

REVISTA OFICIAL

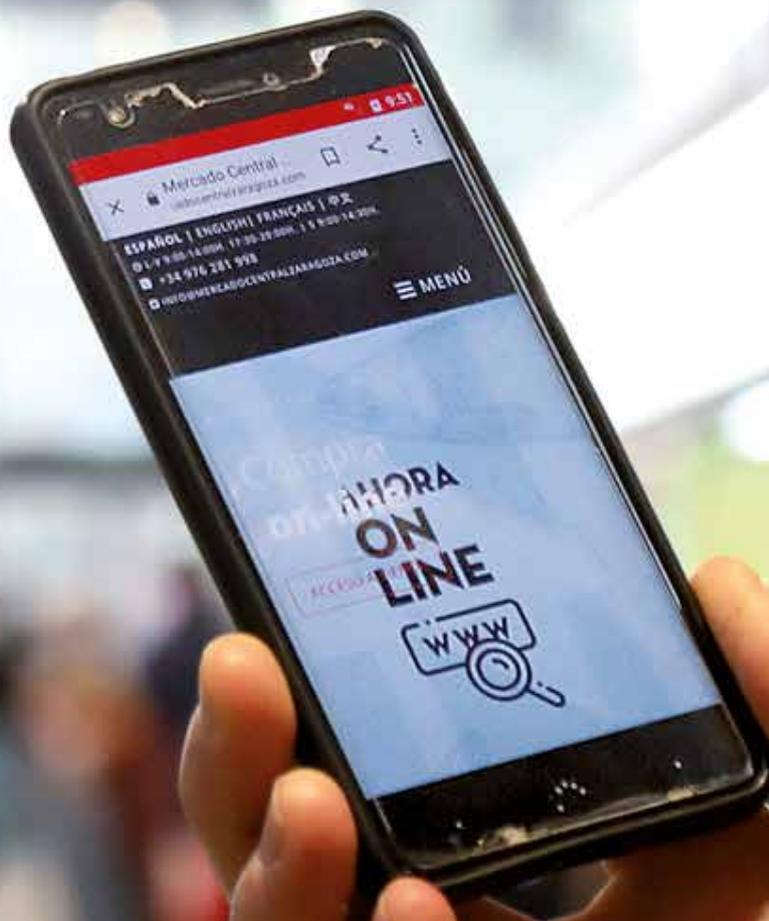


Nº 5
MARZO 2021

MERCADO CENTRAL

Vívelo,
disfrútalo
Gastronomía
y compras
ZARAGOZA

***Sorteos y ofertas con la
nueva 'app' que abre
una ventana al mundo***





Frutas A tu gusto
también vende en internet

YO VENDO
Zaragoza
online

www.yovendozaragozaonline.es





Publicidad

jjespligares@totemcomunicacion.es
comercial@totemcomunicacion.es

Realización

Totem Comunicación
C/ Joaquín Costa 2, pral. B, izq.
50001 Zaragoza
Te. 976 229 222
Info@totemcomunicacion.es

Consejo Editorial:

José Carlos Gran
Presidente de la Asociación de
Detallistas del Mercado Central

Nati Lacal

Técnico Sociocultural de
Dinamización de Mercados en
Ayuntamiento de Zaragoza

José Luis Alcázar

Responsable de Comunicación
de la Asoc. de Detallistas
del Mercado Central

Juanjo Espligares

Director de Publishing de
Totem Comunicación



www.totemcomunicacion.es

Marzo 2021

Edita Totem Comunicación para:
Asociación de Detallistas
del Mercado Central
Plaza Juan Lanuza, s/n.
50003 Zaragoza
Tel. 976 28 19 98

Textos: Alejandro Toquero

Fotos: Cristina Martínez Lalana y
Miguel Ángel Vicente Val
(Agencia Almozara)

Teléfono de Redacción:

976 229 222

Todos los derechos reservados.
Queda prohibida la reproducción
total o parcial de los datos,
textos y fotografías sin
autorización expresa del editor.
TOTEM COMUNICACIÓN no se
responsabiliza de las opiniones
de sus colaboradores.

Editorial

El Mercado Central se abre al mundo a través de una app, Google y los escolares

Buena parte de los temas que se tratan en este número tienen un denominador común: la apuesta por abrir una ventana al mundo que permita que el Mercado Central de Zaragoza sea mucho más conocido, reconocido, visitado y utilizado como gran centro de compra.

La nueva aplicación para teléfonos móviles 'El Club de Amigos del Mercado', el acuerdo alcanzado con Google a través del programa 'Google Ad Grants' para incrementar su visibilidad a través de internet y, de esta forma, llegar a nuevos clientes –sobre todo, a un público joven acostumbrado a hacer la compra 'online'–, o la colaboración con Escuelas Pías, en el Año de la Fruta y la Verdura, para acercar a niños y adolescentes al mercado con distintas actividades, son un buen ejemplo de esas intenciones.

Por supuesto, sin perder de vista que la digitalización del Mercado Central no supone erradicar algunas de sus señas de identidad: la cercanía del trato al hacer la compra, la garantía de producto fresco y una buena relación calidad/precio que no cambia por el hecho de que uno se decante por la opción 'online'.

El cómo estos nuevos proyectos se están plasmando es un buen indicador del deseo de seguir manteniendo una vinculación muy estrecha entre el cliente y el detallista. Así, por ejemplo, en la nueva app se incluye información detallada de cada puesto, así como el teléfono y el whatsapp para que ese contacto, a golpe de 'clik', sea inmediato y directo.

Lo mismo sucede con el programa 'Google Ad Grants', que a través de la búsqueda de palabras clave, también pretende dar a conocer la oferta agroalimentaria de cada uno de los puestos. Y qué decir de la colaboración con el colegio Escuelas Pías, que además de la presencia de niños y adolescentes en el mercado, busca difundir sus trabajos a través de las redes sociales y que mucha más gente conozca la labor de los detallistas y sus productos, y se acerque a ellos.

Hace poco más de un año que se hizo realidad una remodelación espectacular que brilla y seguirá brillando con fuerza. Por otra parte, desde hace más o menos el mismo tiempo, el Mercado Central está inmerso en otro avance igual de importante, aunque tal vez menos apreciable a simple vista: el de su digitalización. Poco a poco, los resultados ya se están notando y lo seguirán haciendo en los próximos meses. El proceso es imparable y como la lluvia fina, terminará calando y gustando tanto como la reforma.

En este número

- | | | | |
|----|--|----|---|
| 03 | EDITORIAL | 14 | HERMANOS MENÉ Y LA BORRAJA. |
| 04 | REPORTAJE: 'EL CLUB DE AMIGOS DEL MERCADO', LA NUEVA APP. | 16 | HOY ENTREVISTAMOS A... FRUTERÍA JUAN PÉREZ Y PAN&MÁS |
| 06 | REPORTAJE: PROYECTO CON ESCUELAS PÍAS DE LA MANO DEL AÑO DE LA FRUTA Y LA VERDURA. | 17 | REPORTAJE: LA EVOLUCIÓN DEL POLLO DE LA MANO DE ALDELÍS. |
| 08 | GOOGLE AD GRANTS INCREMENTA LA VISIBILIDAD DIGITAL. | 18 | RECETAS: CHURRASQUITO DE TERNASCO AL ESTILO COREANO Y BACALAO CONFITADO EN CREMA DE ALMENDRAS |
| 10 | BREVES | 19 | DIRECTORIO DE PUESTOS |
| 12 | ENTREVISTA A JOSÉ LUIS LÓPEZ, UN HISTÓRICO DEL MERCADO. | | |

Sorteos y descuentos para los usuarios de la app 'El Club de Amigos del Mercado Central'



Esta aplicación para teléfonos móviles ya se puede descargar desde Apple Store y Google Play. De una forma muy visual, sencilla e intuitiva, ofrece la posibilidad de conseguir muchas ventajas vinculadas a los detallistas del mercado. El objetivo es crear una comunidad digital, de forma que los clientes habituales y los más jóvenes conecten a través de esta nueva herramienta y pasen a formar parte de la gran familia del Mercado Central.

La aplicación para teléfonos móviles 'El Club de Amigos del Mercado' ya es una feliz realidad. Así, dicho con frialdad, puede parecer una noticia más, pero esta herramienta es mucho más que una app y bastante más que una conexión digital para estar al tanto de todo lo que sucede en el Mercado Central.

Sin duda alguna, se trata de la apuesta más firme por generar una comunidad digital, por llamar la atención de las generaciones acostumbradas a la utilización de este tipo de aplicaciones y por enganchar también a clientes habituales que tal vez no están tan acostumbrados a usarlas. En definitiva, una herramienta para abrir al mundo el Mercado Central y conseguir que se acerquen a él, de forma presencial o virtual, muchas más personas.

Hiberus, una de las empresas punteras en el desarrollo de tecnologías de la información, se ha encargado del desarrollo de la aplicación 'El Club de los Amigos del Mercado', que desde la primera quincena de abril está operativa y se puede descargar en los teléfonos móviles.

Para conocer su funcionamiento en profundidad, el responsable de su puesta en marcha, Fernando Canalejo, project manager del área de Desarrollo de Aplicaciones Móviles de Hiberus, comenta en este reportaje los pormenores de la aplicación. "Se puede descargar desde Apple Store y Google Play y está disponible tanto para Android como para IOS –explica–, como cualquier otra, se accede a través de un correo electrónico y rellenando algunos datos como contraseña, nombre y apellidos, código postal y edad".

Además, tras este trámite que se realiza una sola vez, las credenciales se guardan y se entra directamente sin necesidad

de poner nuevamente los datos. Lo primero que aparece es la imagen silueteada de la fachada del Mercado Central y nada más entrar llama la atención porque es muy visual. "Nuestro objetivo es que se adapte a todo tipo de usuarios –destaca el responsable de Hiberus–, por lo que hemos primado la sencillez y las imágenes por encima de otros temas".

INFORMACIÓN.

En la pantalla principal de la aplicación 'El Club de Amigos del Mercado' aparecen como dos categorías o carruseles. En uno de ellos es donde se muestran de una forma muy gráfica las propuestas que realizan distintos establecimientos –pueden ser descuentos, promociones, ofertas por un tiempo limitado, portes gratis...–. El objetivo es que por ese espacio roten periódicamente los detallistas que lo deseen con sus propuestas.



Un detalle de la app.



Fernando Canalejo, mostrando la app.

En este apartado, explica Fernando Canalejo, *“la idea no es que aparezcan todos los puestos al mismo tiempo, sino aquellos que tienen una oferta que hacer en un momento dado o por un periodo concreto, de forma que sean cinco, seis o los que la gerencia del Mercado considere”*.

El segundo carrusel o apartado es el que se iba a destinar a eventos, pero como consecuencia de la pandemia estos prácticamente han desaparecido, así que de alguna forma se ha rebautizado como espacio de Actualidad. *“En este apartado se incluyen todas las noticias generadas alrededor del mercado, artículos del blog, ofertas especiales no vinculadas a puestos concretos o eventos, si los hubiera”*, prosigue su autor. Además, se había pensado en un tercer apartado dedicado a la restauración, pero, de momento, al estar cerrada, no se ha habilitado.

Por otra parte, desde la pantalla principal de la aplicación se puede encontrar todo el listado de puestos. Están categorizados por sectores, así que se llega a ellos fácilmente.

Por supuesto, este acceso facilita directamente la posibilidad de comprar por internet a través de los enlaces: mercadocentralzaragoza.com o mizesta.com de una forma intuitiva y sencilla. *“En el caso de cada comercio se pone el número de teléfono y de washhap para contactar con ellos desde la propia aplicación”*, matiza Fernando Canalejo.

También existe una lista de actualidad en la que aparecen no solo las últimas noticias relacionadas con el Mercado Central sino todo el histórico de las que se han generado con el paso del tiempo.

SORTEOS.

En cualquier caso, uno de los apartados más interesantes para los usuarios que se descarguen la aplicación es el de los sorteos. *“La idea es que solo por ser usuario de la misma y formar parte del Club de Amigos del Mercado Central, puedas optar a ganar algún sorteo de los que se van a ir subiendo a la aplicación”*, señala el responsable de la misma.

En el servidor de Hiberus se generará de forma aleatoria el ganador y en la propia aplicación aparecerán los boletos –si hubiera más de uno– que han resultado agraciados. *“De esta forma –concluye– el ganador o ganadores podrán ir directamente al mercado, mostrar la aplicación y reclamar su premio; todo el proceso se puede comprobar fácilmente ya que está muy simplificado”*.

A partir de la primera quincena de abril se puede descargar la aplicación para optar a estos sorteos. Mucha suerte y a disfrutar de la gran despena del Mercado Central de Zaragoza.

*En la nueva aplicación
irán apareciendo
propuestas de los
detallistas como
descuentos,
promociones, ofertas
por un tiempo limitado
y portes gratis*

Escuelas Pías 'traslada' sus aulas al Mercado Central

Coincidiendo con la celebración del Año de la Fruta y la Verdura, alumnos de diferentes edades participan en actividades bilingües de Educación Plástica y Matemáticas de la mano de los detallistas

El Mercado Central y Escuelas Pías Zaragoza colaboran desde hace muchos años con distintas actividades como las visitas que se realizan a lo largo del curso. Este año, coincidiendo con la celebración del Año de la Fruta y la Verdura, desde el Departamento de Bilingüismo del centro educativo se han ideado varias propuestas de colaboración en la que se están implicando alumnos de diferentes edades.

De esta forma, los idiomas inglés y francés van a encontrar acomodo alrededor de asignaturas bilingües como Educación Plástica y Matemáticas, teniendo a los detallistas del Mercado Central y a sus productos en el punto de mira de las actividades.

La profesora Cristina Hidalgo coordina esta actividad y explica cómo se está desarrollando. *"A través de vídeos –comenta–, los detallistas han lanzado a los chavales varios retos para que piensen, desarrollen sus ideas y se pongan a investigar en los puestos"*.

Por ejemplo, con los alumnos más mayores se está trabajando la metáfora visual. *"Ellos tienen que desarrollar ideas para fotografiar piezas de frutas y verduras y transformarlas en otra cosa descontextualizando su propia forma"*, explica esta profesora. Así es como un plátano se puede transformar en un lápiz o una manzana en una copa de vino.

En la asignatura de Matemáticas, lo que se plantea es trabajar la estadística a partir de una comparación de peso y pre-

cio, por ejemplo, de un kilo de acelgas. *"Los chavales tienen que venir a los puestos, conocer los productos y preguntar los precios de los mismos para hacer sus trabajos, y al tiempo que lo hacen, conocer la variada despensa que existe en el Mercado Central"*, destaca Cristina Hidalgo.

En Primaria, la idea es que investiguen y organicen las frutas según la temporada, relacionando los colores y las formas que tienen. *"Además –prosigue– en los idiomas inglés y francés se van a trabajar diferentes expresiones o frases hechas que se utilizan con la fruta plasmando esa labor en murales"*.

Estas actividades se van a desarrollar a lo largo del curso y una vez que se tenga el resultado se irán dando a conocer a través de las redes sociales de Escuelas Pías para amplificar su difusión más allá de las aulas.

"Además de fomentar la creatividad y el conocimiento de los idiomas, un objetivo importante es que los alumnos se familiaricen con el consumo de productos de temporada y de cercanía –explica la coordinadora del proyecto– y, sobre todo, con el Mercado Central como emblema de la ciudad y lugar de referencia donde venir a comprar productos de calidad".

En definitiva, ellos son los futuros consumidores y es muy importante que conozcan desde pequeños la función que cumplen los detallistas y sus productos en este imponente escenario.

Se están trabajando temas como la metáfora visual o la estadística a partir de la comparación de pesos y precios



Metáforas visuales realizadas por las alumnas de 2º de la ESO Gabi Bescós, Elena Domínguez, Malena García, Irene Navarro, Paula Navarro y Khushi Sánchez.

MGS

Seguros

Sencillamente seguros



HOGAR



AUTOS



VIDA



SALUD



AHORRO



COMERCIOS



Oficinas en Zaragoza:

Pº. María Agustín, 4-6. Zaragoza
C/ Don Jaime I, 32. Zaragoza

Encuentra a tu
mediador de MGS
más cercano en

www.mgs.es

IDEAS QUE MUEVEN NEGOCIOS



TOTEM
COMUNICACIÓN

info@totemcomunicacion.es

Tel: 976 229 222

www.totemcomunicacion.es

Google, un extraordinario aliado del Mercado Central



La participación en el programa 'Google Ad Grants', a través de la empresa INTK, ha incrementado su visibilidad digital

La estrategia del Mercado Central de Zaragoza de intentar conseguir una mayor visibilidad digital cuenta con un aliado extraordinario: Google. Recientemente, la Asociación de Detallistas alcanzó un acuerdo con esta empresa especializada en servicios de Internet a través del programa 'Google Ad Grants' para organizaciones sin ánimo de lucro.

La empresa holandesa INTK es la encargada de desarrollar las acciones para incrementar la visibilidad de la marca 'Mercado Central de Zaragoza'. En concreto, difundiendo las programaciones y actividades del mercado, controlando las visitas a su página web e introduciendo mejoras para favorecer su accesibilidad, usabilidad y posicionamiento.

Andrea Olmedo trabaja en la agencia de marketing INTK desde Utrecht (Holanda). Ella es la que ha conseguido la subvención de 'Google Ad Grants' de la que disfruta el mercado y la que coordina las distintas acciones. Andrea explica que una vez que se concede esta subvención, "la entidad, en este caso el Mercado Central, cuenta con una subvención de 120.000 dólares al año en publicidad gratuita de AdWords, lo que supone un presupuesto diario de más de 300 dólares".

AdWords es una herramienta de Google que se puede usar para crear anuncios que aparecen en los resultados de los motores de búsqueda, eligiendo palabras clave que en este caso pueden ser frases o palabras relacionadas con el Mercado Central.

"Nuestro objetivo –prosigue Andrea– es que cuando la gente ponga en el buscador 'productos frescos', 'dónde ir a comprar' o 'idea para una receta', e incluso si alguien acaba de salir de casa y se acuerda

de que tiene que comprar 'ternasco', 'jamón de Teruel' o un 'producto bajo en colesterol', que la web del Mercado Central sea la primera en aparecer en cualquier dispositivo".

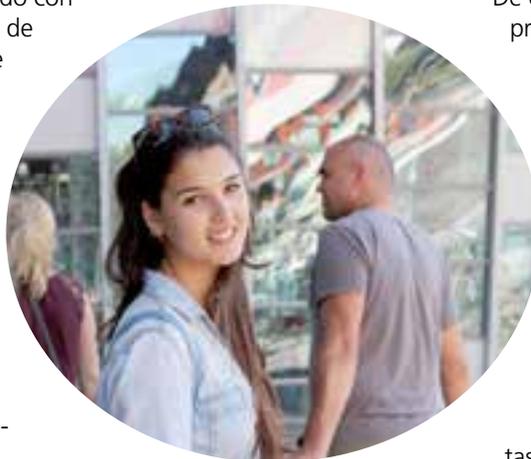
Esta colaboración entre INTK y el Mercado Central de Zaragoza se inició el pasado mes de octubre y ya ha empezado a dar resultados. "En el mes de febrero, por ejemplo –comenta Andrea Olmedo–, hemos conseguido más de una cuarta parte del tráfico que llega a la web del mercado".

De esta forma, se han incentivado las compras 'online' a través de Mi Zesta, "de forma que nuevos clientes han conocido este servicio para acercar los productos frescos a sus hogares". "Este es uno de los principales objetivos –prosigue–, impulsar la digitalización y llegar a un público joven".

Las noticias que aparecen en el blog del Mercado Central son una parte importante del contenido que utiliza INTK para buscar palabras clave que sirvan para un mejor posicionamiento; incluso, de forma individualizada para los detallistas, en el caso de búsquedas de productos concretos.

La participación de esta empresa para optimizar esta subvención es fundamental. Según Andrea Olmedo, "hay que saber cómo utilizar el dinero diario que concede Google para 'Google Ad Grants' y programar la campaña de acciones y publicaciones que permita alcanzar ese objetivo".

Desde el Mercado Central de Zaragoza, por supuesto, no hay más que palabras de agradecimiento por lo que supone esta ventana al mundo, ya que "nos va a permitir avanzar y consolidar la digitalización sin perder el trato personal que nos caracteriza".



Google Ad Grants
AdWords for nonprofits





Calamocha

un lugar para invertir
un lugar **para vivir**

Visitas del alcalde de Valladolid y del presidente de Mercasa

El Mercado Central de Zaragoza recibió el 15 de marzo las visitas del alcalde de Valladolid, Óscar Puente; del presidente de Mercasa, José Ramón Sempere, y del director general del Mercazaragoza, Sergio Alarcón.

El objetivo de esta visita es que las ciudades de Zaragoza y Valladolid puedan llevar a cabo proyectos comunes a partir del desarrollo de la terminal marítima, en el caso de la capital aragonesa, y el parque agroalimentario, en Valladolid. En este objetivo aparece Mercasa como nexo en sendos proyectos ya que la empresa estatal participa en las dos unidades alimentarias.

En el recorrido por el Mercado Central también participó la concejala de Mercados, Carmen Herrarte, mostrando las renovadas instalaciones tras una reforma que se ha convertido una referencia a nivel nacional.



Más de 3.000 pedidos por internet en 2020

Las ventas en el Mercado Central a través de internet han superado los 3.000 pedidos en 2020. Y en algunas jornadas en pleno confinamiento se alcanzaron el centenar de envíos. Los pedidos recibidos han supuesto más de 22.000 'subpedidos', es decir, encargos dirigidos a los puestos.

Por otro lado, según datos facilitados por la Asociación de Detallistas, el importe de la cesta media digital ha rondado los 90 euros, por lo que se puede hablar de un total en la plataforma telemática que ha alcanzado los 270.000 euros en 2020.

Una media de 34.000 visitas semanales el año pasado

Los detallistas del Mercado Central de Zaragoza han superado con éxito su primer año en el nuevo edificio tras su reforma integral y a pesar de la crisis sanitaria. El balance del 2020 es más que positivo, con un aumento de las ventas entre el 35% y el 40% y con una media de 34.000 visitas cada semana, hasta rozar casi los dos millones en un solo año (1,8).



EL ARTE QUE NACE DE LAS PIEDRAS

LAS PIEDRAS PUEDEN SER EL MEJOR ESCENARIO PARA EL ARTE. PORQUE, CUANDO A LA EXPERIENCIA, A LA TÉCNICA Y AL TALENTO SE SUMAN LOS SUEÑOS Y LAS ILUSIONES, INCLUSO LAS PIEDRAS SE CONVIERTEN EN FUENTE DE INSPIRACIÓN PARA INTERPRETAR SOBRE ELLAS UNA OBRA DE ARTE.

DENOMINACIÓN DE ORIGEN
PROTEGIDA CARIÑENA.

EL VINO DE LAS PIEDRAS.

WINE in MODERATION
ELEGIR | COMPARTIR | CUIDAR



EL VINO
DE LAS
PIEDRAS
D.O.P. CARIÑENA

Promueve:



Cofinancian:



JOSÉ LUIS LÓPEZ ES UN HISTÓRICO DEL MERCADO CENTRAL. TODA SU VIDA HA ESTADO LIGADA A ÉL. A SUS 85 AÑOS, LO SIGUE FRECUENTANDO CASI A DIARIO. EN ESTA ENTREVISTA RESCATA DEL PASADO MUCHOS DETALLES QUE LE SIRVEN PARA CONFIRMAR QUE, TRAS LA ÚLTIMA REFORMA, “EL MERCADO ESTÁ MÁS VIVO NUNCA”



“Hemos descubierto un mercado nuevo que está más vivo que nunca”

José Luis todavía recuerda la primera pescadilla que preparó con 12 años. *“No era muy grande; aprendí a hacerlo viendo cómo trabajaban mi madre y mi tío –recuerda–; mi padre murió cuando yo tenía esa edad y desde entonces, en 1948, el Mercado Central fue mi casa”*. Así hasta el año 2000. Con el cambio de siglo, José Luis y su mujer, Mari Carmen Jiménez, se jubilaron al mismo tiempo. En el Mercado se conocieron y a él ha estado vinculada su vida. Pescados José Luis es su obra, que hoy sigue muy viva de la mano de sus hijos José Luis y Ana.

¿Qué recuerdos tiene de aquellos primeros años en el Mercado Central?

Empecé muy joven. Tras la muerte de mi padre teníamos un contrato de tres años para estar en el Mercado y transcurrido

ese tiempo nos tuvimos que marchar. Pero yo quería volver. Tenía muy claro que era mi casa. Lo conseguí enseguida en Pescados Marcuello, donde estaban buscando un dependiente. Allí estuve llevando la pescadería desde principios de los años 50 hasta 1969, aunque el puesto no era mío. Además, fueron los años en que conocí a mi mujer. Sus padres, Manolo y Lucía, también tenían puestos en el mercado y eran muy populares, sobre todo Lucía. Todos mis recuerdos y vivencias profesionales, pero también personales, están asociados al mercado.

¿Qué pescado se recibía en el Mercado Central en esos años y cómo eran las condiciones de trabajo?

No había tanta variedad como ahora, pero recibíamos bastante: merluza, calamar, pota, palometa, besugo... Eso sí, no había agua corriente e íbamos con pozales a la única fuente que teníamos para todo el mercado. El hielo lo comprábamos en una fábrica cerca de la calle Torrenueva. Luego lo partíamos con un mazo. No había cámaras en los puestos, tan solo en los sótanos, así que cada jornada, al terminar de trabajar, bajábamos el pescado que no se había vendido. Era una paliza tremenda.

La historia de Pescados José Luis se empieza a escribir en 1969...

Así es. Fue cuando conseguí hacerme con un puesto y aunque todos esos años había estado muy a gusto trabajando en Marcuello, la satisfacción fue enorme al ponerle mi nombre al negocio. Ese año también empezó a desarrollarse el trabajo de la asociación de detallistas, donde estábamos uno de cada gremio. Yo estuve de vicepresidente y recuerdo con especial cariño la etapa de presidente de Lázaro Soler, que lo dio todo por el mercado en esa época. Cuando se jubiló, me propuso para que tomase el relevo, pero tenía mucho trabajo en la pescadería y no podía dedicar la atención que requería esa responsabilidad.

Fueron años convulsos, en los que el Mercado Central estuvo en serio peligro de desaparición.

Efectivamente. En los años 70 hubo quien pensó que era un obstáculo para la expansión de la ciudad y propuso su derribo. La asociación de detallistas luchó mucho para evitarlo. En bastantes reuniones nos planteamos incluso que había que ir a Madrid a dejarnos oír. Eran 300 puestos los que iban a desaparecer y más de mil personas podían verse directamente afectadas por esa decisión.

¿Qué acciones se llevaron a cabo desde la asociación de detallistas para evitar el derribo?

La recogida de firmas alrededor de la campaña 'Salvemos el Mercado Central' fue impresionante. Se recogieron más de 30.000 de los vecinos de Zaragoza que se volcaron con su mercado. Esa movilización provocó que desde distintos ámbitos sociales se levantaran muchas voces para evitar el desastre y entre todos conseguimos paralizar el derribo.

En su caso, se le ocurrió una idea que tuvo bastante repercusión.

En diciembre de 1975, recién coronados los Reyes de España, visitaron Zaragoza y la noche anterior pensé que algo tenía que hacer para que conociesen el problema. En dos o tres folios describí la situación en la que nos encontrábamos, que estaba en peligro un monumento que podía ser histórico artístico, y al día siguiente le dije a mi hijo José Luis –entonces tenía 9 años– que me acompañase para entregarles la carta. Ese día llovía a mares y nos pusimos en una esquina de la calle Don Jaime por donde sabíamos que iba a pasar la comitiva. Le expliqué a un guardia nuestras intenciones y no me puso ningún impedimento. Al pasar, mi hijo se acercó al coche, la Reina abrió la ventanilla y recogió la carta. Al mes siguiente recibimos las respuestas de la Casa Real y de Gobernación diciendo que trasladaban mis peticiones a las autoridades competentes. Fue como un antes y un después para conseguir su declaración como monumento histórico. Y todo ello de la mano de una movilización ciudadana y social muy importante.

Efectivamente, en 1978 se produjo esa declaración y años después se llevó a cabo un gran proyecto de remodelación. ¿Llegó por fin la estabilidad?

Estas dos decisiones fueron muy importantes para garantizar su futuro. Durante las obras, varios puestos nos trasladamos a la calle San Pablo, donde abrimos un pequeño mercado frente a La Posada de las Almas, que tuvo un gran éxito. Mi hijo José Luis empezó a trabajar conmigo en 1983 y juntos estuvimos hasta mi jubilación. Aunque mi otro hijo, Eduardo, estudió y se ha dedicado a otras cosas, por aquel entonces también nos

ayudó mucho. Tras la reforma, seguimos con la pescadería de fresco pero cogimos otro puesto de congelado en otro pasillo, donde se incorporó mi mujer. La última en llegar, a finales de los años 90, fue mi hija Ana, que se quedó con un puesto que se quedó libre para dedicarse a trabajar el marisco.

¿Qué anécdotas tiene grabadas en la memoria de sus más de 50 años de trabajo en el Mercado Central?

Me voy a referir a dos que reflejan el contraste de lo vivido. En los años 60 recuerdo que hubo un temporal y no llegaron camiones. Solo lo había conseguido uno el día anterior con cajas llenas de angulas. Era lo único que podía vender. Las compré todas y llené el mostrador con ellas a un precio muy asequible. A las diez y media de la mañana ya las había vendido. Ese día muchas familias se dieron un festín, algo que ahora sería impensable.

Como contraste, también hubo años en los que fallaba bastante el pescado. Teníamos tasas de precios y, en ocasiones, si querías tener algo, no te quedaba más remedio que comprarlo más caro de lo que lo podías vender. Había que echarle mucha imaginación para intentar no perder dinero.

¿Cuál ha sido la idea o modelo de negocio que ha mantenido durante sus años en activo?

Mi idea siempre ha sido la de ofrecer pescados de calidad y una atención muy cercana al cliente. Esas han sido las claves para garantizar una clientela fiel que hoy todavía nos sigue. No hay más secretos. Dedicar muchas horas al negocio y trasladar todo ese cariño al cliente.

¿Qué le parece la última reforma del Mercado Central y hacia dónde cree que debería ir?

La remodelación ha sido un completo éxito. Hemos descubierto un mercado nuevo que en buena medida permanecía oculto. El edificio que diseñó Félix Navarro supone todo un descubrimiento para la ciudad y tiene que ser un polo de atracción para que muchos más zaragozanos se acerquen a comprar, pero también para que lo visiten y lo conozcan. Pero no solo los vecinos, sino también los turistas. Tras la reapertura, fueron una semana de trabajo de locura. Desgraciadamente, todo eso se cortó de raíz por la pandemia, pero entre todos tenemos que conseguir recuperar la normalidad. Poco a poco se va consiguiendo, pero hay que seguir avanzando para lograr su plena revitalización.

Por José Luis, desde luego, no va a ser. Prácticamente todos los días lo visita, se reencuentra con viejos amigos y con los nuevos clientes que han ido tomando el relevo. Él lo tiene claro: "Tenemos Mercado Central para rato".



Hermanos Mené y la borraja, vidas paralelas

Hermanos Mené cultiva y comercializa una gran variedad de productos hortícolas, pero la borraja y el tomate rosa acaparan casi todo el protagonismo. En el caso de la borraja, esta empresa tiene el 60% de la cuota de mercado de Aragón, lo que en cifras se traduce en una producción de un millón y medio de kilos anuales.

Además, se trata de una verdura en constante crecimiento, que desde hace ya tiempo se consume durante todo el año. En invierno, comenta Vicente Mené, *“se cultiva en los invernaderos, mientras que a partir de la primavera se hace en malla, como si fuera al aire libre”*. Es en estos meses cuando más rápido crece la borraja. *“El secreto está en cortarla en el momento justo –prosigue–, sin que haya subido demasiado para que los tallos estén tiernos”*.

Para obtener esta producción, Hermanos Mené cuenta con 35 hectáreas de cultivo en el entorno de Zaragoza. De momento, la mayor parte se comercializa en Aragón, aunque también está presente en algunas grandes superficies de Madrid y Cataluña. Vicente Mené considera que *“es una verdura*



delicada y hay que saber prepararla, algo que fuera de Aragón todavía no han conseguido muchos consumidores, y tal vez por eso no se vende tanto”.

Para resolver este problema, su intención es poner en las bandejas de borraja un código QR que permita acceder a recetas en las que se muestra cómo preparar esta verdura. *“La clave está en unos tiempos de cocción cortos –asegura–, porque si no, todos los nutrientes y las vitaminas se quedan en el agua”*.



PRODUCTOS HORTÍCOLAS

Hnos. MENE

Donde la borraja tiene apellido

Avenida Montañana, 945

Tel. 976 576 029

hermanosmene@hermanosmene.com



UN SUEÑO... UNA REALIDAD... TERNERA 100% ORIGEN ARAGÓN



ASOCIACIÓN DE PRODUCTORES DE CARNE DE
**VACUNO
DE ARAGÓN**

www.carnedevacunodearagon.com

Grupo de Cooperación Vacuno de Aragón,
Consumo Sostenible



JUAN PÉREZ Y JANETTE ACEBEDO. FRUTERÍA JUAN PÉREZ

Frutas tropicales en su punto óptimo de maduración

Productos como yuca, papaya, maracuyá, plátano verde o mango marcan la diferencia en este puesto

Juan Pérez lleva ocho años al frente de la frutería que lleva su nombre. Antes había pasado siete más aprendiendo el oficio en otro puesto. Fueron dos etapas diferentes. La primera en una frutería tradicional, mientras que en esta última se ha especializado mucho más ofreciendo productos que casi nadie tiene en el Mercado Central.

“Es algo que tuve bastante claro en el momento en que me puse por mi cuenta: intentar especializarme y diferenciarme en algo”, comenta Juan. Su apuesta ha sido por las frutas tropicales, pero, sobre todo, por un producto natural “intentando conseguirlo en el mejor momento de maduración”.

Yuca, papaya, maracuyá, plátano verde maduro o mango de avión son algunas de las frutas que aparecen en su puesto. “En el mango, por ejemplo, hay mucha diferencia; mis clientes valoran el sabor exquisito que tiene”, explica. También le pasa con la papaya. “La traía de Canarias, pero no tiene nada que ver con la que llega de Brasil, el punto de dulzor es muy distinto”, prosigue. En cambio, Juan comenta que “el aguacate de Málaga es muy bueno; hay cosas que funcionan y otras que no”.

PUESTO
63



Además, también tiene frutas y verduras de consumo más habitual poniendo el acento en otro aspecto que le funciona muy bien: “Hago bastantes ofertas –explica–, de forma que si se compran dos kilos sale estupendamente de precio”. Tiene clientes de muchos países, “pero la mitad de ellos son zaragozanos”. “Estoy muy contento –concluye–, tras la reforma ha quedado un mercado precioso”.

ELENA LUMHINITA NICOARÁ, PAN&MAS, ALIMENTACIÓN DE RUMANÍA Y ESPAÑA

Productos de Rumanía para todo el mundo

Embutidos ahumados, quesos, bebidas, dulces, conservas o legumbres son algunos de sus alimentos

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, las hogazas o el pan macerado que tiene.

El muestrario de alimentos de Rumanía es muy 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 lác-



teos. 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”, comenta.

Bebidas, aperitivos, galletas, pasteles, café y licores suman argumentos culinarios en este puesto que tiene una tra-

yectoria de 15 años en el Mercado Central. “Tras la reforma ha quedado muy bonito –comenta su responsable–, poco a poco está viniendo más gente tras los peores meses de la pandemia”.

PUESTO
70



El pollo, gran protagonista en fresco, elaborados y cocinados



Pollería Julia y Mamá Tere cuentan cómo ha evolucionado a partir de una materia prima de calidad como la de Aldelís

La de pollo es una de las carnes que más protagonismo tiene en el Mercado Central. Lo es ahora y lo ha sido a lo largo de sus más de 100 años de historia. Al pollo se le puede sacar mucho rendimiento, pero hace ya tiempo que no se comercializa entero –al menos no es lo más habitual–, con la cabeza, las patas y la molleja. Este tipo de venta prácticamente ha desaparecido. Hoy todo va despiezado y, en general, es una venta de volumen, de grandes cantidades.

Otra tendencia más reciente va encaminada a la elaboración de productos frescos. Lo saben bien en las pollerías Mamá Tere y Julia, que como punto de partida tienen claro que la apuesta por la calidad es innegociable. En los dos casos, su principal proveedor es Aldelís, la marca de alimentación que se dedica, sobre todo, a la comercialización de productos frescos y elaborados a base de pollo y pavo.

José Carlos Gan, de Pollería Julia, explica que prácticamente todos los despieces que vende de esta ave son suyos. Las alas normales y las adobadas a la barbacoa, los jamoncitos, las pechugas, el contramuslo entero o en filetes... *“El contramuslo es un despiece magnífico, tierno y jugoso –sugiere José Carlos–, pero todo lo que ofrece Aldelís tiene una calidad extraordinaria”.*

A partir de esta carne fresca, la venta ha evolucionado bastante alrededor de los elaborados. Esta pollería cuenta con

obrador propio y del mismo salen productos como las brochetas con verduras y las que se preparan al curry, o las pechugas de pollo con jamón y queso.

En Mamá Tere también confían en Aldelís para la venta en fresco. Además, Carmen Cámara muestra un pollo especial, de aldea, que esta firma suministra a las dos pollerías. *“No es campero, pero se alimenta con un mínimo del 65% de cereales y vive en el exterior”*, explica Carmen. *“El campero necesita guisarlo porque tiene una carne más dura, pero este lo puedes hacer a filetes y trabajarlo como uno normal y queda tierno, pero con una calidad superior”*, comenta.

Alas, pechugas, jamoncitos y contramuslos enteros o en filetes son los despieces del pollo más vendidos

En Mamá Tere también se ofrece un gran surtido de elaborados, y tras la reforma se ha hecho una apuesta decidida por los productos cocinados. Entre ellos, la carne de pollo vuelve a tener un gran protagonismo.

“Si sacamos a la venta 15 platos cada día –prosigue Carmen Cámara–, casi te podría decir que en diez de ellos el pollo está presente de alguna forma, ya sea en berenjenas, lasañas, albóndigas...”. *“Es una carne fundamental –concluye–, la base de nuestro negocio tanto en fresco como en elaborados y platos cocinados”.*



Carmen Cámara, pollería Mamá Tere.



José Carlos Gan, de pollería Julia.

Dos recetas con productos emblemáticos de Aragón para quedar muy bien

El ternasco de Aragón y el bacalao son los productos que protagonizan las recetas del mercado de este mes. Se trata de dos platos con un corte diferente. En el caso de la carne, Cristian Yáñez, de La Ternasca, apuesta por un despiece poco utilizado, los churrasquitos, y por la fusión de cocinas del mundo ya que los prepara al estilo coreano. En el caso del bacalao, Roberto Alfaro, del restaurante Absinthium, propone un plato tradicional confitando el bacalao en crema de almendras. ¡A cocinar y a disfrutar!

Bacalao confitado en crema de almendras

INGREDIENTES (4 personas):

- 1 kilo de bacalao desalado.
- 200 mililitros de aceite empeltre.

Para la crema:

- 300 gramos de almendras de Caspe
- 50 gramos de miga de pan
- medio ajo
- 200 mililitros del mismo aceite
- 10 mililitros de vinagre de Jerez y sal.

Para la guarnición:

- 2 puerros cocidos
- 50 gramos de tomate seco
- 50 gramos de oliva negra de Aragón
- 50 gramos de huevas de mujol.

ELABORACIÓN:

- ✓ Para la crema de almendra, triturar la almendra, el pan, el ajo, 200 mililitros de aceite empeltre, vinagre, sal y aligerar con agua hasta conseguir una consistencia cremosa. Colar y reservar.
- ✓ Quitar la piel al bacalao, secarla y freírla. Confitar el bacalao a 67° C durante 4 minutos en aceite de oliva virgen extra, escurrirlo y colocarlo en el plato sobre la crema de almendras.
- ✓ Acompañar del tomate seco, las olivas negras y los puerros cocidos.
- ✓ Terminar el plato con un poco de cebollino picado, las huevas mujol ralladas y la piel crujiente.



Churrasquitos de ternasco al estilo coreano

INGREDIENTES (4 personas):

- 12 churrasquitos de ternasco.

Para la salsa:

- 1 taza de caldo de ternasco
- 1 cebolleta
- 1 hoja de apio
- 1 citronela
- 50 gramos de jengibre fresco
- 1 vaso de leche de coco
- 2 cucharadas soperas de salsa kimchi
- 1 de curry amarillo
- 1 de pimentón dulce, media de pimentón picante
- 1 yema de huevo
- 1 puerro
- 6 dientes de ajo
- 1 hoja de limonero
- 1 rama de cilantro
- 1 lima

ELABORACIÓN:

- ✓ Marcar –freír brevemente a fuego fuerte– en la sartén los churrasquitos en aceite de oliva. Picar todos los ingredientes, menos el cilantro, y darles un salteado rápido. Dejar la citronela y el jengibre cortados en trozos grandes, para poder retirarlos después.
- ✓ Cuando se hayan sofrido a fuego fuerte las verduras, añadir el pimentón, curry y kimchi. Dar dos vueltas a todo e incorporar el caldo de ternasco; dejar que todo se guise durante cinco minutos y probar de sal.
- ✓ A continuación, añadir la leche de coco y mover la mezcla durante otro minuto, bajar a fuego medio y dejar guisar otros cinco minutos.
- ✓ Retirar del fuego y añadir la yema de huevo, a la vez que movemos la sartén para que se integre.
- ✓ Picar el cilantro, hojas y tallo y añadir; tapar la sartén y dejar que infusione unos cinco minutos.
- ✓ Finalmente, añadir los churrasquitos y guisarlos cuatro minutos a fuego suave; en el último minuto de cocción, añadir el zumo de la lima y ralladura de la misma.
- ✓ Servir muy caliente.

DIRECTORIO PUESTOS DEL MERCADO CENTRAL

Horario comercial: De lunes a viernes de 9:00 a 14:00 h y de 17:30 a 20:00 h (pescaderías cerradas los lunes). Sábados: de 9.00 a 14.30 horas.



ALIMENTACIÓN VARIA

PUESTO 17



ALBERTO Y YOLANDA

Encurtidos, conservas y salazones

☎ 615 850 085



PUESTO 26



ENCURTIDOS CÉSAR GADEA

Bacalao, encurtidos y conservas

☎ 976 443 447
☎ 655 474 724



PUESTO 35



LA TIENDA DE IDOYA

Frutos secos, especias, legumbres, infusiones y tés, productos Gourmet, mieles, comida liofilizada

☎ 639 164 743



✉ latiadendeidoya@gmail.com

PUESTO 39



FRUTOS SECOS SOLANILLA

Establecimiento especializado en la venta de frutos secos a granel de alta calidad. Amplia selección de frutas deshidratadas, legumbres nacionales, especias, semillas, dulces y productos de Aragón

☎ 623 037 267

✉ solanillamercadocentral@gmail.com



PUESTO 49



PANADERÍA SAN BLAS

Pan, repostería, herboristería

☎ 662 335 917

✉ admin@mipanaderiaonline.com



PUESTO 51



REZUSTA

Amplia selección de conservas vegetales y de pescado, legumbre seca, encurtidos, salazones... Vino nacional e internacional, cerveza Estrella Galicia y toda su gama

☎ 976 211 471

☎ 652 533 223



✉ sara@rezusta.com

PUESTO 61

EL BUEN SABOR

Productos típicos de Aragón. Entre otras especialidades: Miel y sus derivados, Frutas de Aragón, repostería, vinos y souvenirs

☎ 976 298 576

☎ 627 127 544

✉ rosymirynay27@hotmail.com



PUESTO 65

BACALAO PIL PIL

Puesto de venta especializado en bacalao en salazón, lo importamos directamente de Islas Feroe desde 1989

☎ 661 351 308

✉ luisargonr@hotmail.com



PUESTO 68

PUESTO 69

FRUTOS SECOS SOLANILLA



Establecimiento especializado en la venta de frutos secos a granel de alta calidad. Amplia selección de frutas deshidratadas, legumbres nacionales, especias, semillas, dulces y productos de Aragón

☎ 615 924 320

✉ solanillamercadocentral@gmail.com



PAGO CON TARJETA



PAGO CON MÓVIL



SERVICIO A DOMICILIO



DIRECTORIO PUESTOS DEL MERCADO CENTRAL

Horario comercial: De lunes a viernes de 9:00 a 14:00 h y de 17:30 a 20:00 h (pescaderías cerradas los lunes). Sábados: de 9.00 a 14.30 horas.

CARNES



PUESTO 70

ELENA LUMHINITA NICOARÁ

Panadería, pastelería y alimentación varia

☎ 642 963 331

electronico-elenaluminitanicoara@gmail.com

PUESTO 1

CARNES LORVI

Especialistas en carne y servicio a domicilio propio. Pedido por whatsapp o tienda online.

☎ 976 442 409

☎ 625 496 989

info@carneslorvi.es

PUESTO 4 PUESTO 5

CARNICERÍA HNOS. PUEYO

Elaboración propia de embutidos.

Carne de potro. Especialidad en chuletones (Angus, potro, Carnes La Finca)

☎ 976 438 683

☎ 652 848 548

PUESTO 8

CARNICERÍA M.M. MIRANDA

Elaboración de embutidos casera. Ternasco propio, criado y sacrificado a mano. Ternera propia, criada y sacrificada en casa

☎ 976 047 366

☎ 645 843 284

PUESTO 30

CARNICERÍA M.M. MIRANDA

Elaboración de embutidos casera. Ternasco propio, criado y sacrificado a mano. Ternera propia, criada y sacrificada en casa

☎ 976 047 366

☎ 645 843 284

PUESTO 32

CARNICERÍA OSCAR

Carnes de ternera asturiana y gallega.

Ternasco de Aragón.

Embutidos artesanos, fabricación propia

☎ 600 892 642

PUESTO 33

CARNICERÍA HNOS. PUEYO

Elaboración propia de embutidos. Carne de potro. Especialidad en chuletones (Angus, potro, Carnes La Finca)

☎ 976 438 683

☎ 652 848 548

PUESTO 37

ANTONIO Y MERCEDES

Maestros del corte en Ternasco de Aragón, vaca, cerdo D.O. Teruel. Disponemos de pago con tarjeta física, móvil, pulsera, Bizum. Pedidos por Whatsapp en horario comercial, con 24 horas de antelación.

☎ 976 441 353

☎ 691 483 181

langoan37@gmail.com

PUESTO 40

CARNICERÍA ÁNGEL PUIG

Especialistas en ternera y ternasco de Aragón. Elaboración propia de embutidos selectos

☎ 976 440 835

☎ 686 807 795

PUESTO 42

VALENTÍN CANTALAPIEDRA

Ternasco y ternera de Aragón. Cogemos pedidos por Whatsapp de un día para otro, sin esperas

☎ 976 441 427

☎ 630 449 289

PUESTO 45

CÁRNICAS DUBÓN

Embutidos artesanales, frescos y cocidos, de fabricación propia y carnes frescas de ternera y cerdo

☎ 976 440 998

☎ 608 032 360

PUESTO 76

CARNES PACO EL RIOJANO

Embutidos y adobos caseros, salchichas trufa natural, cerdo Ibérico, ternera Asturias nacida y criada, toro de lidia

☎ 976 441 141

☎ 639 762 402

anacalleja12@gmail.com

CHARCUTERÍA



PUESTO 78

MARIANO REDONDO BELENGUER

Cerdo Duroc, Ternera del Pirineo y productos de Soria (Ólvega).

☎ 605 219 327

☎ 615 409 692

PUESTO 29

MONTORI Y BARRANCO

Venta de productos de Charcutería Tradicional al Corte. Jamón Serrano. Jamón Ibérico. Jamón D.O Teruel.

☎ 976 438 487 ☎ 629 619 040

montoriybarranco@gmail.com

PUESTO 38

LA CHARCUTERÍA DE ANTONIO

Especialidad en jamón D.O. e Ibérico. Quesos nacionales y de importación.

☎ 976 440 162

☎ 627 435 932

asg100111@hotmail.com

PUESTO 43

MONTORI Y BARRANCO

Venta de productos de Charcutería Tradicional al Corte. Jamón Serrano. Jamón Ibérico. Jamón D.O Teruel.

☎ 976 438 298 ☎ 629 617 075

montoriybarranco@gmail.com

PUESTO 46

CONSTAN

Embutidos, jamones y quesos

☎ 976 440 688

☎ 658 036 373

PUESTO 72

CHARCUTERÍA MIGUEL ÁNGEL

Venta de embutidos, jamones, quesos y fiambres. Servicio de envasado al vacío.

☎ 677 153 968

DIRECTORIO PUESTOS DEL MERCADO CENTRAL

Horario comercial: De lunes a viernes de 9:00 a 14:00 h y de 17:30 a 20:00 h (pescaderías cerradas los lunes). Sábados: de 9.00 a 14.30 horas.

PUESTO 75

CHARCUTERÍA CARMEN

Jamones y quesos

☎ 663 490 055



FLORES

PUESTO 64

FLORES JARA

Flores Jara es un espacio donde puedes encontrar plantas, centros de flores y ramos

☎ 876 041 582

☎ 625 075 500

☎ 654 886 529

✉ mvalera@jarajardineria.com

FRUTAS Y VERDURAS

PUESTO 50

FRUTAS PATRI Y JUAN-K

Gran apuesta en calidad precio, aquí además de comprar con confianza pasará un rato muy entretenido

☎ 608 765 689

✉ patri_ara20@hotmail.com

PUESTO 52

FRUTAS y VERDURAS EVA MAQUEDA

Frutas selectas

☎ 652 067 753

PUESTO 53

EL REY DEL CARACOL

Ajos, frutas y caracoles

☎ 695 649 726

✉ lugrape@telefonica.net

PUESTO 54

GARDENIERS Centro especial de empleo de Atades

Agricultura ecológica en Zaragoza.

☎ 689 471 272

✉ gardeniers.mcentral@atades.org

PUESTO 55 **PUESTO 56**

FRUTAS JAVIY SILVIA

Fruta y verdura del campo a su mesa. Calidad a buen precio para el disfrute de su paladar

☎ 976 536 019

☎ 630 451 519

✉ javiandfamilycentral@gmail.com

PUESTO 57 **PUESTO 58**

FRUTAS FURRUCHAGAS

Frutas y verduras

☎ 976 316 303

☎ 645 013 521

PUESTO 59 **PUESTO 60**

FRUTAS LOS POCHOLOS

Frutas y verduras

☎ 675 740 498

✉ omadbel@gmail.com

PUESTO 63

FRUTERÍA JUAN PÉREZ

Frutas y verduras

☎ 648 532 582

PUESTO 67

MARTIN & MARIFÉ

Más de 50 años de antigüedad en el Mercado Central. Comercialización de frutas y verduras locales, nacionales e internacionales de primera calidad

☎ 976 280 565

☎ 665 836 249

✉ marife-sati@hotmail.com

MENUCELES

PUESTO 34

MENUCELES CRISTINA

Madejas, callos, cabezas, higados...

☎ 976 442 397

☎ 610 756 990

PUESTO 36

ANTONIO Y MERCEDES

☎ 976 440 640

☎ 627 447 623

✉ tobescar1974@gmail.com

PUESTO 41

MENUCELES LUMI

Menuceles y casquería

☎ 666 809 439



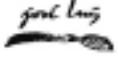
DIRECTORIO PUESTOS DEL MERCADO CENTRAL

Horario comercial: De lunes a viernes de 9:00 a 14:00 h y de 17:30 a 20:00 h (pescaderías cerradas los lunes). Sábados: de 9.00 a 14.30 horas.

PESCADOS

PUESTO PUESTO
13 14

PESCADOS JOSÉ LUIS



Pescados, mariscos y congelados. Tres generaciones a su servicio

☎ 976 281 959

☎ 685 745 428



PUESTO PUESTO
15 16

PESCADOS JOSÉ LUIS



Pescados, mariscos y congelados. Tres generaciones a su servicio

☎ 976 281 959

☎ 685 745 428



PUESTO
18

JUANJO Y BEGOÑA

Pescados y mariscos

☎ 976 433 823

☎ 675 906 812



PUESTO PUESTO
19 20

PESCADOS Y MARISCOS CHUECA

Pescados, mariscos y congelados

☎ 976 441 671

☎ 600 433 271



PUESTO PUESTO
21 22

PESCADOS Y MARISCOS PEDRO



Especialidad en vender y trabajar pescado y marisco selecto nacional e importado, y la mejor relación calidad precio

☎ 976 441 180 y ☎ 683 552 724

✉ pedrohuerta1996@gmail.com



PUESTO
23

PESCADOS Y MARISCOS MATOSAS

Gran variedad de pescados

☎ 680 127 364

☎ 680 127 365



PUESTO
24

MARE SÁNCHEZ



Amplia gama de alimentos congelados, especializados en mariscos y pescados. Además de diferentes tipos de croquetas

☎ 683 278 307

✉ congeladosmaresanchez@gmail.com



PUESTO
25

PABLÓMAR

Pescados y mariscos

☎ 976 441 438

☎ 635 866 530



PLATOS COCINADOS

PUESTO
3

MAMÁ TERE



Pollería y platos cocinados

☎ 976 405 939

☎ 676 112 978



POLLERÍA

PUESTO
2

MAMÁ TERE



Pollería y platos cocinados

☎ 976 405 939

☎ 676 112 978



PUESTO
31

POLLERÍA JULIA



Venta de aves, caza, elaboración de productos caseros, salchichas, hamburguesas, precocinados y rellenos

☎ 976 40 105

☎ 618 127 376

✉ jcgran@gmail.com



PUESTO
44

POLLERÍA OLGA



Pollería

☎ 876 041 399

☎ 652 035 552



PUESTO
71

MAMÁ TERE



Pollería y platos cocinados

☎ 976 405 939

☎ 676 112 978



PUESTO
74

POLLERÍA OLGA



Pollería

☎ 976 444 739

☎ 625 881 869

☎ 645 372 176



PUESTO
77

LA FLOR DE ARAGÓN



Aves selectas, precocinado casero y platos preparados

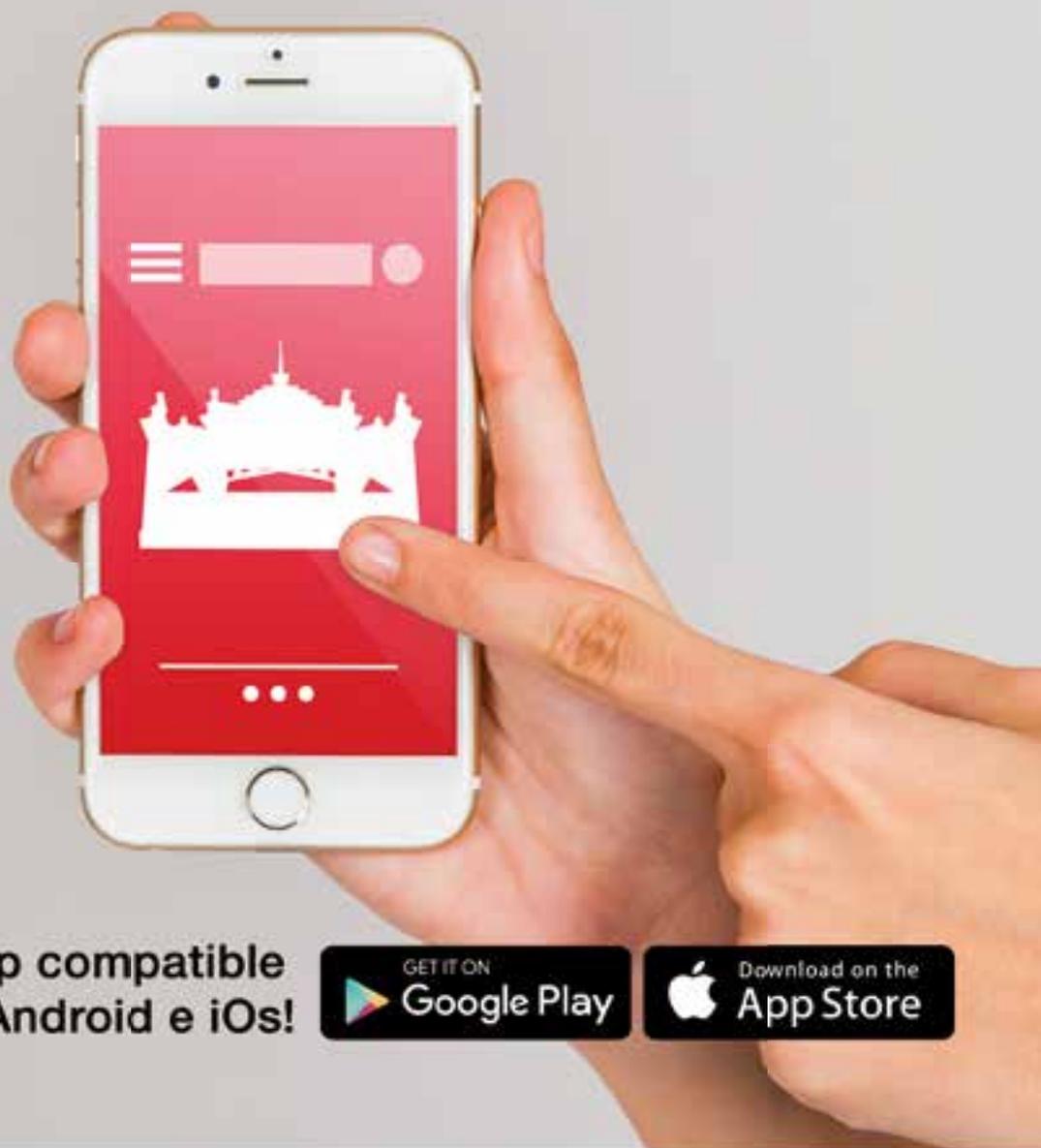
☎ 699 001 207

✉ ltaca74@gmail.com



Únete al club de amigos del mercado

Noticias del
mercado, eventos
y SORTEOS de
premios exclusivos
para los miembros
del club



¡Descarga la app compatible
para teléfonos Android e iOS!

GET IT ON
Google Play

Download on the
App Store



www.mercadocentralzaragoza.com



¿QUIERES COMER MEJOR?

¿QUIERES MEJORAR TU SALUD Y LA DEL PLANETA?

¡¡TE DAMOS ALGUNAS IDEAS!!



✓ Consume más frutas y verduras de temporada... y pan y cereales integrales



✓ Usa siempre que puedas aceite de oliva virgen extra



✓ Consume menos alimentos de origen animal y procura que estos sean de calidad



✓ Come más legumbres y frutos secos



✓ Consume menos azúcar



✓ Disminuye las grasas saturadas y la sal en tu dieta



✓ Bebe más agua y menos bebidas azucaradas



✓ Disfruta de una comida variada

Y ADEMÁS, EN LA MEDIDA DE LO POSIBLE...

- ✓ CONOCE QUIÉN Y CÓMO PRODUCE NUESTRA COMIDA
- ✓ COMPRA SI PUEDES PRODUCTOS LOCALES Y ECOLÓGICOS. EN VENTA DIRECTA, CANAL CORTO O EN TU TIENDA DE CERCANÍA.
- ✓ PLANIFICA TUS MENÚS Y COMPRAS PARA EVITAR EL DESPERDICIO ALIMENTARIO. ¡REDUCE LOS ENVASES!
- ✓ COCINA Y COME DISFRUTANDO DE LA COMIDA. SIEMPRE CON EQUILIBRIO Y MODERACIÓN

LA ALIMENTACIÓN SALUDABLE Y SOSTENIBLE ES TU DERECHO. ¡CONÓCELO Y EXÍGELO!

www.zaragoza.es/medioambiente