

LA REVISTA DEL MERCADO

MERCADOS DE
ZARAGOZA
(NOV-DIC 2025)



EDITORIAL

ZARAGOZA, CIUDAD DE MERCADOS

Zaragoza es, desde hace siglos, una ciudad de mercados. Más de cuarenta instalaciones —entre mercados fijos y ambulantes— y un tejido comercial vivo en todos los barrios conforman una red económica y social que va mucho más allá de la compraventa diaria. Los mercados son proximidad, identidad, empleo y vida urbana. Son, en definitiva, una infraestructura esencial de ciudad.

Desde la entrada del actual Gobierno municipal, la apuesta por los mercados y el comercio de proximidad ha sido clara y sostenida. El Ayuntamiento de Zaragoza ha destinado más de 8.700.000 euros anuales íntegramente a potenciar este tejido de alto valor para mantener la vida y el progreso en todos los distritos y barrios rurales. No se trata de gasto coyuntural, sino de una inversión estratégica con retornos económicos, sociales y urbanos medibles. Hemos impulsado líneas de subvención específicas para responder a los retos reales del sector.

La digitalización y la inversión en los mercados de abastos permiten modernizar su gestión y mejorar la experiencia del consumidor. Las ayudas para la actualización de la imagen exterior de mercados privados, muchos de ellos con más de medio siglo de historia, buscan un objetivo muy concreto: atraer al público joven, que ya es el consumidor del presente y será el del futuro.

A ello se suman las ayudas a la innovación y la competitividad de mercados, comercios y hostelería, así como inversiones directas en mercados públicos para garantizar su viabilidad y su papel como equipamientos de referencia. Pero una ciudad no se transforma solo con obras o subvenciones. Se transforma generando actividad, flujo y vínculo con la ciudadanía. Por eso hemos consolidado una política de dinamizaciones continuas y de calidad en todas las zonas comerciales y en todos los mercados, públicos y privados.

La colaboración con ZAMAS ha permitido activar los mercados de abastos como espacios vivos y ha trabajado en su orientación para atraer al público joven, incorporando propuestas culturales, gastronómicas y formatos innovadores, mientras que, de la mano de las asociaciones de comerciantes de los barrios, se han programado acciones en la vía pública durante todo el año para visibilizar y reforzar el comercio de proximidad.

Además, estamos conectando sectores productivos con la ciudadanía, convirtiéndolos en protagonistas a través de “escaparates únicos”.



Invertir en mercados es invertir en cohesión urbana. Allí donde hay un mercado activo hay calles con vida, comercio que resiste, empleo local y relaciones sociales que se mantienen.

Los mercados fijan población, reducen desigualdades territoriales y refuerzan la identidad de los barrios. Son, además, aliados clave para una alimentación saludable y de proximidad, y para un modelo de ciudad más sostenible y equilibrado.

En un contexto de transformación económica y tecnológica, apostar por los mercados no es mirar al pasado, sino asegurar el futuro.

Porque una ciudad competitiva necesita grandes proyectos, sí, pero también necesita cuidar aquello que la sostiene cada día. Y en Zaragoza, los mercados son —y seguirán siendo— una de las columnas vertebrales de esa ciudad cohesionada, dinámica y con identidad propia que estamos construyendo.



Carlos Gimeno

Consejero de Economía y Transformación Digital

DETALLISTAS QUE BUSCAN DIFERENCIARSE Y OTROS QUE APUESTAN POR REPLICAR SUS PUESTOS

POR ALEJANDRO TOQUERO

Bares, cafeterías, productos latinos o café de especialidad conviven junto a negocios tradicionales de los mercados a la conquista de la singularidad

Los puestos de abastos de los mercados de Zaragoza ofrecen muchas posibilidades para emprender negocios diferentes a los que han marcado la actividad durante muchos años. Sin duda alguna, son un territorio de oportunidades para poner en marcha un proyecto profesional y de vida. La Federación de Galerías de Alimentación y Mercados Detallistas de Zaragoza apuesta por fomentar que nuevas actividades se ubiquen en los mercados y que, de esta forma, más gente se anime a hacerlo.

Al mismo tiempo, también se dan situaciones de detallistas que después de muchos años de trayectoria apuestan por tener varios puestos vinculados a un mismo negocio buscando la diferenciación en pequeños detalles. Un buen ejemplo es el de Miguel Ángel Gran, que en la actualidad cuenta con tres pollerías en el Mercado Delicias.

Parece una decisión arriesgada, ya que aunque este mercado tiene bastantes puestos, las pollerías están relativamente cerca unas de otras. Su apuesta es ofrecer elementos diferenciales, de forma que ya sea por producto, precio o imagen, muestran detalles singulares.





Dos de las pollerías tienen el mismo nombre, Julia. Una es más grande que la otra. Alguna diferencia entre ellas es la presencia de pollos de corral de alimentación 100% natural. También se distinguen por los productos preelaborados y precocinados. Por ejemplo, en las alcachofas rellenas de marisco, carne y jamón, que tienen muchos seguidores, pero que solo están en uno de los puestos. O la empanada de atún, que no se ofrece en el más grande.

La Casa del Pollo es el nombre del tercer local que Miguel Ángel Gran tiene en el Mercado Delicias. En él trabaja Resu y está encantada de la vida que tiene el puesto. “Viene menos gente que hace unos años -asegura-, pero aún así, ya querrían la mayoría de los mercados tener el movimiento que hay por aquí”. La base de su negocio es que vende mucha cantidad. Hay días que a la una de la tarde ha agotado las existencias de jamoncitos y de alas de pollo. Perfectamente puede vender alrededor de 60 kilos cada jornada.

El punto diferencial en La Casa del Pollo respecto a las otras dos pollerías es que “los jamoncitos y las alas no están calibrados; son de primera calidad, pero unos son más grandes que otros, o le puede faltar una taba a un jamoncito; por eso el precio es más económico”, explica Resu. De esta forma, hay una clientela -sobre todo familias grandes- que compra mucha cantidad, ya que “salen muy bien de precio”.



CAFÉ DE ESPECIALIDAD

En este mismo mercado de Delicias hay algún detallista más que ha apostado por la especialización. Es el caso de Marta Grillo. Ella está la frente del bar cafetería desde hace más de seis años. En este tiempo, poco a poco ha ido creciendo alrededor del café de especialidad de varios países con diferentes notas de cata.

“El café lo tengo en grano y lo muelo atendiendo al tipo de cafetera donde se va a utilizar”, explica. Ofrece paquetes de medio kilo y de un cuarto. Estos últimos son los que más vende. Ahora que llega la Navidad, prepara cajas de regalo y canastillas donde el café es el gran protagonista. Es otra vía de especialización que le está dando buenos resultados.

Los detallistas del mercado representan otra parte importante de la clientela a la que atiende. “Vengo a la seis de la mañana, cuando abre, y a esa hora empiezo a llevar el café por los puestos; luego hay gente que repite a una hora determinada y otros que terminan de preparar el género y vienen, aunque normalmente lo sirvo yo”, asegura.

En fin, que la vida en el Mercado Delicias sería muy difícil sin su presencia. “Un día me puse mala, no pude abrir, y todo el mundo estaba perdido”, explica. Marta no solo vive del café. También tiene refrescos y cervezas, y en su puesto triunfan el bizcocho de chocolate y las magdalenas. Además, cuando llega el frío suele tener chocolate bien caliente. Por otra parte, en verano se decanta por preparar jugo de caña, ideal para elaborar un mojito de calidad.



PÚBLICO LATINO

En este mismo mercado hay más ejemplos de detallistas que han buscado diferenciarse de la mano de productos singulares. Es el caso de Venlatinos. Anyeli García lleva un año y medio al frente de este puesto de productos latinos y, sobre todo, venezolanos. Su fuerte son los quesos que más consumen estos clientes, como los ahumados, trenza, de mano o guayanés. Los hay especiales para tequeños, pero también para empanadas o arepas.

Anyeli está contenta de la acogida que está teniendo. “Vienen muchos latinos, pero cada vez más españoles preguntando, sobre todo, por los quesos, que son mi gran especialidad”. En cualquier caso, también ofrece otros productos como harinas, leche en polvo, panela o distintas variedades de café.



UN BAR QUE REABRE

En el Centro Comercial Las Fuentes, Rosa Ibarra apenas lleva dos meses con el bar cafetería. Ha cogido un puesto que estaba cerrado desde la pandemia, cuando se jubiló la persona que lo llevaba.

Rosa se ha animado con un alquiler con opción a compra y está contenta de cómo está siendo este comienzo. Ella trabaja, fundamentalmente, con los compañeros del centro comercial, ofreciendo un servicio de cafetería que si no tendrían que buscar fuera del mercado.

Rosa ha apostado por una oferta amplia que incluye café, refrescos, vino, cerveza... Pero también ha puesto el foco en la parte culinaria, con la intención de cubrir los distintos momentos gastronómicos del día. Por ejemplo, tiene bollería, bocadillos, sándwiches, vinagrillos, raciones de curados y algunos rebozados. El sábado es el día de mayor afluencia de público.

El puesto es pequeño. Apenas tiene la zona de barra, unos taburetes para sentarse y dos mesas. “Aunque no hay mucho espacio, es muy acogedor”, explica. Los detallistas de este centro comercial así lo entienden y cada vez más apuestan por darle vida en cualquier momento del día.

EL MERCADILLO DE LA EXPO MIRA AL FUTURO CON LA ILUSIÓN DE UN NUEVO EMPLAZAMIENTO

POR ALEJANDRO TOQUERO

Los vendedores ambulantes reivindican que su actividad forma parte de la vida comercial de la ciudad y destacan la necesidad de atraer al público joven

El mercadillo Expo de Zaragoza, también conocido como mercado ambulante de La Almozara, y de forma mayoritaria y errónea como rastro de Zaragoza, mira al futuro con optimismo para intentar volver a ser lo que fue durante los 24 años que estuvo en el entorno de La Romareda. En la actualidad, este mercadillo, dedicado fundamentalmente al género textil, cuenta con alrededor de 470 socios que montan sus puestos en el antiguo parking sur de la Expo, en una gran explanada que cuando sopla el cierzo no hay quien pare.

Además de en esta ubicación y del tiempo que pasaron en La Romareda, los puestos también estuvieron en el entorno del Pabellón Príncipe Felipe, y en sus inicios, en la zona del Mercado Central, donde convivieron con el rastro de viejo durante unos años.

Estos son los antecedentes, pero a los vendedores ambulantes les apetece más mirar al futuro, pensar en esa ubicación o ubicaciones alternativas que les permitan volver a soñar con los buenos tiempos de La Romareda. “No estamos mal compartiendo espacio con los vendedores del rastro de viejo -comenta Diego Clavería, presidente de la junta del mercadillo Expo de Zaragoza-, pero nuestro público objetivo es distinto, aunque pensando en una ubicación más céntrica podría estar bien una solución como la del rastro de Madrid, donde conviven muchos vendedores diferentes; no tienen nada que ver, pero ahí es donde reside su atractivo, en esa variedad que se encuentra la gente que pasea por sus calles”.

Diego es realista y piensa que, en estos momentos, encontrar ese emplazamiento más céntrico, donde estén los 470 vendedores ambulantes más los de viejo, “es difícil”, así que se aferra a otro tipo de soluciones, las que le trasladan a diario sus compañeros.



POCOS MERCADOS

El punto de partida de sus reivindicaciones son algunos datos que ofrece Diego Clavería sobre la situación de los mercados ambulantes en Zaragoza. Uno muy interesante es que “habiendo superado a Sevilla en habitantes, y siendo la cuarta ciudad más grande de España, es la capital de Europa con más centros comerciales por cada 100.000 habitantes y la que tiene menos mercados de venta ambulante”. En concreto, ofrece el dato de que “en Sevilla hay 17; en Valencia, 21, y en Málaga, 19, mientras que en Zaragoza tenemos dos, los del miércoles y el domingo en La Almozara, que casi se podría decir que es uno porque entre semana hay muy poca afluencia de público”.

Es la sensación que transmiten los compañeros de Diego recorriendo los puestos un miércoles de este mes de noviembre. “Lo único que pedimos es poder trabajar en condiciones -comenta una vendedora-; está demostrado que no somos competencia para el pequeño comercio y la experiencia en La Romareda y en el Príncipe Felipe lo dejó claro; los comerciantes y la hostelería de los alrededores estaban encantados con nuestra presencia porque ese día vendían un montón”. Y lo mismo pasa en el rastro de Madrid, añade Diego Clavería, “donde prácticamente todas las tiendas que hay en las calles aledañas abren el domingo y para ellas es el día de más venta”.



Diego Clavería junto a uno de los vendedores ambulantes más veteranos

NUEVAS UBICACIONES

Los vendedores ambulantes de Zaragoza hablan de la necesidad de un nuevo impulso. Lo hacen en positivo y siguen pensando que es posible, a pesar de las trabas y de los muchos “noes” que han recibido en los últimos años. “La verdad es que da igual quien gobierne, hasta ahora ha sido como darnos cabezazos contra un muro; hay poco interés político en revitalizar el mercadillo, pero nosotros vamos a seguir insistiendo porque entendemos que formamos parte de la ciudad, que ofrecemos un servicio a mucha gente y que somos un modelo de comercio totalmente complementario con el resto”, explica el dueño de un puesto de calzado.

A juicio de Diego Clavería, “los 14 años que llevamos en este parking de La Almozara han sido suficientes para que todo el mundo entienda que es una ubicación que no funciona, así que hay que pensar en el futuro”. Los miembros de la junta de este mercadillo lo llevan haciendo desde hace tiempo. Para ellos, la solución podría ser dividir el actual mercado ambulante en dos.

El presidente comenta que “podemos entender que instalar 470 puestos en una sola localización resulte complicado; por eso pensamos que dividirlo y que los vendedores se alternen un mes en un sitio y otro mes en otro puede ser la solución”.

Los emplazamientos de los que hablan están en la margen izquierda, apenas a 10 minutos andando desde la plaza del Pilar, y el otro, en la zona de La Romareda. El primero sería la explanada que hay en La Estación del Norte, mientras que en la zona sur una de sus propuestas pasa por ubicarlo junto al centro comercial Aragonia. “Los responsables de este centro estarían encantados, ya lo hemos hablado con ellos y consideran que la afluencia de público les iría muy bien; hasta nos han dicho que podríamos disponer de zonas de aparcamiento en Aragonia”.

De momento, ante estas propuestas, lo que han recibido es la callada por respuesta. “No queremos ser mal pensados, pero no sé por qué motivos no se atienden nuestras reivindicaciones. En cualquier caso, no vamos a dejar de insistir porque consideramos que hay muchas razones de peso para revitalizar un mercado ambulante con tanta historia en Zaragoza”.



DINAMIZACIÓN

Mientras ese día llega, el mercadillo Expo de Zaragoza, que está integrado en Zamas Mercados, aporta otras ideas en positivo que apuntan en la dirección de atraer a público a la actual ubicación de La Almozara. “Sobre todo -insiste su portavoz-, queremos que la clientela se rejuvenezca, ya que representa el futuro y es la garantía de que nuestra actividad comercial siga adelante”.

Es por ello que reclaman la posibilidad de que se ubiquen nuevos puestos que resulten atractivos para esos jóvenes. Por ejemplo, comenta Diego Clavería, “de zumos naturales, panes, patatas rellenas, perritos calientes y otros productos elaborados que les enganchen y les animen a venir”.

Por ahora, los únicos que hay los domingos vinculados a comida son de fruta y verdura. “Está bien porque supone diversificar el mercadillo, pero los jóvenes se mueven por otras inquietudes”.

De momento, durante el mes de diciembre, de la mano de Zamas, se van a llevar a cabo actividades de dinamización como reparto de migas y de chocolate caliente. También va a haber sorteos de patinetes entre los compradores y de una impresionante cesta de Navidad con todo tipo de productos, valorada en más de 500 euros.

Así que durante este mes merece la pena acercarse al mercadillo de la Expo y, de paso, apoyar su reivindicación de que hay futuro para estos comerciantes en una nueva ubicación.



SORTEOS, DEGUSTACIONES, RASCAS, MÚSICA... LLEGA LA NAVIDAD A LOS MERCADOS DE ZARAGOZA

POR ALEJANDRO TOQUERO

Durante el mes de diciembre se han programado numerosas actividades de dinamización, incluido un árbol de los deseos para un 2026 lleno de ilusión y esperanza

´Para Súper... tu mercado`. Con este lema se acerca la Federación de Mercados de Zaragoza (ZAMAS) a la Navidad en los mercados municipales y privados de la ciudad. Las actividades previstas se realizan gracias a un convenio firmado con el Ayuntamiento de Zaragoza.

La campaña de dinamización de los mercados municipales, privados y ambulantes, modifica todos los años parte de su estrategia para llegar al cliente, pero no el fondo de su objetivo. Por ejemplo, si en otras ediciones se buscó ofrecer los mejores productos a la clientela con el lema ´personal shopper`, en esta el eslogan elegido es ´Para Súper... tu mercado`, en un claro guiño a la apuesta por el comercio de cercanía frente a las grandes superficies.

La campaña tiene un gran impacto digital y también se ha puesto el foco en la televisión autonómica, donde a través de un spot se invita a los zaragozanos a acercarse a sus mercados más próximos. En cualquier caso, son los actos presenciales los que tienen mayor protagonismo, especialmente durante el mes de diciembre.

Eso sí, hay actividades como los talleres de arqueo-gastronomía que empezaron en octubre, también se han celebrado en noviembre y continuarán en enero. Se trata de talleres temáticos centrados en la cocina en distintas épocas históricas. Por supuesto, se ofrecen interesantes conocimientos de cómo se alimentaban nuestros antepasados y se prueban algunas de sus elaboraciones.

No son las únicas iniciativas relacionadas con la gastronomía, ya que la degustación de chocolate casero, calentito y reconfortante, es otra que tiene mucho éxito.



LO MÁS POPULAR

Dentro de esta campaña de dinamización hay clásicos que se repiten en muchos mercados como, por ejemplo, los rascas de Navidad y el sorteo de cestas. En concreto, en esta iniciativa participan 30 mercados con una entrega de 96 cestas llenas de productos gourmet para disfrutar en familia durante las fiestas.

En cuanto a los rascas con premios, es una iniciativa que permite fomentar las visitas en 22 mercados, donde se van a entregar 84 premios Oro, 511 premios Plata y 1.145 premios Bronce, desde pequeños electrodomésticos hasta bombones para los clientes que no resulten premiados.

Además, es habitual la presencia de Papa Noel los días 23 y 24 de diciembre y la recogida de las cartas a los Reyes Magos. También hay propuestas de cocina en vivo, como la que tiene lugar el 4 de diciembre en Ciudad Jardín. Además, en este mercado se apuesta por la música con un espectáculo el 27 de diciembre.



El belén del Mercado Central.

DECORACIÓN NAVIDEÑA

En algunos escenarios como el Mercado de San Vicente de Paúl, el 9 de diciembre se reparten muérdagos entre los clientes para que los hogares zaragozanos respiren un ambiente mucho más navideño. No es el único donde se hace, ya que se entregan durante estos días 1.400 muérdagos naturales de Navidad en nueve más. El reparto de plantas vinculadas a estas fiestas es otro clásico. En este caso, han sido cuatro mercados los que ponen en marcha esta iniciativa.

Por otra parte, pensando en un año lleno de felicidad para los zaragozanos, el de Puerta Sancho apuesta el 3 de enero por dar vida al árbol de los deseos. En él, los clientes van a poder colgar mensajes llenos de esperanza e ilusión para 2026.

Hay más actividades de dinamización en las que participan muchas personas, como son las visitas guiadas al Mercado Central de Zaragoza. En este caso, se cuenta con un servicio de guía para dar a conocer su valor histórico y artístico, incluyendo una visita a plantas reservadas como el semisótano.



REDES SOCIALES

Además, durante el mes de diciembre, varias ´influencers` van a recorrer los mercados para subir contenido a las redes sociales con el objetivo de mostrar la dinamización que se está llevando a cabo en ellos. Y una iniciativa que a buen seguro que tiene una gran acogida es el reparto de calendarios de 2026. ´Para Súper... tu mercado` es el eslogan elegido para los 22.900 calendarios que se van a entregar en 26 mercados.

Finalmente, uno de los sorteos que está levantando más expectación es el de vehículos de movilidad sostenible, es decir, patinetes eléctricos, a través de los tiques de compra. Así que mucho cuidado para no perderlos.



LA SEGURIDAD ALIMENTARIA SE COCINA CADA DÍA EN LOS MERCADOS DE ZARAGOZA

POR PATRICIA SOLA

Cada mañana, mucho antes de que llegue el primer cliente y se escuchen las voces del mercado, los detallistas de los Mercados de Zaragoza activan una rutina que casi nunca se ve: comprobaciones de temperatura, revisión del estado del género, limpieza de superficies y ajustes en cámaras frigoríficas. Es un ritual silencioso, pero esencial. En un momento en que la transparencia y las garantías importan más que nunca, los mercados se han convertido en espacios donde la seguridad alimentaria forma parte del día a día, y no de manera anecdótica, sino estructural.



La seguridad alimentaria empieza incluso antes de que la persiana suba. Los comerciantes seleccionan a sus proveedores con criterios estrictos, revisan la documentación del producto y verifican que cada lote cuente con su trazabilidad. Esta capacidad de seguir el recorrido de un alimento —desde su origen hasta el mostrador— es una de las herramientas más valiosas para prevenir riesgos y reaccionar ante cualquier incidencia. En los mercados, donde el cliente compra a escasos centímetros del género y observa su manipulación en directo, estos controles son cruciales.

A diferencia de las grandes superficies, los mercados trabajan en una escala humana que favorece el control. La proximidad entre vendedor y comprador no es solo una cuestión de trato; también es un componente esencial de seguridad. Quien atiende en un puesto conoce el producto que tiene entre manos y mantiene una relación directa con la persona que lo adquiere. Esa interacción crea un entorno donde la confianza se construye a partir de hechos: limpieza visible, orden, manipulación cuidadosa y un producto que se renueva continuamente.



El propio diseño del mercado facilita estos procesos. Los puestos están sometidos a inspecciones de sanidad periódicas, cuentan con infraestructuras adaptadas a la normativa vigente y aplican protocolos comunes en limpieza y conservación. Además, la ausencia de largas cadenas logísticas reduce tiempos de transporte y, con ello, posibles riesgos asociados a la rotura de la cadena de frío. La frescura y la rotación rápida no solo mejoran la calidad del producto, sino que aportan una capa más de seguridad.

Detrás de esta actividad cotidiana hay un elemento que muchas veces pasa desapercibido: la formación continua. En un sector que evoluciona al ritmo de las normativas europeas, de los cambios en los hábitos de consumo y de los nuevos formatos de venta, la especialización es imprescindible. Manipulación de alimentos, gestión de alérgenos, prevención de contaminaciones cruzadas, uso adecuado de utensilios y superficies... Los profesionales del mercado dedican horas a actualizar conocimientos para aplicarlos con rigor. Esta formación no es un añadido, sino un pilar del funcionamiento de los mercados.

La seguridad alimentaria no es solo responsabilidad del vendedor; el consumidor también tiene un papel activo. En los mercados, donde todo se expone a la vista, el cliente puede observar la higiene del puesto, la correcta conservación de los alimentos o el uso de guantes y utensilios. Preguntar, interesarse por el origen de un producto o pedir consejo sobre cómo conservarlo en casa ayuda a crear una cultura compartida de seguridad.

Muchos comerciantes aprovechan estas conversaciones para ofrecer recomendaciones que reducen riesgos una vez que el alimento abandona el mercado: cómo refrigerar un pescado, cuánto dura una pieza de carne, o qué envases usar para mantener la frescura.

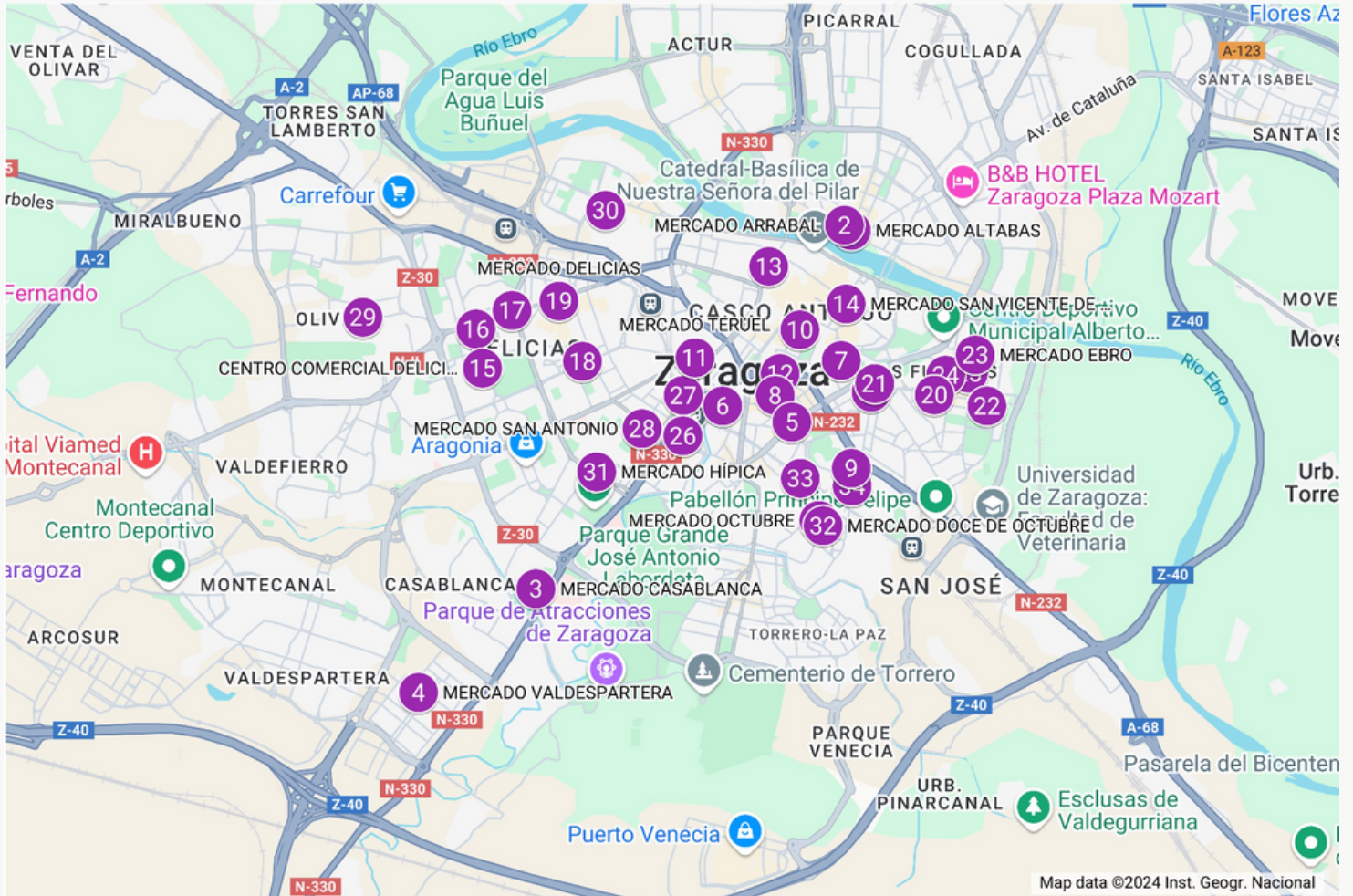


Mirando al futuro, la seguridad alimentaria seguirá avanzando. La introducción de herramientas digitales permitirá controlar de forma aún más precisa la trazabilidad, gestionar alertas y optimizar los procesos de conservación. También crecerá la atención a la sostenibilidad, con mejoras en la gestión de residuos y en el uso de envases más responsables. Sin embargo, la esencia del mercado —esa mezcla de oficio, cercanía y responsabilidad— seguirá siendo la base de un modelo que ha demostrado su capacidad para ofrecer alimentos seguros y de calidad.

En un contexto en el que la alimentación es una preocupación global, los Mercados de Zaragoza se han consolidado como espacios donde tradición e innovación conviven. Detrás de cada mostrador hay profesionales que sostienen, con su trabajo diario, un compromiso firme: que la compra semanal siga siendo un acto cotidiano... y completamente seguro.



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