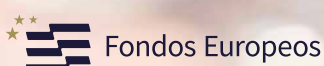




mercados de abastos

Plan Estratégico para la mejora y modernización de los mercados de abastos de la isla de Gran Canaria

Informe Ejecutivo



Subvencionado por:





Cofinanciado por
la Unión Europea



GOBIERNO
DE ESPAÑA



Fondos Europeos



mercados de abastos

Plan Estratégico para la mejora y modernización de los **mercados de abastos** de la isla de Gran Canaria

“El presente **Plan Estratégico para la Mejora y Modernización de los Mercados de Abastos** de la isla de Gran Canaria, impulsado por el **Cabildo de Gran Canaria**, mediante encargo a **GESPLAN** (M.P.), cuenta con la financiación del **Gobierno de Canarias** y cofinanciación del **Fondo Europeo de Desarrollo Regional**, en el marco de las “**Subvenciones para la Transformación del sector comercial con el objetivo de convertir Canarias en un Destino Comercial inteligente en el Marco del Programa Operativo 2021-2027**”

pag
03

Subvencionado por:



COMERCIO
de Canarias



Gobierno
de Canarias





Cofinanciado por
la Unión Europea



GOBIERNO
DE ESPAÑA



Fondos Europeos

Índice

- 1. Introducción y contexto.**
- 2. Objetivos del plan estratégico.**
- 3. Análisis y diagnóstico.**
 - 3.1. Perspectiva Técnico-Edificatoria.
 - 3.2. Perspectiva de Gestión, Digitalización y Sostenibilidad Ambiental.
 - 3.3. Clasificación de mercados por tipologías técnicas.
 - 3.4. Clasificación de mercados por tipologías de Gestión, Digitalización y Sostenibilidad.
- 4. Estructura del Plan Estratégico.**
 - 4.1. Ejes Estratégicos.
 - 4.2. Relación del proyecto con los cuatro ejes estratégicos.
- 5. Planes de Acción por Mercados.**
- 6. Programas insulares de actuación.**
 - 6.1. Programas derivados de la Perspectiva Técnico-Edificatoria.
 - 6.2. Programas derivados de la Perspectiva de Gestión y Sostenibilidad Ambiental.
- 7. Estimación económica global.**
 - 7.1. Alineación con Fondos Europeos y ODS.
- 8. Objetivo esperado.**
 - 8.1. Objetivos económicos.
 - 8.2. Objetivos sociales.
 - 8.3. Objetivos ambientales.
 - 8.4. Objetivo urbanos y turísticos.
- 9. Conclusiones.**

Subvencionado por:



COMERCIO
de Canarias



Gobierno
de Canarias



Cabildo de
Gran Canaria



Gesplan



Cofinanciado por
la Unión Europea



GOBIERNO
DE ESPAÑA



Fondos Europeos

Subvencionado por:



COMERCIO
de Canarias



Gobierno
de Canarias



Cabildo de
Gran Canaria



Gesplan



pag
08



Cofinanciado por
la Unión Europea



GOBIERNO
DE ESPAÑA



Fondos Europeos

Introducción y contexto

Los mercados de abastos forman parte de la identidad histórica, económica y social de la isla de Gran Canaria. Son espacios donde convergen tradición y proximidad, donde el producto local encuentra su escaparate natural y donde la vida urbana se expresa a través del encuentro, el intercambio y la experiencia compartida. Sin embargo, los cambios en los hábitos de consumo, la digitalización, las nuevas exigencias ambientales y la creciente competencia de otros formatos comerciales hacen imprescindible una evolución estratégica que garantice su continuidad y relevancia.

En este contexto, el presente Plan nace con la vocación de impulsar una transformación integral de los mismos, situándolos en el centro de un modelo comercial más innovador, sostenible y competitivo. No se trata únicamente de modernizar infraestructuras o incorporar herramientas digitales, sino de redefinir su papel como equipamientos públicos estratégicos, capaces de dinamizar la economía local, fortalecer el tejido productivo y consolidarse como espacios vivos, inclusivos y atractivos tanto para la ciudadanía como para el visitante.

Esta estrategia insular se concibe, por tanto, como una hoja de ruta clara, coordinada y orientada a resultados, que permita afrontar los retos actuales con una visión de futuro compartida. Su finalidad es asegurar que los mercados de abastos de la isla de Gran Canaria continúen evolucionando sin perder su esencia, manteniéndose como referentes de calidad, proximidad y cohesión social en el territorio.

1.

pag
09

Subvencionado por:



COMERCIO
de Canarias



Gobierno
de Canarias



Cabildo de
Gran Canaria



Gesplan



pag
010



Cofinanciado por
la Unión Europea



GOBIERNO
DE ESPAÑA



Fondos Europeos

Mercados

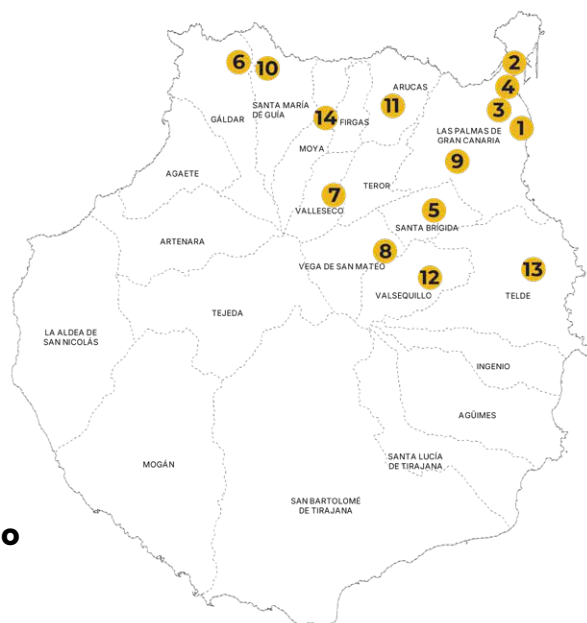
Los **mercados de abastos** constituyen un elemento esencial de la identidad histórica, económica y social de la isla de **Gran Canaria**, configurándose como espacios donde convergen la tradición, el comercio de proximidad y la dinamización de la vida urbana. En ellos, el producto local encuentra su principal canal de visibilización, al tiempo que se consolidan como puntos de encuentro, intercambio y cohesión social.

En este marco, se presenta a continuación el listado de los **14 Mercados de Abastos de Gran Canaria**, que constituyen la base territorial y funcional sobre la que se articula el presente Plan, como paso previo a su análisis y a la definición de líneas de actuación orientadas a su modernización, fortalecimiento y posicionamiento como equipamientos clave dentro del modelo comercial insular.

pag
011

MERCADOS DE ABASTOS:

1. Mercado de **Vegueta**
2. Mercado del **Puerto**
3. Mercado de **Altavista**
4. Mercado **Central** de Alcaravaneras
5. Mercado de **Santa Brígida**
6. Mercado de **Gáldar** (La Recova)
7. Mercado de **Valleseco**
8. Mercado de **San Mateo**
9. Mercado Agrícola de **San Lorenzo**
10. Mercado Agrícola de **Guía**
11. Mercado de **Arucas**
12. Mercadillo Agrícola y Ganadero de **Valsequillo**
13. Mercado de **Telde**
14. Mercado de **Moya**



Subvencionado por:



COMERCIO
de Canarias



Gobierno
de Canarias



Cabildo de
Gran Canaria



Gesplan

Objetivos del Plan Estratégico

2.

El Plan se articula en torno a cuatro grandes objetivos estratégicos que abordan de manera integral los retos identificados en el diagnóstico:

El primer objetivo, denominado Mejora de la Gestión y Competitividad, busca impulsar la transformación digital de la gestión de los mercados, modernizar las infraestructuras físicas, profesionalizar los modelos de gobernanza y aumentar la competitividad de los mercados frente a otros formatos comerciales. Este objetivo reconoce que la modernización comercial no puede lograrse sin una base técnica sólida y sin una gestión profesionalizada.

El segundo objetivo, Sostenibilidad y Desarrollo Económico, se orienta a la reducción del impacto ambiental de los mercados mediante la mejora de la eficiencia energética, la implantación de energías renovables, la gestión avanzada de residuos y el fomento del producto local. Al mismo tiempo, busca generar nuevas oportunidades económicas en los municipios, dinamizando el comercio de proximidad y fortaleciendo la economía local.

El tercer objetivo, Integración Social y Turística, tiene como meta consolidar los mercados como espacios de encuentro comunitario, atrayendo a nuevos perfiles de usuarios, especialmente turistas interesados en la gastronomía y cultura local, y abriéndose a las nuevas generaciones de consumidores. Este objetivo reconoce el valor social y cultural de los mercados más allá de su función comercial.



El cuarto objetivo, Fortalecimiento de la Identidad Insular, se centra en la creación de una marca común para los mercados de Gran Canaria, el posicionamiento conjunto y el desarrollo de una narrativa homogénea basada en los valores de proximidad, autenticidad y calidad. De este modo, se busca que los mercados sean percibidos no como equipamientos aislados, sino como una red integrada y coherente.

Subvencionado por:



COMERCIO
de Canarias



Gobierno
de Canarias



Cabildo de
Gran Canaria



Gesplan

El Plan Estratégico para la mejora y modernización de los Mercados de Abastos de Gran Canaria se ha desarrollado a través de un proceso metodológico estructurado en tres fases fundamentales orientadas a lograr una transformación integral del sector.

La Fase I consistió en un exhaustivo análisis y diagnóstico de necesidades, donde se realizó un estudio de los **14 mercados** de la red desde una doble perspectiva:

- **Perspectiva Técnico-edificatoria**
 - **Perspectiva Digitalización y sostenibilidad ambiental**
- permitiendo identificar las principales deficiencias y oportunidades de mejora.

Posteriormente, en las **Fases II y III**, se procedió a la elaboración del borrador y del **Plan Estratégico** definitivo, integrando las aportaciones de los gerentes y concejales para diseñar propuestas específicas adaptadas a la realidad de cada centro.

Este proceso culminó con la creación de **14 planes de acción** individualizados y de un **Plan Estratégico Global** de ámbito insular, que sintetiza las líneas de actuación comunes para maximizar el impacto y la competitividad de toda la red de mercados de la isla



Las Fases

Fase I: **Análisis y Diagnóstico**

Evaluación integral de los 14 mercados de abastos de la isla desde una doble perspectiva: técnico-edificatoria y de gestión/sostenibilidad ambiental.

Fase II: **Borrador del Plan Estratégico**

Definición de ejes, líneas de actuación y propuestas específicas.

Fase III: **Plan Estratégico**

Cuantificación económica, priorización, unificación normativa y redacción del documento final.

Subvencionado por:



COMERCIO
de Canarias



Gobierno
de Canarias



Cabildo de
Gran Canaria



Gesplan

Análisis y diagnóstico

3.

El diagnóstico realizado sobre los **14 mercados de abastos** analizados ha permitido identificar un conjunto de debilidades recurrentes, así como oportunidades estratégicas que fundamentan las actuaciones propuestas.

El sistema seguido para realizar el análisis y diagnóstico de dichos mercados de abastos de Gran Canaria se articuló como la **FASE I** del Plan Estratégico. Este proceso consistió en una evaluación integral que permitió identificar debilidades recurrentes y oportunidades estratégicas mediante una metodología de doble perspectiva.

A continuación, se detalla el sistema de análisis empleado:

A. Perspectivas de Evaluación

El diagnóstico se dividió en dos grandes áreas de estudio para obtener una visión completa de cada recinto:

Perspectiva Técnico-Edificatoria: Se centró en el estado físico de los inmuebles, analizando la antigüedad de los edificios y la efectividad de su mantenimiento preventivo. Los puntos clave analizados fueron:

- **Estructura y envolvente:** Evaluación de la estabilidad estructural y problemas de estanqueidad (filtraciones y humedades).
- **Instalaciones técnicas:** Revisión de sistemas eléctricos, fontanería y saneamiento, detectando niveles de obsolescencia.
- **Accesibilidad y seguridad:** Identificación de barreras



arquitectónicas y cumplimiento de normativas de evacuación y emergencia.

- **Funcionalidad y eficiencia:** Análisis de la distribución de espacios y el consumo energético (iluminación, energías renovables).

Perspectiva de Gestión, Digitalización y Sostenibilidad Ambiental: Se enfocó en el modelo operativo y su adaptación a los retos actuales. Los aspectos evaluados incluyeron:

- **Modelos de gestión:** Análisis de la heterogeneidad entre gestión directa, concesional o sociedades mercantiles.

- **Madurez digital:** Nivel de presencia online, uso de medios de pago electrónicos y conectividad WiFi.

- **Sostenibilidad:** Gestión de residuos, reducción de plásticos y fomento del producto local.

- **Dinamización social:** Fuerza del tejido asociativo de los comerciantes y estrategias de marketing para atraer público joven y turistas.

pag
017

B. Clasificación de los Mercados

Como resultado del análisis, el sistema permitió agrupar los mercados en diferentes tipologías para priorizar las intervenciones:

- **Tipologías Técnicas:** Clasificación del 1 al 4 según la gravedad de las deficiencias físicas.

- **Tipologías Estratégicas:** Clasificación según su madurez operativa.

Subvencionado por:



COMERCIO
de Canarias



Gobierno
de Canarias



3.1. Perspectiva Técnico-Edificatoria

Desde el punto de vista técnico y edificatorio, el diagnóstico ha puesto de manifiesto que el conjunto de mercados presenta una situación heterogénea, condicionada principalmente por la antigüedad de los edificios y por la falta de un mantenimiento preventivo sistemático.

En el ámbito de la **estructura y elementos portantes**, se ha observado que, en términos generales, el comportamiento estructural es adecuado. No se han detectado fallos estructurales graves, aunque sí existen patologías localizadas, como corrosión en estructuras metálicas y fisuración en algunos elementos, que requieren intervenciones selectivas y un seguimiento continuo.

En cuanto a la **envolvente del edificio**, que comprende cubiertas, fachadas y cerramientos, se han identificado deficiencias generalizadas en materia de estanqueidad. Son frecuentes las filtraciones activas, las humedades persistentes y el aislamiento térmico insuficiente. Este ámbito concentra una de las mayores necesidades de intervención, ya que afecta directamente a la durabilidad del edificio, al confort interior y al consumo energético.

Las **instalaciones técnicas** presentan un elevado nivel de obsolescencia. Los sistemas eléctricos, de fontanería y saneamiento son, en muchos casos, el resultado de intervenciones parciales y sucesivas realizadas sin una planificación integral. Esta fragmentación técnica genera ineficiencias, riesgos operativos y dificulta la incorporación de soluciones digitales avanzadas.



En materia de **accesibilidad y seguridad**, el diagnóstico evidencia una presencia recurrente de barreras arquitectónicas en accesos y recorridos interiores, una señalización insuficiente o inadecuada, recorridos de evacuación no adaptados a la normativa vigente y, en muchos mercados, la ausencia de planes de emergencia actualizados. Estas deficiencias afectan tanto a usuarios como a trabajadores y requieren actuaciones prioritarias.

La **funcionalidad de los espacios** también presenta limitaciones significativas. Las distribuciones heredadas de modelos comerciales tradicionales son poco flexibles, se producen conflictos entre los flujos de mercancías y el tránsito de público, las zonas logísticas son insuficientes y los espacios polivalentes para actividades complementarias son inexistentes en la mayoría de los casos.

Por último, en el ámbito de la **eficiencia energética**, se ha constatado la presencia de iluminación obsoleta, la ausencia de sistemas de monitorización de consumos, un bajo aprovechamiento de las energías renovables y, en consecuencia, unos costes operativos elevados que lastran la viabilidad económica de los mercados.

Subvencionado por:



COMERCIO
de Canarias



Gobierno
de Canarias



Análisis y Diagnóstico

Perspectiva Técnico-Edificatoria

Estructura

- Comportamiento estructural adecuado
- Patologías localizadas
(corrosión en estructuras metálicas, fisuración)

Envolvente

- Deficiencias en estanqueidad, filtraciones activas, humedades
- Aislamiento térmico insuficiente

Instalaciones

- Alta obsolescencia de sistemas eléctricos, fontanería y saneamiento
- Instalaciones ejecutadas sin planificación integral
- Carencia de infraestructura para digitalización



Funcionalidad

- Distribuciones poco flexibles
- Conflictos entre flujos de mercancías y público, zonas logísticas insuficientes
- Espacios polivalentes inexistentes

Accesibilidad y seguridad

- Barreras arquitectónicas
- Señalización insuficiente
- Recorridos de evacuación no adaptados
- Ausencia de planes de emergencia actualizados

Eficiencia energética

- Iluminación obsoleta
- Ausencia de monitorización de consumos
- Bajo aprovechamiento de energías renovables
- Elevados costes operativos

Subvencionado por:



COMERCIO
de Canarias



Gobierno
de Canarias



Cabildo de
Gran Canaria



Gesplan

3.2. Perspectiva de Gestión, Digitalización y Sostenibilidad Ambiental

Desde la perspectiva de gestión, digitalización y sostenibilidad ambiental, el diagnóstico revela una realidad compleja y fragmentada.

En cuanto a los **modelos de gestión**, coexisten formas muy diversas: gestión directa por parte de los ayuntamientos, gestión indirecta concesional y sociedades mercantiles públicas. Esta heterogeneidad dificulta la coordinación insular y la implementación de soluciones comunes. Los reglamentos de uso están desactualizados o son inexistentes en muchos mercados, y la fiscalidad aplicada no se corresponde con los costes reales de mantenimiento y modernización.

La **digitalización** presenta un nivel mayoritariamente bajo o incipiente. Existe una marcada resistencia al cambio tecnológico por parte de muchos comerciantes, la presencia online es escasa, el pago en efectivo sigue siendo predominante y la mayoría de los mercados carece de servicios básicos de conectividad WiFi para usuarios y gestores. Solo algunos mercados, como el del Puerto o Gáldar, han iniciado procesos avanzados de digitalización.

En el ámbito de la **sostenibilidad ambiental**, se observa un avance desigual. Existe una presencia destacada del producto local y de kilómetro cero, especialmente en los mercados rurales, pero persisten carencias estructurales en la gestión de residuos, con una segregación insuficiente y un uso intensivo de plásticos de un solo uso. La eficiencia energética y la monitorización de consumos son prácticas aún poco extendidas.



El **tejido asociativo** de los comerciantes es débil en la mayoría de los mercados. Esta debilidad estructural dificulta la interlocución con las administraciones, la implementación de proyectos comunes y la adopción de estrategias colectivas de dinamización y modernización.

Finalmente, en materia de **dinamización y promoción**, se ha detectado una escasa presencia de los mercados en guías turísticas y medios digitales, una falta de estrategias de marketing específicas para turistas y nuevos perfiles de consumidores, y una baja afluencia de público joven, lo que compromete la renovación generacional de la clientela.

Subvencionado por:



COMERCIO
de Canarias



Gobierno
de Canarias



Cabildo de
Gran Canaria



Gesplan

Análisis y Diagnóstico

Perspectiva de Gestión, Digitalización y Sostenibilidad Ambiental

Modelos de Gestión

- Heterogeneidad de modelos (gestión directa, concesional, sociedades mercantiles)
- Fragmentación
- Reglamentos desactualizados o inexistentes
- Fiscalidad obsoleta

Digitalización

- Nivel bajo
- Resistencia al cambio tecnológico
- Escasa presencia online
- Predominio del pago en efectivo
- Carencia de conectividad WiFi

Sostenibilidad ambiental

- Avance desigual
- Presencia destacada de producto local
- Carencias estructurales en gestión de residuos (especialmente segregación y reducción de plásticos)
- Carencias en Eficiencia energética
- Monitorización de consumos



Asociacionismo

- Tejido asociativo débil
- Dificultades para la interlocución con las administraciones
- Sin implementación de proyectos comunes

Dinamización y promoción

- Escasa presencia en guías turísticas
- Sin medios digitales
- Falta de estrategias de marketing específicas para turistas y nuevos perfiles de consumidores
- Baja afluencia de público joven

Subvencionado por:



COMERCIO
de Canarias



Gobierno
de Canarias



Cabildo de
Gran Canaria



Gesplan

pag
026

MERCADO DEL PUERTO

Cofinanciado por
la Unión Europea



GOBIERNO
DE ESPAÑA



Fondos Europeos

3.3. Clasificación de mercados por tipologías técnicas

A partir del **diagnóstico técnico-edificatorio**, los catorce mercados analizados se han clasificado en cuatro tipologías que orientan la priorización de las intervenciones.

Los mercados de **tipo 1**, que serían aquellos que **necesitan intervenciones puntuales** y solo de mantenimiento preventivo. En esta categoría no se encuentra ningún mercado.

Los mercados de **tipo 2**, que presentan deficiencias técnicas moderadas, **requieren correcciones parciales** en accesibilidad o instalaciones. En esta categoría se encuentran los mercados de San Lorenzo, San Mateo, Valsequillo y Valleseco.

Los mercados de **tipo 3**, con deficiencias técnicas significativas, **necesitan intervenciones integrales** en envolvente, instalaciones y seguridad. Constituyen el grupo más numeroso e incluyen a Telde, Moya, el Mercado Central de Alcaravaneras, Vegueta, Gáldar, el Mercado del Puerto, Santa Brígida y Guía.

Los mercados de **tipo 4**, que **requieren una intervención integral por su estado deficiente**, son Altavista y Arucas. En estos casos, se plantean rehabilitaciones profundas que aborden de manera simultánea múltiples patologías y carencias.

Subvencionado por:



COMERCIO
de Canarias



Gobierno
de Canarias



Clasificación

Tipo 1

Buen estado Técnico

Intervenciones puntuales.
Mantenimiento preventivo

(Sin mercados en esta categoría en la muestra)

pag
028

Tipo 2

Deficiencias moderadas

Correcciones parciales en:
Accesibilidad
Instalaciones.

- Mercado Agrícola de San Lorenzo
- Mercado de San Mateo
- Mercado Agrícola y Ganadero de Valsequillo
- Mercado de Valleseco



Cofinanciado por
la Unión Europea



GOBIERNO
DE ESPAÑA



Fondos Europeos

Deficiencias significativas

Intervenciones integrales:

Envolvente

Instalaciones

Seguridad

- Mercado de Telde
- Mercado de Moya
- Mercado Central de Alcaravaneras
- Mercado de Vegueta
- Mercado de Gáldar (La Recova)
- Mercado de Puerto
- Mercado de Santa Brígida
- Mercado de Agrícola de Guía

Tipo 3

pag
029

Intervención integral

Rehabilitación profunda edificio

- Mercado de Altavista
- Mercado de Arucas

Tipo 4

Subvencionado por:



COMERCIO
de Canarias



Gobierno
de Canarias



Cabildo de
Gran Canaria



Gesplan

MERCADO MUNICIPAL ALTAVISTA

pag 030

COMEDOR
BAR CAFETERIA
KOJAK

ASADERO DE POLLOS
KOJAK
COMIDAS PREPARADAS
TORTILLAS, CROQUETAS, ENZALADA DE POLLO
Hacemos Comidas para Eventos, Boda, Comuniones.

BAR CAFETERIA
KOJAK

MERCADO MUNICIPAL
M
MERCADO ALTAVISTA

Asadero de Pollos

Tropical



Cofinanciado por la Unión Europea



GOBIERNO DE ESPAÑA



Fondos Europeos

3.4. Clasificación de mercados por tipologías de Gestión, Digitalización y Sostenibilidad

Con el análisis integral de los catorce mercados de abastos de Gran Canaria, se han identificado **cinco tipologías estratégicas** que reflejan su grado de madurez en materia de gestión, digitalización y sostenibilidad ambiental. Esta clasificación permite agrupar los **mercados con características y necesidades similares**, facilitando la definición de estrategias diferenciadas y la priorización de intervenciones.

Los Impulsores de **Innovación Digital y Dinamización** (Puerto y Gáldar) representan la vanguardia digital de la red, con sistemas avanzados de gestión y una excelente integración comunitaria.

Los **Pilares Comerciales** (Vegueta, Mercado Central y Telde) constituyen los grandes motores económicos de la isla, con alto volumen de facturación pero con resistencia a la digitalización.

Los **Enclaves Tradicionales** (San Mateo, Santa Brígida, Guía y Valsequillo) son el corazón del producto local y kilómetro cero, con un uso digital incipiente pero un fuerte arraigo territorial. Los Mercados con Potencial de Revitalización (Valleseco, San Lorenzo y Altavista) son centros con ubicaciones estratégicas que enfrentan desafíos críticos de ocupación y dinamización.

Por último, los **Centros en Fase de Reinversión Estratégica** (Aruca y Moya) se encuentran actualmente inactivos por procesos de rehabilitación o reforma integral, proyectándose como futuros espacios de innovación.

Subvencionado por:



COMERCIO
de Canarias



Gobierno
de Canarias



Clasificación

Tipo 1

Innovación Digital y Dinamización

Vanguardia digital con sistemas avanzados (App propia, ERP, omnicanalidad)
Excelente integración comunitaria y dinamización
Alto nivel de madurez digital y sostenibilidad ambiental.

- Mercado del Puerto
- Mercado de Gáldar (La Recova)

pag
032

Tipo 2

Pilares comerciales

Grandes motores económicos con alto volumen de facturación y afluencia
Fuerte arraigo urbano. Resistencia a herramientas digitales avanzadas
Gestión tradicional consolidada.

- Mercado de Vegueta
- Mercado Central de Alcaravaneras
- Mercado de Telde



Cofinanciado por
la Unión Europea



GOBIERNO
DE ESPAÑA



Fondos Europeos

Enclaves Tradicionales

Corazón del producto local y kilómetro cero
Fuerte identidad territorial y arraigo comunitario
Digitalización incipiente o baja.
Modelo de gestión tradicional.

- Mercado Agrícola de San Lorenzo
- Mercado de San Mateo
- Mercado Agrícola y Ganadero de Valsequillo
- Mercado de Valleseco

Tipo 3

Con Potencial de Revitalización

Ubicaciones estratégicas con nichos específicos
Baja ocupación de puestos y desafíos críticos de dinamización
Horarios limitados y gestión mayoritariamente tradicional
Gran potencial de crecimiento.

- Mercado de Telde
- Mercado de Moya
- Mercado Central de Alcaravaneras
- Mercado de Vegueta
- Mercado de Gáldar
- Mercado del Puerto
- Mercado de Santa Brígida
- Mercado Agrícola de Guía

Tipo 4

Subvencionado por:



COMERCIO
de Canarias



Gobierno
de Canarias



Cabildo de
Gran Canaria



Gesplan



Cofinanciado por
la Unión Europea



GOBIERNO
DE ESPAÑA



Fondos Europeos

Clasificación

Tipo 5

en Fase de Reinvención Estratégica

Inactividad operativa actual por cierre o procesos de reforma integral
Proyección como futuros espacios de innovación y emprendimiento
Oportunidad para implantar nuevos modelos de gestión y digitalización desde el origen.

- Mercado de Altavista
- Mercado de Arucas

Subvencionado por:



COMERCIO
de Canarias



Gobierno
de Canarias



Cabildo de
Gran Canaria



Gesplan

Estructura del Plan Estratégico

4.

El Plan Estratégico de Mercados de Abasto surge del conjunto de **Planes de Acción** específicos desarrollados para cada uno de los 14 mercados analizados en la Fase de Análisis y Diagnóstico.

Esto se concreta en un documento de **Propuestas Estratégicas** que se estructura en torno a **cuatro Ejes Estratégicos**, que a su vez se despliegan en **dieciséis Subcategorías** (16) y se concretan en **quince Ámbitos de actuación** (15) que agrupan un total de **ciento cincuenta y dos acciones específicas** (152), de las cuales ochenta y ocho (88) corresponden a la perspectiva técnico-edificatoria y sesenta y cuatro (64) a la perspectiva de gestión y sostenibilidad ambiental.

Estas Propuestas Estratégicas se desarrollan en **10 Programas insulares** de actuación para dar respuesta de forma global a las problemáticas identificadas en el conjunto de los mercados de la Isla.



4

**Ejes
Estratégicos**

16

Subcategorías

15

**Ámbitos de
Actuación**

152

pag
037

**Acciones
Generales**

14

**Planes de
Acción**

10

**Programas
Insulares**

Subvencionado por:



COMERCIO
de Canarias



Gobierno
de Canarias



Cabildo de
Gran Canaria



Gesplan



pag
138



Cofinanciado por
la Unión Europea



GOBIERNO
DE ESPAÑA



Fondos Europeos

4.1. Ejes Estratégicos

El **Eje 1**, denominado **Innovación en el sector del comercio**, tiene como objetivo principal la transformación de la oferta comercial de los mercados, la incorporación de nuevos servicios adyacentes y el desarrollo de nuevas formas de relación con el consumidor. Este eje reconoce que los mercados deben evolucionar hacia modelos más flexibles, diversificados y orientados a las demandas actuales.

El **Eje 2, Transformación digital del comercio**, se centra en la digitalización de la gestión de los mercados, la implantación de soluciones omnicanal que integren la venta física y online, la mejora de la experiencia del cliente a través de herramientas digitales y el desarrollo de plataformas comunes para toda la red insular.

El **Eje 3, Sostenibilidad y respeto al medio ambiente**, aborda la necesidad de reducir el impacto ambiental de los mercados mediante la mejora de la eficiencia energética, la implantación de energías renovables, la gestión avanzada de residuos, la economía circular y el fomento del producto de kilómetro cero como seña de identidad.

El **Eje 4, Integración en la comunidad local y promoción** cultural, se orienta a la dinamización social, cultural y turística de los mercados, promoviendo su papel como espacios de encuentro comunitario, su colaboración con agentes locales y su posicionamiento como destinos urbanos de referencia.

Subvencionado por:



COMERCIO
de Canarias



Gobierno
de Canarias



Cabildo de
Gran Canaria



Gesplan

Eje 1. Innovación en el Sector del Comercio

Subcategoría 1: Proyectos de transformación de la oferta.

Subcategoría 2: Proyectos que desarrollen nuevas formas de relación con el consumidor y fomenten la exportación.

Subcategoría 3: Proyectos que propicien la aparición de nuevos servicios adyacentes al comercio.

Subcategoría 4: Proyectos relativos a la cadena de suministro e integración con productores.

Eje 2. Transformación Digital del Comercio

Subcategoría 6: Desarrollo de aplicaciones informáticas para promocionar productos y servicios de los comercios.

Subcategoría 7: Digitalización de la gestión en el comercio.

Subcategoría 8: Inversión en la transformación digital de los establecimientos comerciales para incorporar, mantener o mejorar las funcionalidades de la venta a través de canales digitales.

Subcategoría 9: Mejora de la atención, relación y conocimiento del cliente y su fidelización.

Subcategoría 10: Mejoras en el proceso de venta que faciliten la recogida de pedidos a través de fórmulas omnicanal en el establecimiento o área comercial.

Subcategoría 11: Transformación digital del comercio ambulante y canales cortos de comercialización.

Eje 3. Sostenibilidad y Respeto al Medio Ambiente.

Subcategoría 12: Inversiones para reducir el consumo de



Ejes Estratégicos y subcategorías

insumos y sustitución por alternativas más respetuosas con el medio ambiente.

Subcategoría 13: Optimización de las operaciones de distribución comercial, entrega y devolución del producto o del residuo.

Subcategoría 14: Otras actuaciones y soluciones dirigidas a mejorar la sostenibilidad y el respeto al medio ambiente.

Subcategoría 15: Soluciones tecnológicas para mejorar la eficiencia en el consumo energético, ecoeficiencia y separación de residuos.

Eje 4. Integración en la Comunidad Local y la promoción Cultural.

Subcategoría 16: Proyectos de colaboración con ONG u otras organizaciones o asociaciones que fomenten actividades para involucrarse con la comunidad.

Subvencionado por:



COMERCIO
de Canarias



Gobierno
de Canarias



4.2. Relación del proyecto con los cuatro ejes estratégicos

El Plan se vertebra en torno a cuatro ejes fundamentales que actúan como columna vertebral de cada actuación, asegurando la alineación con las directrices de financiación de la Unión Europea

Eje 1. Innovación en el sector comercio

Este eje se centra en la transformación de la oferta comercial y la detección de necesidades urgentes de reparación física

- **Relación con el proyecto:** El Plan propone proyectos de transformación de la oferta y el desarrollo de nuevos servicios adyacentes al comercio tradicional. Se busca profesionalizar la gestión comercial para competir en un entorno globalizado
- **Acciones clave:** Regularización de concesiones, activación de puestos vacantes y estudios para la diversificación de la oferta (denominación de “mercado agrícola”)

Eje 2. Transformación Digital del comercio

La modernización tecnológica es el motor de competitividad para atraer a nuevas generaciones

- **Relación con el proyecto:** Se evalúa la madurez digital actual para implementar sistemas de gestión (ERP), plataformas de venta online y omnicanalidad. La infraestructura técnica (Wi-Fi, TPV inteligentes) actúa como soporte habilitante.
- **Acciones clave:** Integración en la plataforma grancanariamegusta.com, despliegue de redes Wi-Fi de alta velocidad y digitalización de los puntos de venta con códigos QR



Eje 3. Sostenibilidad y respeto al Medio Ambiente

El Plan posiciona a los mercados como referentes de economía circular y compromiso ecológico

- **Relación con el proyecto:** Se centra en la ecoeficiencia, el control de consumos y la promoción del producto de proximidad (KM 0). Incluye la mejora de instalaciones para reducir la huella de carbono y optimizar el uso de agua y energía
- **Acciones clave:** Instalación de energías renovables, monitorización de KPIs ambientales y planes de reducción de plásticos de un solo uso

Eje 4. Integración en la comunidad local y promoción cultural

Define al mercado como un punto de encuentro social y cultural inmerso en su entorno urbano

- **Relación con el proyecto:** Fomenta la colaboración con ONGs y asociaciones locales para proyectos de dinamización. La mejora de los espacios físicos permite que el mercado recupere su papel como centro de convivencia social y destino turístico
- **Acciones clave:** Diseño de agendas de experiencias gastronómicas y culturales, y programas de “Personas Embajadoras”

Subvencionado por:





Cofinanciado por
la Unión Europea



GOBIERNO
DE ESPAÑA



Fondos Europeos

Ámbitos de Actuación

En conjunto, el Plan Estratégico integra **15 ámbitos de estudio** que se traducen en programas insulares coordinados para garantizar que los mercados sean infraestructuras seguras, competitivas, sostenibles y plenamente integradas en su entorno social.

Técnico-Edificatoria

- Ámbito 1. **Entorno y Accesibilidad (EA)**
- Ámbito 2. **Estructura y Construcción (EC)**
- Ámbito 3. **Cubiertas y Envolventes (CE)**
- Ámbito 4. **Instalaciones técnicas (IT)**
- Ámbito 5. **Seguridad y Evacuación (SE)**
- Ámbito 6. **Funcionalidad (FU)**
- Ámbito 7. **Eficiencia energética y energías renovables (EE)**

pag
045

Perspectiva Gestión y Sostenibilidad

- Ámbito 8. **Gestión (GES)**
- Ámbito 9. **Formación (FOR)**
- Ámbito 10. **Promoción (PRO)**
- Ámbito 11. **Dinamización (DIN)**
- Ámbito 12. **Branding (BRA)**
- Ámbito 13. **Digitalización (DIG)**
- Ámbito 14. **Sostenibilidad Ambiental (SOS)**
- Ámbito 15. **Fomento del asociacionismo y**

Subvencionado por:



COMERCIO
de Canarias



Gobierno
de Canarias



Cabildo de
Gran Canaria



Gesplan



Cofinanciado por
la Unión Europea



GOBIERNO
DE ESPAÑA



Fondos Europeos

Subvencionado por:



COMERCIO
de Canarias



Gobierno
de Canarias



Cabildo de
Gran Canaria



Gesplan

Planes de Acción por Mercados

5.

Plan de Acción

(Mercado)

152

Acciones Generales

15 Ámbitos

14

Planes de Acción

Los **Planes de Acción** constituyen el nivel operativo del Plan Estratégico, traduciendo las líneas estratégicas en intervenciones concretas para cada uno de los catorce mercados analizados.

Se estructuran en dos perspectivas complementarias: la técnico-edificatoria, que aborda las intervenciones sobre infraestructuras físicas (seguridad, accesibilidad, instalaciones, envolvente y eficiencia energética); y la de gestión y sostenibilidad ambiental, que abarca actuaciones orientadas a la profesionalización, digitalización, dinamización comercial, fortalecimiento asociativo y mejora ambiental.

En total, se han definido **629 acciones específicas**, encuadradas en 15 ámbitos y 152 acciones generales, a su vez, siguiendo la estructura propuesta de 4 ejes y 16 subcategorías.



Acciones

Mercado	Acciones Técnico Edificatorias	Acciones Gestión y Sostenibilidad	Total acciones específicas	Prioridad global
			629	
Mercado de Vegueta	32	29	61	Alta
Mercado del Puerto	28	24	52	Alta
Mercado de Altavista	25	24	49	Muy alta
Mercado Central de Alcaravaneras	32	22	54	Alta
Mercado de Santa Brígida	24	24	48	Media-alta
Mercado de Gáldar (La Recova)	24	23	47	Alta
Mercado de Valleseco	14	22	36	Media
Mercado de San Mateo	24	23	47	Media
Mercado de San Lorenzo	22	23	45	Media
Mercado Agrícola de Guía	28	21	49	Media-alta
Mercado de Arucas	26	1	27	Muy alta
Mercadillo de Valsequillo	15	17	32	Media
Mercado de Telde	22	21	43	Alta
Mercado de Moya	24	15	39	Media-alta

pag
049

Subvencionado por:



COMERCIO
de Canarias



Gobierno
de Canarias



Cabildo de
Gran Canaria



Gesplan

Programas insulares

6.

Para favorecer una implementación coordinada y eficiente del Plan, se han definido **10 Programas Insulares** que permiten abordar las intervenciones desde una visión integral, optimizando recursos, generando economías de escala y garantizando una calidad homogénea en dichas intervenciones.

Estos 10 programas, que constituyen la columna vertebral del Plan Estratégico de los Mercados de Abastos a nivel global, han sido el resultado del **análisis en conjunto de los planes de acción de cada mercado individual**, lo que ha permitido identificar necesidades y líneas de actuación comunes, evidenciando la oportunidad de impulsar intervenciones coordinadas que aporten un mayor impacto en el conjunto de los mercados analizados.

Este Plan Estratégico (al igual que los planes de acción individualizados) **se articula en torno a los cuatro ejes estratégicos especificados**, y se desarrolla a través de las dos perspectivas complementarias habituales a lo largo del trabajo presentado: técnico-edificatoria, centrada en la mejora y adecuación de las infraestructuras, y otra de gestión y sostenibilidad, enfocada en la profesionalización, digitalización y dinamización de los mercados.

El resultado es un conjunto de programas que optimizan recursos y refuerzan la competitividad de los mercados de forma global, preparándolos para los retos del comercio de proximidad.



Plan de Acción

14

(Mercados)

629

**Acciones
Específicas**

15 Ámbitos

Programas Insulares

10

152

**Acciones
Generales**

15 Ámbitos

pag
051

Subvencionado por:



COMERCIO
de Canarias



Gobierno
de Canarias



Cabildo de
Gran Canaria



Gesplan

6.1. Programas Insulares derivados de la Perspectiva Técnico-Edificatoria

1 Seguridad y Estabilidad Edificatoria

- Consolidación estructural
- Estanqueidad de cubiertas
- Sistemas de seguridad y evacuación
- Señalización de emergencia.

PRIORIDAD Alta

Corto-medio plazo
(0-2 años)

PRESUPUESTO ESTIMADO

5.122.841,80 €

pag
052

2 Accesibilidad y Mejora del Uso Público

- Eliminación de barreras arquitectónicas
- Adaptación de accesos aseos accesibles
- Mejora de recorridos y relación con el entorno urbano.

PRIORIDAD Media-alta

Corto-medio plazo
(0-2 años)

PRESUPUESTO ESTIMADO

1.727.370,00 €



Cofinanciado por
la Unión Europea



GOBIERNO
DE ESPAÑA



Fondos Europeos

Total inversión Programas Técnico-Edificatorios: 12.435.561€

Modernización Técnica y Operativa

- Renovación de instalaciones eléctricas
- Fontanería
- Saneamiento
- Climatización
- Infraestructura para digitalización.

3

PRIORIDAD Media

Medio plazo

(1-2 años)

PRESUPUESTO ESTIMADO

3.751.601,26 €

pag
053

Transición Energética

- Iluminación LED
- Medidas pasivas de eficiencia
- Energías renovables
- Monitorización energética certificación

4

PRIORIDAD Media

Corto-medio-largo plazo

(1- >2 años)

PRESUPUESTO ESTIMADO

1.833.748,09 €

Subvencionado por:



COMERCIO
de Canarias



Gobierno
de Canarias



Cabildo de
Gran Canaria



Gesplan

6.2. Programas derivados de la Perspectiva de Gestión y Sostenibilidad Ambiental

5

Regulación y Gestión Eficiente

- Reglamento de uso adaptable
- Regulación de concesiones y ocupación de puestos
- Gestión de servicios comunes
- Plataforma digital de activación de puestos.

PRIORIDAD

Alta (en mercados con vacancia)

Corto plazo

(0-2 años)

PRESUPUESTO ESTIMADO

535.752,60 €

pag
054

6

Capacitación y Sensibilización

- Formación en gestión empresarial
- Competencias digitales
- Sensibilización ambiental
- Emprendimiento y relevo generacional.

PRIORIDAD Alta-media

Corto plazo

(0-2 años)

PRESUPUESTO ESTIMADO

1.570.491,63€



Cofinanciado por
la Unión Europea



GOBIERNO
DE ESPAÑA



Fondos Europeos

Total inversión Programas de Gestión y Sostenibilidad: 7.672.026€

Revitalización y Atracción de Público

- Experiencias gastronómicas e inmersivas
- Marketing turístico
- Dinamización comunitaria comercio híbrido.

7

PRIORIDAD Alta

Corto plazo

(0-2 años)

PRESUPUESTO ESTIMADO

4.372.618,67 €

pag
055

Marca y Posicionamiento Conjunto

- Identidad de marca unificada
- Manual de imagen
- Señalética inteligente
- Presencia online consistente

8

PRIORIDAD Alta

Corto plazo

(0-2 años)

PRESUPUESTO ESTIMADO

581.170,09 €

Subvencionado por:



COMERCIO
de Canarias



Gobierno
de Canarias



Cabildo de
Gran Canaria



Gesplan

pag
56



Cofinanciado por
la Unión Europea



GOBIERNO
DE ESPAÑA



Fondos Europeos

Apoyo al Asociacionismo y Profesionalización de la Gestión

- Asesoramiento técnico para creación de asociaciones mediación en conflictos
- Profesionalización de la gerencia.

9

PRIORIDAD Media-alta

Corto-medio plazo

(0-3 años)

PRESUPUESTO ESTIMADO

71.668,80 €

pag
057

Sostenibilidad Ambiental

- Gestión de residuos
- Reducción de plásticos monitorización ambiental
- Certificaciones y sellos
- Acuerdos con gestores autorizados

10

PRIORIDAD Media-alta

Corto-medio-largo plazo

(1-5 años)

PRESUPUESTO ESTIMADO

540.323,25 €

Subvencionado por:



COMERCIO
de Canarias



Gobierno
de Canarias



Cabildo de
Gran Canaria



Gesplan

Estimación económica global

6.

La aplicación de los modelos de ponderación descritos (priorización técnica, coeficientes de ajuste, tratamiento diferenciado para energías renovables) da como resultado una **inversión total estimada de 20.107.587 €** para la implementación del Plan Estratégico en el conjunto de los mercados insular analizados.

Esta estimación debe interpretarse como una **aproximación económica orientativa para la planificación estratégica**, no como presupuestos cerrados de ejecución. La concreción de **los costes definitivos requerirá la redacción de proyectos técnicos específicos en fases posteriores**.

pag
058

20.107.587 €

Alineación con Fondos Europeos y ODS

El Plan garantiza la seguridad jurídica y administrativa al unificar la nomenclatura y los modelos de gestión

La estructuración de las fichas de acción responde directamente a los criterios de elegibilidad de los Fondos Europeos, facilitando la captación de recursos externos y la futura justificación del gasto.



Cofinanciado por
la Unión Europea



GOBIERNO
DE ESPAÑA



Fondos Europeos

Programas Técnico-Edificatorios (4 programas)

12.435.561 €

pag
059

Programas de Gestión y Sostenibilidad (6 programas)

7.672.026 €

Subvencionado por:



COMERCIO
de Canarias



Gobierno
de Canarias



Cabildo de
Gran Canaria



Gesplan

pag
060

MERCADO MUNICIPAL - ECOVALLES - SIDRERÍA



Cofinanciado por
la Unión Europea



GOBIERNO
DE ESPAÑA



Fondos Europeos

Objetivos esperados

La implementación del Plan Estratégico **generará un conjunto de resultados positivos** en los ámbitos económico, social, ambiental y urbano.

El Plan Estratégico tiene como fin primordial impulsar una transformación integral de los mercados de abastos, redefiniéndolos como equipamientos públicos estratégicos capaces de dinamizar la economía local y fortalecer el tejido productivo de la isla.

A través de sus propuestas, se busca convertir estos recintos en espacios comerciales modernos, competitivos y sostenibles, preparados para responder a las demandas actuales de los consumidores y de integrarse plenamente en el desarrollo social de sus comunidades.

Entre los objetivos específicos destacan la profesionalización de la gestión, el fomento de la transformación digital para atraer a nuevas generaciones y la consolidación de la sostenibilidad ambiental y el producto de “kilómetro cero” como factores clave de diferenciación.

En última instancia, se espera asegurar la viabilidad técnica, normativa y económica de los mercados, posicionándolos como referentes de calidad, centros de convivencia social y atractivos destinos turísticos basados en la cultura y gastronomía local

8.

pag
061

Subvencionado por:



COMERCIO
de Canarias



Gobierno
de Canarias



8.1. Objetivos económicos

- Aumento de la competitividad de los mercados frente a otros formatos comerciales.
- Incremento de la facturación de los puestos mediante la diversificación de la oferta, la digitalización y la atracción de nuevos perfiles de clientes.
- Generación de empleo local asociado a la dinamización comercial y a la modernización de los equipamientos.
- Reducción de costes operativos mediante la mejora de la eficiencia energética y la optimización de servicios comunes.

pag
062

8.2. Objetivos sociales

- Consolidación de los mercados como espacios de encuentro comunitario, favoreciendo la cohesión social y el tejido asociativo.
- Mejora de la accesibilidad universal, garantizando la igualdad de uso para todas las personas.
- Fortalecimiento del relevo generacional mediante programas de emprendimiento y formación de jóvenes en oficios tradicionales.
- Incremento de la seguridad de usuarios y trabajadores mediante la actualización de sistemas de protección y evacuación.



Cofinanciado por
la Unión Europea



GOBIERNO
DE ESPAÑA



Fondos Europeos

8.3. Objetivos ambientales

- Reducción de la huella de carbono de los mercados mediante la implantación de energías renovables y medidas de eficiencia.
- Disminución de residuos, especialmente plásticos de un solo uso, y mejora de la segregación selectiva.
- Optimización del consumo de agua mediante sistemas de reutilización y monitorización.
- Posicionamiento de los mercados como referentes de economía circular y producto km 0.

8.4. Objetivos urbanos y turísticos

- Mejora de la imagen urbana de los mercados como equipamientos públicos contemporáneos.
- Integración de los mercados en los circuitos turísticos de la isla, aumentando su visibilidad y atractivo.
- Revitalización de los centros urbanos asociados a los mercados.
- Fortalecimiento de la identidad insular a través de una marca común y una narrativa compartida.

Subvencionado por:



COMERCIO
de Canarias



Gobierno
de Canarias





pag
064



Cofinanciado por
la Unión Europea



GOBIERNO
DE ESPAÑA



Fondos Europeos

Subvencionado por:



COMERCIO
de Canarias



Gobierno
de Canarias



Conclusiones

9.

El Plan Estratégico para la mejora y modernización de los Mercados de Abastos de Gran Canaria constituye una herramienta de planificación integral, rigurosa y operativa, que proporciona al Cabildo de Gran Canaria y a los ayuntamientos implicados una hoja de ruta clara y cuantificada para la revitalización de estos equipamientos fundamentales para el comercio de proximidad, la cohesión social y la identidad cultural de la isla.

Las **principales conclusiones** que se derivan del trabajo realizado son:

1. El conjunto de mercados presenta una situación heterogénea, con necesidades diferenciadas que requieren intervenciones adaptadas a cada tipología. No obstante, existen déficits estructurales comunes que justifican una estrategia coordinada a escala insular.

2. La modernización debe abordarse desde una doble perspectiva: la consolidación física de los edificios (seguridad, accesibilidad, instalaciones, eficiencia) y la transformación operativa (gestión, digitalización, dinamización, sostenibilidad). Ambas dimensiones son complementarias y deben desarrollarse de forma integrada.

3. La priorización de las intervenciones se ha establecido atendiendo a criterios técnicos y estratégicos, identificando



como actuaciones de máxima urgencia aquellas vinculadas a la seguridad, la accesibilidad y el cumplimiento normativo.

4. La inversión estimada de 20,1 millones de euros permite dimensionar el esfuerzo económico necesario para la modernización del sistema, facilitando la planificación plurianual y la captación de fondos externos (autonómicos, estatales y europeos).

5. La estructura en Programas Insulares favorece la ejecución coordinada, la homogeneidad de los estándares de calidad y la optimización de recursos, generando economías de escala y reforzando la percepción de los mercados como una red integrada.

6. El Plan incorpora una sólida justificación técnica, económica y normativa, alineada con los requerimientos de financiación de la Unión Europea, lo que facilita su elegibilidad para futuras convocatorias de ayudas.

En definitiva, el Plan Estratégico no solo responde a las necesidades detectadas, sino que sienta las bases para que los mercados de abastos de Gran Canaria recuperen su papel como infraestructuras comerciales modernas, espacios de encuentro social y cultural, y referentes de sostenibilidad y producto local, garantizando su viabilidad y relevancia para las generaciones presentes y futuras.

Subvencionado por:



COMERCIO
de Canarias



Gobierno
de Canarias





mercados de abastos

Plan Estratégico para la mejora y modernización de los mercados de abastos de la isla de Gran Canaria



Cofinanciado por
la Unión Europea



GOBIERNO
DE ESPAÑA



Fondos Europeos



COMERCIO
de Canarias



Gobierno
de Canarias



Gobierno
de Gran Canaria



Gesplan

Subvencionado por: