



mercasa

Informe anual  
2025

# sumario

Carta del presidente .....	4
Entorno económico y sectorial .....	6
01. Informe de gestión .....	9
1.1. Un servicio público esencial .....	10
1.2. Información corporativa .....	11
1.3. Personas: Un año de impulso estratégico y transformación .....	12
1.4. Transformación digital, seguridad y sistemas de la información ...	16
02. Relaciones Institucionales, ESG y Comunicación .....	17
ESG 2025 en Mercasa: un año de impulso transformador .....	20
Publicaciones corporativas y generación de conocimiento .....	24
03. Igualdad en Mercasa 2025: avances, cultura y resultados .....	27
3.1. Comunicación y cultura empresarial: igualdad visible y compartida ...	30
04. Contratación pública en Mercasa durante 2025 .....	33
4.1. Régimen Jurídico: Instrucciones Internas de Contratación Basadas en la Ley de Contratos del Sector Público .....	34
4.2. Compromiso con los proveedores .....	35
4.3. Actividad contractual y principales datos del ejercicio 2025 .....	36
05. Auditoría interna y calidad .....	43
06. Red de Mercas .....	45
6.1. Estructura de la Red de Mercas .....	52
6.2. Comercialización mayorista de la Red de Mercas .....	56
6.3. Cuotas de mercado .....	57
6.4. Comercialización por grupos de productos 2025 .....	58
07. Red de Centros Comerciales .....	71
7.1. Principales actuaciones .....	73
7.2. Actuaciones por centros .....	74
08. Cuentas anuales .....	79
8.1. Cuentas anuales individuales .....	80
Informe de Gestión Individual .....	86
8.2. Cuentas anuales consolidadas .....	90
Mercasa información corporativa .....	94



## carta del presidente

El entorno internacional ha continuado marcando la agenda pública en 2025. Las nuevas reglas comerciales y los acuerdos transfronterizos tienen una incidencia directa en nuestro ámbito de actuación, poniendo sobre la mesa retos imprevistos que la Red de Mercas tiene que afrontar. En este escenario, de nuevo, el valor y fortaleza de lo público, junto con el sentimiento de pertenencia y solidaridad han permitido que Mercasa y la Red de Mercas hayan alcanzado unas cifras récords que avalan el trabajo, la profesionalidad y buen hacer de los diferentes equipos.

Estos resultados no son fruto de la casualidad, sino consecuencia de un modelo consolidado, basado en la cooperación, la eficiencia y el compromiso con el servicio público. La Red de Mercas ha vuelto a demostrar su papel esencial como infraestructura estratégica al servicio de la cadena alimentaria, garantizando el abastecimiento en condiciones óptimas de calidad, seguridad y eficiencia.

Desde aquí, y como presidente de Mercasa, quiero expresar mi más sincero agradecimiento a todas las personas que forman la gran familia que es Mer-

casa, su Red de Mercas y la Red de Centros Comerciales, por su compromiso y dedicación diaria. Asimismo, quiero hacer extensiva la felicitación a nuestros socios en la Red de Mercas y a las más de 3.100 empresas mayoristas y de servicios que dan vida a la Red. La suma del talento, la experiencia y el compromiso de todas y todos es garantía de fortaleza, éxito y proyección de nuestro modelo.

Extiendo este agradecimiento a quienes hacen posible que cada día sigamos prestando nuestros servicios con garantía de seguridad y eficiencia; gracias a SEPI y MAPA, nuestros accionistas y protectores.

Este 2025 también ha sido el año de implantación del Plan Estratégico 2025-2029, un documento clave que define nuestra misión, nuestra visión y nuestras líneas de actuación. Este Plan constituye el faro que nos guiará y nos orientará hacia un modelo más innovador, eficiente, sostenible y preparado para afrontar los desafíos del futuro. Con un porcentaje muy elevado de cumplimiento para este primer año, en Mercasa nos reorganizamos para ajustarnos a los nuevos retos de los próximos años.

En nuestra memoria colectiva como empresa, 2025 tendrá dos grandes hitos que siempre recordaremos. Por un lado, ha sido el año en el que se ha consolidado la vida indefinida de una de las mercas referentes de nuestra Red, Mercamadrid. Una operación histórica que garantiza el modelo estructural de Mercasa y la Red de Mercas.

Por otro, el acuerdo con Adif para la consolidación de una logística transformadora y eficiente que tiene un objetivo claro: “subir las mercancías al tren”.

Nuestra labor también se ha orientado, en este ejercicio, a fortalecer el papel de la Red como espacio de encuentro y de oportunidades para el tejido empresarial. Los mercados mayoristas continúan siendo motores de actividad económica, generadores de empleo y plataformas que favorecen el desarrollo de pequeñas y medianas empresas, así como de productores locales. En un entorno cada vez más competitivo, nuestro objetivo es seguir ofreciendo un marco estable, eficiente y seguro que permita a las empresas desarrollar su actividad y afrontar con éxito los desafíos del futuro.

La innovación y la modernización continúan siendo pilares fundamentales de nuestra actividad. Estamos impulsando la transformación de nuestras infraestructuras y servicios mediante la incorporación de nuevas tecnologías, la mejora de los procesos de gestión y el desarrollo de soluciones que contribuyen a optimizar la operativa y mejorar la competitividad de nuestras unidades alimentarias. Nuestro objetivo es consolidar una red cada vez más eficiente, conectada y preparada para responder a las necesidades de un sector en constante evolución.

Al mismo tiempo, hemos reforzado nuestro compromiso con la sostenibilidad ambiental, social y económica, integrando estos principios de forma transversal en nuestra gestión. La eficiencia energética, la reducción de la huella de carbono, la mejora en la gestión de residuos y el impulso de la economía circular han formado parte de nuestras prioridades estratégicas. Estas actuaciones reflejan nuestra firme voluntad de contribuir activamente a los objetivos de desarrollo sostenible y de avanzar hacia un modelo más responsable, resiliente y respetuoso con el entorno, en línea con las demandas de la sociedad y los compromisos globales.

Todos estos avances son el resultado de una visión compartida y de un esfuerzo colectivo orientado al cumplimiento de nuestra misión: estar al servicio de la cadena alimentaria y, en definitiva, de la sociedad. Nuestra responsabilidad es seguir evolucionando, anticipándonos a los cambios y fortaleciendo el papel de Mercasa como operador público estratégico, comprometido con el interés general.

Comenzamos este año 2026 con la ilusión puesta en el 60 aniversario de Mercasa. Una cita que nos permite hacer un recorrido por nuestra historia, en un ejercicio de orgullo, pero sin nostalgia, mirando al futuro con optimismo y con nuevas ilusiones, retos y proyectos. En estas seis décadas, Mercasa acumula una trayectoria en la que se ha consolidado como referente nacional e internacional, convirtiéndose en la mayor red pública de mercados mayoristas del mundo. Mercasa, desde 1966, al servicio de la cadena alimentaria.

*José Miñones*  
**Presidente de MERCASA**

A nivel internacional, el año 2025 se ha caracterizado por un entorno incierto, marcado por la evolución de las relaciones geopolíticas, la redefinición de políticas comerciales y el impulso a la reorganización de las cadenas globales de suministro. En este contexto, Estados Unidos adoptó una estrategia arancelaria proteccionista que estableció un gravamen del 15% para la mayoría de los bienes europeos, contribuyendo a configurar un nuevo marco de referencia para el comercio transatlántico, con especial atención en sectores como el agroalimentario.

Al mismo tiempo, la evolución de la guerra de Ucrania continuó influyendo en variables relevantes como los precios energéticos, los costes de producción y las decisiones de inversión en Europa, en un contexto en el que las instituciones y los organismos de análisis reforzaron iniciativas orientadas a mejorar la resiliencia económica.

En el caso de España, el efecto directo de los aranceles fue moderado, dado que las exportaciones a

Estados Unidos representaron entre el 4,4% y el 5% del total. En este periodo se observó una evolución del saldo comercial bilateral, en línea con los cambios en los flujos comerciales internacionales. En conjunto, la economía española mantuvo un crecimiento sólido, cercano al 3% y superior a la media europea, apoyado en la fortaleza del consumo interno y en el impulso de la inversión en ámbitos estratégicos como la digitalización, las infraestructuras y la transición energética.

Este periodo también estuvo acompañado de diversos episodios relevantes como el apagón, que pusieron de manifiesto la importancia de continuar reforzando la infraestructura energética y la gestión del territorio. Asimismo, durante 2025 se prolongaron algunos efectos derivados de la DANA registrada en 2024, que incidió en determinadas zonas agrarias y en infraestructuras rurales. Este contexto dio lugar a la adopción de medidas públicas orientadas a apoyar la recuperación y fortalecer la actividad del sector agrícola y ganadero.

En este entorno, el sector agroalimentario español mostró una evolución favorable, apoyado en la mejora de las condiciones meteorológicas, la estabilización de los costes de producción y el dinamismo de la demanda. Como resultado, el sector primario registró un crecimiento interanual del 2,7% en la primera mitad del año, impulsado principalmente por la producción vegetal, especialmente en cultivos como los cereales y el aceite de oliva.

Durante el 2025, el sector agroalimentario español ha estado marcado por un crecimiento tras los desafíos de los últimos años, gracias a factores

estructurales y coyunturales que han devuelto así la estabilidad a la cadena alimentaria.

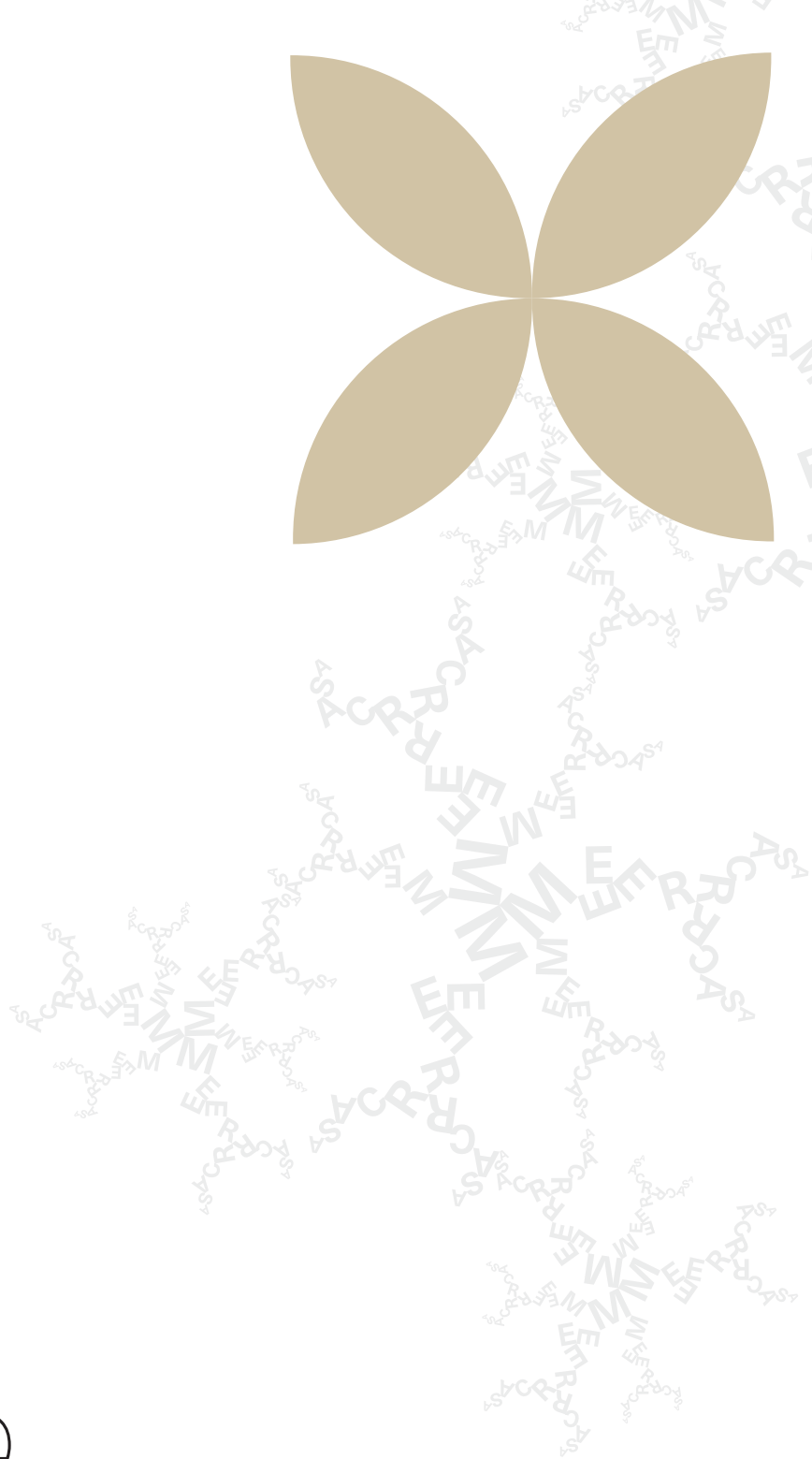
Este comportamiento contribuyó a la recuperación progresiva del Valor Añadido Bruto (VAB) del sector, que se aproximó a los niveles previos a la pandemia. La aportación del sector primario al Producto Interior Bruto (PIB) se situó en torno al 2,7%, lo que pone de manifiesto su relevancia dentro del conjunto de la economía y refuerza el papel estratégico de Mercasa en el abastecimiento, la vertebración territorial y el correcto funcionamiento de la cadena alimentaria.





# 01

## *Informe de gestión*



## 1.1 Un servicio público esencial

Mercasa es una empresa pública estatal que desempeña un papel estratégico al servicio de toda la ciudadanía. Está participada mayoritariamente por la Sociedad Estatal de Participaciones Industriales (SEPI), con un 51 %, y por el Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación, a través del Fondo Español de Garantía Agraria (FEGA), con un 49 %. Desde su creación, Mercasa ha mantenido una vocación clara: asegurar el correcto funcionamiento de la cadena agroalimentaria en España, garantizando el acceso a alimentos frescos en condiciones de eficiencia, seguridad y sostenibilidad.

Su misión principal es gestionar, impulsar y modernizar la Red de Mercas —la mayor red pública de mercados mayoristas de alimentos frescos del mundo—, así como desarrollar infraestructuras comerciales y logísticas esenciales para garantizar el abastecimiento alimentario en condiciones de eficiencia, seguridad, calidad y sostenibilidad. La Red de Mercas constituye un eslabón fundamental entre la producción y el comercio minorista, asegurando que millones de personas puedan acceder diariamente a alimentos frescos en todo el territorio nacional.

Mercasa desarrolla además infraestructuras comerciales y logísticas estratégicas que permiten afrontar con garantías los retos actuales: la transformación de la movilidad urbana, la demanda creciente de sostenibilidad, la eficiencia energética, la lucha contra el desperdicio alimentario o la digitalización del sector agroalimentario. Todos ellos son ámbitos en los que

la empresa ya avanza mediante proyectos piloto, sistemas de movilidad sostenible, distribución de última milla y soluciones innovadoras en materia energética.

Mercasa se adapta de forma continua a las necesidades del país y a los cambios sociales, consolidando su compromiso de servicio público. Prueba de ello es su **Plan Estratégico 2025-2029**, que redefine su propósito —“Al servicio de la cadena alimentaria”— y actualiza su misión y visión para orientar la actuación del grupo hacia un modelo más innovador, sostenible y orientado a las personas.

### MISIÓN

Favorecer el acceso a una alimentación saludable mediante la gestión de una red pública de mercados e infraestructuras logísticas que vertebran una cadena alimentaria competitiva, eficiente y sostenible.

Esta misión está alineada con los ejes del Plan Estratégico 2025-2029, que impulsa la sostenibilidad, la excelencia en la gestión y la transformación digital como pilares de actuación para los próximos años.

### VISIÓN

Garantizar un servicio público esencial en la cadena alimentaria a nivel nacional, promoviendo un modelo basado en la sostenibilidad, la digitalización, la innovación logística y el desarrollo del talento.

Con ello, Mercasa aspira a fortalecer su liderazgo como operador público de referencia y a contribuir a un sector agroalimentario más moderno, resiliente y competitivo.

## Una historia de servicio público

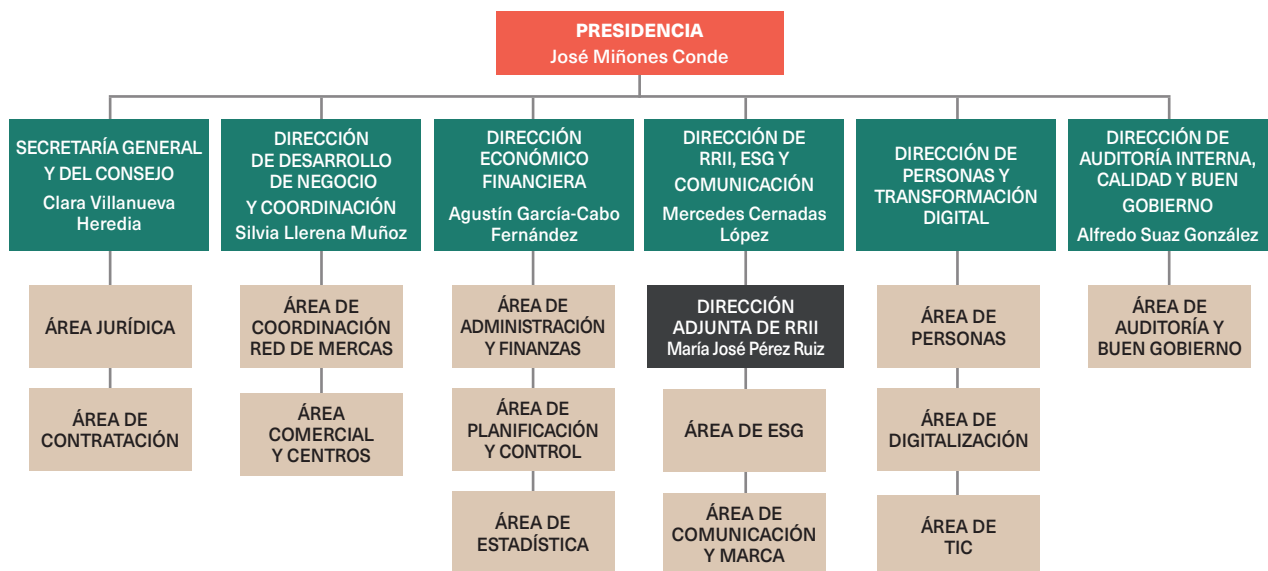
En 2026, Mercasa celebra su 60º aniversario. Seis décadas en las que su trayectoria ha sido un ejemplo constante de adaptabilidad y compromiso con el interés general. Cada etapa ha

estado marcada por la capacidad de anticiparse a los cambios y de ofrecer soluciones útiles a la sociedad, consolidando un modelo de servicio público que hoy es indispensable para el funcionamiento de la cadena agroalimentaria de nuestro país.

Con el nuevo horizonte estratégico y una red plenamente integrada en la vida económica y social de España, Mercasa reafirma su papel como garante del abastecimiento de alimentos frescos y como socio de confianza para las Administraciones, las empresas y la ciudadanía.

# 1.2 Información corporativa

Los órganos de gobierno de Mercasa comprenden la Junta de Accionistas y el Consejo de Administración, presidido por un ejecutivo. El presidente ha establecido una estructura organizativa con seis áreas principales: Secretaría General y del Consejo; Dirección de Desarrollo de Negocio y Coordinación; Dirección Económico-Financiera; Dirección de RRII, ESG y Comunicación; Dirección de Personas y Transformación Digital; y, Dirección de Auditoría Interna, Calidad y Buen Gobierno.



*Nota sobre cambios organizativos:* El organigrama incluido en esta memoria refleja la estructura organizativa de Mercasa a fecha 31 de diciembre de 2025. No obstante, en diciembre de 2025 se incorporó como directora de Auditoría Interna, Calidad y Buen Gobierno D<sup>a</sup> Yovana de Lózar Vicente en sustitución de D. Alfredo Suaz González.

## CONSEJO DE ADMINISTRACIÓN

Composición del Consejo de Administración de Mercasa a 31/12/2025.

- **Presidente**  
D. José Manuel Miñones Conde.
- **Vicepresidenta 1ª**  
Dña. María Fernández Sanz.
- **Vocales**  
D. Miguel Fabián Salazar.  
D. Jaime Camps Almiñana.  
D. Álvaro Casillas Pérez.  
D. Borja García Hidalgo.  
D. Alejandro Lorca Ruiz.  
Dña. Maria Dolores Revilla Huerta.  
D. Rafael Coloma Ojeda.

Dña. Laura Sánchez Hernández.  
Dña. Anabel Pascual Casas.

- **Secretaria no consejera**  
Dña. Clara Valtueña Heredia.

El Consejo de Administración cuenta con un presidente ejecutivo, cuatro vocales en representación del Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación, Ministerio de tutela y FEGA, un vocal en representación de SEPI, y cinco consejeros independientes, no existiendo en su seno órgano con funciones reguladoras.

## 1.3

# Personas: Un año de impulso estratégico y Transformación

El ejercicio 2025 ha marcado un avance decisivo en la consolidación del Área de Personas como una función estratégica dentro de Mercasa. Durante el año se reforzó su papel como motor de modernización organizativa, impulsando iniciativas orientadas al desarrollo del talento, la profesionalización de los procesos internos y la transformación cultural y tecnológica.

## CREACIÓN DE LA DIRECCIÓN DE PERSONAS Y TRANSFORMACIÓN DIGITAL

En agosto se aprobó la creación de la **Dirección de Personas y Transformación Digital**, un hito que integra bajo un mismo liderazgo la gestión del talento y los procesos tecnológicos. Esta estructura permite alinear de forma más sólida las políticas de personas con la cultura corporativa, la innovación y la digitalización, consolidando un modelo de gestión más homogéneo, eficiente y orientado al futuro.

## PLAN DE CAPTACIÓN Y GESTIÓN DEL TALENTO 2025-2029

En coherencia con el **Plan Estratégico 2025-2029**, que establece la necesidad de contar con una política integral de talento, durante 2025 se inició la elaboración y presentación del **Plan de Captación y Gestión del Talento**. El documento constituye la hoja de ruta para identificar las competencias críticas del futuro, profesionalizar los procesos de recursos humanos y garantizar una experiencia coherente para las personas empleadas en todas las etapas de su ciclo de vida profesional.

El Plan se articula en torno a varios principios:

- Un modelo sostenible y participativo, construido con la contribución de las áreas.
- La estructuración de los procesos en torno al *employee journey*.
- La profesionalización de la evaluación, el desarrollo y la movilidad interna.
- El impulso al talento femenino y la igualdad de oportunidades.
- El fortalecimiento de la marca empleadora.
- La actualización del convenio colectivo y la clasificación de puestos.

Asimismo, incorpora sistemas de medición continua y una estrategia de comunicación interna orientada a asegurar la participación, la transparencia y la corresponsabilidad de toda la plantilla.

El Plan se despliega a través de 14 planes parciales, que abarcan desde el mapa actualizado de puestos y el modelo de formación, hasta procesos como *onboarding*, evaluación del desempeño, movilidad, alianzas estratégicas o la gestión de la cultura corporativa. Todos los planes cuentan con un cronograma de implementación para el periodo 2025-2029.

## MODERNIZACIÓN DE PROCESOS: NUEVO SISTEMA DE GESTIÓN DEL TIEMPO

En el ámbito de mejora operativa, desde julio se impulsó la implantación de un **nuevo sistema de gestión del tiempo**. Esta herramienta permite integrar en una única plataforma toda la información relativa a la plantilla, mejorando la eficiencia, la trazabilidad y la calidad del dato, y facilitando una gestión más ágil y homogénea en todas las áreas.

## PLAN DE FORMACIÓN 2025-2026

Durante 2025 se elaboró el Plan de Formación 2025-2026, cuyo objetivo es definir un marco coordinado con las unidades organizativas para identificar necesidades formativas prioritarias y diseñar itinerarios que den respuesta a los retos del corto y medio plazo. El Plan refuerza la formación como pilar central del desarrollo profesional y promueve una cultura de aprendizaje continuo, clave en un entorno laboral en transformación.

Entre las acciones formativas más relevantes del ejercicio destacan:

- Curso de Sostenibilidad y Criterios ESG
- Curso de Autogestión Emocional
- Curso práctico de Power BI
- Curso T 24: Inspecciones Legales en Instalaciones Industriales
- Charla de Prevención del Suicidio
- Sesión de Concienciación en Ciberseguridad
- Formación en Igualdad y Género para la Comisión del Plan de Igualdad
- Contratación Pública Básica
- Gestión práctica de nóminas y cotizaciones
- Derechos, deberes y responsabilidades del consejero
- Dirección de Empresas Alimentarias
- Jornada de sensibilización en Igualdad y Violencia de Género
- Formación en Eficiencia Energética
- Prevención de Riesgos Laborales para nuevas incorporaciones

## COMPOSICIÓN DE LA PLANTILLA

La estructura de la plantilla de Mercasa en 2025 refleja una organización cohesionada, diversa y con un nivel de estabilidad elevado. La **plantilla fija está formada por 66 personas**, lo que consolida un equipo profesional estable y alineado con las necesidades estratégicas de la compañía.

En términos de distribución por sexo, la organización cuenta con **42 mujeres y 24 hombres**, mostrando un equilibrio favorable a la presencia femenina en el conjunto de la plantilla y avanzando hacia una mayor igualdad de oportunidades.

La **plantilla media del ejercicio se sitúa en 64,16 personas**, lo que confirma la estabilidad laboral y la continuidad de los equipos, y la **edad media del personal es de 49 años**, reflejando una combinación equilibrada entre experiencia, especialización y capacidad de adaptación a los nuevos retos organizativos.

En el ámbito directivo, Mercasa cuenta con **6 directivos pertenecientes al Grupo SEPI y una directora adjunta**, lo que configura un equipo de liderazgo comprometido con la modernización, la transformación digital y la consolidación de una cultura corporativa sólida y orientada al talento.

El análisis de la plantilla muestra una distribución equilibrada entre los diferentes grupos profesionales que cuentan con personal activo. El **Grupo Directivo** está formado por **7 personas**, con una representación mayoritaria de mujeres, lo que refuerza la presencia femenina en posiciones de responsabilidad.

En el grupo de **Ingeniería y Licenciatura**, que constituye el segmento técnico superior de la organización, se integran **39 personas**, combinando perfiles especializados y una presencia notable de mujeres, lo que contribuye a la cualificación y diversidad del equipo.

El grupo de **Ingeniería Técnica, Peritaje y Personal Ayudante Titulado** cuenta con **3**

**profesionales**, mientras que las **Jefaturas de Administración y Taller** reúnen a **5 personas**, configurando un equipo estable en funciones de supervisión y gestión operativa.

Dentro del ámbito administrativo, el **Personal Administrativo Oficial** está compuesto por **11 personas**, incluyendo presencia de personal con discapacidad, lo que evidencia el compromiso de Mercasa con la inclusión.

Asimismo, el **Personal Subalterno** cuenta con **1 profesional**, desempeñando labores esenciales de apoyo.

Las demás categorías se incluyen en la tabla para mantener la estructura formal requerida por las Instrucciones Internas y por los estándares de clasificación profesional, aunque en la actualidad **no cuentan con personal asignado**.

PERSONAL DENTRO DE CONVENIO							PERSONAL FUERA DE CONVENIO		Plantilla media	
CATEGORÍAS	Plantilla Fija	Plantilla temporal	Plantilla total	Total Hombres	Total Mujeres	Personal con discapacidad	Fijo	Temporal		
00	Grupo Directivo	7	7	2	5		6		4,90	
01	Ingeniería y Licenciatura (sin personal directivo)	39	39	16	23				39,92	
02	Ingeniería Técnica, Peritaje y Personal Ayudante Titulado	3	3	1	2				3,00	
03	Jefaturas de Administración y Taller	5	5	1	4				3,71	
04	Personal Ayudante No Titulado		-						0,63	
05	Personal Administrativo Oficial	11	11	3	8	3			11,00	
06	Personal Subalterno	1	1	1					1,00	
07	Personal Auxiliar Administrativo		-							
08	Personal Oficial de 1ª y 2ª		-							
09	Personal Oficial de 3ª y Especialista		-							
10	Personal Peón		-							
11	Personas Trabajadoras Menores 18 años		-							
	<b>Total plantilla</b>	<b>66</b>	<b>-</b>	<b>66</b>	<b>24</b>	<b>42</b>	<b>3</b>	<b>6</b>	<b>-</b>	<b>64,16</b>

## 1.4

# Transformación digital, seguridad y sistemas de la información

En 2025, Mercasa avanzó de forma significativa en la modernización tecnológica de sus sistemas, reforzando la seguridad, actualizando equipos y mejorando los procesos internos. Las actuaciones más importantes del año pueden resumirse en cinco ámbitos principales:

### 1) Seguridad de la información

Mercasa obtuvo la certificación oficial del Esquema Nacional de Seguridad (ENS) de nivel medio, tras completar auditorías internas y externas. Para ello se implantaron medidas de protección en los equipos (cifrado, antivirus, bloqueo automático...), se actualizaron políticas de contraseñas y privacidad, y se reforzó la seguridad de la red mediante un nuevo firewall corporativo.

### 2) Renovación de equipos y mejora del puesto de trabajo

Durante el año se inició el reemplazo de los portátiles antiguos, incorporando nuevos equipos con periféricos modernos (dock, teclado y ratón inalámbricos, auriculares profesionales).

Además, se trasladó el Centro de Proceso de Datos (CPD) a una zona más segura de la sede, y se licitó un servicio de vigilancia remota 24x7 para reforzar la continuidad operativa.

### 3) Mejor gestión de los datos y de la información de la Red de Mercas

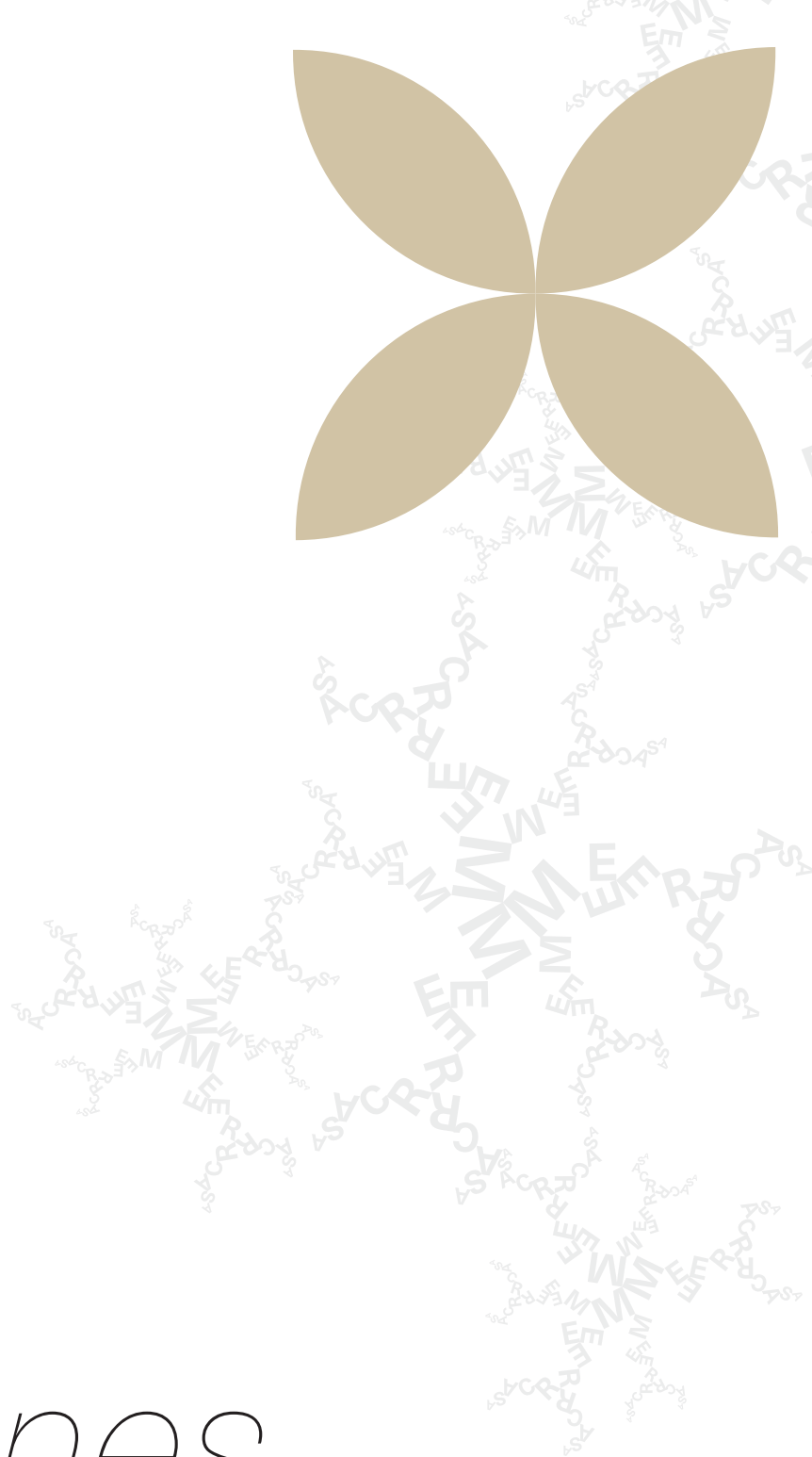
Se avanzó en la creación de una nueva plataforma corporativa para recibir, procesar y visualizar la información que envían las mercas. Esta herramienta permitirá centralizar datos, automatizar validaciones y generar informes y cuadros de mando que faciliten la toma de decisiones. Asimismo, se garantizó la continuidad y actualización del sistema Microsoft Dynamics 365 Business Central, clave para varios procesos internos.

### 4) Mejoras en procesos clave

- Centros Comerciales: se desarrolló un nuevo modelo para gestionar los contratos de arrendamiento dentro de Dynamics 365, con un flujo más sencillo y un primer piloto ya operativo.
- Área de Personas: se puso en marcha la nueva plataforma de gestión de presencia, integrando los marcajes de los torniquetes de acceso.



# 02



*Relaciones  
Institucionales,  
ESG y  
Comunicación*

Durante el año 2025, Mercasa ha desarrollado una intensa actividad institucional y corporativa plenamente alineada con los objetivos definidos en su Plan Estratégico 2025-2029. Este periodo ha supuesto un paso firme en la consolidación del propósito de la empresa —“Al servicio de la cadena alimentaria”— y en la reafirmación de su vocación como servicio público esencial para el conjunto de la sociedad.

A lo largo del ejercicio, la Presidencia, el Comité de Dirección y los equipos de la compañía han mantenido una agenda activa de encuentros institucionales, foros sectoriales y reuniones de trabajo con un doble objetivo: poner en valor el conocimiento y la experiencia acumulados durante casi seis décadas y reforzar la visibilidad y el reconocimiento de la marca Mercasa ante sus grupos de interés y la ciudadanía.

Uno de los ejes prioritarios ha sido fortalecer el papel de Mercasa como socio estratégico del sector agroalimentario. En este sentido, las reuniones periódicas con las Direcciones Generales de la Red de Mercas han mantenido su esencia como espacio clave de coordinación, intercambio de buenas prácticas y reflexión conjunta sobre los grandes retos de futuro.

Durante 2025 se celebraron tres encuentros de Direcciones Generales, que abordaron cuestiones esenciales como la eficiencia energética, la sostenibilidad, la economía circular, la gestión de riesgos y la innovación logística. Las reuniones, celebradas en Santander, Santiago de Compostela y Badajoz, contaron con la colaboración y el respaldo institucional de los respectivos ayuntamientos, lo que pone de manifiesto la estrecha vinculación de la Red de Mercas con el desarrollo económico y social de sus territorios.



En paralelo, el III Foro Mercasa, celebrado en Granada, supuso un hito al celebrarse por primera vez fuera de Madrid. Bajo el lema “Oportunidades Energéticas en la Red de Mercas”, el Foro reunió a representantes institucionales, expertos académicos y profesionales del sector para analizar los retos y oportunidades vinculados a la transición energética, el autoconsumo, la movilidad eléctrica y el almacenamiento. Este espacio de reflexión consolida al Foro como punto de referencia para el debate estratégico en torno al futuro de la Red.

La presencia de Mercasa en grandes encuentros sectoriales, como Fruit Attraction o la primera edición de Expo Sagris, ha contribuido igualmente a proyectar la fortaleza de un modelo único de red pública de mercados mayoristas, reforzando alianzas nacionales e internacionales y promoviendo valores como la sostenibilidad, la alimentación saludable y los principios ESG en la cadena agroalimentaria.



En el ámbito interno, 2025 ha sido también un año de refuerzo del compromiso y la cohesión del equipo humano. Las jornadas celebradas con la plantilla han permitido compartir avances del Plan Estratégico, explicar nuevas iniciativas vinculadas al desarrollo del talento y sentar las bases de las actividades conmemorativas del 60º aniversario de la compañía, que se celebrará en 2026.

Toda esta actividad ha sido acompañada por una labor constante de comunicación y difusión, contribuyendo a trasladar a la opinión pública la relevancia del trabajo que desarrolla Mercasa y la Red de Mercas para garantizar el abastecimiento alimentario en condiciones de seguridad, eficiencia y sostenibilidad a través de diferentes acciones comunicativas y de las redes sociales de Mercasa, con una reunión específica y nuevos espacios de coordinación en red.

En definitiva, 2025 ha sido un año de impulso estratégico, diálogo institucional y proyección sectorial. Un ejercicio que reafirma nuestro compromiso con la excelencia en la gestión, la sostenibilidad y la innovación, y que nos prepara para afrontar con responsabilidad y ambición los retos de futuro, siempre al servicio de la cadena alimentaria y del interés general.

### **Cooperación institucional con Administraciones Públicas**

Mercasa mantuvo una interlocución continuada con la Administración General del Estado, especialmente con el Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación, contribuyendo con aportaciones técnicas a la Estrategia Nacional de Alimentación (ENA) y consolidando el reconocimiento del papel

de la Red de Mercas en el abastecimiento de productos frescos. Asimismo, desempeñó un papel esencial en la respuesta institucional ante la DANA (RDL 7/2024), asegurando la logística y la distribución de alimentos en coordinación con las autoridades competentes.

En el ámbito de la colaboración público pública, destaca el acuerdo con Adif para impulsar el transporte ferroviario de mercancías en la Red de Mercas y avanzar en intermodalidad y reducción de huella ambiental en la logística alimentaria; además, se mantuvieron reuniones de trabajo con Corredores Ferroviarios y autoridades portuarias para identificar sinergias estratégicas. En la escala autonómica y local, se celebraron múltiples reuniones con ayuntamientos socios de las mercas, priorizando planes de inversión y modernización de infraestructuras. Entre los hitos, sobresale el acuerdo con el Ayuntamiento de Madrid que garantiza el futuro de Mercamadrid más allá de 2032 al eliminar la limitación temporal de su modelo de gestión pública.

### **ESG 2025 EN MERCASA: UN AÑO DE IMPULSO TRANSFORMADOR**

El año 2025 ha representado para Mercasa un ejercicio decisivo en la consolidación de su estrategia ESG. A través de proyectos estratégicos, nuevas herramientas de medición y una participación activa en los principales foros del sector, la compañía ha avanzado en la construcción de un modelo más sostenible, eficiente y alineado con su papel como operador público de referencia en la cadena alimentaria.

### **Medioambiental: hacia un modelo circular, medible y resiliente**

Este año ha supuesto un salto cualitativo en la transformación del modelo ambiental de la Red de Mercas. Tras la adjudicación del proyecto al Instituto Mediterráneo para el Desarrollo Sostenible, Imedes, se realizó un diagnóstico completo acompañado de visitas técnicas que permitió presentar en diciembre un informe final con una hoja de ruta estratégica. El plan marca un camino claro hacia la valorización de residuos, la mejora de la separación en origen y la armonización de procedimientos en todas las unidades.

Avanzar hacia la descarbonización requiere medir con precisión. Por ello, Mercasa inició formalmente el cálculo de su huella de carbono mediante la adjudicación del servicio a Azigrene Energy Consulting, un paso imprescindible para definir objetivos de reducción basados en datos robustos y para orientar futuras decisiones en materia energética y operativa.

La compañía ha reforzado su papel en la divulgación ambiental y la cultura circular a través de acciones internas de sensibilización, como el Foro Mercasa Energía, la renovación de la adhesión a Forética y la puesta en marcha de nuevas colaboraciones, como los acuerdos con Ecoembes en la Red de Mercas. Estas iniciativas refuerzan el aprendizaje continuo y el compromiso compartido con la mejora ambiental.

La participación externa ha sido igualmente relevante. Mercasa asistió a la sesión conjunta

sobre Economía Circular, Agroalimentación y Sostenibilidad, un espacio de diálogo que analizó los retos climáticos y regulatorios del sector agroalimentario, así como a la Comisión sobre la Directiva Marco de Residuos impulsada por la Cámara de Comercio de España. En estas sesiones se abordaron cuestiones como el desperdicio alimentario, la responsabilidad ampliada del productor o la necesidad de armonización legislativa, claves para anticipar tendencias y orientar el futuro de la red.

Los KPIs medioambientales incluidos en el Plan Estratégico 2025–2029 han seguido avanzando: instalación de puntos de recarga para movilidad sostenible, acciones de aprovechamiento y reciclaje, y programas de capacitación interna forman parte de un ecosistema ambiental cada vez más maduro y orientado a resultados.

En 2025 reforzamos la eficiencia energética también en la sede corporativa, con la sustitución de carpinterías y una renovación integral del sistema de climatización, orientada a reducir consumos y emisiones. Además, la presencia de Mercasa en Fruit Attraction se materializó con un stand sostenible —materiales reutilizables, madera reciclada, pintura ecológica y tecnología LED— que ejemplifica cómo trasladamos los criterios ambientales a nuestras decisiones de diseño y compra.

A final de año, dimos un paso más al formar a la plantilla e implantar un catálogo de prescripciones técnicas ecológicas para facilitar la inclusión de criterios ambientales en las licitaciones públicas de la compañía.



## Social: compromiso con las personas, la comunidad y la cultura corporativa

En 2025, Mercasa ha consolidado su compromiso social reforzando tanto el apoyo a las comunidades como el bienestar de su propia plantilla. Ha sido un año marcado por la colaboración, la respuesta solidaria y la participación activa en los espacios donde se construye el futuro del consumo responsable.

Uno de los hitos más significativos fue la **respuesta ante la DANA**, que evidenció la capacidad operativa y el compromiso público de la Red de Mercas. En coordinación con administraciones y organizaciones sociales, Mercasa movilizó recursos logísticos y alimentarios para atender a las zonas afectadas, gestionando la distribución de **más de 1,6 millones de kilos de productos frescos, 252.000 menús calientes y 52.000 kilos adicionales** destinados a pequeños comercios que habían perdido su capacidad logística. Esta actuación, asociada a una inversión pública de **4,5 millones de euros**, fue reconocida por **Cruz Roja Española**, que distinguió a Mercasa como entidad colaboradora por su labor ejemplar en la emergencia.

El compromiso social también se reflejó en la actividad interna de la organización. A lo largo del año se ampliaron los acuerdos corporativos de bienestar para la plantilla con entidades como Ibercaja, el Hipódromo de la Zarzuela o Abonoteatro, fortaleciendo la propuesta de valor para las personas trabajadoras. Al mismo tiempo, el canal interno “Mercasa Responsable” en Viva Engage continuó consolidándose como un espacio de referencia para difundir contenidos relacionados con sostenibilidad, salud, cultura corporativa y acciones de impacto social.

Mercasa ha mantenido asimismo una presencia activa en los debates sectoriales sobre consumo responsable. Su participación en el **Grupo de Trabajo de Consumo Sostenible** permitió trasladar la perspectiva de la compañía en cuestiones como la seguridad jurídica del anteproyecto de ley, la necesidad de coherencia con las directivas europeas o la adecuación de los plazos de implantación para las empresas del sector.

Completaron el año distintas **campañas de sensibilización pública** promovidas a través de los canales corporativos, con motivo del

**Día Europeo de la Agricultura Ecológica y del Día Internacional contra la Pérdida y el Desperdicio Alimentario**, reforzando así el compromiso de Mercasa con un modelo alimentario más sostenible y consciente.

**Gobernanza: estándares comunes, políticas actualizadas y un modelo más ágil**

2025 ha sido un año estratégico para fortalecer la gobernanza ESG de Mercasa. La compañía culminó con éxito su participación en el proyecto de auditoría ESG del Grupo SEPI, desarrollado por Deloitte, completando todas sus fases: diagnóstico, validación del Plan de Acción, entregables de comunicación y recopilación de datos para las memorias ESG individual y consolidada. Este trabajo permitió publicar la Memoria ESG individual de Mercasa y abrir una nueva etapa centrada en la implantación del plan.

En paralelo, Mercasa ha contribuido al diseño de un sistema homogéneo de reporte en el Grupo SEPI, mediante la definición conjunta de KPIs no financieros, un proceso clave para garantizar la comparabilidad y rigor de la Memoria Consolidada del grupo. La compañía entregó la información en tiempo y forma, reforzando su compromiso con la transparencia.

La Política de Sostenibilidad de Mercasa fue revisada y actualizada para alinearse con los ODS, la Directiva CSRD y los estándares GRI, integrando compromisos reforzados en materia ambiental, social y de buen gobierno. La nueva política incorpora mecanismos de seguimiento basados en KPIs, auditorías periódicas y la elaboración anual del informe ESG.

El Comité ESG, reunido en su última reunión del año en diciembre, evaluó el avance del plan —con un cumplimiento del 46 % en Gobernanza y del 33 % en Medio Ambiente y Sostenibilidad— y aprobó un nuevo enfoque de trabajo para 2026: un sistema de reporte más sencillo, basado en áreas, y un calendario estructurado de reuniones y entregas trimestrales.

La relación institucional se ha fortalecido mediante la participación continuada en la Mesa de Sostenibilidad del Grupo SEPI, donde Mercasa ha contribuido al desarrollo de políticas comunes y al intercambio de buenas prácticas corporativas. Además, completó la auditoría externa de sostenibilidad 2024, realizada por la empresa Cavala, que confirmó el adecuado avance del plan y señaló oportunidades de mejora para los próximos ejercicios.

En materia de transparencia, Mercasa desempeñó un papel fundamental en el desarrollo de la Memoria Consolidada de Sostenibilidad del Grupo SEPI, y publicó su propia IV Memoria de Sostenibilidad, coordinada con las unidades alimentarias, Centros Comerciales y departamentos corporativos.

En materia de transparencia y colaboración interempresarial, Mercasa ha contribuido activamente al proceso de recopilación de iniciativas destacadas del Grupo SEPI, aportando sus proyectos en sostenibilidad, innovación y buen gobierno conforme a la plantilla establecida. Posteriormente, SEPI ha publicado el documento conjunto de buenas prácticas del grupo, que ya incorpora las actuaciones más relevantes de todas las empresas, incluida Mercasa.

El fortalecimiento del modelo de gobernanza se reflejó en la certificación del Esquema Nacional de Seguridad (ENS) en nivel Medio (19/05/2025) y en la implantación del Plan de Continuidad de Negocio —con replicación geográfica en nube— que eleva la resiliencia operativa de Mercasa. Asimismo, consolidamos un enfoque de compras responsables, integrando cláusulas y prescripciones ambientales en licitaciones estratégicas (como el stand de Fruit Attraction) y compartiendo aprendizajes en el III Foro Mercasa dedicado a las oportunidades energéticas en la Red.

## PUBLICACIONES CORPORATIVAS Y GENERACIÓN DE CONOCIMIENTO

En 2025, Mercasa reforzó su papel como agente de referencia en la cadena alimentaria española a través de sus publicaciones corporativas. A lo largo del año, la entidad impulsó contenidos especializados que analizan tendencias, aportan conocimiento sectorial y difunden buenas prácticas en producción, distribución y consumo. Tanto la revista *Distribución y Consumo* como el anuario *Alimentación en España* consolidaron su función como herramientas de consulta esenciales para profesionales, administraciones y agentes económicos, contribuyendo a la transparencia, la divulgación y el desarrollo del sector agroalimentario.

### Distribución y Consumo

A lo largo de 2025, la revista **Distribución y Consumo** profundizó en los grandes retos y transformaciones que están redefiniendo el sistema alimentario español. En sus primeras ediciones del año, uno de los focos centrales fue la alimentación saludable, un ámbito abordado desde múltiples perspectivas: desde el valor nutricional y cultural de la dieta mediterránea, hasta el papel del *neuromarketing* en la toma de decisiones alimentarias o la evolución del consumo de productos pesqueros en España y la Unión Europea.

El primer número del año (nº 181, abril 2025) centró su contenido en la alimentación saludable y en las claves de la Estrategia Nacional de Alimentación, abordando este ámbito desde un punto de vista nutricional, sociocultural y económico.

Incluyó análisis sobre la dieta mediterránea, estudios sobre hábitos de consumo de productos pesqueros en España y la UE, y artículos sobre neuromarketing y toma de decisiones alimentarias.

También profundizó en las implicaciones que la Estrategia Nacional de Alimentación tendrá para la cadena alimentaria y para la planificación de políticas públicas en materia de salud y sostenibilidad.

El segundo número (nº 182, julio 2025) puso el foco en la logística y distribución, con especial énfasis en la sostenibilidad de la última milla y el papel de la intermodalidad en un contexto de transición hacia infraestructuras más eficientes.

Los artículos analizaron los grandes retos logísticos del sector agroalimentario, desde la exigencia creciente de eficiencia energética hasta la necesidad de corredores logísticos más robustos y conectados.

El número incorporó, además, estudios actualizados sobre el consumo de frutas y hortalizas, la evolución del comercio exterior hortofrutícola y los cambios de hábitos entre los jóvenes consumidores —aspectos todos ellos clave para anticipar las necesidades del mercado hortofrutícola español.

El tercer número del año (nº 183, septiembre 2025) estuvo dedicado a los mercados municipales, su evolución y su papel en la transformación urbana.

A lo largo de sus artículos, la publicación destacó:

- la relevancia del comercio de proximidad para la cohesión social de los barrios,
- las oportunidades que ofrece para la sostenibilidad urbana,
- el impacto de la logística y los flujos de consumo en los modelos comerciales locales,
- y las tendencias en urbanismo comercial y políticas públicas orientadas a revitalizar estos espacios.

Este número situó a los mercados municipales como actores estratégicos en la economía local, en el abastecimiento sostenible y en la vida cotidiana de las ciudades.



Asimismo, Distribución y Consumo publicó un número monográfico dedicado al papel de la mujer en la cadena alimentaria (nº 184, noviembre 2025), que reunió entrevistas y análisis sobre su contribución en todos los eslabones del sector, la consolidación de su liderazgo y los retos estructurales que aún persisten. Este volumen ofreció una mirada amplia y actualizada sobre la transformación social del sistema alimentario y el impulso creciente hacia modelos más inclusivos.

## Alimentación en España

En paralelo, Mercasa presentó una nueva edición del anuario Alimentación en España 2025, que alcanza ya su 28.<sup>a</sup> entrega, y volvió a consolidarse como una de las publicaciones de referencia del sector agroalimentario. El informe ofrece una radiografía completa de la producción, la industria, la distribución y el consumo alimentario en España, elaborada a partir de estadísticas del Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación, así como de fuentes como el INE, la FAO o las principales asociaciones sectoriales. Entre los datos más relevantes del último ejercicio disponible destacan los cambios en los patrones de consumo de los hogares españoles, que en 2024 registraron un gasto medio anual de 1.787 euros por persona, con la carne como producto de mayor peso económico (352,3 € por persona), seguido por los productos del mar (200,1 €), las frutas frescas (169,5 €) y las hortalizas y patatas (139,3 €). En volumen, el consumo per cápita alcanzó los 79,4 kg de frutas frescas, 67,1 kg de hortalizas y patatas, y 41,6 kg de carne, reflejando la continuidad de las tendencias hacia dietas más equilibradas, donde los productos frescos mantienen un papel protagonista.



El informe confirma también que el estudio sigue siendo una herramienta esencial de consulta, gracias a su estructura dual —con análisis por sectores y por Comunidades Autónomas— y su enfoque comparativo, que permite interpretar la evolución de la oferta y la demanda alimentaria en España con perspectiva territorial. En conjunto, la publicación reafirma el compromiso de Mercasa con la difusión de conocimiento riguroso sobre la cadena alimentaria y con la mejora continua del sistema agroalimentario español.

Ambas publicaciones —Distribución y Consumo y Alimentación en España 2025— continúan siendo herramientas esenciales para comprender la evolución del sector agroalimentario y su impacto en la sociedad. Mercasa dirige, coordina e impulsa ambas publicaciones y para ello cuenta con el apoyo de empresas, instituciones y agentes económicos que contribuyen a mantener un espacio de análisis riguroso, actualizado y orientado al desarrollo del conjunto de la cadena alimentaria.



# 03

*Igualdad en  
Mercasa 2025:  
avances, cultura y  
resultados*

En 2025, Mercasa consolidó su compromiso con la igualdad efectiva de mujeres y hombres impulsando actuaciones que fortalecen la equidad, la diversidad y la corresponsabilidad en toda la organización. Ha sido un año centrado en la mejora de procesos, la sensibilización interna, la formación y la integración de la perspectiva de género en todas las áreas clave de gestión de personas y cultura corporativa.

## **PROCESOS DE SELECCIÓN Y CONTRATACIÓN: TRANSPARENCIA Y ENFOQUE INCLUSIVO**

Durante el año, Mercasa actualizó íntegramente la documentación, procedimientos y bases de convocatorias internas y externas con criterios que refuerzan la igualdad de oportunidades. Todas las ofertas de empleo incorporan ya lenguaje inclusivo y se han revisado los textos para garantizar que la selección se base exclusivamente en competencias, capacidades y experiencia profesional.

Asimismo, se reforzó la perspectiva de género en los requisitos y en los criterios de evaluación, evitando cualquier sesgo que pudiera penalizar interrupciones de carrera vinculadas a cuidados o a experiencia no formal. Las pruebas incluyen ahora la posibilidad de solicitar ajustes razonables para personas con discapacidad o necesidades específicas. Las entrevistas se realizan de forma estandarizada, con preguntas definidas y homogéneas para todas las candidaturas, evitando cuestiones relacionadas con la vida personal o familiar.

## **FORMACIÓN Y SENSIBILIZACIÓN: UNA PLANTILLA MÁS PREPARADA Y CONSCIENTE**

La compañía dio un impulso notable a la formación en igualdad. En el programa de bienvenida se incluyó una nueva píldora informativa con conceptos esenciales de igualdad, diversidad e inclusión, así como un formulario para conocer la percepción inicial y necesidades de las personas que se incorporan.

Se desarrollaron diversas acciones formativas dirigidas a toda la plantilla, con especial atención a contenidos sobre igualdad, acoso y violencia de género, impartidos a través de Aula Virtual. La Comisión de Seguimiento del Plan de Igualdad recibió formación especializada para mejorar su capacidad de análisis, seguimiento e implantación del Plan.

Además, las personas responsables de equipo y quienes ocupan puestos con impacto en la comunicación institucional participaron en programas de formación específicos sobre liderazgo, comunicación, promoción profesional y mensajes igualitarios.

## **PROMOCIÓN PROFESIONAL: MÁS OBJETIVIDAD Y MÁS OPORTUNIDADES**

Mercasa avanzó en la implantación de un modelo de promoción profesional más transparente y basado en criterios objetivos, integrando la perspectiva de género en los procedimientos y en la comunicación de vacantes. Se reforzó la difusión de oportunidades internas y se ofreció formación específica a las personas responsables de equipos para asegurar evaluaciones justas, libres de estereotipos y alineadas con los principios del Plan de Igualdad.

## **RETRIBUCIONES Y CONDICIONES DE TRABAJO: ANÁLISIS Y EQUIDAD**

En materia retributiva, se mejoraron las herramientas internas para disponer de información desagregada por sexo, lo que permite realizar con mayor rigor los análisis y auditorías retributivas. La empresa revisó el sistema de valoración de puestos conforme a las directrices disponibles y continuó aplicando medidas para asegurar una política salarial coherente y ajustada al principio de "igual retribución por trabajos de igual valor".

## **CONCILIACIÓN Y CORRESPONSABILIDAD: FLEXIBILIDAD Y DERECHOS GARANTIZADOS**

Mercasa mantuvo y reforzó sus políticas de conciliación, difundiendo entre toda la plantilla las medidas de flexibilidad horaria disponibles y promoviendo el uso equilibrado de los

derechos de conciliación. La compañía también continuó impulsando la desconexión digital, garantizando que el descanso y la salud de las personas formen parte de un entorno laboral saludable y responsable.

## **PREVENCIÓN DEL ACOSO Y ENTORNO LABORAL SEGURO**

A lo largo del año, se llevaron a cabo acciones de sensibilización y formación dirigidas a toda la plantilla para prevenir el acoso sexual y por razón de sexo, así como para asegurar que todas las personas trabajadoras conozcan los canales de atención, denuncia y apoyo disponibles. Estas iniciativas se complementaron con campañas informativas coincidiendo con días internacionales de referencia.

## **RELACIÓN CON PROVEEDORES Y GRUPOS DE INTERÉS**

Mercasa incorporó cláusulas para fomentar la igualdad en los procedimientos de contratación pública con empresas proveedoras, reforzando su compromiso con una cadena de valor responsable y alineada con los principios del Plan de Igualdad.

## **VIOLENCIA DE GÉNERO: SENSIBILIZACIÓN Y APOYO**

Durante 2025 se impulsaron campañas específicas de sensibilización sobre violencia de género, especialmente con motivo del 25 de noviembre. La plantilla recibió formación para comprender el fenómeno, reconocer las situaciones de riesgo y conocer los recursos existentes tanto en la empresa como en el entorno institucional.

### 3.1

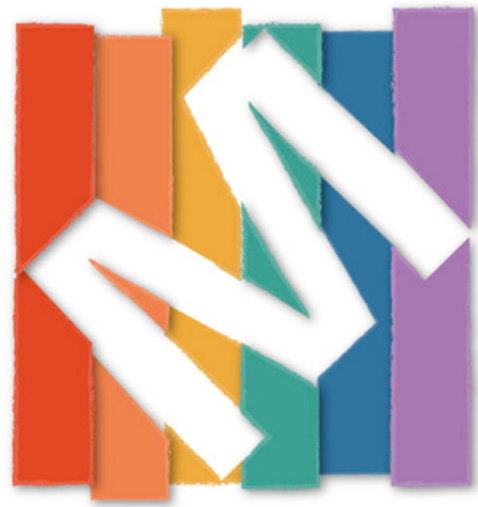
## Comunicación y cultura empresarial: Igualdad visible y compartida

La igualdad tuvo una presencia constante en la comunicación interna y externa de Mercasa. Se difundieron contenidos informativos sobre el Plan de Igualdad y se publicaron campañas específicas en redes sociales y otros canales corporativos coincidiendo con días conmemorativos (8M, 28J, 25N). Asimismo, se intensificó la presencia de contenidos igualitarios en la web y redes sociales, reforzando una imagen corporativa alineada con la diversidad y el respeto.



Para el **8M – Día Internacional de las Mujeres**, Mercasa obsequió a toda la plantilla con una crasa como gesto simbólico para reconocer la fortaleza, la resiliencia y la capacidad de crecimiento de las mujeres. La planta, adquirida en una floristería afectada por la DANA en la Comunidad Valenciana, incorporaba el mensaje: “8M. Hoy queremos honrar la fuerza de todas las mujeres regalándote una crasa. Una planta que, como ellas, se adapta y crece ante cualquier desafío. Mercasa. Seguimos creciendo.” Este detalle buscó fortalecer el espíritu de equipo y fomentar un clima laboral positivo.

Con motivo del **28J – Día Internacional del Orgullo LGTBI**, se diseñó y difundió una imagen de campaña que fue visible tanto en las instalaciones de la sede corporativa como en los canales de redes sociales de Mercasa, reforzando el compromiso de la organización con la diversidad y la no discriminación por razón de orientación e identidad sexual, expresión de género o características sexuales.



## mercasa

**Orgullo** de avanzar  
con igualdad, compromiso y diversidad.  
¡Feliz Día!  
**28 de junio**

El **25N – Día Internacional de la Eliminación de la Violencia contra las Mujeres**, se desarrolló una acción participativa en la que se repartieron post-it morados para que la plantilla pudiera escribir mensajes de apoyo a las víctimas, formando un mural colectivo en la sede. La iniciativa se extendió a la Red de Mercas, que también colaboró activamente. La jornada concluyó con un minuto de silencio en la entrada principal como muestra de respeto y solidaridad hacia todas las víctimas de violencia de género.

25 noviembre, Día Internacional de la Eliminación de la Violencia contra las Mujeres.



mercasa #SomosRed

*Porque una red que une también protege*

mercasa #SomosRed



# 04

*Contratación  
pública en  
Mercasa  
durante 2025*

La actividad contractual constituye un elemento esencial en la gestión de Mercasa, dado su papel como empresa pública que presta servicios de interés general. A lo largo de 2025, la compañía ha orientado su contratación hacia modelos más eficientes, transparentes y alineados con los principios de la Ley de Contratos del Sector Público y con los criterios ESG que guían la estrategia corporativa. Este capítulo recoge el marco jurídico aplicable, el compromiso de Mercasa con una contratación responsable y los principales datos que caracterizan la actividad contractual del ejercicio.

## 4.1

# Régimen jurídico: Instrucciones internas de Contratación Basadas en la Ley de Contratos del Sector Público

Mercasa, como sociedad perteneciente al sector público estatal, desarrolla su actividad contractual dentro del marco establecido por la Ley 9/2017, de 8 de noviembre, de Contratos del Sector Público (LCSP), por la que se trasponen al ordenamiento jurídico español las Directivas del Parlamento Europeo y del Consejo 2014/23/UE y 2014/24/UE, de 26 de febrero de 2014. Aunque la compañía no tiene la consideración de poder adjudicador, sí está sujeta al cumplimiento de aquellas disposiciones de la LCSP que resultan aplicables a las entidades que no ostentan dicha condición.

El régimen jurídico que Mercasa debe observar no implica la aplicación íntegra de la Ley, sino únicamente de los preceptos específicamente dirigidos a este tipo de entidades, entre los que destacan:

- El Título II del Libro III (artículos 321 y 322), que regula las normas esenciales en materia de contratación para entes no adjudicadores.
- El artículo 145, relativo a los criterios de adjudicación, al que remite expresamente el propio artículo 321.

- Determinadas reglas del Libro I, aplicables con carácter general a los procedimientos de contratación del sector público.

Para el resto de los aspectos no contemplados expresamente en la LCSP, Mercasa aplica sus Instrucciones Internas de Contratación, un marco propio que recoge procedimientos adaptados a la naturaleza de la compañía, pero plenamente alineados con los principios esenciales de la contratación pública: libre acceso a las licitaciones, publicidad, transparencia, igualdad de trato, no discriminación, eficiencia, integridad y libre competencia.

La LCSP establece, además, que la contratación pública debe integrar de manera transversal criterios sociales y medioambientales vinculados al objeto del contrato, promoviendo una contratación que contribuya al desarrollo sostenible y al impacto social positivo. Este enfoque se ha consolidado como un elemento central en la política de compras responsables de Mercasa, reforzando su compromiso con la gestión ética y sostenible de los recursos públicos.

## 4.2

# Compromiso con los proveedores

A lo largo de 2025, Mercasa continuó fortaleciendo su modelo de contratación pública, garantizando que todos los procedimientos se desarrollaran conforme a los principios que rigen la gestión contractual del sector público: publicidad, concurrencia, igualdad, no discriminación, transparencia, confidencialidad y sostenibilidad. La actividad contractual de la compañía se ha orientado, una vez más, a asegurar que las adjudicaciones recaen en las ofertas más ventajosas, de acuerdo con lo previsto en el artículo 145 de la Ley de Contratos del Sector Público.



**Compromiso con la contratación pública sostenible:** Mercasa ha seguido avanzando en la incorporación de criterios ambientales y sociales en sus procesos de compra, en línea con las exigencias de la LCSP. En todas las licitaciones se incluyeron condiciones especiales de ejecución de carácter medioambiental y social, y se incrementó notablemente la presencia de criterios de adjudicación verdes directamente vinculados al objeto del contrato.

Entre los criterios empleados destacan: certificaciones ambientales como ISO 14001, la utilización de envases sin plásticos, el uso de materiales sostenibles o con certificaciones ecológicas, así como la preferencia por productos reciclados o de bajo impacto ambiental. Estos avances consolidan la apuesta de Mercasa por una compra pública que contribuye a la transición ecológica.

Durante el cuarto trimestre, el área de contratación impartió una formación interna específica en contratación pública, con el objetivo de unificar criterios y reforzar el cumplimiento normativo. Asimismo, se puso a disposición de toda la plantilla el Catálogo de Prescripciones Técnicas Ecológicas, elaborado por los Ministerios de Hacienda y de Transición Ecológica, para facilitar la integración de criterios verdes en todas las fases de compra.



**Publicidad y acceso a la información:** Para garantizar el principio de publicidad, Mercasa ha continuado utilizando los medios electrónicos oficiales, tanto para la difusión de licitaciones como para la publicación de adjudicaciones y contratos menores. Esta práctica asegura el acceso universal a la información y permite a cualquier operador económico conocer la actividad contractual de la compañía.



**Transparencia en la gestión contractual:** La transparencia sigue siendo uno de los pilares fundamentales de la contratación en Mercasa. La compañía publica en su página web la información esencial sobre los contratos formalizados, poniendo a disposición de los grupos de interés datos relevantes sobre adjudicaciones, importes y proveedores. Esta política de comunicación proactiva refuerza la rendición de cuentas y contribuye a una gestión pública responsable y abierta.



**Confidencialidad y protección de la información:** En todos los procedimientos de contratación se han respetado de manera estricta las obligaciones de confidencialidad, incluyendo la protección de datos personales y de los derechos de propiedad intelectual e industrial. Las licitaciones incorporan cláusulas específicas que regulan el tratamiento, uso y cesión de la información generada en la ejecución de los contratos, garantizando así la seguridad jurídica de las partes.



**Concurrencia, igualdad y libre competencia:** La actividad contratante de Mercasa ha seguido guiándose por la concurrencia y la igualdad de trato, promoviendo una participación abierta de todos los operadores económicos que cumplan los requisitos mínimos. Para ello, se emplean criterios objetivos, proporcionales y vinculados al objeto del contrato, evitando cualquier condición que pueda generar ventajas o desventajas injustificadas. Este enfoque asegura procedimientos competitivos y una adjudicación basada exclusivamente en la calidad y solvencia de las ofertas presentadas.

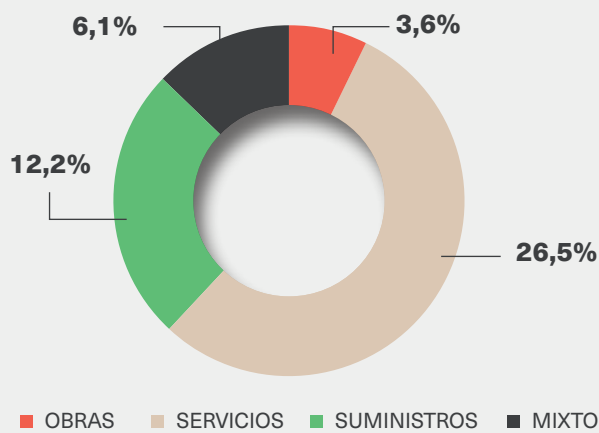
## 4.3

# Actividad contractual y principales datos del ejercicio 2025

La presente Memoria recoge los contratos formalizados por Mercasa durante 2025, agrupados según los tipos de contrato definidos en las Instrucciones Internas de Contratación, con el fin de ofrecer una visión clara, coherente y alineada con la normativa aplicable. Antes de presentar su evolución anual, se considera oportuno recordar la clasificación utilizada por la entidad para ordenar su actividad contractual.

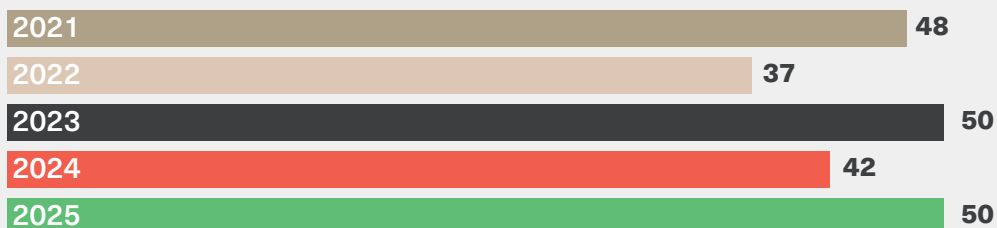
Tras esta distribución por tipología, se muestra a continuación la evolución de los procedimientos de licitación publicados durante el ejercicio, lo que permite apreciar el comportamiento de la contratación pública en el periodo:

**Nº CONTRATOS FORMALIZADOS POR PROCEDIMIENTOS ABIERTO, ABIERTO SUPERSIMPLIFICADO, NEGOCIADO SIN PUBLICIDAD Y EMERGENCIA 2025**



El número de licitaciones publicadas han seguido la siguiente evolución:

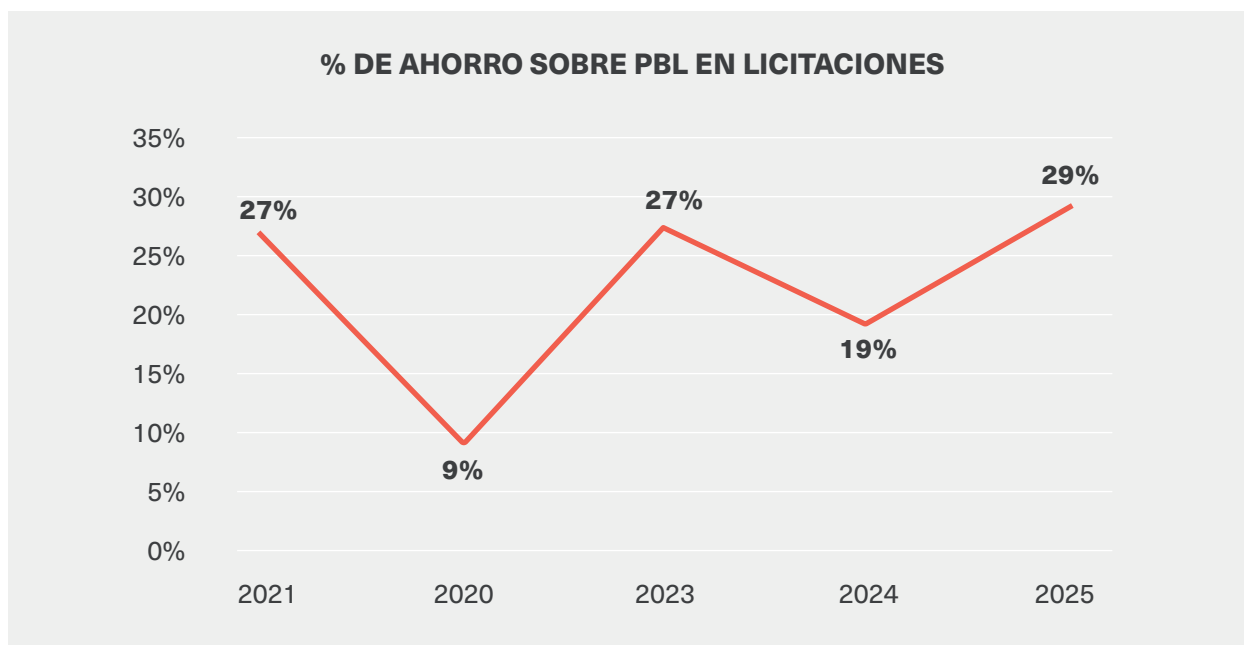
**Nº DE LICITACIONES PUBLICADAS**



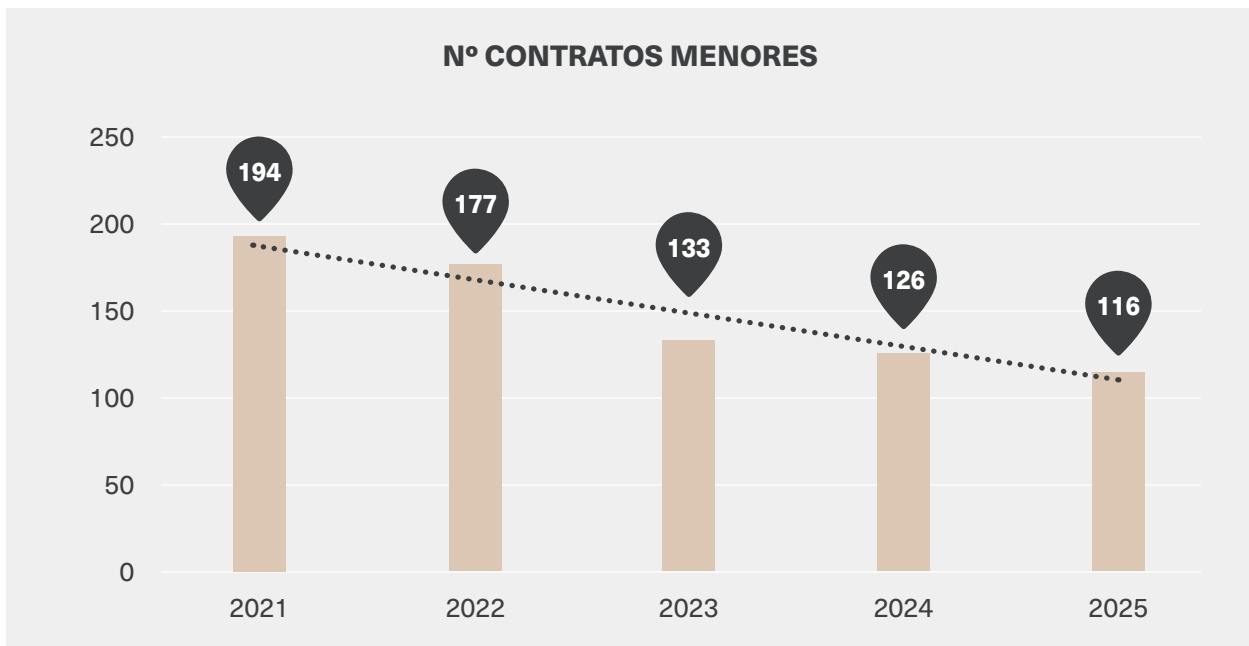
En cuanto al importe total de los contratos formalizados en el año 2025 por procedimientos de adjudicación ha sido el siguiente:



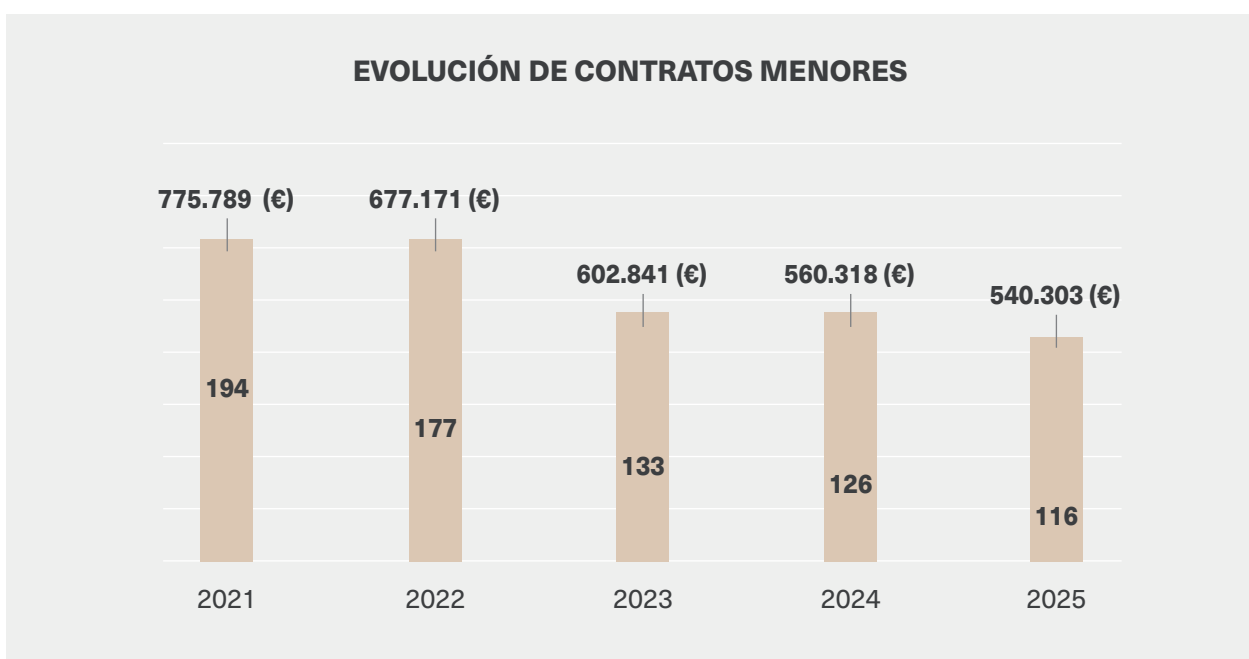
Durante 2025 se observa un descenso en el número de contratos menores, así como en el importe asociado a los mismos. Esta tendencia está directamente relacionada con la optimización de las compras, derivada de la publicación, en los últimos años, de licitaciones con plazos de duración superiores a un año, que permiten reducir la necesidad de recurrir a contratos menores y mejorar la planificación de los aprovisionamientos.



Los contratos menores especiales, tramitados conforme a las Instrucciones Internas, también experimentaron una ligera reducción tanto en número como en importe. Conviene señalar que este tipo de contratos incluye principalmente suscripciones, membresías de renovación anual y actividades docentes, lo que explica la estabilidad histórica de este volumen.

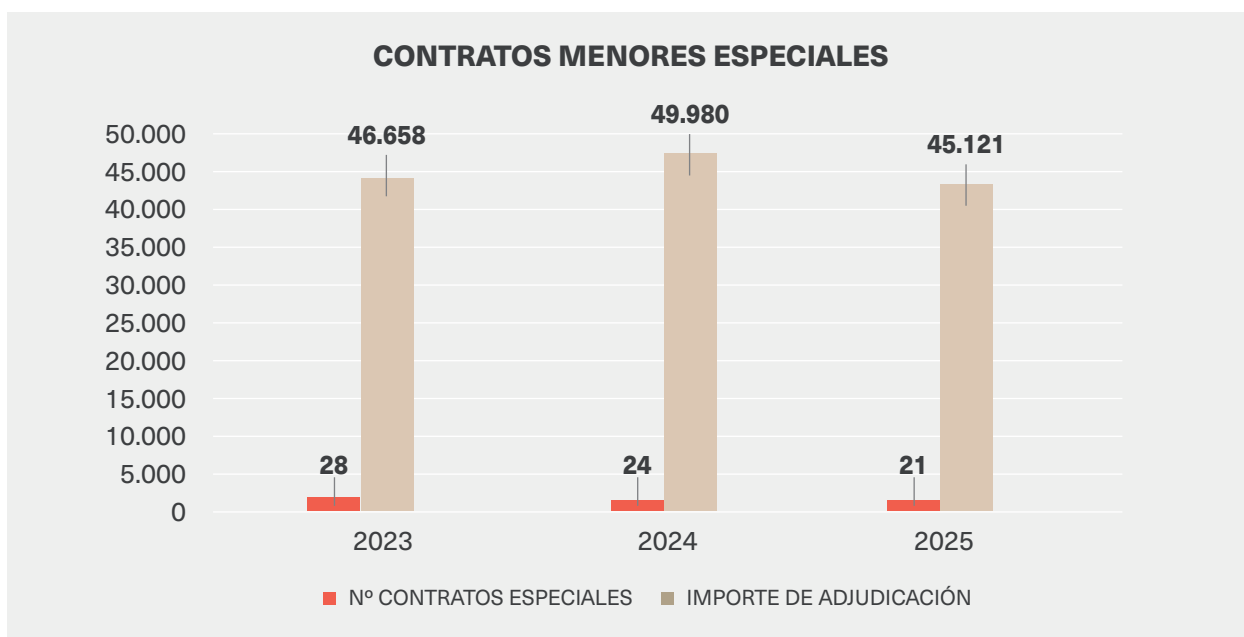


El importe de adjudicación en los contratos menores también se ha visto producido por el incremento de la publicación de licitaciones mediante procedimientos abiertos y abiertos supersimplificados.

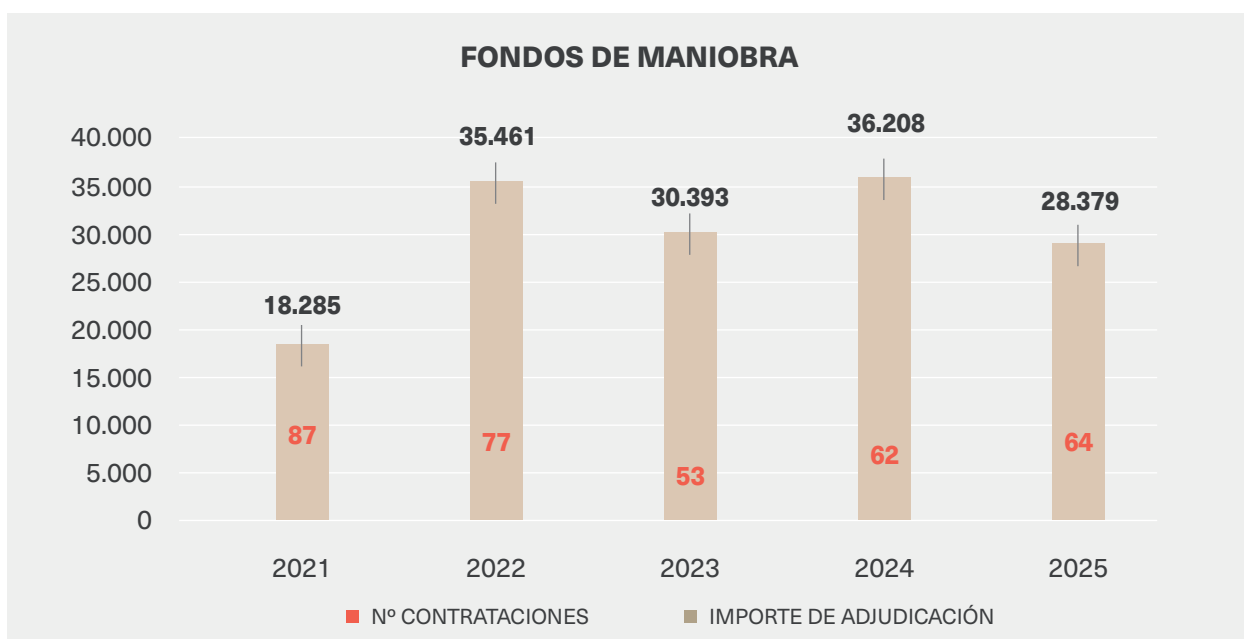


El número de contratos menores especiales tramitados desde el año 2025 también se ha reducido ligeramente, así como su importe; si bien hay que tener en cuenta que se trata de suscripciones y membresías de renovación anual, así como de contratos de actividades docentes, los cuales suelen mantenerse estables a lo largo de los tres últimos años.

Este procedimiento de contratación se incluyó en las últimas Instrucciones Internas de Contratación aprobadas el 24/11/2022.

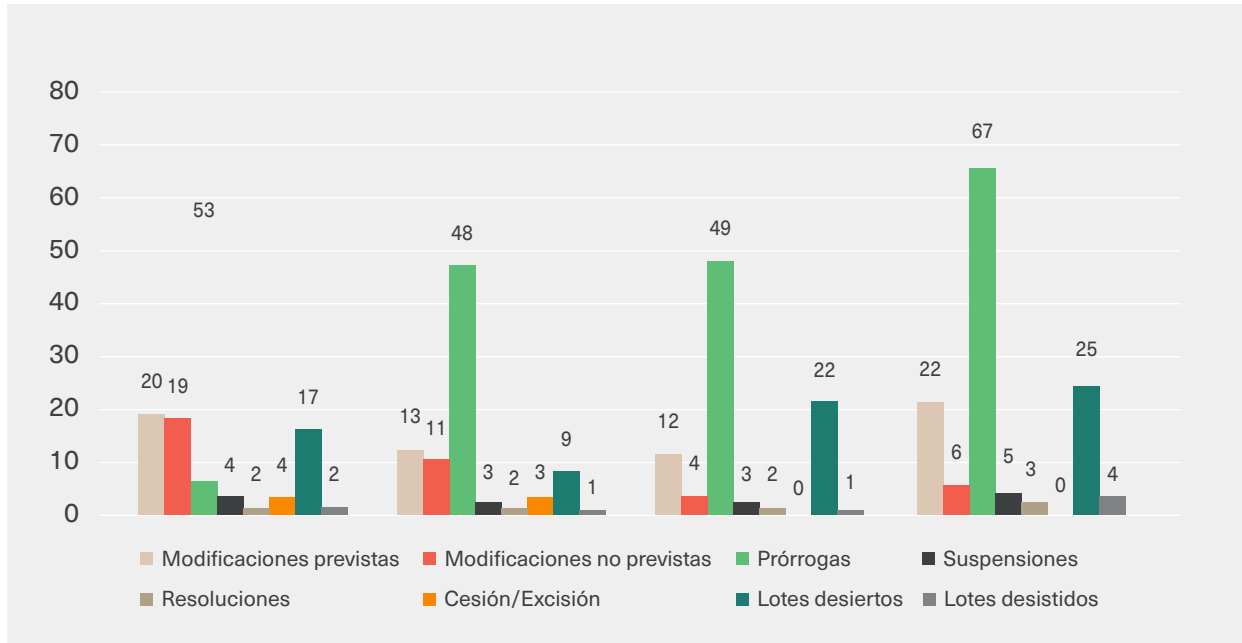


En relación con las compras realizadas a través del procedimiento de fondo de maniobra, su evolución en 2025 ha sido la siguiente:



Asimismo, las incidencias tramitadas en el marco de la contratación pública durante el ejercicio se recogen a continuación:

## INCIDENCIAS CONTRACTUALES



Por último, la evolución del número de siniestros e indemnizaciones recibidas durante el ejercicio se muestra a continuación:





En 2025 la Dirección de Auditoría Interna, Calidad y Buen Gobierno ha ejercido las competencias ya consolidadas de calidad y auditoría pública y, de manera residual, las competencias de buen gobierno.

La función de Calidad se focaliza en el desarrollo del control interno mediante la implementación y actualización continua del Sistema de Calidad corporativo. Este marco define y estandariza los procedimientos y procesos a nivel transversal, siendo las áreas operativas las responsables de su ejecución y seguimiento. La eficacia de este sistema es clave para la **gestión certificada de Mercasa (ISO 9001)** y para el reconocimiento del modelo **EFQM** de excelencia, logrado en 2023.

Por su parte, la función de Auditoría Interna se instrumenta mediante la ejecución del **Plan Anual Específico aprobado por la SEPI**, cuyos resultados se formalizan en informes que integran recomendaciones y planes de acción orientados a la mejora del control interno. El estado de implementación de dichas medidas se reporta periódicamente tanto a la Comisión de Auditoría del Consejo de Administración de Mercasa como a la Dirección de Auditoría Interna de SEPI, garantizando una supervisión continua y transparente.

Al cierre del ejercicio 2025, se ha alcanzado el **grado de ejecución íntegro** del Plan Anual de la Dirección de Auditoría Interna de Mercasa. Dicha planificación integró, junto con las actuaciones sectoriales, dos auditorías transversales definidas por la Dirección de Auditoría Interna de SEPI para el conjunto de sus sociedades. La actividad anual se ha materializado en la emisión de **14 informes técnicos** —incluyendo los cuatro seguimientos trimestrales de recomendaciones—, de los cuales han derivado un total de **13 recomendaciones** orientadas a la optimización del control interno.

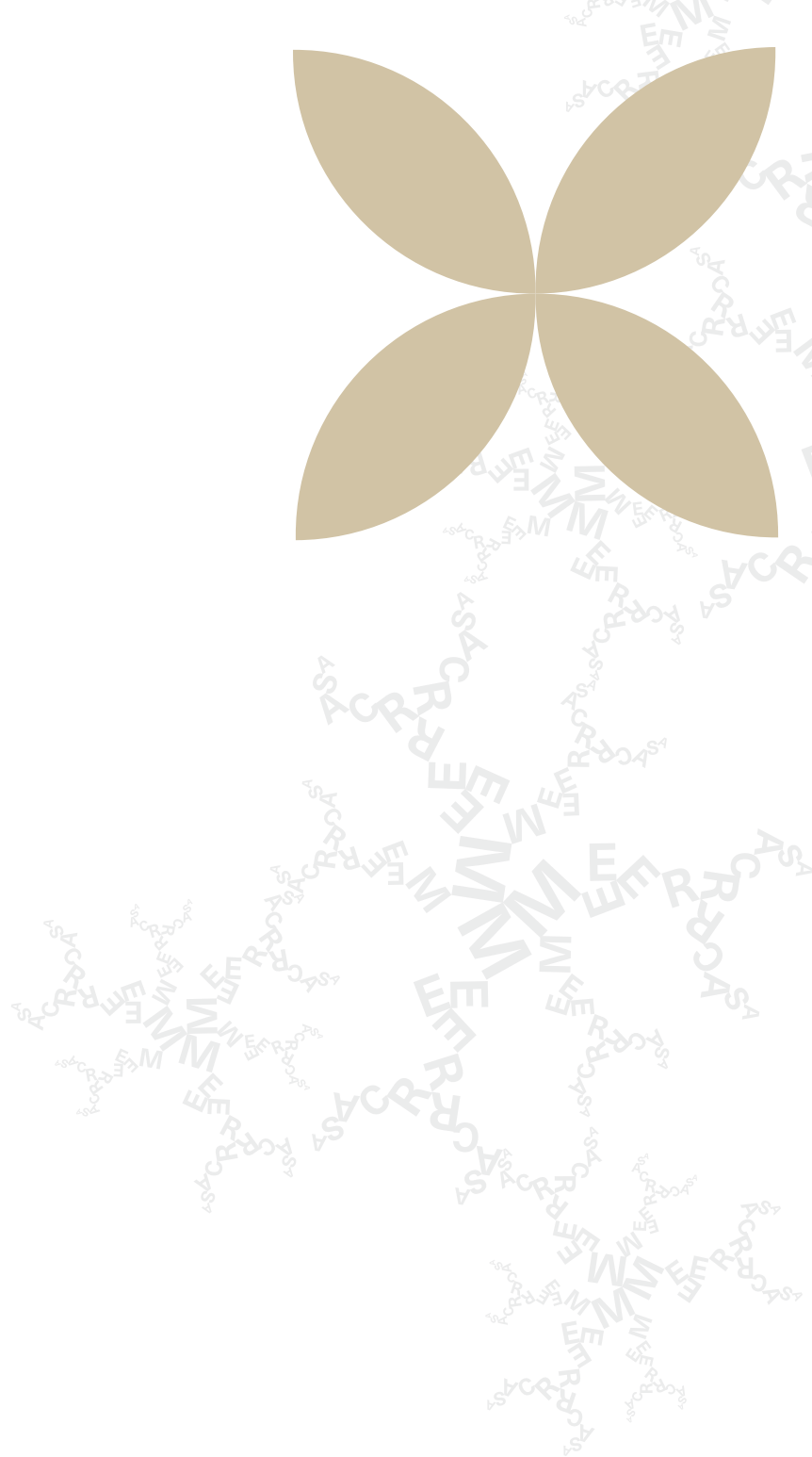
En el ámbito de la sociedad matriz, la actividad de control ha priorizado la verificación de las actuaciones derivadas del **Real Decreto-ley 7/2024, de 11 de noviembre**, en el marco del Plan de respuesta inmediata, reconstrucción y relanzamiento frente a los daños causados por la DANA. Asimismo, destacan las auditorías centradas en la robustez del **Sistema de Calidad** y en la adecuación de las políticas y procedimientos vinculados al **Esquema Nacional de Seguridad (ENS)**. Estas actuaciones se completan con la fiscalización sistemática de recomendaciones pendientes, asegurando la trazabilidad y el cumplimiento de las medidas correctoras derivadas de ejercicios anteriores.

En relación con las Unidades Alimentarias con participación mayoritaria del Estado, durante el ejercicio 2025 se ha auditado la gestión de riesgos con el objetivo de establecer los fundamentos del nuevo **Manual de Gestión Integral de Riesgos**, orientado al desarrollo efectivo de dicha política. Paralelamente, se ha mantenido el seguimiento de las recomendaciones emitidas por la **Intervención General de la Administración del Estado (IGAE)** en ejercicios precedentes, alcanzando prácticamente un grado de implementación del 100%.

En cumplimiento del **Estatuto de Auditoría Interna**, la Dirección de Auditoría Interna y Calidad de Mercasa ha preservado su **independencia y objetividad**, absteniéndose de intervenir en funciones operativas o tareas de gestión de cualquier naturaleza dentro de la sociedad o su red de centros. Esta salvaguarda garantiza la ausencia de conflictos de interés en el ejercicio de sus facultades de supervisión y control.

06

*Red de  
Mercas*



La economía española creció un 2,8% en 2025, gracias al tirón de la demanda interna, con un mayor consumo de los hogares y un notable repunte de la inversión empresarial, y todo ello a pesar de que el sector exterior ha lastrado el crecimiento en el año de la guerra arancelaria promovida por Estados Unidos.

Sin duda, uno de los elementos que ha contribuido a este crecimiento de la economía y del consumo interno, se debe a un cierre de 2025 con la tasa de paro más baja en 17 años, por debajo del 10%.

El ejercicio se ha desarrollado, además, en un entorno sectorial exigente, en el que persisten desafíos como la adaptación a nuevos hábitos de consumo, la reducción del impacto ambiental, la optimización de recursos y la necesidad de contar con infraestructuras resilientes y eficientes.

En este marco socioeconómico, la Red de Mercas de Mercasa sitúa a España entre los países con los sistemas de distribución alimentaria más avanzados del mundo, consolidándola como un referente internacional. Además, Mercasa actúa como un socio estratégico para los ayuntamientos, manteniendo una interlocución directa y eficaz con los principales organismos, administraciones, asociaciones e instituciones del sector.

El papel de Mercasa como motor y articulador de la Red de Mercas, junto con su posición estratégica en la cadena de distribución de productos frescos, la convierte en una herramienta esencial para el interés general y para la política alimentaria del país.

El Plan Estratégico 2025-2029 de Mercasa marca la importancia de garantizar la continuidad de Mercasa en el capital de las mercas

y establece un ambicioso impulso al modelo de negocio, la eficiencia y la sostenibilidad en la Red de Mercas, mediante la incorporación y mejora de infraestructuras en las mercas.

Además, en un año marcado por las exigencias en materia de sostenibilidad, Mercasa ha seguido trabajando en modelos de descarbonización del transporte, búsqueda de soluciones energéticas resilientes y respetuosas con el medio ambiente, o el impulso hacia una economía circular, tanto del producto fresco, como de sus envases.

Sin duda, no puede olvidarse el papel tan relevante que ha jugado Mercasa durante el primer semestre del año en Valencia para favorecer el acceso de la población a una alimentación saludable.

En 2025 ha culminado el proceso para eliminar la limitación temporal de Mercamadrid fijada en 2032. Con esta decisión, Mercamadrid da un paso histórico en su trayectoria, permitiéndole garantizar su continuidad más allá de 2032 y seguir siendo una unidad alimentaria de referencia internacional.

Con ello, se ha logrado garantizar la permanencia de Mercamadrid en la Red de 24 Mercas, la continuidad de la actividad y la seguridad jurídica a las más de 800 empresas instaladas y a las 9.000 personas trabajadoras del recinto. Se trata de una **decisión estratégica e histórica** que fortalece la estabilidad institucional, mejora la seguridad jurídica y permite abordar importantes inversiones, tanto propias como de las empresas de la unidad alimentaria, con una visión sostenida de creación de valor, alineada con las necesidades del sector alimentario e impulsando la competitividad de esta merca, referente europeo en distribución alimentaria.

## MERCASA Y LA RED DE MERCAS MUESTRAN SU APUESTA POR LA SOSTENIBILIDAD CON UNAS INFRAESTRUCTURAS MÁS EFICIENTES Y RESILIENTES

El servicio público de Mercasa y la Red de Mercas se concreta en poner a disposición de los operadores los espacios, las infraestructuras y los servicios necesarios para que sus transacciones comerciales puedan realizarse con eficiencia, transparencia, seguridad y sostenibilidad.

En concreto, el objetivo estratégico *Propiciar inversiones en infraestructuras logísticas, de almacenamiento y/o de transformación*, responde a la necesidad de poner a disposición de los operadores los espacios, las infraestructuras y los servicios necesarios para que sus transacciones comerciales puedan realizarse con eficiencia, transparencia, seguridad y sostenibilidad. De este modo, se contribuye a la mejora de la competitividad y se promueve la eficiencia operativa.

Por ello, a lo largo de 2025, se ha venido trabajando en la posibilidad de expansión de varias mercas, tales como Mercagranada, Mercamálaga y Mercaolid, así como en la puesta a disposición de los operadores de nuevos espacios e infraestructuras.

Así, a cierre del ejercicio 2025, se ha logrado la ampliación de Mercalicante, con la incorporación de una parcela con una nave que, mejorando la previsión de su Plan de Viabilidad ya cuenta con una ocupación del 80%. También, durante este 2025, se han iniciado los estudios para la ampliación de Mercamálaga. Por su parte, Mercaolid ha licitado su Plan de Ne-

gocio, con la intención de conocer cuáles son las mejores opciones de cara a una expansión de la unidad alimentaria.

Mercagranada ha venido analizando la posibilidad de crecer en el entorno de la futura Área Logística de Granada, solicitando el consejo de administración de la compañía al Ayuntamiento, la reserva de terrenos para el futuro crecimiento de la unidad alimentaria.

Por su parte, Mercasturias y Mercalgeciras han trabajado en la incorporación de nuevas infraestructuras para dar respuesta a las necesidades de diferentes operadores.

Durante el ejercicio 2025, las mercas han realizado proyectos de inversión por un total de 34 millones de euros.

Cabe destacar el importante esfuerzo realizado por las mercas de Madrid (8,5 millones de euros), Barcelona (6 millones de euros), Valencia (5 millones de euros), Alicante (4,2 millones de euros), Sevilla (2,5 millones de euros) y Zaragoza (1,4 millones de euros). En conjunto, las inversiones realizadas por estas seis mercas representan el 86% del total de inversiones ejecutadas en la Red.

En otras seis unidades alimentarias, aunque su peso relativo es menor, también realizaron inversiones destacables que no dejan de ser relevantes en el conjunto, tales como Mercabadajoz (990 miles de euros), Mercalaspalmas (976 miles de euros) y Mercamurcia (655 miles de euros).

Entre las principales inversiones de Mercamadrid destacan las obras de un nuevo espacio, el Centro de Conocimiento e Innovación de Mercamadrid cuya actividad comenzará en 2026, para favorecer el conocimiento, la

formación y la I+D+i, promoviendo la transferencia de resultados a las empresas; la transformación digital del sector; impulsar la capacitación de las y los profesionales del sector; y, apoyar la economía social. Del mismo modo, se pueden dar por concluidas las acciones e inversiones previstas en PCI que, además de la construcción de un nuevo aljibe, 56 Km de canalización de agua contra incendios, se ha actuado sobre elementos estructurales en el mercado central de pescados, en las seis naves del mercado central de frutas y hortalizas, y en la distribución general de agua del recinto, para garantizar que la actividad se desarrolle bajo los más altos estándares y condiciones de seguridad. También se ha iniciado la reforma de la zona comercial, un espacio de 11.000 m<sup>2</sup>, que finalizará en 2026.

En el caso de Mercabarna, entre las inversiones del ejercicio 2025, destacan la reforma de los bajos muelles en el Mercado Mayorista de Fruta y Verdura, la instalación fotovoltaica en Mercabarna Flor, la reforma de la Cubierta en pabellones y continúan la reforma del edificio del centro directivo.

Mercavalencia, durante el 2025, ha realizado inversiones por valor de más de 5 millones de euros, consistentes en mejoras productivas, adecuación de la línea de porcino, acreditaciones y certificaciones de calidad en el matadero para la exportación, mejoras en la sala de despiece, construcciones de viales para parcelas de clientes, baterías de almacenamiento energético y programas de trazabilidad de porcino, como acciones más destacadas.

En Mercalicante y Mercabadajoz, las inversiones más importantes han sido aquellas llevadas a cabo para la puesta en actividad de más superficie para la logística y la transformación.

En el caso de Mercalaspalmas, gran parte del esfuerzo inversor se corresponde con la reconstrucción parcial de la Nave Multiservicios incendiada en 2023 y, en el caso de Mercamurcia, se siguen realizando inversiones en materia de eficiencia energética respaldando la eficiencia de su matadero.

## MERCASA COMO PROPULSOR DE LA DESCARBONIZACIÓN DEL TRANSPORTE

Uno de los pilares fundamentales del Plan Estratégico de Mercasa 2025-2029 es avanzar hacia una movilidad más sostenible y poder subir las mercancías al tren.

Así, el 17 de noviembre de 2025, ADIF y Mercasa suscribieron un acuerdo de colaboración para fomentar el uso del ferrocarril en el transporte de productos agroalimentarios, incluidos los refrigerados y congelados, con origen o destino en la Red de Mercas de Mercasa. Esta alianza incluye la elaboración de estudios técnicos, asesoramiento estratégico y el impulso de soluciones intermodales más sostenibles a través de las Oficinas de los Comisionados de los Corredores Atlántico y Mediterráneo.

Se trata de aprovechar el potencial logístico del ferrocarril para optimizar el transporte de productos alimentarios desde los centros de producción o terminales portuarias hasta las instalaciones de las mercas, que generan 16 millones de desplazamientos de vehículos. En este sentido, Mercasa busca un transporte más eficiente de los 9 millones de toneladas que comercializa anualmente, logrando así alimentos con etiqueta cero emisiones.

Mercasa ya cuenta en la actualidad con un proyecto intermodal en funcionamiento, en Mercazaragoza, la Terminal Marítima de Zaragoza (TMZ), de tal modo que la experiencia acumulada contribuirá a potenciar la conexión directa de las mercas con los puertos, abriendo a los proveedores la vía internacional y consiguiendo un sensible ahorro de emisiones.

Aguas abajo, la Red de Mercas de Mercasa es garantía de abastecimiento eficiente de productos frescos a la población; para ello, la distribución urbana de mercancías tiene que ser parte de la mejora de la eficiencia de la cadena alimentaria en sus últimos eslabones. En 2020, Mercasa dio los primeros pasos de la mano de Correos Frio para un proyecto piloto en Mercasevilla, el cual ha servido para poder implementarlo en Mercavalencia con motivo de las ayudas a las poblaciones afectadas por la DANA. Así, durante el primer semestre de 2025, se entregaron más de 52.000 kilos de productos frescos en los comercios detallistas.

Además, durante 2025, se ha seguido trabajando en estrecha colaboración con el Ayuntamiento de Santiago, el Consorcio de la Ciudad de Santiago de Compostela y Mercagalicia para el desarrollo de un *hub* logístico de consolidación y preparación de las mercancías que deban entrar al casco antiguo de la ciudad.

## **MEJORA DE LA EFICIENCIA ENERGÉTICA DE LA RED DE MERCAS**

La Red de Mercas tiene un papel crucial en la promoción de energías renovables y en la mejora de la eficiencia energética, tanto de sus propias instalaciones, como de las em-

presas instaladas en ellas, un paso imprescindible para avanzar hacia un modelo más sostenible.

Mercasa ha venido trabajando, de la mano del del Instituto para la Diversificación y Ahorro de la Energía (IDAE), organismo adscrito al Ministerio para la Transición Ecológica y el Reto Demográfico, en el análisis de diferentes actuaciones para autoconsumo, almacenamiento, frío, eficiencia energética y otros proyectos singulares, tanto para la Red de Mercas, como para las más de tres mil empresas instaladas.

## **MERCASA Y LA RED DE MERCAS PROMUEVEN PROYECTOS DE ECONOMÍA CIRCULAR ENTRE SUS OPERADORES**

El compromiso de Mercasa y la Red de Mercas con la circularidad tanto de la distribución de los productos frescos como de los envases, ha sido siempre parte esencial de su estrategia, tal y como lo demuestran los grados de reducción, separación y valorización de los residuos.

Si bien la Red de Mercas siempre ha sido un ejemplo en materia de lucha contra el desperdicio alimentario, mediante la colaboración con los bancos de alimentos y otras entidades del tercer sector y con la publicación de la Ley de prevención de las pérdidas y desperdicio alimentario (Ley 1/2025, de 1 de abril), se ha iniciado una estrecha colaboración con FESBAL para la puesta en marcha de campañas informativas a los operadores, ofreciéndoles las herramientas necesarias para ser más eficaces en el reaprovechamiento de los excedentes alimentarios, en beneficio de los más vulnerables.

Además de contribuir con la reducción del desperdicio, desde Mercasa se trabaja con distintos SCRAPS, para acompañar al sector alimentario mayorista en la gestión responsable de sus residuos, facilitando el cumplimiento de la Responsabilidad Ampliada del Productor (RAP). En este sentido, Ecoembes y Mercasa firmaron el 4 de diciembre, un acuerdo para promover la correcta gestión de residuos de todo tipo de envases comerciales en las 24 unidades alimentarias que conforman la Red de Mercas.

### **MERCASA: ACCESO A LA ALIMENTACIÓN Y MOTOR PARA LA RECUPERACIÓN ECONÓMICA DE LAS ÁREAS AFECTADAS POR LA DANA DE VALENCIA**

A finales de octubre de 2024, la Comunidad Valenciana y parte de Castilla-La Mancha, Aragón, Andalucía y Cataluña fueron golpeadas por una DANA (Depresión Aislada en Niveles Altos). Un fenómeno meteorológico extremo que provocó lluvias torrenciales, inundaciones masivas y graves daños materiales y humanos, especialmente en Valencia y su área metropolitana. Municipios como Catarroja, Massanasa o Paiporta y zonas de l'Horta Sud sufrieron especialmente las consecuencias, con miles de personas afectadas, infraestructuras colapsadas y servicios públicos paralizados. El desastre dejó más de 220 víctimas mortales y generó una crisis sin precedentes en la región, obligando a las autoridades a activar planes de emergencia, movilizar recursos económicos y replantear la planificación urbana ante el creciente riesgo climático.

Tan solo unos días antes de que la DANA azotara España, se celebraba el Foro Mundial sobre la Alimentación 2024 donde se concluyó

que la **soberanía alimentaria no es solo una estrategia, sino un derecho humano**. A su vez, los ejes que constituyen la seguridad alimentaria se centraron en tres conceptos: disponibilidad, accesibilidad y asequibilidad.

La mañana siguiente a la catástrofe, Mercasa activó su red de 24 plataformas agroalimentarias, la Red de Mercas, coordinando el envío de donaciones de alimentos básicos y productos de primera necesidad a los municipios más afectados. Gracias a la colaboración de las administraciones públicas, empresas mayoristas y organizaciones sociales, se garantizó el abastecimiento a miles de personas y se contribuyó a la recuperación económica de las áreas devastadas.

Unos días después, el Gobierno aprobó el Real Decreto-ley 7/2024, una medida excepcional que habilitó a Mercasa, a través del Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación, para ejecutar actuaciones logísticas y de distribución alimentaria en el marco del *Plan de respuesta inmediata, reconstrucción y relanzamiento frente a los daños causados por la DANA*.

**Mercasa garantizó de manera rápida y efectiva el abastecimiento de casi 1,6 millones de kilos de productos frescos y más de 252.000 menús calientes desde Mercavalencia a las personas en los territorios afectados tras la catástrofe.** Además, puso en marcha un sistema de reparto gratuito de productos frescos dirigido a aquellos pequeños comercios que compran en Mercavalencia y que perdieron sus vehículos de transporte por la DANA. Esta medida, con la que **se entregaron más de 52.000 kilos de productos frescos en los comercios detallistas**, permitió apoyar la continuidad de la actividad comercial en los territorios afectados, garantizando el acceso de estos alimentos a la población valenciana.



Mercasa reafirma su disposición a seguir colaborando en las tareas de reconstrucción y reactivación, demostrando su capacidad para asegurar la logística de emergencias y resiliencia.

La implementación de estas medidas ha contribuido significativamente a la estabilidad y fortaleza de la cadena alimentaria, beneficiando a toda la comunidad y estableciendo un modelo de resiliencia que puede ser replicado en otras regiones.

## **PERTENENCIA A LA RED DE MERCAS – SISTEMAS DE CONOCIMIENTO COMPARTIDO Y COLABORATIVO**

Durante este año se han celebrado tres encuentros con las Direcciones Generales de las Mercas. La primera de ellas tuvo lugar en el mes de abril en Santander, donde se generó un espacio clave para debatir y establecer las bases de un futuro más eficiente, colaborativo y sostenible para los mercados mayoristas en España. El encuentro giró en torno a la presentación del presidente del Plan Estratégico de Mercasa, de las convocatorias del IDAE, las oportunidades existentes en el despliegue en materia de eficiencia energética y, por último, con la presentación de los avances en

distribución urbana de alimentos en el casco histórico de Santiago de Compostela.

En el mes de junio, se organizó de nuevo un encuentro en Galicia para conocer de primera mano dos instituciones en el marco de la alimentación sostenible, tanto desde el punto de vista de la producción (cultivo, transformación y reciclaje) con la visita a FOGAR 360, así como del enfoque 360° en el canal de alimentación para colectividades en la visita a las instalaciones de Inditex en Arteixo. Un encuentro dedicado a la reflexión para el análisis de retos y oportunidades puestas en marcha tanto en la producción como en su consumo.

En noviembre de 2025, Badajoz acogió el tercer encuentro, en el que Mercasa impulsa soluciones para los retos que suponen los principios de sostenibilidad y economía circular en la propia Red, acompañados por la directora de sostenibilidad del Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación, se presentaron las posibilidades que en materia de lucha contra el desperdicio alimentario ofrece la Federación de Bancos de Alimentos y, las oportunidades de adherirse a distintos SCRAPS para impulsar el correcto tratamiento de los envases, impulsando su circularidad.

## 6.1

# Estructura de la Red de Mercas

La Red de Mercas de Mercasa está integrada por 24 unidades alimentarias que, en conjunto, ocupan casi 8 millones de m<sup>2</sup> de superficie. En estos recintos desarrollan su actividad 3.176 empresas y operadores mayoristas, principalmente especializados en alimentos frescos. Su oferta se dirige a todos los formatos del comercio minorista —tiendas especializadas, supermercados, hipermercados y comercio electrónico—, así como al canal HORECA y al consumo institucional.

La actividad comercial y de servicios generada por el conjunto de la Red supuso en 2025 un volumen de movilidad muy elevado. A lo

largo del ejercicio, las 24 unidades alimentarias registraron 16 millones de vehículos, un dato que refleja la intensa dinámica logística asociada a su funcionamiento diario.

En términos de afluencia, las mercas acogieron en 2025 aproximadamente, 18,5 millones de accesos, incluyendo a detallistas, mayoristas, profesionales de la hostelería y restauración, operadores institucionales y otros perfiles vinculados a la cadena alimentaria. Esta cifra equivale a una media diaria de 69.650 personas, lo que confirma el papel de las mercas como infraestructuras esenciales para el abastecimiento y la distribución alimentaria en España.

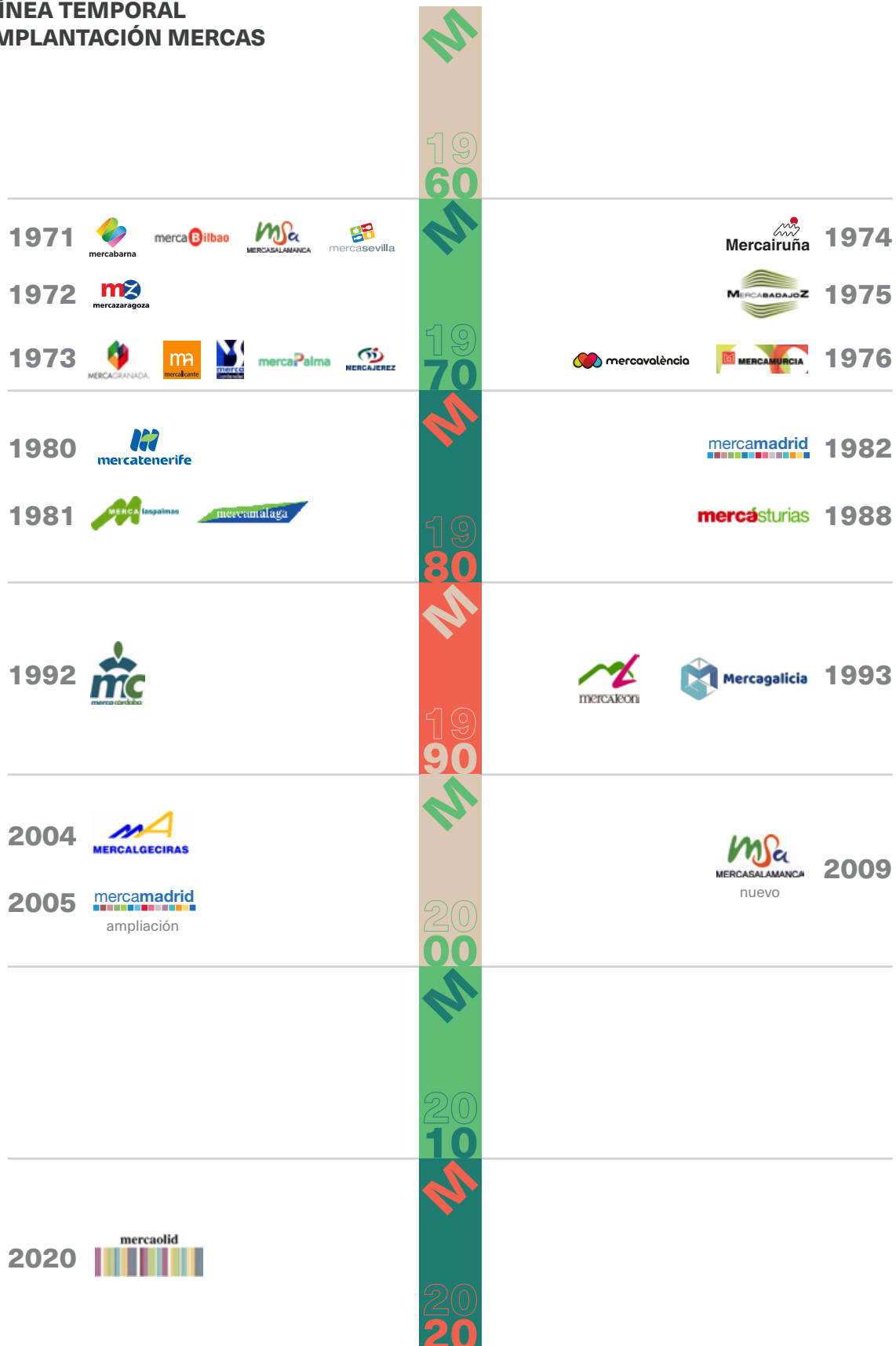
## ESTRUCTURA DE LA RED DE MERCAS: SERVICIOS PRINCIPALES

MERCAS	MERCADO FRUTAS Y HORTALIZAS	MERCADO PESCADOS	MATADEROS Y COMPLEJOS CÁRNICOS	FLORES
MERCALGECIRAS		<input checked="" type="checkbox"/>		
MERCALICANTE	<input checked="" type="checkbox"/>			
MERCASTURIAS	<input checked="" type="checkbox"/>			
MERCABADAJEZ	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	
MERCABARNA	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>		<input checked="" type="checkbox"/>
MERCABILBAO	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>		
MERCACÓRDOBA	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>		
MERCAGALICIA	<input checked="" type="checkbox"/>			
MERCAGRANADA	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>		
MERCAIRUÑA	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>		
MERCAJEREZ	<input checked="" type="checkbox"/>			
MERCALASPALMAS	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>		
MERCALEÓN	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	
MERCAMADRID	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	
MERCAMÁLAGA	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>		
MERCAMURCIA	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
MERCAOLID	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>		
MERCAPALMA	<input checked="" type="checkbox"/>		<input checked="" type="checkbox"/>	
MERCASALAMANCA	<input checked="" type="checkbox"/>			
MERCASANTANDER	<input checked="" type="checkbox"/>			
MERCASEVILLA	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	
MERCATENERIFE	<input checked="" type="checkbox"/>			
MERCAVALÈNCIA	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
MERCAZARAGOZA	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	
<b>TOTAL MERCAS</b>	<b>23</b>	<b>16</b>	<b>8</b>	<b>3</b>

### SUPERFICIES, NÚMERO DE EMPRESAS

	SUPERFICIE M <sup>2</sup>				EMPRESAS MERCAS
	TOTAL	TOTAL MERCADOS	ZAC	OTROS	
MERCABADAJOZ	59.611,25	3.196,26	24.705,79	31.709,20	51,00
MERCABARNA	1.077.979,93	125.253,00	528.511,72	424.215,21	555,00
MERCABILBAO	133.999,00	29.380,00	12.507,00	92.112,00	149,00
MERCACÓRDOBA	86.603,00	14.277,00	20.686,00	51.640,00	43,00
MERCAGALICIA	63.000,00	8.638,00	38.428,00	15.934,00	8,00
MERCAGRANADA	223.615,00	11.370,00	92.842,00	119.403,00	110,00
MERCAIRUÑA	168.000,00	11.000,00	114.304,00	42.696,00	27,00
MERCAJEREZ	55.177,80	6.058,00	17.438,80	31.681,00	85,00
MERCALASPALMAS	300.711,58	27.069,00	45.546,00	228.096,58	217,00
MERCALEÓN	38.376,00	5.434,58	5.315,40	27.626,02	21,00
MERCALGECIRAS	31.000,00	1.219,00	16.575,00	13.206,00	13,00
MERCALICANTE	154.636,00	5.910,00	62.001,00	86.725,00	106,00
MERCAMADRID	2.210.372,44	141.944,17	868.029,50	1.200.398,77	404,00
MERCAMÁLAGA	229.628,06	37.878,70	41.795,00	149.954,36	88,00
MERCAMURCIA	300.958,00	21.677,00	134.332,00	144.949,00	154,00
MERCAOLID	116.544,00	17.440,00	25.005,00	74.099,00	92,00
MERCAPALMA	373.414,00	38.532,00	213.575,00	121.307,00	77,00
MERCASALAMANCA	168.092,20	19.042,20	82.053,00	66.997,00	53,00
MERCASANTANDER	176.607,00	3.480,00	100.415,00	72.712,00	89,00
MERCASEVILLA	330.558,00	51.757,00	95.237,00	183.564,00	157,00
MERCASTURIAS	112.528,00	6.275,00	43.327,00	62.926,00	29,00
MERCATENERIFE	186.122,00	24.800,00	44.459,00	116.863,00	322,00
MERCAVALÈNCIA	485.163,00	62.861,00	123.611,00	298.691,00	192,00
MERCAZARAGOZA	792.954,00	36.146,00	536.580,00	220.228,00	134,00
<b>TOTAL RED</b>	<b>7.875.650,26</b>	<b>710.637,91</b>	<b>3.287.279,21</b>	<b>3.877.733,14</b>	<b>3.176,00</b>

LÍNEA TEMPORAL  
IMPLANTACIÓN MERCAS



## 6.2

# Comercialización mayorista de la Red de Mercas

En el año 2025, la actividad comercial mayorista desarrollada en las 24 unidades alimentarias que integran la Red de Mercas alcanzó un valor total superior a 24.960 millones de euros, lo que representa el 1,48% del PIB nacional. Este volumen económico corresponde a la comercialización de más de 9 millones de toneladas de alimentos, principalmente productos perecederos como frutas, hortalizas, pescados y carnes.

Estas cifras incluyen la actividad generada en los Mercados Mayoristas de Frutas y Hortalizas, Pescados, Mataderos y Complejos Cárnicos, así como de las empresas operativas de las Zonas de Actividades Complementarias (ZAC) y áreas de Distribución de cada merca.

El tratamiento estadístico de la información comercial forma parte del servicio público que Mercasa presta al conjunto de la cadena alimentaria. Este proceso proporciona datos relevantes para la planificación, la transparencia de los mercados y la toma de decisiones estratégicas, constituyendo una herramienta fundamental para la gestión empresarial.

Los sistemas de información de Mercasa y de las Mercas permiten registrar la actividad comercial de todas las áreas que integran cada Parque Alimentario-Mercados Mayoristas, ZAC y Zonas de Distribución- mediante modelos y formatos armonizados, adaptados a las

nuevas dinámicas de demanda y distribución. Esta integración facilita una interacción más ágil, eficiente y homogénea con los diferentes operadores de la cadena.

Desde el punto de vista operativo, la continua actualización de las estrategias de negocio ha permitido mantener plenamente vigente un proyecto con 60 años de trayectoria, como reflejan los crecientes volúmenes de comercialización y cuotas de mercado. Todo ello consolida a la Red de Mercas como un referente nacional e internacional dentro de la cadena de distribución alimentaria.

La actividad en la Red de Mercas en 2025 dejó una estampa muy representativa del pulso alimentario del país.

En el ámbito de frutas y hortalizas, los mercados mayoristas volvieron a mostrar su fortaleza: 6,8 millones de toneladas de productos frescos circularon por sus pasillos, dando lugar a un valor comercial que superó los 10.800 millones de euros. A diario, miles de operadores hicieron posible que ese inmenso caudal de fruta y verdura llegara, con la frescura intacta, a comercios, restaurantes, instituciones y hogares.

El sector de los productos pesqueros mantuvo igualmente una dinámica sólida con alrededor de 600.000 toneladas comercializadas. La ma-

yor parte, un 63%, correspondió a pescado y marisco fresco, demostrando la relevancia de las lonjas y plataformas logísticas que abastecen a las mercas. El resto, un 37%, fueron productos congelados y preparados que amplían la oferta disponible. El conjunto alcanzó un valor estimado de 5.600 millones de euros, testimonio del peso de esta categoría en la dieta y el comercio de alimentos en España.

En el ámbito cárnico, la actividad destacó de manera especial. La Red canalizó 1.280.600 toneladas de carnes, un crecimiento del 6% respecto al ejercicio anterior. Esta evolución no solo refleja la consolidación del sector, sino también la capacidad de adaptación de los complejos cárnicos y mataderos integrados en las mercas. El valor económico superó así los 7.300 millones de euros.

Finalmente, las transacciones de otros productos alimentarios sumaron casi 417.000 toneladas, con una facturación próxima a los 1.150 millones de euros. Una oferta que complementa y enriquece la actividad principal de las mercas, aportando versatilidad y capacidad de respuesta a las nuevas demandas del mercado.

El recorrido de los alimentos que llegan a las mercas habla también del territorio, de sus productores y de la estrecha relación entre origen y consumo.

En 2025, la mayor parte de la oferta comercializada tuvo su raíz en el propio país: el 72% de las frutas y verduras, el 60% de los pescados y mariscos, y el 77% de las carnes procedieron de producciones nacionales.

Estos porcentajes reflejan no solo la riqueza agrícola, ganadera y pesquera de España, sino también la función que desempeñan las mercas como puentes entre el campo, el mar y la mesa. Gracias a ellas, explotaciones familiares, cooperativas, acuicultores, ganaderos y pescadores encuentran un canal robusto y eficiente para hacer llegar sus productos a millones de personas.

En esta relación directa entre territorio y mercado, adquieren especial relevancia los espacios específicos destinados a facilitar la comercialización directa por parte de los agricultores. Durante 2025, estos productores canalizaron a través de las mercas cerca de 66.300 toneladas, principalmente de hortalizas y patatas, en aquellas unidades alimentarias donde estos espacios se encuentran plenamente activos. Este flujo constante y homogéneo de producto evidencia la profunda integración del agricultor en el ecosistema comercial de las mercas, reforzando su papel como eslabón imprescindible en la estructura de abastecimiento alimentario del país.

## 6.3 Cuotas de mercado

Los volúmenes comercializados durante el ejercicio 2025 generan una significativa cuota de mercado de la Red de Mercas —entendida como la parte del consumo total comercializado por las empresas mayoristas implantadas en las Unidades Alimentarias—. Sumando todos los servicios (Mercados y ZAC), se estima que la Red de Mercas distribuye aproximadamente el 80% del total de frutas y hortalizas

consumidas en España (incluyendo el consumo en el hogar y el consumo extradoméstico), así como el 55% del pescado y marisco y el 60% de las carnes, excluyendo los productos cárnicos transformados. Estos porcentajes ponen de manifiesto el papel estratégico de las Mercas como canal esencial de suministro de productos perecederos en España.

## 6.4 Comercialización por grupos de productos 2025

### VALOR DE LOS PRODUCTOS COMERCIALIZADOS

(Total Mercas\*)

#### VALOR DE LOS PRODUCTOS COMERCIALIZADOS (1)

GRUPO	TOTAL (MILLONES DE EUROS)
FRUTAS, HORTALIZAS Y PATATAS	10.834,5
PESCADOS Y MARISCOS	5.629,5
CARNES	7.346,6
OTROS PROD. ALIMENTACIÓN	1.150,6
<b>TOTAL</b>	<b>24.961,4</b>

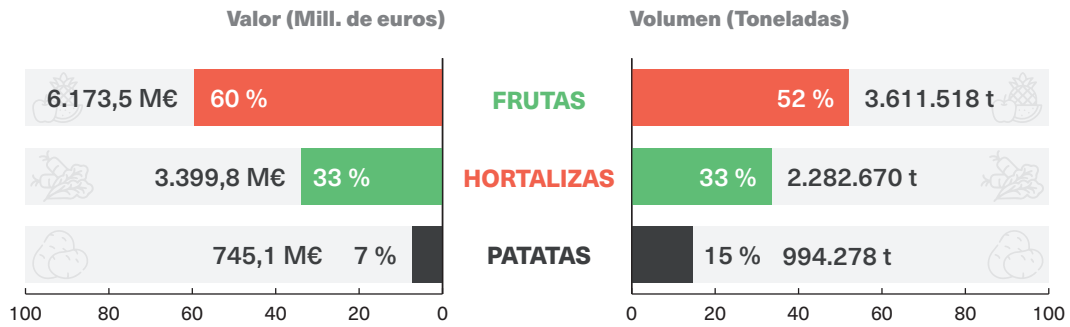
### VOLUMEN DE LOS PRODUCTOS COMERCIALIZADOS

#### VOLUMEN DE LOS PRODUCTOS COMERCIALIZADOS (2)

GRUPO	TONELADAS	
	TOTAL	% S/GRUPO
FRUTAS	3.583.685	53,0
HORTALIZAS	2.178.448	32,2
PATATAS	1.002.029	14,8
<b>TOTAL FRUTAS, HORTALIZAS Y PATATAS*</b>	<b>6.764.162</b>	<b>100,0</b>
PESCADO FRESCO	302.196	50,8
MARISCO FRESCO (incluye Moluscos y Cefalópodos)	72.512	12,2
PESCADO Y MARISCO CONGELADOS	220.750	37,1
<b>TOTAL PESCADO Y MARISCO*</b>	<b>595.458</b>	<b>100,0</b>
TOTAL CARNES	1.280.655	100,0
OTROS PRODUCTOS DE ALIMENTACIÓN	416.896	100,0
<b>TOTAL TONELADAS</b>	<b>9.057.171</b>	

(\*) Mercados, Mataderos, Mercados Mayoristas de la Carne + ZAC + Distribución

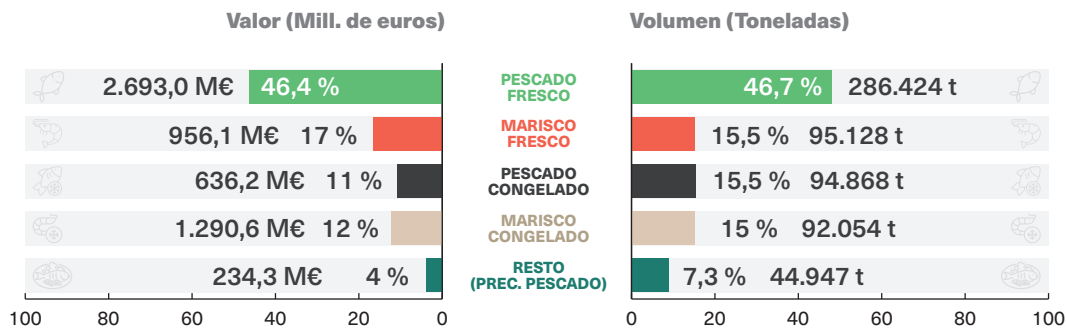
# FRUTAS Y HORTALIZAS



VALOR	Mill. €	%	VOLUMEN	tm.	%
FRUTAS	6.503,7	60,0	FRUTAS	3.583.685	53,0
HORTALIZAS	3.474,2	32,1	HORTALIZAS	2.178.448	32,2
PATATAS	856,5	7,9	PATATAS	1.002.029	14,8
<b>TOTAL</b>	<b>10.834,5</b>	<b>100,0</b>	<b>TOTAL</b>	<b>6.764.162</b>	<b>100,0</b>

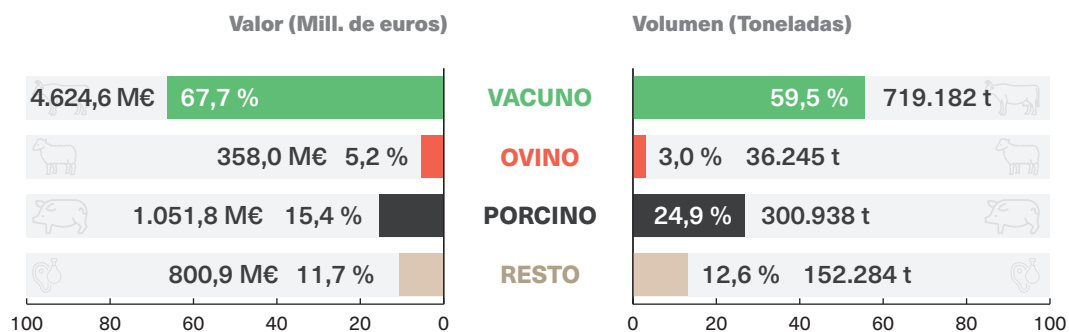


# PESCADOS



VALOR	Mill. €	%	VOLUMEN	tm.	%
PESCADO FRESCO	2.601,4	46,2	PESCADO FRESCO	302.196	50,8
MARISCO FRESCO	934,1	16,6	MARISCO FRESCO	72.512	12,2
PESCADO CONGELADO	608,1	10,8	PESCADO CONGELADO	92.478	15,5
MARISCO CONGELADO	1.265,6	22,5	MARISCO CONGELADO	82.402	13,8
RESTO (prec pescado)	220,4	3,9	RESTO (prec pescado)	45.870	7,7
<b>TOTAL</b>	<b>5.629,5</b>	<b>100,0</b>	<b>TOTAL</b>	<b>595.458</b>	<b>100,0</b>

# CARNES



VALOR	Mill. €	%	VOLUMEN	tm.	%
VACUNO	5.592,3	76,1	VACUNO	784.825	61,3
OVINO	323,7	4,4	OVINO	39.758	3,1
PORCINO	779,8	10,6	PORCINO	306.933	24,0
RESTO	650,8	8,9	RESTO	149.139	11,6
<b>TOTAL</b>	<b>7.346,6</b>	<b>100,0</b>	<b>TOTAL</b>	<b>1.280.655</b>	<b>100,0</b>

(\*) Mercados, Mataderos, Mercados Mayoristas de la Carne + ZAC + Distribución

## VOLUMEN COMERCIALIZACIÓN POR GRUPOS DE PRODUCTOS/ 2025

### Mercados, Mataderos, Mercados Mayoristas de la Carne + ZAC + Distribución

MERCAS	FRUTAS Y HORTALIZAS		PESCADOS		CARNES		OTROS ALIM.		TOTAL	
	Toneladas	%	Toneladas	%	Toneladas	%	Toneladas	%	Toneladas	%
MERCALGECIRAS	-	-	1.376	0,2	-	-	-	-	1.376	0,0
MERCALICANTE	105.224	1,6	843	0,1	2.715	0,2	-	-	108.782	1,2
MERCASTURIAS	48.390	0,7	1.274	0,2	-	-	-	-	49.665	0,5
MERCABADAJEZ	789	0,0	239	0,0	1.177	0,1	-	-	2.206	0,0
MERCABARNA	2.245.545	33,2	185.746	31,2	26.789	2,1	28.685	6,9	2.486.766	27,5
MERCABILBAO	233.924	3,5	20.370	3,4	-	-	-	-	254.295	2,8
MERCACÓRDOBA	41.781	0,6	4.756	0,8	399	0,0	-	-	46.937	0,5
MERCAGALICIA	5.667	0,1	-	-	-	-	-	-	5.667	0,1
MERCAGRANADA	134.844	2,0	12.058	2,0	-	-	-	-	146.901	1,6
MERCAIRUÑA	12.580	0,2	1.920	0,3	-	-	-	-	14.500	0,2
MERCAJEREZ	27.814	0,4	154	0,0	1.983	0,2	-	-	29.951	0,3
MERCALASPALMAS	152.448	2,3	2.490	0,4	2.541	0,2	-	-	157.479	1,7
MERCALEÓN	15.486	0,2	605	0,1	3.187	0,2	30	0,0	19.308	0,2
MERCAMADRID	2.086.406	30,8	175.943	29,5	1.012.032	79,1	377.091	90,5	3.651.472	40,3
MERCAMÁLAGA	266.218	3,9	32.475	5,5	49.594	3,9	-	-	348.287	3,8
MERCAMURCIA	131.845	1,9	28.722	4,8	14.018	1,1	-	-	174.585	1,9
MERCAOLID	124.419	1,8	16.966	2,8	22.151	1,7	5.450	1,3	168.985	1,9
MERCAPALMA	164.687	2,4	7.246	1,2	19.582	1,5	-	-	191.515	2,1
MERCASALAMANCA	33.950	0,5	-	-	-	-	-	-	33.950	0,4
MERCASANTANDER	23.658	0,3	-	-	-	-	-	-	23.658	0,3
MERCASEVILLA	441.448	6,5	15.016	2,5	15.290	1,2	3.078	0,7	474.832	5,2
MERCATENERIFE	80.780	1,2	-	-	-	-	-	-	80.780	0,9
MERCAVALÈNCIA	181.631	2,7	61.787	10,4	79.668	6,2	-	-	323.086	3,6
MERCAZARAGOZA	204.625	3,0	25.471	4,3	29.529	2,3	2.562	0,6	262.187	2,9
<b>TOTAL RED</b>	<b>6.764.162</b>	<b>100,0</b>	<b>595.458</b>	<b>100,0</b>	<b>1.280.655</b>	<b>100,0</b>	<b>416.896</b>	<b>100,0</b>	<b>9.057.171</b>	<b>100,0</b>

### VALOR DE LA COMERCIALIZACIÓN POR GRUPOS DE PRODUCTOS/ 2025

#### Mercados, Mataderos, Mercados Mayoristas de la Carne + ZAC + Distribución

MERCAS	FRUTAS Y HORTALIZAS		PESCADOS		CARNES		OTROS ALIM.		TOTAL	
	Mill €	%	Mill €	%	Mill €	%	Mill €	%	Mill. €	%
MERCALGECIRAS	-	-	11,2	0,2	-	-	-	-	11,2	0,0
MERCALICANTE	173,6	1,6	7,6	0,1	15,4	0,2	-	-	196,6	0,8
MERCASTURIAS	79,4	0,7	11,5	0,2	-	-	-	-	90,9	0,4
MERCABADAJEZ	1,0	0,0	1,4	0,0	7,9	0,1	-	-	10,2	0,0
MERCABARNA	3.188,7	29,4	1.868,6	33,2	151,6	2,1	79,2	6,9	5.288,1	21,2
MERCABILBAO	381,3	3,5	192,9	3,4	-	-	-	-	574,2	2,3
MERCACÓRDOBA	56,4	0,5	28,6	0,5	2,3	0,0	-	-	87,3	0,3
MERCAGALICIA	10,0	0,1	-	-	-	-	-	-	10,0	0,0
MERCAGRANADA	195,5	1,8	70,2	1,2	-	-	-	-	265,7	1,1
MERCAIRUÑA	26,2	0,2	20,8	0,4	-	-	-	-	46,9	0,2
MERCAJEREZ	39,2	0,4	1,4	0,0	11,2	0,2	-	-	51,8	0,2
MERCALASPALMAS	271,4	2,5	16,4	0,3	14,4	0,2	-	-	302,2	1,2
MERCALEÓN	28,2	0,3	4,7	0,1	18,0	0,2	0,1	0,0	51,0	0,2
MERCAMADRID	3.901,6	36,0	1.768,2	31,4	6.062,1	82,6	1.040,8	90,5	12.772,6	51,2
MERCAMÁLAGA	447,2	4,1	213,4	3,8	280,7	3,8	-	-	941,3	3,8
MERCAMURCIA	207,0	1,9	333,5	5,9	68,0	0,9	-	-	608,4	2,4
MERCAOLID	181,7	1,7	119,8	2,1	125,4	1,7	15,0	1,3	441,8	1,8
MERCAPALMA	247,0	2,3	65,4	1,2	110,8	1,5	-	-	423,2	1,7
MERCASALAMANCA	49,6	0,5	-	-	-	-	-	-	49,6	0,2
MERCASANTANDER	30,8	0,3	-	-	-	-	-	-	30,8	0,1
MERCASEVILLA	662,2	6,1	112,0	2,0	86,5	1,2	8,5	0,7	869,2	3,5
MERCATENERIFE	144,6	1,3	-	-	-	-	-	-	144,6	0,6
MERCAVALÈNCIA	254,3	2,3	566,6	10,1	235,8	3,2	-	-	1.056,7	4,2
MERCAZARAGOZA	257,8	2,4	215,5	3,8	156,5	2,1	7,1	0,6	636,9	2,6
<b>TOTAL RED</b>	<b>10.834,5</b>	<b>100,0</b>	<b>5.629,5</b>	<b>100,0</b>	<b>7.346,6</b>	<b>100,0</b>	<b>1.150,6</b>	<b>100,0</b>	<b>24.961,3</b>	<b>100,0</b>

## RED DE MERCAS COMERCIALIZACIÓN DE FRUTAS Y HORTALIZAS 2025

### FRUTAS

TROPICALES, EXÓTICAS	34%
PLÁTANO	21%
KIWI	3%
PIÑA	3%
AGUACATE	3%
MANGO	2%
OTROS	2%

CÍTRICOS	23%
NARANJA	15%
MANDARINA	4%
LIMÓN	3%
OTROS	1%

SEMILLA, PEPITA	17%
MANZANA	9%
PERA	5%
UVA	3%
OTROS	-

CURCUBITÁCEAS	12%
SANDÍA	6%
MELÓN	6%

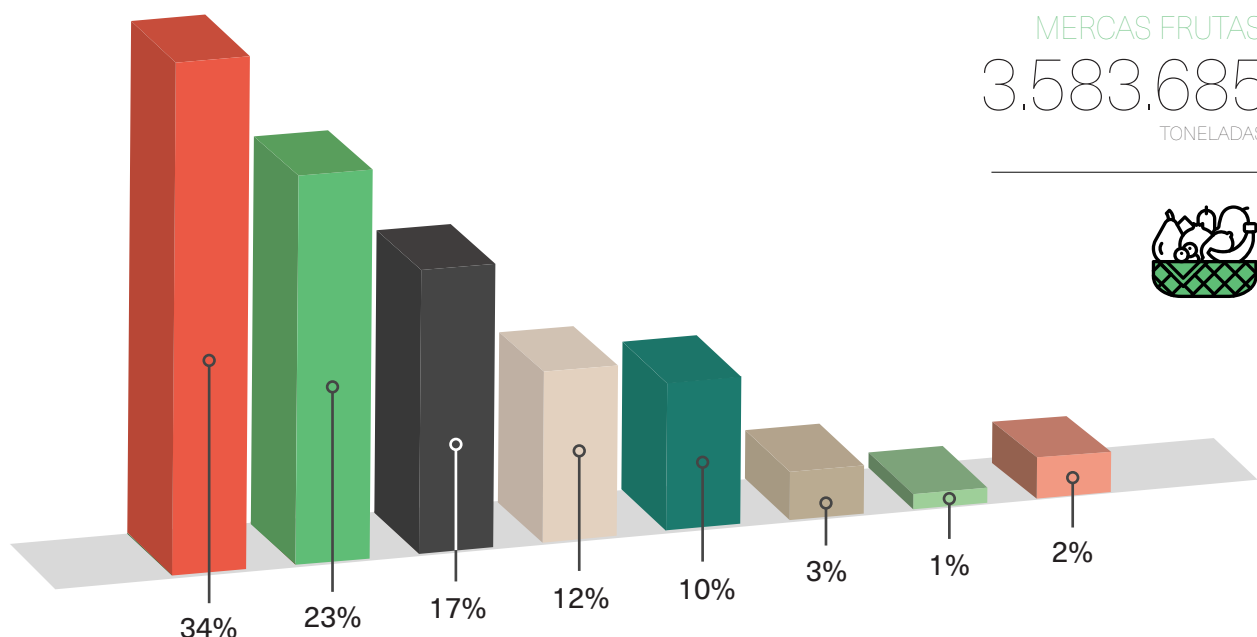
HUESO	10%
MELOCOTÓN	4%
NECTARINA	2%
CIRUELA	1%
CEREZA Y PICOTA	1%
ALBARICOQUE	1%
PARAGUAYO	1%

PEQUEÑAS, BERRIES	3%
FRESÓN-FRESA	3%

\*APARTE ALGUNAS CANTIDADES DE FRAMBUESA, MORA, GROSELLA...

FRUTOS SECOS	1%
CASTAÑA, NUEZ, DÁTIL, CACAHUETE, ALMENDRA, PISTACHO, AVELLANA...	-

OTRAS FRUTAS	2%
--------------	----



## HORTALIZAS Y PATATAS

<b>PATATAS</b>	<b>32%</b>
----------------	------------

<b>FRUTO</b>	<b>32%</b>
--------------	------------

TOMATE	18%
PIMIENTO	6%
CALABACÍN	3%
PEPINO	2%
BERENJENA	2%
OTROS	1%

<b>BULBO</b>	<b>12%</b>
--------------	------------

CEBOLLA	8%
PUERRO	1%
AJO	1%
CEBOLLETA	2%

<b>HOJA</b>	<b>10%</b>
-------------	------------

LECHUGA	7%
COLES	1%
OTROS	2%

<b>RAÍZ</b>	<b>4%</b>
-------------	-----------

ZANAHORIA	4%
OTROS	-

<b>INFLORESCENCIA</b>	<b>3%</b>
-----------------------	-----------

COLIFLOR	1%
ALCACHOFA	1%
BRÓCOLI	1%

<b>LEGUMINOSA, SEMILLA</b>	<b>2%</b>
----------------------------	-----------

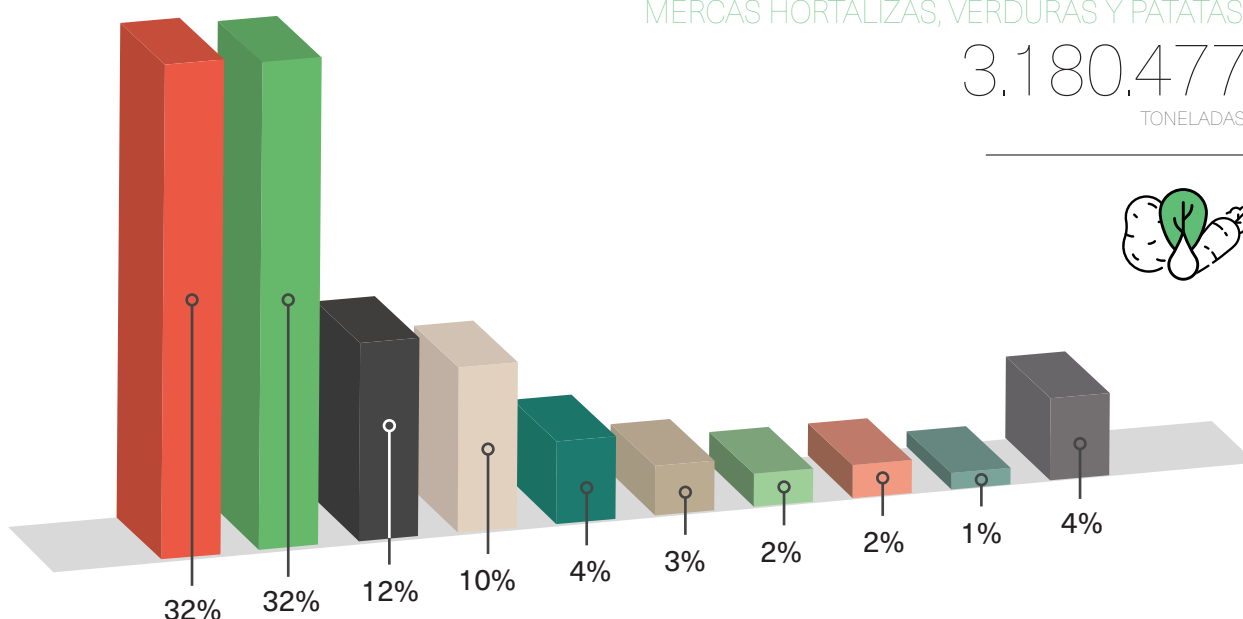
JUDÍA VERDE	2%
OTROS	-

<b>CHAMPIÑÓN, OTRAS SETAS</b>	<b>2%</b>
-------------------------------	-----------

<b>TALLO</b>	<b>1%</b>
--------------	-----------

ESPÁRRAGO	1%
-----------	----

<b>OTRAS VERDURAS Y HORTALIZAS</b>	<b>4%</b>
------------------------------------	-----------



## FRUTAS Y HORTALIZAS COMERCIALIZADAS POR LOS PRODUCTORES 2025

MERCAS		% S/ TOTAL
MERCALICANTE	1.175	1,6
MERCASTURIAS	126	0,2
MERCABADAJOZ	279	0,4
MERCABARNA	8.626	16,7
MERCABILBAO	213	0,3
MERCAIRUÑA	70	0,1
MERCALASPALMAS	2.968	4,1
MERCALEÓN	472	0,8

MERCAS		% S/ TOTAL
MERCAMURCIA	108	0,3
MERCAPALMA	2.539	2,6
MERCASALAMANCA	264	0,4
MERCASANTANDER	93	0,2
MERCATENERIFE	22.472	33,1
MERCAVALÈNCIA	26.227	38,1
MERCAZARAGOZA	662	1,2
<b>TOTAL</b>	66.294	<b>100,0</b>



## COMERCIALIZACIÓN DE PRODUCTOS PESQUEROS FRESCOS 2025

### PRODUCTOS MÁS REPRESENTATIVOS

<b>PESCADO BLANCO</b>	<b>38%</b>
MERLUZA	9%
PESCADILLA	3%
DORADA	5%
LUBINA	6%
BACALADILLA	3%
RAPE	2%
GALLO	2%
BACALAO	2%
LENGUADO	1%
RODABALLO	1%
OTROS	4%

<b>PESCADO AZUL</b>	<b>39%</b>
BOQUERÓN	8%
SALMÓN	15%
SARDINA	5%
TÚNIDOS	6%
JUREL	2%
P. ESPADA	0%
CABALLA	1%
OTROS	2%

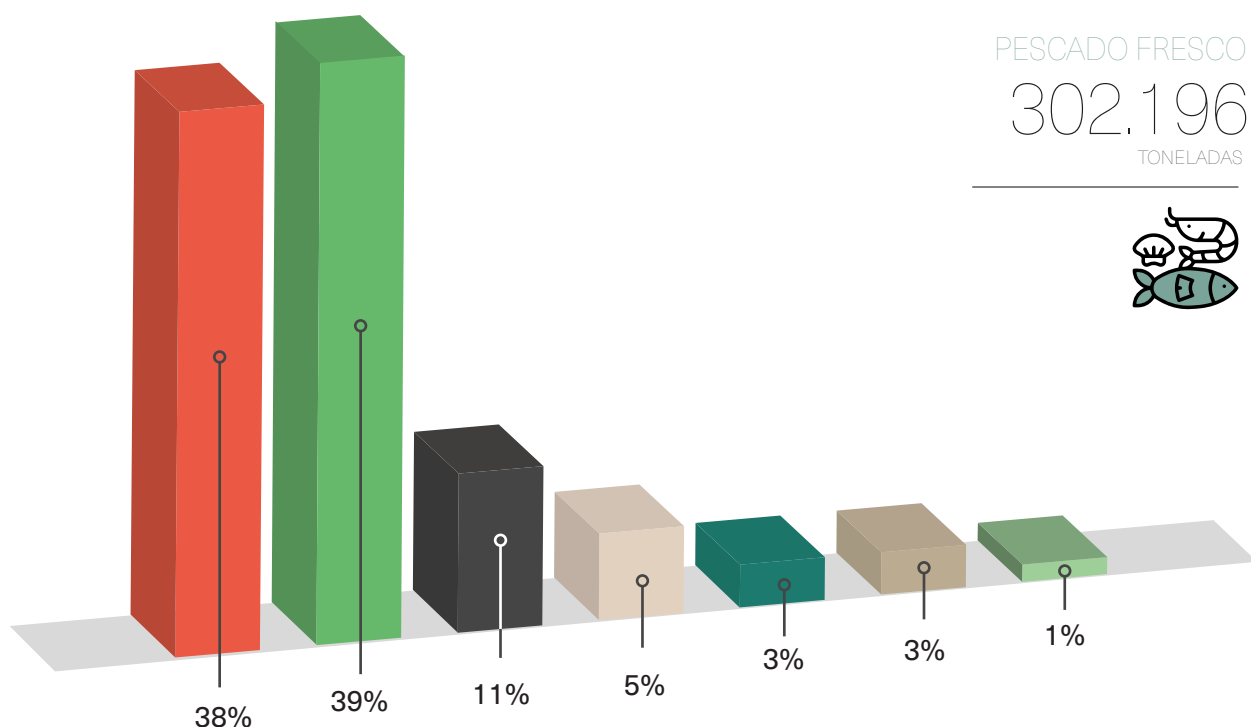
<b>MOLUSCOS, BIVALVOS, CONCHA</b>	<b>11%</b>
MEJILLÓN	7%
CHIRLA	2%
ALMEJA	1%
OTROS	1%

<b>MOLUSCOS CEFALÓPODOS</b>	<b>5%</b>
CALAMAR	2%
SEPIA	2%
OTROS	1%

<b>CRUSTÁCEOS</b>	<b>3%</b>
GAMBA	1%
CIGALA, LANGOSTINO, NÉCORA	1%
OTROS	1%

<b>OTROS PESCADOS FRESCOS</b>	<b>3%</b>
-------------------------------	-----------

<b>OTROS MARISCOS FRESCOS</b>	<b>1%</b>
-------------------------------	-----------



## COMERCIALIZACIÓN DE PRODUCTOS PESQUEROS CONGELADOS 2025

### PRODUCTOS MÁS REPRESENTATIVOS

<b>PESCADO BLANCO</b>	<b>29%</b>
MERLUZA	14%
PESCADILLA	4%
LENGUADO	3%
BACALAO	2%
RAPE	2%
ROSADA	2%
OTROS	2%

<b>MOLUSCOS CEFALÓPODOS</b>	<b>22%</b>
CALAMAR	14%
SEPIA	5%
PULPO	2%
OTROS	1%

<b>CRUSTÁCEOS</b>	<b>14%</b>
LANGOSTINO	6%
GAMBA	6%
CIGALA	1%
OTROS	1%

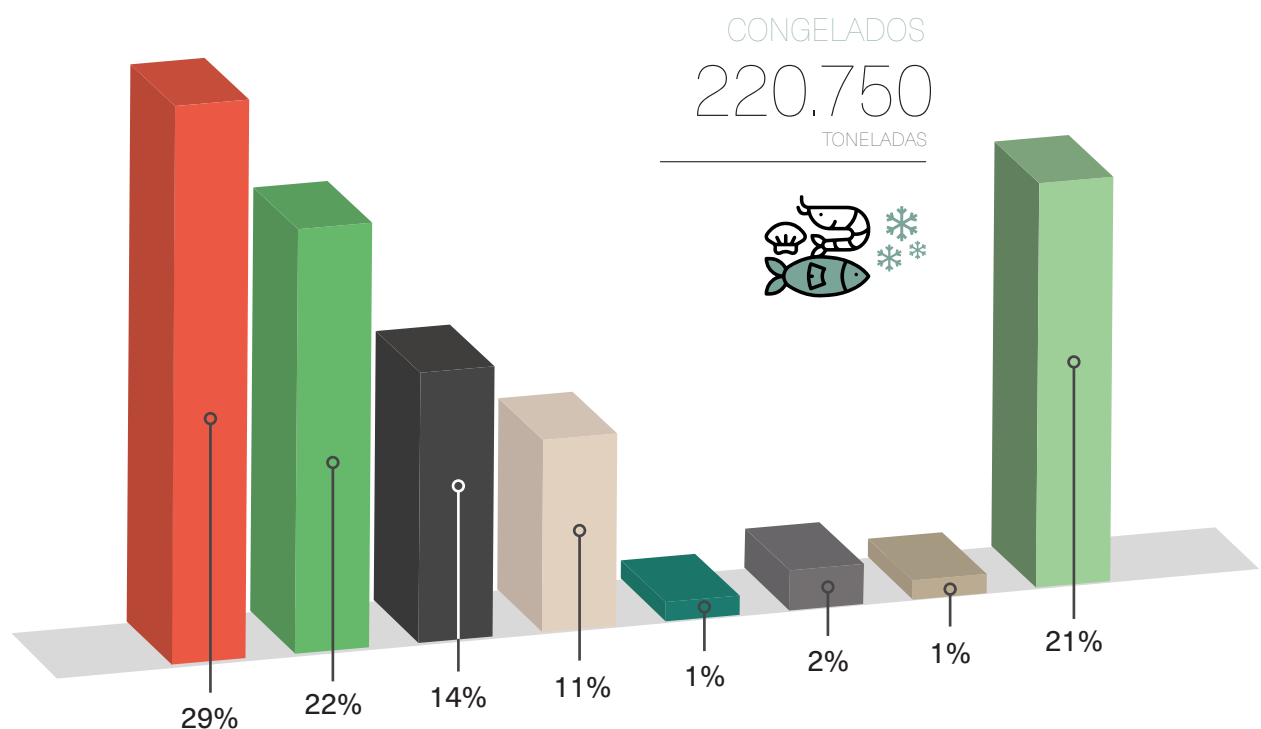
<b>PESCADO AZUL</b>	<b>11%</b>
PEZ ESPADA	3%
TIBURÓN	1%
TÚNIDOS	2%
SALMÓN	3%
OTROS	2%

<b>MOLUSCOS BIVALVOS, CONCHA</b>	<b>1%</b>
----------------------------------	-----------

<b>OTROS PESCADOS CONGELADOS</b>	<b>2%</b>
----------------------------------	-----------

<b>OTROS MARISCOS, MOLUSCOS, CRUSTÁCEOS CONGELADOS</b>	<b>1%</b>
--	-----------

<b>OTROS PRODUCTOS CONGELADOS (PRECOCINADOS)</b>	<b>21%</b>
--	------------



## COMERCIALIZACIÓN DE CARNES 2025

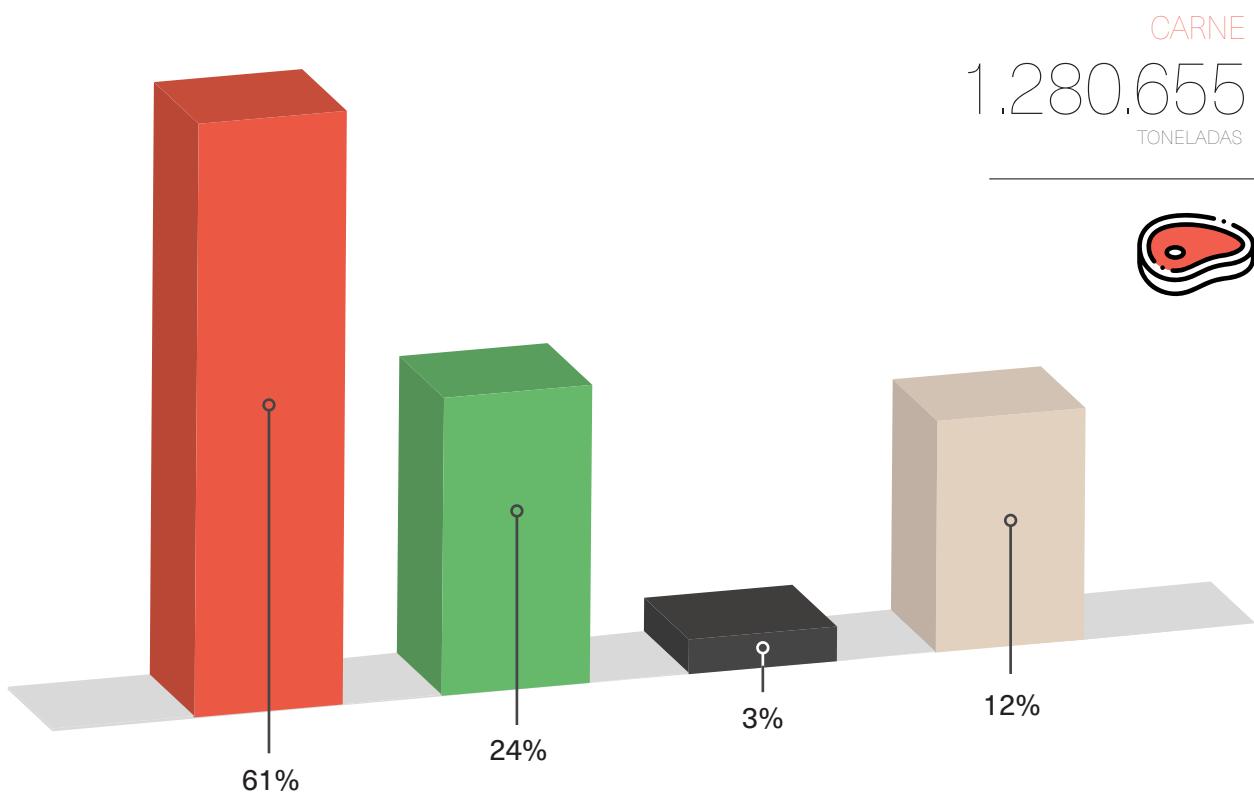
### PRODUCTOS MÁS REPRESENTATIVOS

<b>VACUNO</b>	<b>61%</b>
CANAL	89%
DESPIECE	11%

<b>OVINO</b>	<b>3%</b>
RECENTAL	95%
LECHAL	5%

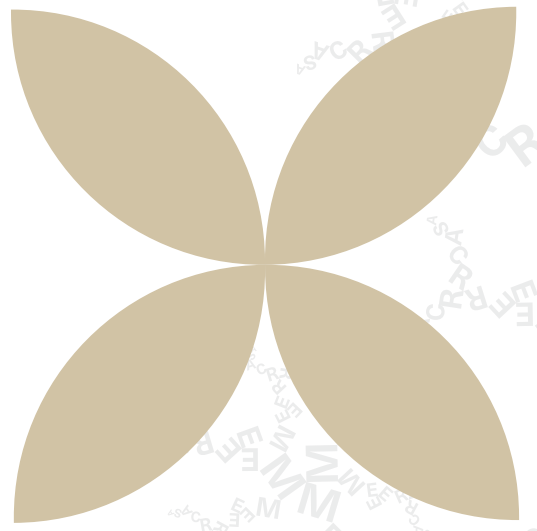
<b>PORCINO</b>	<b>24%</b>
CANAL	65%
DESPIECE	35%

<b>RESTO</b>	<b>12%</b>
AVÍCOLA	63%
CARNE CONGELADA	22%
CASQUERÍA Y OTROS	15%

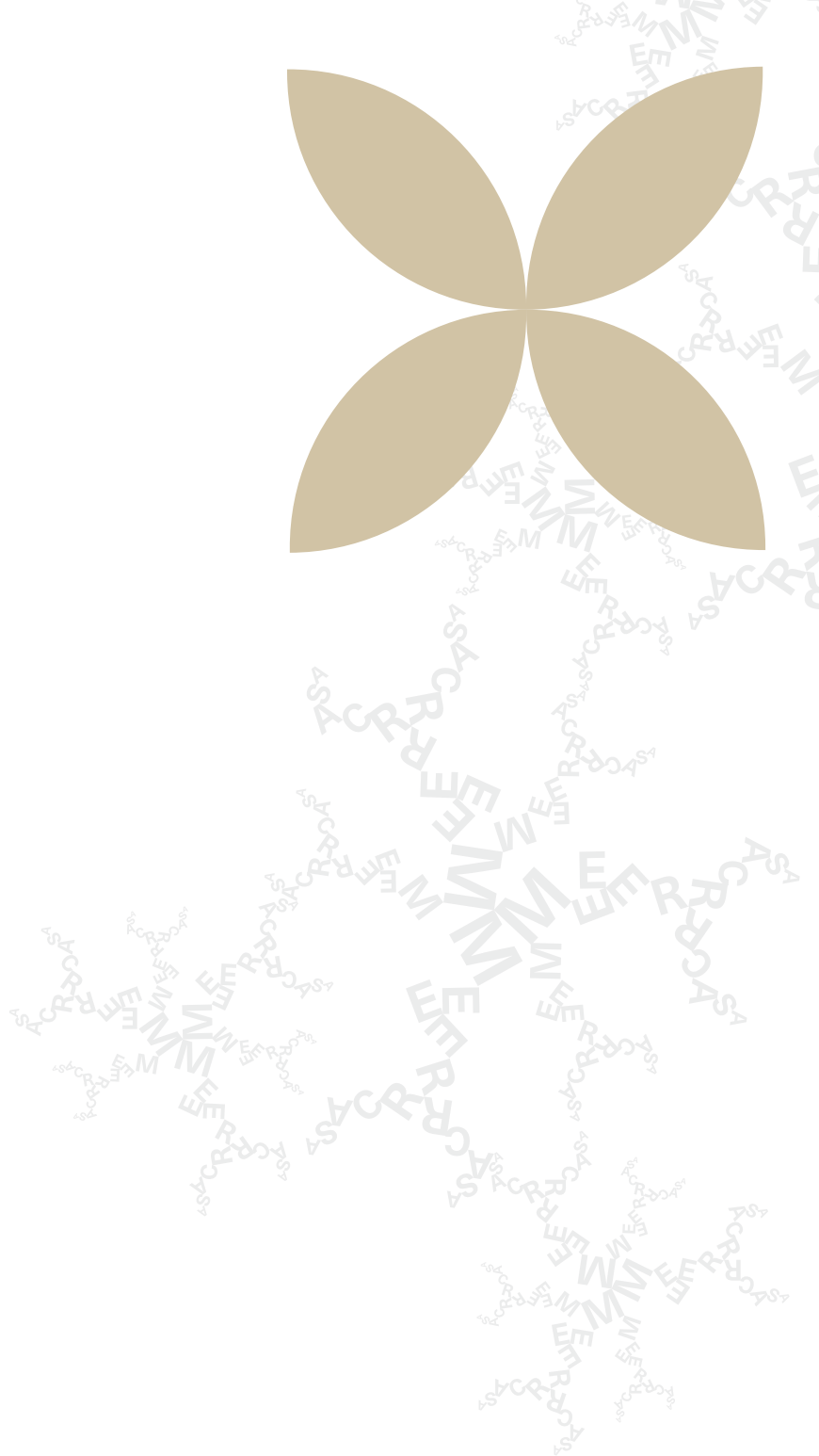


## COMERCIALIZACIÓN

		Volumen total de comercialización		Valor total de la comercialización	
		tm	%	Mill. €	%
	Mercalgeciras	1.376	0,0	11,2	0,0
	Mercalicante	108.782	1,2	196,6	0,8
	Mercasturias	49.665	0,5	90,9	0,4
	Mercabadajoz	2.206	0,0	10,2	0,0
	Mercabarna	2.486.766	27,5	5.288,1	21,2
	Mercabilbao	254.295	2,8	574,2	2,3
	Mercacórdoba	46.937	0,5	87,3	0,3
	Mercagalicia	5.667	0,1	10,0	0,0
	Mercagranada	146.901	1,6	265,7	1,1
	Mercairuña	14.500	0,2	46,9	0,2
	Mercajerez	29.951	0,3	51,8	0,2
	Mercalaspalmas	157.479	1,7	302,2	1,2
	Mercaleón	19.308	0,2	51,0	0,2
	Mercamadrid	3.651.472	40,3	12.772,6	51,2
	Mercamálaga	348.287	3,8	941,3	3,8
	Mercamurcia	174.585	1,9	608,4	2,4
	Mercaolid	168.985	1,9	441,8	1,8
	Mercapalma	191.515	2,1	423,2	1,7
	Mercasalamanca	33.950	0,4	49,6	0,2
	Mercasantander	23.658	0,3	30,8	0,1
	Mercasevilla	474.832	5,2	869,2	3,5
	Mercatenerife	80.780	0,9	144,6	0,6
	Mercavalencia	323.086	3,6	1.056,7	4,2
	Mercazaragoza	262.187	2,9	636,9	2,6
<b>Total</b>		<b>9.057.171</b>	<b>100,0</b>	<b>24.961,3</b>	<b>100,0</b>



07



*Red de  
Centros  
Comerciales*

La sostenibilidad y la eficiencia energética constituyen hoy ejes estratégicos del enfoque ESG en la gestión de la Red de Centros Comerciales de Mercasa, al contribuir de forma directa a la reducción del impacto ambiental, la mejora de la eficiencia operativa y la creación de valor a largo plazo. Este posicionamiento responde tanto a un entorno regulatorio cada vez más exigente como a las expectativas de los grupos de interés en materia de gestión responsable, resiliencia de los activos y uso eficiente de los recursos.

En este marco, Mercasa impulsa un modelo de gestión que integra de manera transversal criterios ambientales, sociales y de buen gobierno, promoviendo la modernización de las infraestructuras, la optimización del consumo energético y la incorporación progresiva de soluciones basadas en energías renovables. Las actuaciones desarrolladas contribuyen a reforzar la sostenibilidad económica y ambiental de los centros, mejorar el confort y la seguridad de usuarios y operadores y consolidar el posicionamiento competitivo de la Red en el medio y largo plazo.

La Red Comercial de Mercasa está integrada por ocho Centros Comerciales, con una superficie bruta alquilable (SBA) total de 68.502 m<sup>2</sup>, y tres Naves Logísticas que suman 39.949 m<sup>2</sup> de superficie construida, ubicadas en Mercagalicia, Mercamadrid y Mercapalma. En conjunto, estos activos han generado en el ejercicio 2025 un resultado de explotación de 3,2 millones de euros, correspondiendo 2,0 millones de euros a los Centros Comerciales y 1,2 millones de euros a las Naves Logísticas.

El Plan Estratégico de Mercasa contempla la optimización de la Red de Centros Comerciales mediante el análisis individualizado de

la viabilidad y rentabilidad de cada activo. En este contexto, se elaboró el Plan de Viabilidad del Centro Comercial Getafe-3, con el objetivo de acometer su reposicionamiento a través de una reforma integral alineada con las tendencias actuales del mercado. Asimismo, en el Centro Comercial La Vila se inició un proceso de desinversión mediante su enajenación por subasta pública, tras descartarse la ejecución de una reforma integral.

Durante el ejercicio 2025, se ha continuado desarrollando como línea estratégica prioritaria, el plan de inversiones orientado a la puesta en valor de los Centros Comerciales, ejecutándose actuaciones por un importe total de 665 miles de euros, destinadas tanto a la mejora de las instalaciones como a la optimización de la eficiencia energética, la prestación de servicios y la imagen de los centros.

En términos de ocupación, se ha logrado mantener una tasa media del 75%, alcanzándose la ocupación plena en el Centro Comercial Los Cipreses y situándose en niveles muy próximos a la plena ocupación los centros La Asunción, La Máquina, Opción y La Plaza. La implantación de medianas superficies permitirá previsiblemente la incorporación progresiva de pequeños locales, contribuyendo a mejorar la rentabilidad global de los activos y su equilibrio comercial.

A lo largo del ejercicio, se ha continuado avanzando en la contratación conjunta de servicios y suministros, una herramienta clave para mejorar la eficiencia operativa, reforzar el control económico y optimizar la gestión mediante la agrupación de proveedores. Paralelamente, se ha mantenido un seguimiento continuo de la deuda, reforzando la disciplina financiera y la sostenibilidad económica de la Red.

## 7.1 Principales actuaciones

Con el objetivo de mejorar la gestión de servicios y suministros, durante 2025 se han desarrollado las siguientes contrataciones conjuntas:

- Gestión delegada del mantenimiento, asistencias técnicas y coordinación de obras privativas para todos los centros.
- Consultoría energética para la totalidad de la Red.
- Auditoría técnico-legal de todos los centros comerciales y elaboración de un plan de recomendaciones.
- Suministro e instalación de luminarias en los centros de Arrecife, La Vila, Getafe-3 y Los Cipreses.
- Gestión de la Inspección Técnica de Edificios en Getafe-3 y Los Cipreses.
- Decoración navideña en Arrecife, Getafe-3, La Asunción y La Vila.
- Servicios de seguridad en los centros de La Vila y Getafe-3.

Asimismo, han quedado elaborados los pliegos para su licitación a comienzos de 2026 correspondientes a:

- Servicios de seguridad en Los Cipreses y servicios auxiliares en Getafe-3.
- Servicios de limpieza en Arrecife y Getafe-3.
- Planes de viabilidad de los centros de Arrecife, La Asunción, La Máquina, Opción, Los Cipreses y La Plaza.

### LÍNEA TEMPORAL IMPLANTACIÓN CENTROS

1982



1985



1990



1991



1993



1994



1996



2003



## 7.2

# Actuaciones por centro

### ARRECIFE

Durante el ejercicio 2025, el Centro Comercial Arrecife ha consolidado una tendencia positiva en la comercialización, incrementando su tasa de ocupación del 66,6% en 2024 al 72,4% en 2025. A finales de 2024, se incorporaron nuevos operadores, que ocuparon seis locales previamente vacantes, lo que supuso un aumento de 185,85 m<sup>2</sup> de superficie comercializada, generando ingresos durante todo el ejercicio 2025.

Este avance refuerza la capacidad del activo para atraer y retener inquilinos y maximizar su rentabilidad. Paralelamente se ha licitado la obra de demolición del antiguo mercado, con el objetivo de iniciar los trabajos y avanzar en la implantación de un nuevo espacio comercial de aproximadamente 700 m<sup>2</sup> tras su remodelación.

En materia de inversiones, se ha ejecutado un importe aproximado de 91 mil euros, destacando la instalación de plantas fotovoltaicas, la renovación del Sistema de Protección Contra Incendios y la implantación de luminarias LED, actuaciones orientadas a la mejora de la eficiencia energética, la reducción del consumo eléctrico y el refuerzo de la seguridad de las instalaciones. Estas inversiones evidencian el compromiso de Mercasa con la sostenibilidad, la eficiencia operativa y el bienestar de usuarios y arrendatarios.

### LA ASUNCIÓN

En 2025, el centro alcanzó una ocupación del 72,4% de la superficie comercializable, un resultado especialmente positivo dada la tipología del activo, caracterizado por locales de pequeño tamaño cuya comercialización resulta más compleja.

Las inversiones ejecutadas durante el ejercicio ascendieron a 47 mil euros e incluyeron el cambio de luminarias, la instalación de plantas fotovoltaicas, el cerramiento del aparcamiento, la colocación de bolardos y la subsanación de parte del cableado exterior, actuaciones que han contribuido a la modernización del activo, la mejora de la eficiencia energética y la reducción del impacto ambiental.

### EL CENTRE DE LA VILA

Durante 2025, se inició el proceso de desinversión del Centro Comercial La Vila mediante un procedimiento de subasta pública gestionado por Segipsa, cuya ejecución está prevista para 2026.

Se han llevado a cabo actuaciones por un importe total de 234 mil euros, entre las que destacan la redacción del proyecto de ejecución para la reforma de la estructura, la instalación de un nuevo sistema de videovigilancia, adecuación del sistema de climatización y la mejora en la red de saneamiento.



## LOS CIPRESES

El Centro Comercial Los Cipreses alcanzó en 2024 la ocupación del 100% de su superficie comercializable, manteniéndose dicha situación durante todo el ejercicio 2025 tras la incorporación de nuevos operadores.

Las inversiones realizadas en 2025 ascendieron a 35 mil euros, destacando la instalación de plantas fotovoltaicas y la renovación de luminarias tanto en el aparcamiento como en el interior del centro, actuaciones que han contribuido a la modernización del activo y a la mejora de la eficiencia energética.

Las obras de acondicionamiento del aparcamiento y de mejora de la impermeabilización de la cubierta, cuya licitación quedó desierta, se ejecutarán a lo largo de 2026, junto con nuevas inversiones previstas para la renovación de las instalaciones.

## GETAFE-3

Durante el ejercicio 2025, se ha realizado el Plan de Viabilidad de Getafe-3, que contempla una intervención completa sobre las instalaciones, la imagen y la redistribución espacial del centro, con el objetivo de facilitar la implantación de nuevos operadores y su reposicionamiento en el mercado.

La ocupación del centro se situó en el 78%, ligeramente inferior al 81,1% registrado en 2024.

Las inversiones ejecutadas en 2025 alcanzaron los 110 mil euros, cifra sensiblemente inferior a la prevista en el POA (475 mil euros), como consecuencia del retraso en el inicio de las obras de la reforma integral, cuya inversión global supera los 21 millones de euros y que se plantea desarrollar en el periodo 2026-2028. Durante el ejercicio, se llevó a cabo la sustitución de luminarias y se inició el estudio técnico para la adaptación de locales en la planta superior destinados a operadores de ocio.

### LA MÁQUINA

En 2025, destacó el desempeño del supermercado Familia, del grupo VEGALSA, inaugurado en 2024, cuya implantación ha contribuido de forma significativa a dinamizar la actividad comercial del centro.

El centro mantuvo una ocupación del 96%, consolidando su posición como referente en su área de influencia. En cuanto a las inversiones, se ejecutaron con éxito las obras de impermeabilización de la cubierta por un importe de 59 mil euros.

### OPCIÓN

Durante el ejercicio 2025, el centro comercial alcanzó una ocupación del 99,6%, reflejo de la eficacia de la gestión comercial y de su consolidación como activo de referencia en su entorno.

Las inversiones ejecutadas ascendieron a 82 mil euros, incluyendo la renovación del pavimento de la escalera del acceso principal y la sustitución de la puerta RF de la salida de emergencia del aparcamiento. Las actuaciones de impermeabilización de la cubierta y actualización del sistema de PCI se ejecutarán en el ejercicio 2026.

Se pusieron en funcionamiento a disposición de los clientes dos cargadores de vehículos eléctricos.

### LA PLAZA

El Centro Comercial La Plaza ha mantenido en 2025 una tasa de ocupación cercana al 93% de su superficie bruta alquilable, consolidando su favorable evolución y reforzando su posicionamiento como centro comercial de proximidad de referencia en su entorno urbano, habiéndose puesto en funcionamiento las plantas fotovoltaicas.



## RED DE CENTROS COMERCIALES MERCASA - MEZCLA COMERCIAL 2025

NOMBRE	DATOS DEL CENTRO			ACTIVIDADES										PROCEDENCIA			OPERADOR		
	SITUACIÓN	SUPERFICIE (m <sup>2</sup> )	UDS	HSM	ALM	MYC	HBE	SVC	RVO	DIV	INT	NAC	LOC	FRQ	CAD	COI			
ARRECIFE	Arrecife (Lanzarote) Canarias	7.088	70			359		1.299	3.440	81		2.813	2.366		2.813	2.366			
LA ASUNCIÓN	Jerez de la Frontera (Cádiz)	2.258	29			5		18	9	3		1	34		1	34			
EL CENTRE DE LA VILA	Barcelona	17.239	83	4.119		1.729	408	434	926	923	1.729	3.899	2.911	180	5.448	2.911			
LOS CIPRESES	Salamanca	4.725	15	1.583			700	192	2.223	28	1.520	2.890	316	820	3.590	316			
GETAFE-3	Getafe (Madrid)	27.749	69	15.790	407	92	623	2.452	2.125	61	17.800	1.190	2.559	1.383	17.607	2.559			
LA MÁQUINA	Ponferrada (León)	2.234	10	2.081				17	8	1	6	10	23	6	10	23			
OPCIÓN	Gijón (Asturias)	5.186	5	1.425					508			4.655	508		4.655	508			
LA PLAZA	Badajoz	2.036	17	1.009	424				425	21	1.009	21	849		1.030	849			
<b>TOTALES</b>		<b>68.515</b>	<b>298</b>	<b>27.326</b>	<b>948</b>	<b>2.354</b>	<b>1.780</b>	<b>4.997</b>	<b>12.590</b>	<b>1.193</b>	<b>22.058</b>	<b>18.868</b>	<b>10.262</b>	<b>2.383</b>	<b>38.544</b>	<b>10.262</b>			
		<b>% Ocupación Locales</b>		39,88%	1,38%	3,44%	2,60%	7,29%	18,38%	1,74%	32,19%	27,54%	14,98%	3,48%	56,26%	14,98%			
		<b>Total N° Locales</b>		<b>21</b>	<b>11</b>	<b>17</b>	<b>5</b>	<b>49</b>	<b>48</b>	<b>16</b>	<b>22</b>	<b>30</b>	<b>115</b>	<b>15</b>	<b>37</b>	<b>115</b>			
		<b>% N° Locales</b>		7,05%	3,69%	5,70%	1,68%	16,44%	16,11%	5,37%	7,38%	10,07%	38,59%	5,03%	12,42%	38,59%			
				<b>CLAVES DE ACTIVIDAD</b> HSM: Hipermercado-Supermercado   ALM: Alimentación Fresca   MYC: Moda y Complementos (ropa vestir, zapatería, bolsos, etc...)   HBE: Hogar. Bricolaje. Electrodomésticos   SVC: Servicios (Banca, tintorería, peluquería, etc.)   RYC: Restauración y Ocio   DIV: Diversos (Regalos, Música, Juguetes, etc.)										<b>CLAVES DE PROCEDENCIA</b> INT: Internacional   NAC: Nacional o Regional   LOC: Local			<b>CLAVES DE OPERADOR</b> FRQ: Franquicia   CAD: Cadena   COI: Comercio Independiente		

## PROCEDENCIA DE LOS OPERADORES

Aunque los operadores internacionales y nacionales ocupan más superficie por local, el comercio local representa más de un tercio del total de locales, evidenciando un fuerte compromiso con el tejido comercial de proximidad.

## TIPO DE OPERADOR

Las cadenas concentran más de la mitad de la superficie, pero el modelo de comercio independiente es el más numeroso en locales, lo que sugiere una política de mezcla equilibrada entre anclas comerciales y emprendimiento local.

## CLAVES ESTRATÉGICAS DEL MIX 2025

1. Anclaje alimentario fuerte: Casi el 40% de la superficie dedicada a HSM (Hipermercado/Supermercado) garantiza tráfico recurrente.
2. Experiencia y tiempo de permanencia: Restauración + Servicios representan aproximadamente el 25% de la superficie y aproximadamente el 32% de los locales.
3. Equilibrio territorial: Presencia en 7 comunidades autónomas, con centros de distintos tamaños (de 2.000 a 27.000 m<sup>2</sup>).
4. Apoyo al comercio local: 38,59% de los locales son de operadores locales, reforzando la identidad de cada centro.
5. Eficiencia operativa: GETAFE-3 y EL CENTRO DE LA VILA concentran el 65% de la superficie total, actuando como hubs regionales.



## 8.1 Cuentas anuales individuales

### BALANCE DE SITUACIÓN

Cifras en miles de euros

ACTIVO	2025	2024
<b>ACTIVO NO CORRIENTE</b>	<b>146.366</b>	<b>144.982</b>
Inmovilizado intangible	157	149
Inmovilizado material	4.624	3.684
Inversiones inmobiliarias	59.096	60.813
<b>Inversiones en empresas del grupo y asociadas a largo plazo</b>	<b>81.356</b>	<b>79.185</b>
Instrumentos de patrimonio	80.356	78.185
Créditos a empresas del grupo y asociadas	1.000	1.000
<b>Inversiones financieras a largo plazo</b>	<b>468</b>	<b>464</b>
Créditos a terceros	446	460
Otros activos financieros	22	4
<b>Activos por impuesto diferido</b>	<b>665</b>	<b>687</b>
<b>ACTIVO CORRIENTE</b>	<b>41.437</b>	<b>38.824</b>
<b>Deudores comerciales y otras cuentas a cobrar</b>	<b>2.986</b>	<b>2.605</b>
Clientes por ventas y prestaciones de servicios	734	990
Clientes, empresas del grupo y asociadas	79	93
Deudores	59	61
Personal	(1)	-
Saldos con Administraciones Públicas	2.115	1.461
<b>Inversiones en empresas del grupo y asociadas a corto plazo</b>	<b>36.476</b>	<b>30.482</b>
Créditos a empresas del grupo y asociadas	34.102	29.608
Otros activos financieros	2.374	874
<b>Inversiones financieras a corto plazo</b>	<b>1.114</b>	<b>1.189</b>
Créditos a terceros	15	14
Otros activos financieros	1.099	1.175
<b>Periodificaciones a corto plazo</b>	<b>213</b>	<b>196</b>
<b>Efectivo y otros activos líquidos equivalentes</b>	<b>648</b>	<b>4.352</b>
<b>TOTAL ACTIVO</b>	<b>187.803</b>	<b>183.806</b>

## BALANCE DE SITUACIÓN

Cifras en miles de euros

PATRIMONIO NETO Y PASIVO	2025	2024
<b>PATRIMONIO NETO</b>	<b>182.669</b>	<b>146.183</b>
<b>Fondos propios</b>	<b>182.512</b>	<b>146.044</b>
Capital	153.942	153.942
Reservas	17.227	17.227
Resultados negativos ejercicios anteriores	(25.125)	(29.649)
Resultado del ejercicio	36.468	4.524
<b>Ajustes por cambios de valor</b>	<b>157</b>	<b>139</b>
<b>PASIVO NO CORRIENTE</b>	<b>1.395</b>	<b>33.519</b>
<b>Provisiones a largo plazo</b>	<b>736</b>	<b>32.783</b>
Periodificaciones a largo plazo	659	736
<b>PASIVO CORRIENTE</b>	<b>3.739</b>	<b>4.104</b>
<b>Provisiones a corto plazo</b>	<b>21</b>	<b>87</b>
<b>Deudas a corto plazo</b>	<b>1.527</b>	<b>1.738</b>
Deudas con empresas del grupo y asociadas a corto plazo	-	-
<b>Acreedores comerciales y otras cuentas a pagar</b>	<b>2.191</b>	<b>2.279</b>
Proveedores	1.084	1.210
Proveedores, empresas del grupo y asociadas	169	148
Acreedores	33	62
Personal (remuneraciones pendientes de pago)	560	597
Otras deudas con las Administraciones Públicas	345	262
Periodificaciones a corto plazo	-	-
<b>TOTAL PATRIMONIO NETO Y PASIVO</b>	<b>187.803</b>	<b>183.806</b>

### CUENTA DE PÉRDIDAS Y GANANCIAS

Cifras en miles de euros

	2025	2024
<b>Importe neto de la cifra de negocios</b>	<b>22.491</b>	<b>19.067</b>
Prestaciones de servicios	14.955	11.990
Dividendos	7.536	7.077
<b>Trabajos realizados por la empresa para su activo</b>	<b>-</b>	<b>12</b>
<b>Aprovisionamientos</b>	<b>(6.177)</b>	<b>(3.267)</b>
Trabajos realizados por otras empresas	(6.177)	(3.267)
<b>Otros ingresos de explotación</b>	<b>13</b>	<b>-</b>
<b>Gastos de personal</b>	<b>(5.331)</b>	<b>(5.373)</b>
Sueldos, salarios y asimilados	(4.102)	(3.893)
Cargas sociales	(1.229)	(1.480)
<b>Otros gastos de explotación</b>	<b>(4.342)</b>	<b>(4.290)</b>
Servicios exteriores	(2.661)	(2.590)
Tributos	(1.150)	(1.168)
Pérdidas, deterioro y variación de provisiones por operaciones comerciales	(531)	(532)
<b>Amortización del inmovilizado</b>	<b>(2.733)</b>	<b>(2.611)</b>
<b>Excesos de provisiones</b>	<b>32.172</b>	<b>28</b>
<b>Deterioro y resultado por enajenación del inmovilizado</b>	<b>(1)</b>	<b>(153)</b>
<b>Otros resultados</b>	<b>(197)</b>	<b>(45)</b>
<b>RESULTADO DE EXPLOTACIÓN</b>	<b>35.895</b>	<b>3.368</b>
<b>Ingresos financieros</b>	<b>782</b>	<b>1.120</b>
<b>Gastos financieros</b>	<b>-</b>	<b>(16)</b>
<b>Diferencias de cambio</b>	<b>(187)</b>	<b>93</b>
<b>Deterioro y resultado por enajenaciones de instrumentos financieros</b>	<b>-</b>	<b>-</b>
<b>RESULTADO FINANCIERO</b>	<b>595</b>	<b>1.197</b>
<b>RESULTADO ANTES DE IMPUESTOS</b>	<b>36.490</b>	<b>4.565</b>
<b>Impuestos sobre beneficios</b>	<b>(22)</b>	<b>(41)</b>
<b>RESULTADO DEL EJERCICIO PROCEDENTE DE OP. CONTINUADAS</b>	<b>36.468</b>	<b>4.524</b>
<b>RESULTADO DEL EJERCICIO PROCEDENTE DE OP. INTERRUMPIDAS</b>	<b>-</b>	<b>-</b>
<b>RESULTADO DEL EJERCICIO</b>	<b>36.468</b>	<b>4.524</b>

## BALANCE DE SITUACIÓN CONSOLIDADO

Cifras en miles de euros

ACTIVO	2025	2024
<b>ACTIVO NO CORRIENTE</b>	<b>351.847</b>	<b>348.250</b>
<b>Inmovilizado intangible</b>	<b>327</b>	<b>293</b>
<b>Inmovilizado material</b>	<b>39.075</b>	<b>38.290</b>
Terrenos y construcciones	33.981	33.647
Instalaciones técnicas y otro inmovilizado material	3.855	3.106
Inmovilizado en curso y anticipos	1.239	1.537
<b>Inversiones inmobiliarias</b>	<b>59.096</b>	<b>60.813</b>
<b>Inversiones en empresas del grupo y asociadas a largo plazo</b>	<b>252.089</b>	<b>247.616</b>
Participaciones puestas en equivalencia	252.089	247.616
Créditos a sociedades puestas en equivalencia	-	-
<b>Inversiones financieras a largo plazo</b>	<b>594</b>	<b>549</b>
<b>Activos por impuesto diferido</b>	<b>666</b>	<b>689</b>
<b>Deudores comerciales no corrientes</b>	<b>-</b>	<b>-</b>
<b>ACTIVO CORRIENTE</b>	<b>55.651</b>	<b>53.679</b>
<b>Deudores comerciales y otras cuentas a cobrar</b>	<b>3.535</b>	<b>3.820</b>
Clientes por ventas y prestaciones de servicios	1.028	1.325
Clientes, empresas asociadas	71	86
Otros deudores	97	761
Saldos con Administraciones Públicas	2.339	1.648
<b>Inversiones en empresas del grupo y asociadas a corto plazo</b>	<b>46.790</b>	<b>40.832</b>
Créditos a empresas del grupo	44.416	39.957
Créditos a empresas asociadas	-	-
Otros activos financieros	2.374	875
<b>Inversiones financieras a corto plazo</b>	<b>1.351</b>	<b>1.453</b>
<b>Periodificaciones a corto plazo</b>	<b>234</b>	<b>208</b>
<b>Efectivo y otros activos líquidos equivalentes</b>	<b>3.741</b>	<b>7.366</b>
<b>TOTAL ACTIVO</b>	<b>407.498</b>	<b>401.929</b>

## BALANCE DE SITUACIÓN CONSOLIDADO

Cifras en miles de euros

PATRIMONIO NETO Y PASIVO	2025	2024
<b>PATRIMONIO NETO</b>	<b>400.091</b>	<b>362.004</b>
<b>Fondos propios</b>	<b>375.251</b>	<b>338.214</b>
Capital	153.942	153.942
Reservas y resultados de ejercicios anteriores	8.578	3.595
Reservas distribuibles	8.056	8.056
Reservas no distribuibles	9.171	9.171
Reservas de la sociedad dominante por consolidación	16.476	16.017
Resultados negativos ejercicios anteriores	(25.125)	(29.649)
Reservas en sociedades consolidadas por integración global	16.049	15.929
Reservas en sociedades puesta en equivalencia	151.706	149.505
Resultado del ejercicio atribuido a la sociedad dominante	44.976	15.243
<b>Ajustes por cambios de valor</b>	<b>157</b>	<b>139</b>
<b>Subvenciones, donaciones y legados recibidos</b>	<b>12.054</b>	<b>10.787</b>
<b>Socios Externos</b>	<b>12.629</b>	<b>12.864</b>
<b>PASIVO NO CORRIENTE</b>	<b>1.832</b>	<b>33.927</b>
<b>Provisiones a largo plazo</b>	<b>736</b>	<b>32.791</b>
Obligaciones por prestaciones a largo plazo al personal	-	20
Otras provisiones	736	32.771
<b>Deudas a largo plazo</b>	<b>431</b>	<b>394</b>
Otros pasivos financieros	431	394
<b>Pasivos por impuesto diferido</b>	<b>6</b>	<b>6</b>
<b>Periodificaciones a largo plazo</b>	<b>659</b>	<b>736</b>
<b>PASIVO CORRIENTE</b>	<b>5.575</b>	<b>5.998</b>
<b>Provisiones a corto plazo</b>	<b>21</b>	<b>135</b>
<b>Deudas a corto plazo</b>	<b>2.350</b>	<b>2.621</b>
Otros pasivos financieros	2.350	2.621
<b>Deudas con empresas del grupo y asociadas a corto plazo</b>	<b>17</b>	<b>17</b>
Deudas con empresas del grupo	17	17
Deudas con sociedades puestas en equivalencia	-	-
<b>Acreedores comerciales y otras cuentas a pagar</b>	<b>3.187</b>	<b>3.181</b>
Proveedores	1.190	1.223
Proveedores, empresas asociadas	152	131
Acreedores varios	424	541
Personal	727	731
Otras deudas con las Administraciones Públicas	694	555
<b>Periodificaciones a corto plazo</b>	<b>-</b>	<b>44</b>
<b>TOTAL PATRIMONIO NETO Y PASIVO</b>	<b>407.498</b>	<b>401.929</b>

## CUENTA DE PÉRDIDAS Y GANANCIAS CONSOLIDADA

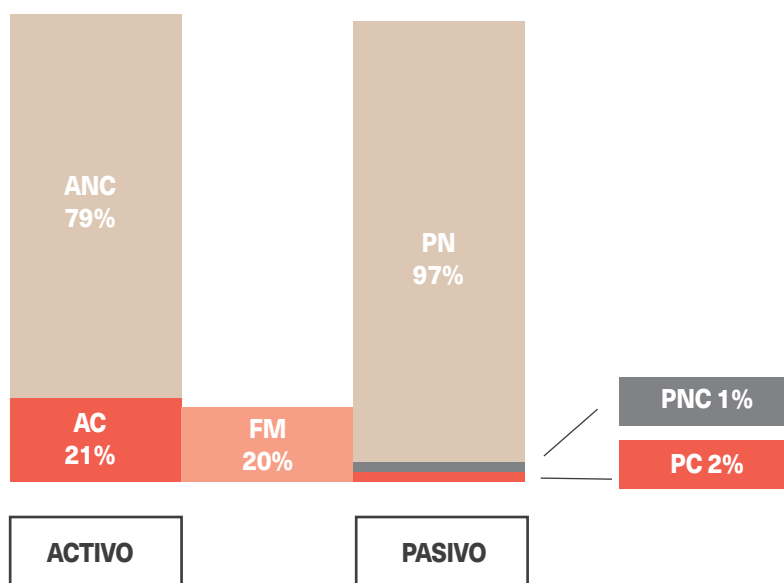
Cifras en miles de euros

	2025	2024
<b>OPERACIONES CONTINUADAS</b>		
<b>Importe neto de la cifra de negocios</b>	<b>23.488</b>	<b>20.456</b>
Prestaciones de servicios	23.488	20.456
<b>Trabajos realizados por la empresa para su activo</b>	<b>-</b>	<b>12</b>
<b>Aprovisionamientos</b>	<b>(6.156)</b>	<b>(3.254)</b>
<b>Otros ingresos de explotación</b>	<b>308</b>	<b>268</b>
Ingresos accesorios y otros de gestión corriente	295	267
Ingresos por subvenciones	13	1
<b>Gastos de personal</b>	<b>(7.692)</b>	<b>(7.793)</b>
Sueldos, salarios y asimilados	(5.917)	(5.778)
Cargas sociales	(1.775)	(2.015)
<b>Otros gastos de explotación</b>	<b>(7.988)</b>	<b>(7.742)</b>
Servicios exteriores	(6.051)	(5.751)
Tributos	(1.414)	(1.419)
Pérdidas, deterioro y variación de provisiones por operaciones comerciales	(523)	(572)
<b>Amortización del inmovilizado</b>	<b>(4.289)</b>	<b>(4.141)</b>
<b>Imputación de subvenciones de inmovilizado no financiero y otras</b>	<b>123</b>	<b>125</b>
<b>Excesos de provisiones</b>	<b>32.189</b>	<b>51</b>
<b>Deterioro y resultado por enajenación del inmovilizado</b>	<b>-</b>	<b>(152)</b>
Deterioros y pérdidas de inmovilizado	-	(85)
Resultados por enajenaciones y otros	-	(67)
<b>Otros resultados</b>	<b>(179)</b>	<b>421</b>
<b>RESULTADO DE EXPLOTACIÓN</b>	<b>29.804</b>	<b>(1.749)</b>
<b>Ingresos financieros</b>	<b>1.032</b>	<b>1.563</b>
<b>Gastos financieros</b>	<b>(3)</b>	<b>(16)</b>
<b>Diferencias de cambio</b>	<b>(187)</b>	<b>93</b>
<b>RESULTADO FINANCIERO</b>	<b>842</b>	<b>1.640</b>
<b>Participación en beneficios (pérdidas) de sociedades puesta en equivalencia</b>	<b>14.911</b>	<b>16.170</b>
<b>RESULTADO ANTES DE IMPUESTOS</b>	<b>45.557</b>	<b>16.061</b>
<b>Impuestos sobre beneficios</b>	<b>(40)</b>	<b>(60)</b>
<b>RESULTADO DEL EJERCICIO PROCEDENTE DE OP. CONTINUADAS</b>	<b>45.517</b>	<b>16.001</b>
<b>RESULTADO DEL EJERCICIO PROCEDENTE DE OP. INTERRUMPIDAS</b>	<b>-</b>	<b>-</b>
<b>RESULTADO CONSOLIDADO DEL EJERCICIO</b>	<b>45.517</b>	<b>16.001</b>
<b>Resultado atribuido a la sociedad dominante</b>	<b>44.976</b>	<b>15.243</b>
<b>Resultado atribuido a socios externos</b>	<b>541</b>	<b>758</b>

## 1) Análisis económico-financiero Mercasa individual

### a) Estructura Patrimonial

El balance de Mercasa 2025 agrupado en masas patrimoniales presenta la siguiente distribución:



El balance de la sociedad presenta una imagen de fortaleza y solvencia, estando financiado la totalidad del Activo No Corriente y buena parte del Activo Corriente con Fondos propios, como se puede observar en el amplio **Fondo de Maniobra**.

El incremento en el **Activo No Corriente** viene explicado por un aumento en inversiones en empresas del grupo a largo plazo seguido en menor medida por inversiones en inmovilizado material.

El **Activo Corriente** ha aumentado, fundamentalmente por las inversiones en depósitos de rentabilidad a corto plazo y dividendos pendientes de cobro, compensado en menor medida por la disminución del importe de efectivo.

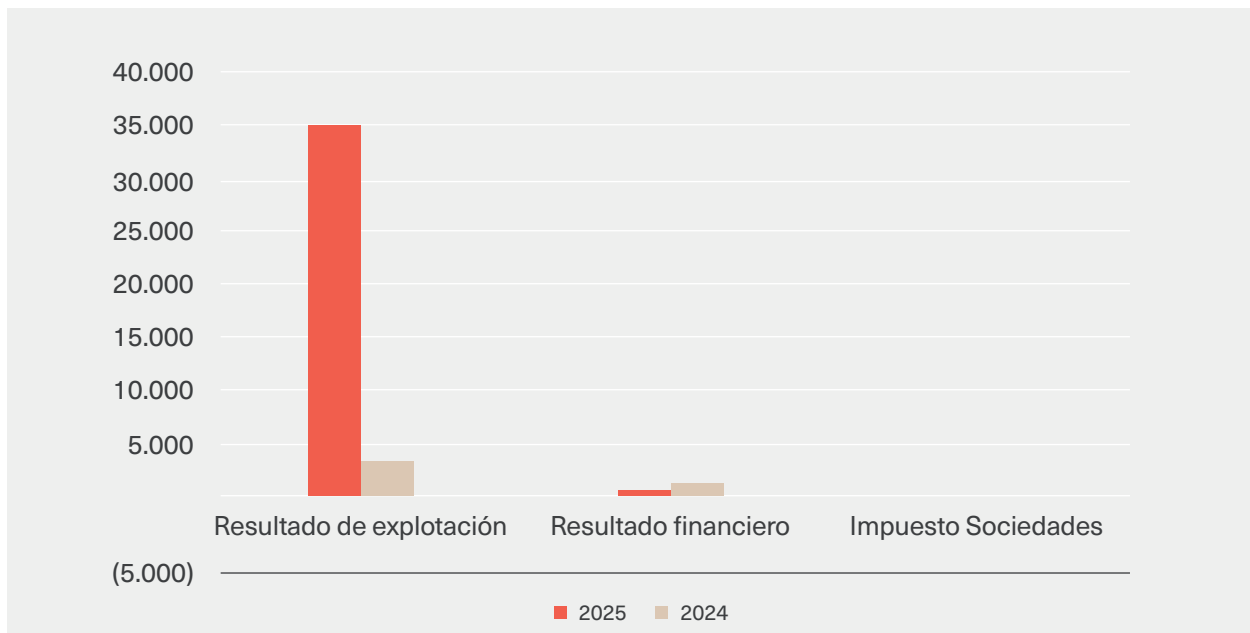
El **Patrimonio Neto** se incrementa en el ejercicio 2025 como consecuencia de la aplicación del resultado del ejercicio anterior a la compensación resultados negativos acumulados, así como por la mejora del resultado del presente ejercicio, generando en conjunto un aumento de 36.486 mil euros.

El **Pasivo No Corriente** disminuye principalmente por la reducción de las provisiones a largo plazo. Asimismo, el **Pasivo Corriente** se reduce como resultado de un menor importe en proveedores y fianzas.

La estructura patrimonial refleja una situación de equilibrio financiero, con una financiación estable del activo no corriente y ausencia de tensiones de liquidez a corto plazo.

## b) Resultados

Se destaca que el resultado del ejercicio se ha incrementado notablemente. Los resultados parciales y totales de la sociedad quedan reflejados en los siguientes cuadros:



### Ingresos de Explotación

El importe neto de la cifra de negocio ha aumentado, principalmente, como consecuencia de un incremento en facturación por el Contrato de Emergencia DANA con MAPA, seguido de dividendos. Asimismo, se produce la reversión de la provisión dotada en 2021 tras quedar exonerada de la causa abierta en la Audiencia Nacional. Debe tenerse en cuenta que parte del crecimiento del resultado del ejercicio incorpora elementos no recurrentes asociados al Contrato de Emergencia y la reversión de provisión indicados.

### Gastos de Explotación

El mayor gasto de aprovisionamientos se debe fundamentalmente a un incremento en costes directos asociados al Contrato de Emergencia DANA con el MAPA.

El incremento en amortización procede de la inversión inmobiliaria y material realizada en el ejercicio y el aumento en servicios exteriores se debe a mayor gasto en servicios profesionales independientes, y reparaciones y conservación.

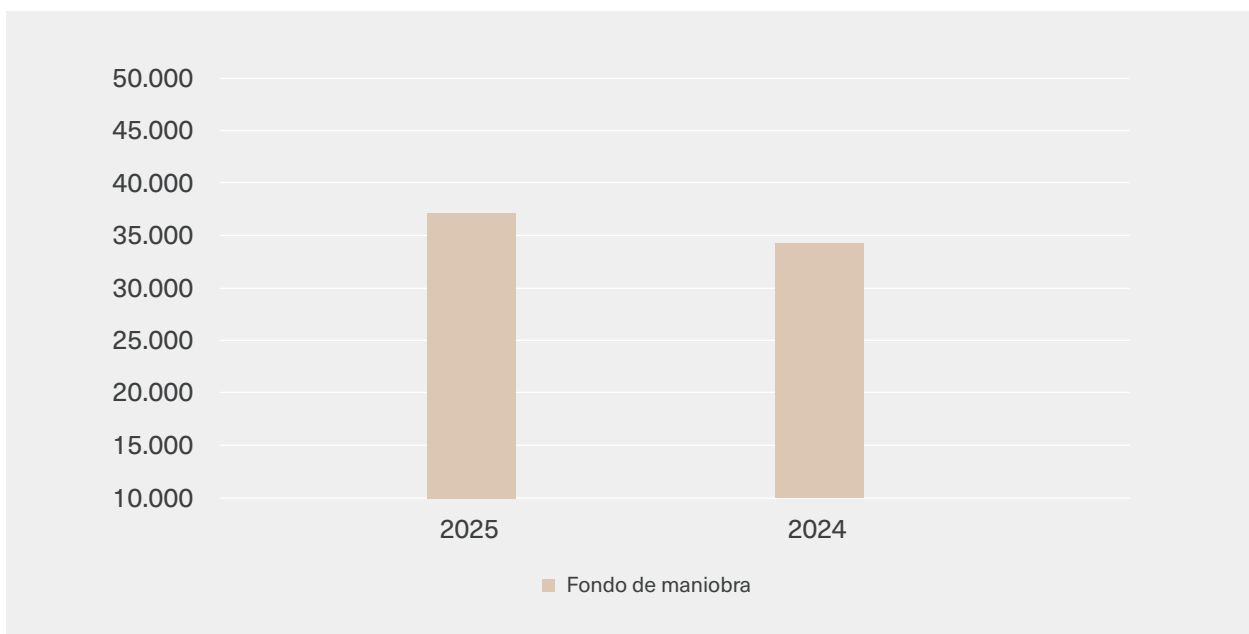
### Resultados financieros

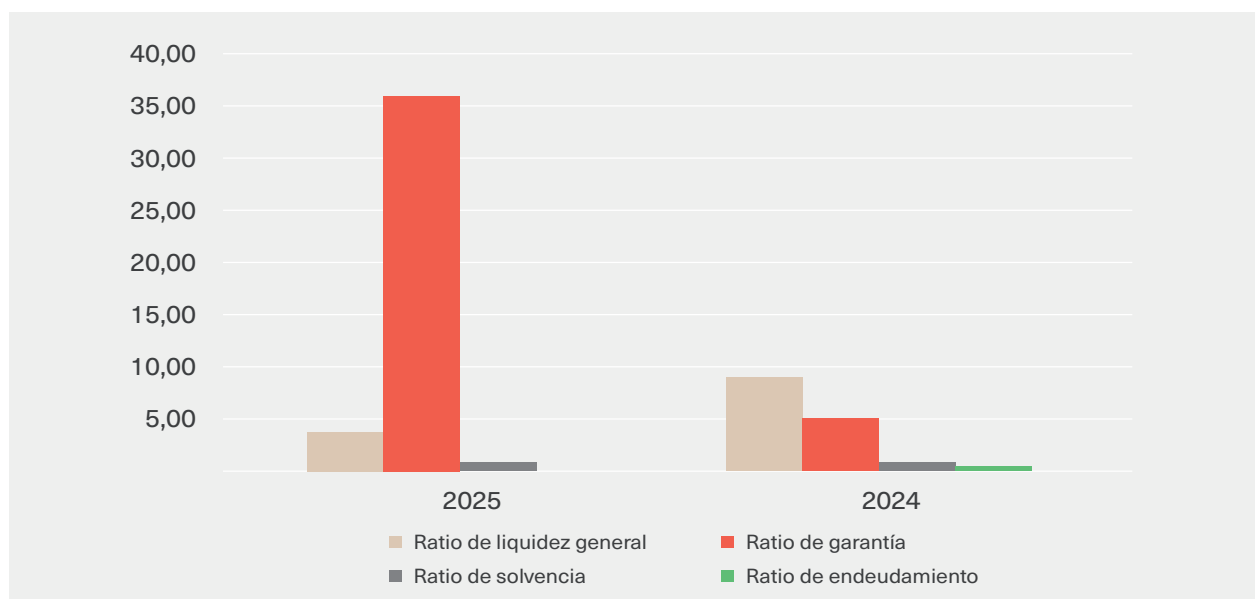
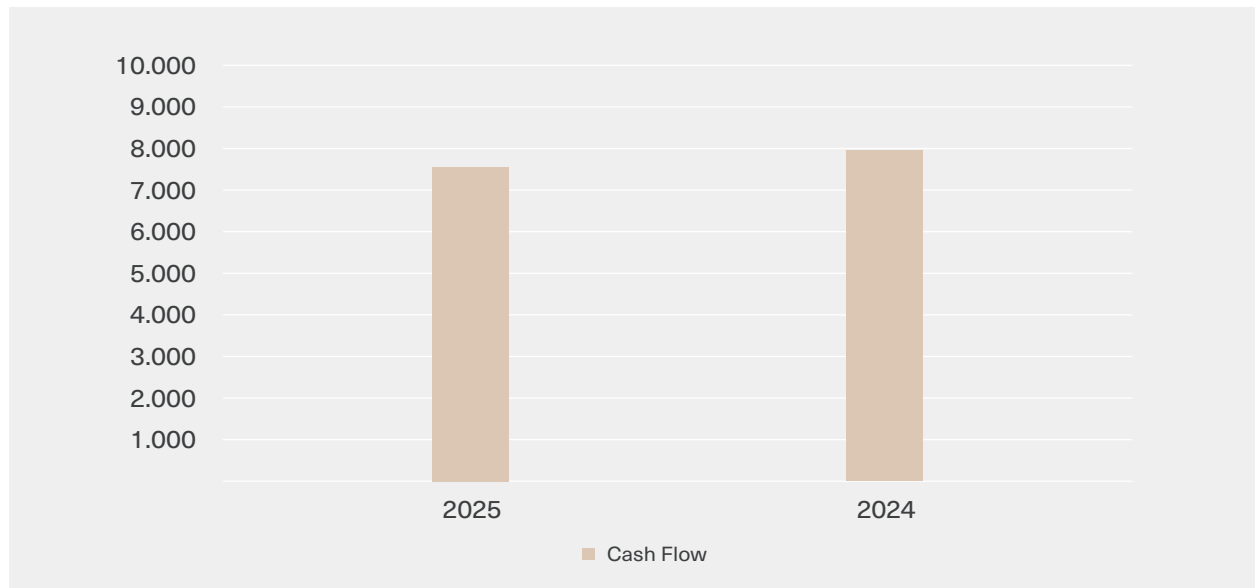
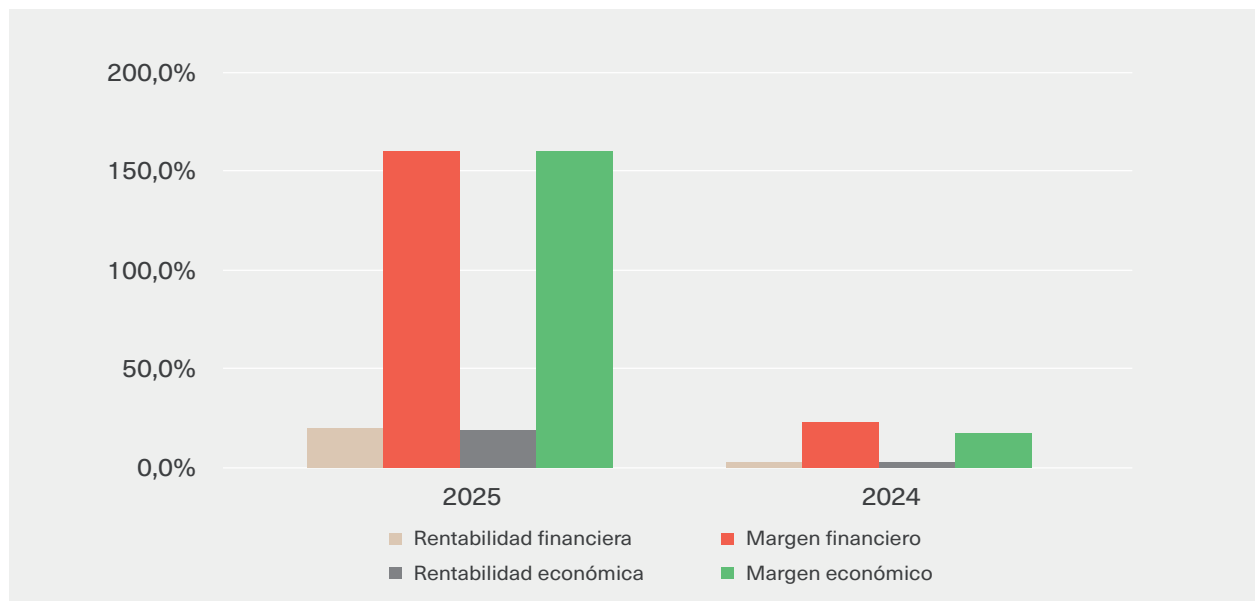
Se produce, a tenor de la evolución del mercado monetario, una disminución del resultado financiero fundamentalmente generado por menor rentabilidad de depósitos a corto plazo, así como por diferencias de cambio negativas.

## c) Indicadores Financieros y económicos

Se destaca que el resultado del ejercicio se ha incrementado notablemente. Los resultados parciales y totales de la sociedad quedan reflejados en los siguientes cuadros:

MILES DE EUROS	2025	2024	FÓRMULA
Fondo de maniobra	37.698	34.720	Activo corriente - Pasivo corriente
Ratio de Liquidez general	11,08	9,46	Activo corriente / Pasivo corriente
Ratio de garantía	36,58	4,89	Total Activo / Pasivo exigible
Ratio de solvencia	0,97	0,80	Patrimonio Neto / Total Pasivo y Patrimonio Neto
Ratio de endeudamiento	0,03	0,20	Pasivo exigible / Total Pasivo y Patrimonio Neto
Cash Flow	7.677	7.977	RDI + Amort. + Variac. Prov.
Rentabilidad financiera	20,0%	3,1%	RAI / Patrimonio Neto
Margen financiero	162,2%	23,9%	RAI / Cifra de negocios
Rentabilidad económica	19,1%	1,8%	Rdo. Explotación / Activo total
Margen económico	159,6%	17,7%	Rdo. Explotación / Cifra de negocios





## 8.2 Cuentas anuales consolidadas

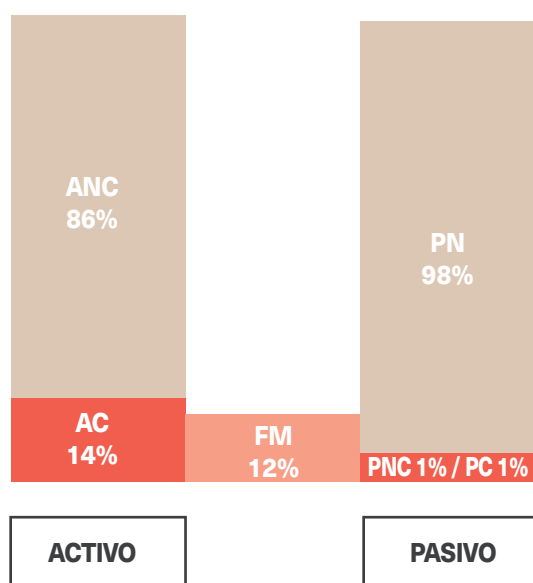
### BALANCE DE SITUACIÓN CONSOLIDADO

#### 1) Análisis económico-financiero Mercasa Consolidado

Para la elaboración de este análisis, se han comparado las cuentas anuales consolidadas de los años 2025 y 2024 a cierre de ejercicio.

##### a) Estructura Patrimonial

El balance del Grupo agrupado en masas patrimoniales presenta la distribución:



El balance del grupo presenta una posición de elevada fortaleza y solvencia, estando financiado la totalidad del Activo no corriente y buena parte del Activo Corriente con Fondos propios, como se refleja en el amplio **Fondo de Maniobra**.

El **Patrimonio Neto** se incrementa en el ejercicio 2025 principalmente como consecuencia del resultado positivo obtenido por la sociedad dominante y, en menor medida, contribuyen la compensación de resultados negativos de ejercicios anteriores y una mejora en reservas por sociedades consolidadas de grupo.

El **Pasivo No Corriente** disminuye fundamentalmente por las provisiones a largo plazo de la matriz mientras que el **Pasivo Corriente** se reduce principalmente por deudas y provisiones a corto plazo.

## b) Resultados

### Ingresos de Explotación

El importe neto de la cifra de negocio ha aumentado, principalmente, como consecuencia de un incremento de la Sociedad matriz (mayor facturación por Contrato de Emergencia con MAPA, con motivo de la DANA) seguida de Mercalaspalmas.

Asimismo, en la Sociedad matriz se produce la reversión de la provisión dotada en 2021 tras quedar exonerada de la causa abierta en la Audiencia Nacional.

### Gastos de Explotación

El incremento en gastos de aprovisionamientos se debe fundamentalmente a la matriz por un incremento en costes directos asociados al Contrato de Emergencia DANA con el MAPA.

El aumento en otros gastos de explotación se debe fundamentalmente a incremento del gasto en servicios exteriores, destacando la sociedad MercamáLAGA.

El incremento en amortización procede fundamentalmente de la Sociedad matriz, de la inversión inmobiliaria y material realizada en el ejercicio.

### Resultados financieros

Se obtiene un menor resultado financiero, fundamentalmente por la disminución de los ingresos en la matriz y las sociedades dependientes derivado de los depósitos de rentabilidad, en consonancia con la evolución del mercado monetario, seguido de una reducción en la sociedad matriz derivada de menores diferencias de cambio.

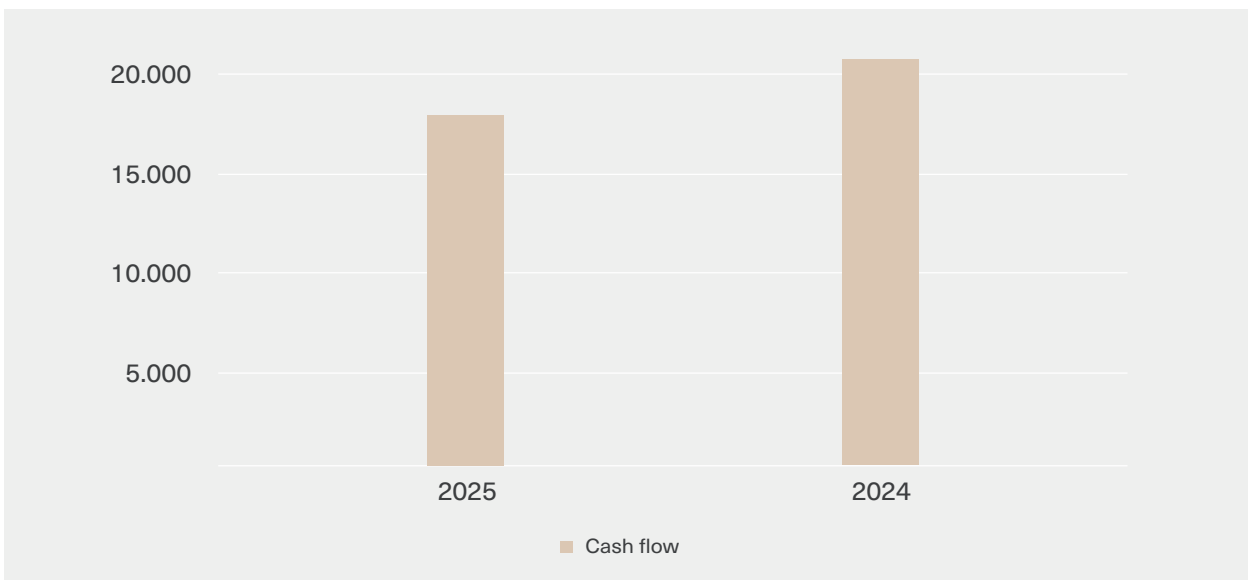
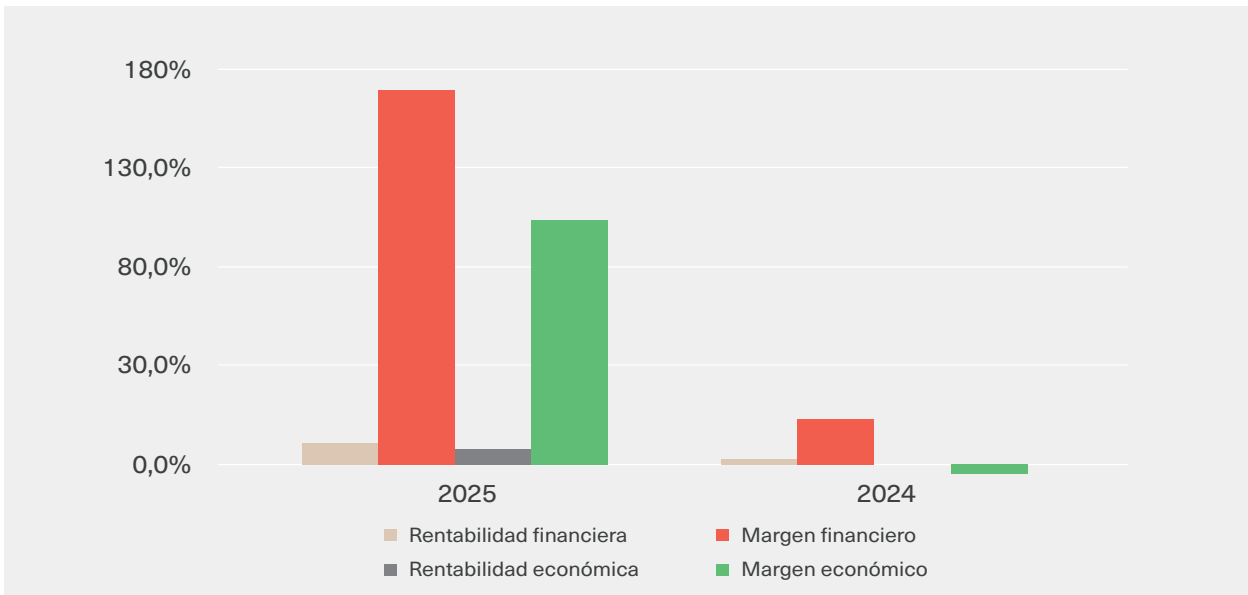
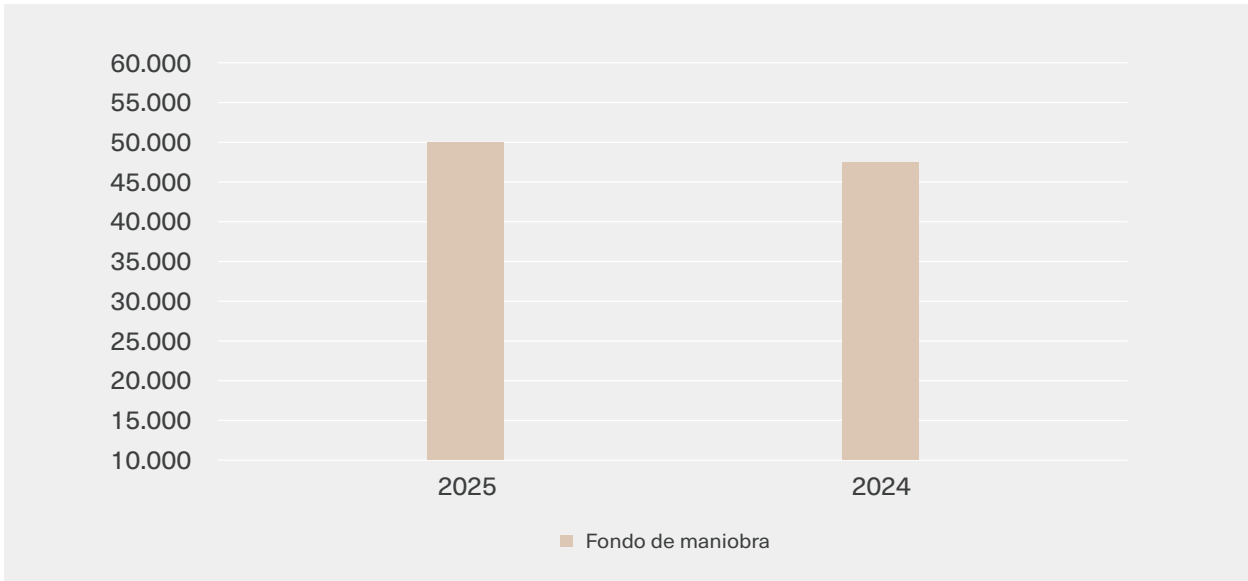
### Participación en beneficios/pérdidas de sociedades puesta en equivalencia

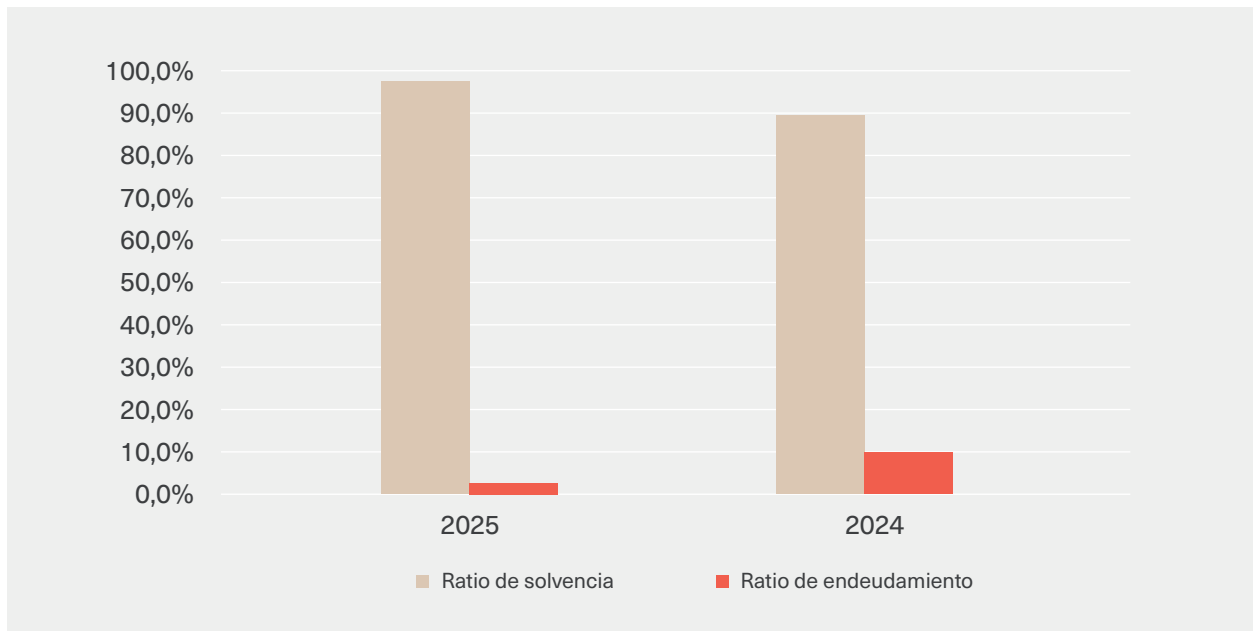
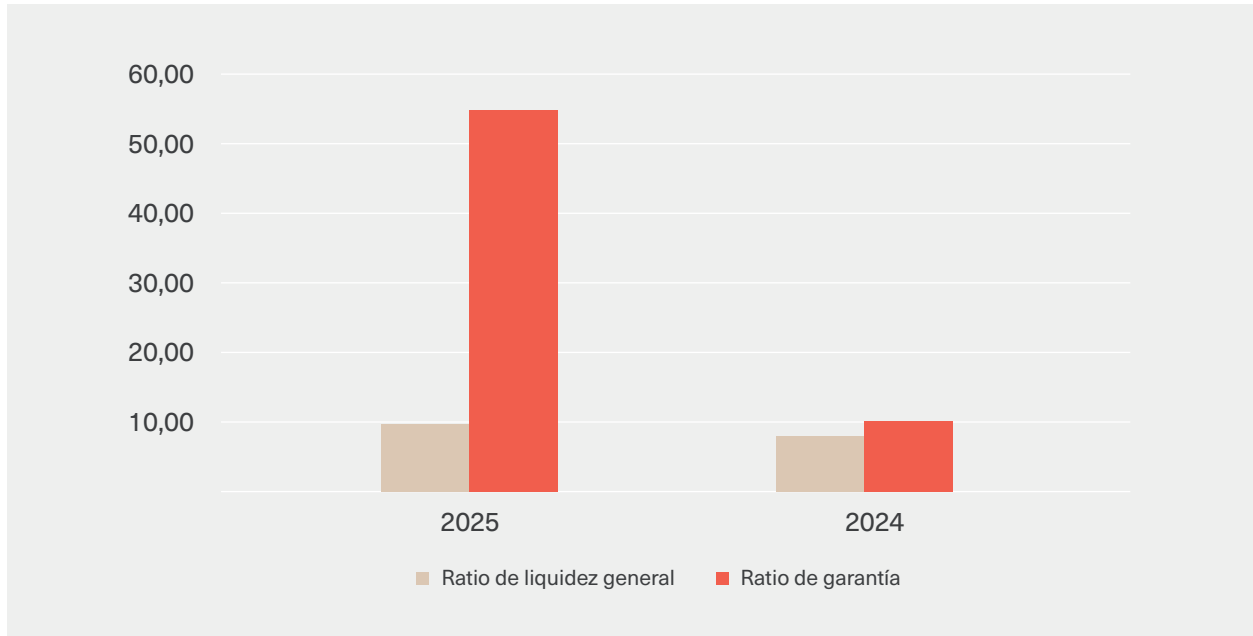
La principal variación por el resultado de las sociedades consolidadas por puesta en equivalencia procede principalmente de la disminución de Mercasalamanca, Mercazaragoza y Mercavalencia, compensado con incremento en Mercamadrid y Mercalicante.

## c) Indicadores

Los principales ratios comparados evidencian las mejoras en el ámbito de la gestión económico-financiera de la empresa:

MILES DE EUROS	2025	2024	FÓRMULA
Fondo de maniobra	50.076	47.681	Activo corriente - Pasivo corriente
Ratio de Liquidez general	9,98	8,95	Activo corriente / Pasivo corriente
Ratio de garantía	55,02	10,07	Total Activo / Pasivo exigible
Ratio de solvencia	98,2 %	90,1 %	Patrimonio Neto / Total Patrimonio Neto y Pasivo
Ratio de endeudamiento	1,8 %	9,9 %	Pasivo exigible / Total Patrimonio Neto y Pasivo
Cash Flow	18.140	20.880	RDI + Amort. + Variac. Prov
Rentabilidad financiera	11,39 %	4,44 %	RAI / Patrimonio Neto
Margen financiero	194,0 %	78,5 %	RAI / Cifra de negocios
Rentabilidad económica	7,3 %	-0,4 %	Rdo. Explotación / Activo total
Margen económico	126,9 %	-8,6 %	Rdo. Explotación / Cifra de negocios





### Mercasa - Información corporativa

<b>Sede central</b>	Paseo de La Habana, 180, 28036 Madrid - Spain Tél. : + 34 913 500 609 / Fax : 34 913 504 366 mercasa@mercasa.es / www.mercasa.es
---------------------	--

### Red de Mercas

	<b>MERCALGECIRAS</b> Polígono de la Menacha, s/n 11204 Algeciras (Cádiz) Tel.: 956 669 947 mercalgeciras@mercalgeciras.es www.mercalgeciras.es		<b>MERCACÓRDOBA</b> Avenida de las Lonjas, s/n 14010 Córdoba Tel.: 957 751 705 admon@mercacordoba.com www.mercacordoba.es
	<b>MERCALICANTE</b> Carretera de Madrid, Km. 4 031 14 Alicante Tel.: 966 081 001 merca@mercalicante.com www.mercalicante.com		<b>MERCAGALICIA</b> Polígono Industrial del Tambre, Vía la Cierva, s/n 15890 Santiago de Compostela (A Coruña) Tel.: 981 563 136 administracion@mercagalicia.gal www.mercagalicia.gal
	<b>MERCASTURIAS</b> Polígono Silvota-ampliación 33192 Llanera (Asturias) Tel.: 985 262 839 mercasturias@mercasturias.com www.mercasturias.com		<b>MERCAGRANADA</b> Ctra. de Badajoz a Granada, km. 436 18015 Granada Tel.: 958 203 531 secretariagerencia@mercagranada.es www.mercagranada.es
	<b>MERCABADAJOZ</b> C/ Jerónimo de Valencia, 18 Polígono Industrial "El Nevero" 06006 Badajoz Tel.: 924 273 300 mercabadajoz@mercabadajoz.es www.mercabadajoz.es		<b>MERCALIRUÑA</b> Polígono Agustinos Calle A, 5 31013 Pamplona-Iruña Tel.: 948 303 615 info@mercairuna.es www.mercairuna.es
	<b>MERCABARNA</b> Calle Mayor de Mercabarna 76, Centro Directivo 5ª planta Zona Franca Sector C 08040 Barcelona Tel.: 935 563 000 mb@mercabarna.cat www.mercabarna.es		<b>MERCALAJEREZ</b> Polígono Industrial "El Portal" 11408 Jerez de la Frontera (Cádiz) Tel.: 956 144 013 mercajerezsa@mercajerez.com www.mercajerez.com
	<b>MERCABILBAO</b> Barrio Ibarreta, 1 48970 Basauri (Bizkaia) Tel.: 944 492 758 mercabilbao@mercabilbao.es www.mercabilbao.eus		<b>MERCALASPALMAS</b> Cuesta de Ramón, s/n, Marzagán 35229 Las Palmas de Gran Canaria Tel.: 928 717 860 mercalaspalmas@mercalaspalmas.es www.mercalaspalmas.es
	<b>MERCALÉON</b> Carretera de Vilecha, s/n, 24192 León Tel.: 987 210 001 mercaleon@mercaleon.es www.mercaleon.es		<b>MERCASALAMANCA</b> C/ Puerto de Ampurias, 2 37009 Salamanca Tel.: 923 220 708 merca@mercasalamanca.com www.mercasalamanca.com

**Red de Mercas**

	<b>MERCAMADRID</b>		<b>MERCASANTANDER</b>
	<p>Avda. de Madrid Mercamadrid, s/n 28053 Madrid Tel.: 917 850 000 mercamadrid@mercamadrid.es www.mercamadrid.es</p>		<p>C/ Joaquín Salas, 6 39011 Peña Castillo - Santander Tel.: 942 330 400 mercasantander@mercasantander.es www.mercasantander.es</p>
	<b>MERCAMÁLAGA</b>		<b>MERCASEVILLA</b>
	<p>Avenida de José Ortega y Gasset, 553 29196 Málaga Tel.: 952 179 363 mercamalaga@mercamalaga.es www.mercamalaga.es</p>		<p>Autovía Sevilla-Málaga, Km. 1 41020 Sevilla Tel.: 955 426 941 secdirec@mercasevilla.com www.mercasevilla.com</p>
	<b>MERCAMURCIA</b>		<b>MERCATENERIFE</b>
	<p>Avda. Mercamurcia, 18 30120 El Palmar (Murcia) Tel.: 968 869 130 mercamurcia@mercamurcia.es www.mercamurcia.es</p>		<p>Polígono Industrial Mayorazgo, sector 2 38110 Santa Cruz de Tenerife Tel.: 922 222 740 secretaria@mercatenerife.es www.mercatenerife.com</p>
	<b>MERCAOLID</b>		<b>MERCAVALENCIA</b>
	<p>Avda. del Euro, 24 47009, Valladolid Tel.: 983 360 880 mercaolid@mercaolid.es www.mercaolid.es</p>		<p>Carrera en Corts, 231 46013 Valencia Tel.: 963 241 500 info@mercavalencia.es www.mercavalencia.es</p>
	<b>MERCAPALMA</b>		<b>MERCAZARAGOZA</b>
	<p>07007 Palma de Mallorca Tel.: 971 745 401 mercapalma@mercapalma.es www.mercapalma.net</p>		<p>Carretera de Cogullada, nº 65 50014 Zaragoza Tel.: 976 464 180 mz@mercazaragoza.es www.mercazaragoza.es</p>

## Red de Centros Comerciales

	<b>ARRECIFE</b>		<b>LA ASUNCIÓN</b>
	Avenida Medular, 61-63 35500 Arrecife (Lanzarote) Tel.: 928 815 260 ccarrecife@mercasa.es www.centrocomercialarrecife.com		Paseo de las Delicias, s/n 11406 Jerez de la Frontera (Cádiz) Tel.: 956 331 724 cclaasuncion@mercasa.es www.centrocomerciallaasuncion.com
	<b>CENTRO COMERCIAL LA PLAZA</b>		<b>GETAFE-3</b>
	C/ Antonio Cuéllar Grajera, s/n (Bº Pardaleras) 06003 Badajoz Tel.: 924 207 054 cclaplazaba@mercasa.es www.centrocomerciallaplaza.com		Avda. de Juan Carlos I, 1 28905 Getafe (Madrid) Tel.: 916 652 672 ccgetafe3@mercasa.es www.getafe3.com
	<b>EL CENTRE DE LA VILA</b>		<b>LA MÁQUINA</b>
	C/ Salvador Espriu, 61 08005 Barcelona Tel.: 932 210 909 administracion@olympicmoll.com www.elcentredelavila.es		Avenida de las Huertas del Sacramento, s/n 24402 Ponferrada (León) Tel.: 987 426 043 cclamaquina@mercasa.es www.centrocomerciallamaquina.com
	<b>CENTRO COMERCIAL OPCIÓN</b>		<b>LOS CIPRESES</b>
	C/ Calderón de la Barca, s/n 33204 Gijón (Asturias) Tel.: 985 336 899 ccopcion@mercasa.es www.centrocomercial-opcion.com		Avenida de los Cipreses, s/n 37004 Salamanca Tel.: 923 258 086 ccloscipreses@mercasa.es www.centrocomercialloscipreses.com



**mercasa**

Paseo de La Habana, 180  
28036, Madrid  
España  
+34 913 500 609  
contacto@mercasa.es  
www.mercasa.es