

NEWSLETTER



MERCAGRANADA



Formación en Primeros Auxilios en Mercagranada

Curso de RCP para mejorar la seguridad y atención en nuestras instalaciones

Este mes de abril, Mercagranada ha organizado un curso de Reanimación Cardiopulmonar (RCP) dirigido al personal del área de atención al cliente y de mantenimiento. La formación, impartida por profesionales acreditados, busca reforzar la capacidad de respuesta ante emergencias, garantizando un entorno más seguro para trabajadores y visitantes. Esta iniciativa forma parte del compromiso continuo de Mercagranada con la salud, la seguridad y la excelencia en el servicio.

Nuevos Becarios en Mercagranada

Bienvenidos al equipo de comercial y atención al cliente

La próxima semana se incorporan a nuestro equipo dos becarios del módulo de Desarrollo Web del IES Francisco Ayala de Granada. Estarán con nosotros hasta finales de mayo, colaborando en proyectos clave de la empresa. Esta es una excelente oportunidad para seguir fomentando el talento joven y la formación práctica, y nos complace contar con ellos para aportar nuevas ideas y energía en el área de desarrollo digital. ¡Les damos una cálida bienvenida!



¡Estrenamos nueva web en Mercagranada!

Más accesible, moderna y pensada para ti

Mercagranada lanza su nueva página web, con un diseño renovado y navegación más intuitiva para facilitar el acceso a toda la información sobre nuestros servicios, horarios, noticias y trámites. Esta actualización responde al compromiso de mejorar la comunicación con nuestros usuarios y adaptarnos a las nuevas tecnologías. Invitamos a todos los operadores, visitantes y colaboradores a explorar este nuevo espacio digital, creado para ofrecer una experiencia más cercana, útil y eficiente.

Las ventas de productos de gran consumo crecerán un 2,3 % en 2025

Kantar prevé un crecimiento moderado en valor, con retos centrados en la cuota de mercado.

Según las previsiones de Kantar, las ventas de productos de gran consumo alcanzarán los 94.779 millones de euros en 2025, con un crecimiento del 2,3 % en valor respecto a 2024. En volumen, se espera una ligera caída del 0,3 %. A pesar de un consumo estable, los distribuidores deberán centrarse en ganar cuota de mercado a través de inversión en marcas, innovación y publicidad. La crisis inflacionaria dejó un mercado más grande en valor, pero más pequeño en volumen.