explotan (sí, de verdad).
- **Quesos curados:** se desmenuzan y pierden la gracia.

En cambio, hay otros que sorprenden porque congelan de maravilla, como el pan (bien envuelto) o la mayoría de las verduras.



8. DESCONGELAR: TAN IMPORTANTE COMO CONGELAR

Aquí viene otro error común: sacar la carne o el pescado y dejarlo encima de la encimera. Malo, malo. A temperatura ambiente, las bacterias se multiplican y el alimento se estropea. Lo correcto es descongelar poco a poco en la nevera. Sí, tarda más, pero la textura y la seguridad alimentaria lo agradecen.

Si tienes prisa, puedes usar el microondas con la función de descongelar, aunque ahí hay que vigilar para que no empiece a cocinarse por los bordes.

9. APROVECHA LAS OFERTAS SIN MIEDO

Volvemos al principio: ahora, en otoño, muchos mercados de Zaragoza lanzan promociones para animar las compras antes de Navidad. Si ves un buen precio en pescado o en carne, no lo dudes. Congélalo bien siguiendo estos consejos y tendrás el menú resuelto sin tener que pagar un dineral en diciembre.

10. EL CONGELADOR COMO ALIADO CONTRA EL DESPERDICIO

Y no solo de cara a las fiestas. Congelar también es una herramienta increíble para evitar tirar comida. Ese pan que sobra, los restos de un guiso, la salsa de tomate casera... todo puede guardarse y salvarte la cena un día de apuro.

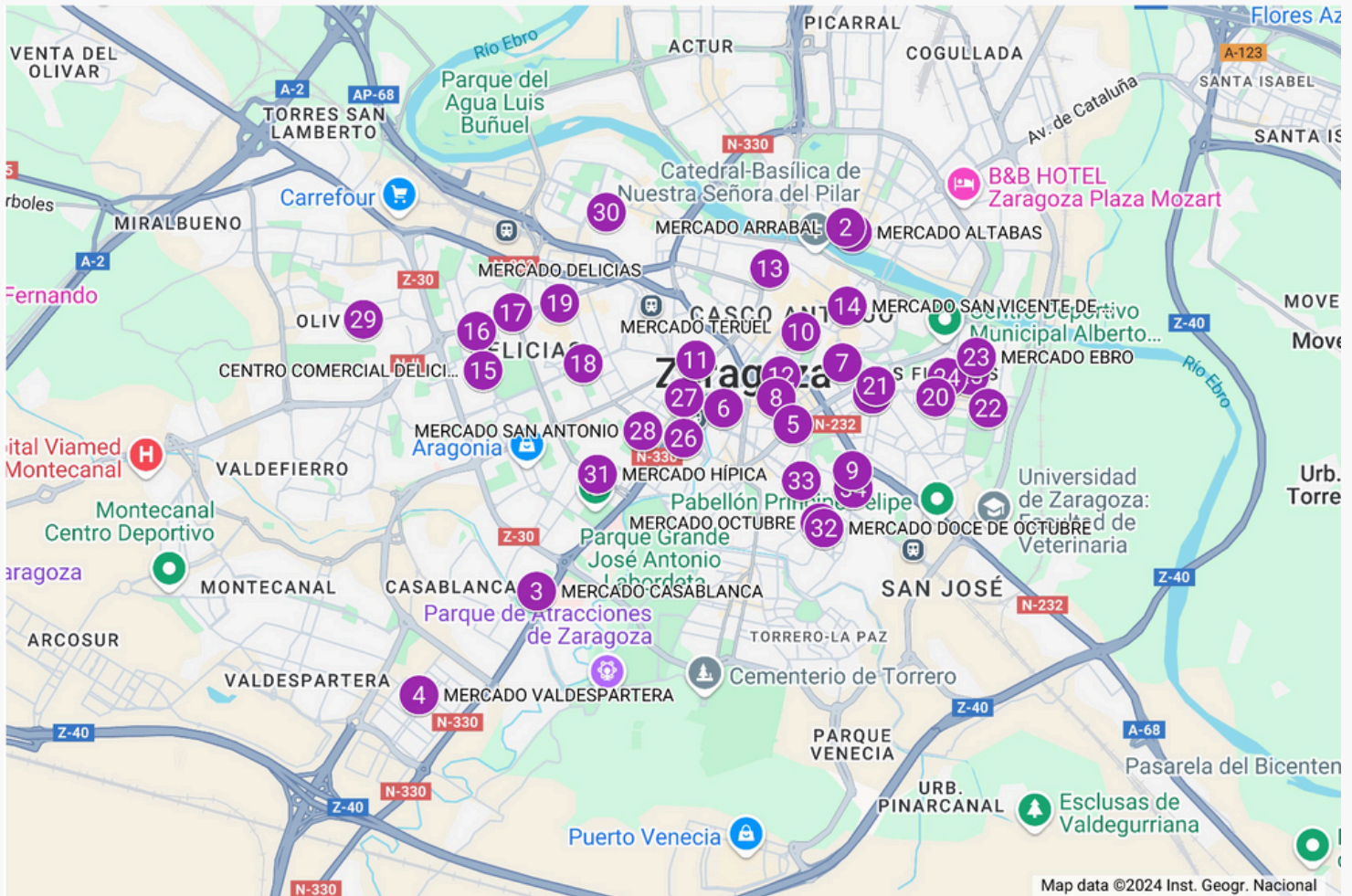
EN RESUMEN

Congelar no es complicado, pero sí requiere un poquito de mimo: elegir buen envase, separar raciones, etiquetar y respetar los tiempos. Siguiendo estos pasos, llegarás a Navidad con todo listo, sin prisas de última hora y con la tranquilidad de tener los mejores ingredientes esperando en tu congelador.

Porque al final, de lo que se trata en estas fechas no es de correr por los mercados con prisas, sino de sentarse a la mesa con los tuyos y disfrutar de una buena comida sin preocupaciones.



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