ISSN 2444-2534

Aneda NOTICIAS

Suscríbete aquí:
comercial@aneda.org

"La revista de tu asociación"

@Anedavending

Innovación, tendencias y oportunidades en el sector

Descubre todo en el interior

Septiembre ▪ Nº 155

ANEDA
VENDING

Entrevista a:
Ana García Román
Pag 22

La voz del experto
Javier Montón
CEO Vacway
Pag 4

ANEDA presenta ExpoCongress en el Ayuntamiento de Toledo
Pag 6

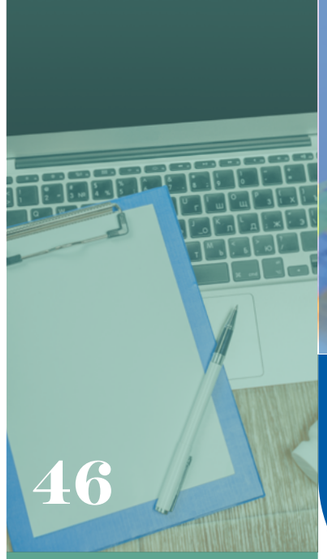
Índice

4 La voz del experto

6 Asociación

ANEDA VENDING

22 Entrevista a: Ana García Román



46 Normativas, relaciones laborales y economía

48 Internacional

56 Hazte socio - Nuevos socios

60 Certificado de calidad

26 Te presentamos...

28 Estudios, tendencias y mercados

38 Curiosidades y reflexiones

42 Notas de prensa

64 Hábitos saludables

68 Noticias de empresa

La voz del experto

Javier Montón
CEO & Co-fundador de Vacway

Del café al cloud: el vending como ecosistema omnicanal de autoservicio inteligente

Durante décadas, el vending ha sido sinónimo de café y snack. Una máquina sencilla, siempre disponible, que resolvía una necesidad puntual en oficinas, centros educativos o espacios de tránsito.

Sin embargo, el sector ha entrado en una ***nueva etapa en la que el autoservicio ya no se limita a un producto básico,*** *sino que se convierte en una experiencia completa, gestionada en la nube, conectada a múltiples canales de venta y respaldada por datos.*

En Vacway llevamos años trabajando en esta transformación, desarrollando soluciones que amplían los límites del vending tradicional y que hoy están creciendo de forma acelerada en parques, centros de ocio, estaciones de esquí y hoteles de toda Europa.

El vending ya no puede entenderse solo como una máquina expendedora.

Los usuarios demandan rapidez y comodidad.

En este contexto, los nuevos formatos, como ***lockers inteligentes, kioscos de autoservicio o máquinas especializadas,*** *se consolidan como puntos de venta 24/7 que multiplican las oportunidades de negocio y diversifican la oferta.*

Los VACWAYlockers son un ejemplo claro de cómo la lógica del vending se expande a nuevos usos: desde ***taquillas para maletas hasta soluciones para parques acuáticos o estaciones de esquí.*** *A ellos se suman VACWAYkiosk, que automatiza la venta de entradas y fastpass reduciendo colas, y VACWAYone, un vending waterproof único en el mercado que protege dispositivos móviles en segundos. Diferentes formatos con un denominador común: ofrecer un servicio ágil, rentable y con valor añadido para el usuario.*

Omnicanalidad: maximizar cada venta

Otra de las claves de la evolución del vending es la omnicanalidad. Hoy, no basta con que el cliente pueda comprar directamente en la máquina: debe ***tener la posibilidad de adquirir el servicio online,*** *reservarlo con antelación y, al llegar a la ubicación, disfrutar de un acceso inmediato.*

Un ejemplo concreto lo encontramos en Baqueira, donde los visitantes pueden reservar su taquilla a través de la web, pagar online y abrirla directamente al llegar a la estación, con cero colas. Esta integración digital reduce colas, asegura disponibilidad y mejora la satisfacción del usuario, mientras que para el operador supone mayor conversión y nuevas oportunidades de ingreso.

La innovación no está solo en la experiencia del cliente final. También es fundamental en el back-office del operador. Por eso nuestras soluciones permiten ***integraciones vía API con sistemas de gestión empresarial como SAP o Dynamics.***

Esto significa que la facturación, los reportes y los flujos de datos ***se automatizan por completo, eliminando procesos manuales,*** *reduciendo errores y permitiendo escalar la operación con mayor eficiencia. La tecnología de autoservicio inteligente no solo mejora la experiencia de usuario, también optimiza la gestión interna de las empresas que la operan.*
Conclusión: un sector en transformación

El vending se encuentra en un punto de inflexión. De ***máquina expendedora a ecosistema omnicanal,*** *de producto básico a experiencia fluida respaldada por datos. Los lockers, kioscos, máquinas especializadas y la gestión cloud son ya parte del presente, no del futuro.*

Quienes se adelanten a integrar estas soluciones ***marcarán el ritmo del mercado;*** *quienes no, corren el riesgo de quedarse atrás. La oportunidad está sobre la mesa: convertir el vending en un ecosistema de autoservicio inteligente, conectado y rentable.*

Desde Vacway, invitamos a todo el sector a dar este paso. Porque el futuro del vending no es solo dispensar productos: es crear experiencias inteligentes que generen valor para el usuario y para el operador.

ANEDA presenta ExpoCongress en el Ayuntamiento de Toledo.

Una alianza estratégica para impulsar el sector del vending

El pasado 29 de julio, una delegación de **ANEDA** fue recibida oficialmente por el alcalde de Toledo, **D. Carlos Velázquez**, en un encuentro institucional que refuerza la **colaboración entre el sector del vending y las administraciones públicas.** Esta reunión marca un hito en el camino hacia la celebración de ExpoCongress 2025, el evento de referencia para el sector, que tendrá lugar del 12 al 14 de noviembre en la ciudad de Toledo.

La directora general de ANEDA, **Yolanda Carabante**, acudió acompañada por **Saúl Álvarez,** vicepresidente de Proveedores de la asociación y CEO de Qualery, y por **Alfonso López,** CEO de Laqtia. Ambas son empresas proveedoras de referencia en la zona y que, con su compromiso empresarial, **fortalecen el tejido productivo local.**

Durante el encuentro, se presentó el proyecto ExpoCongress 2025, una cita clave que reunirá a los principales actores del vending, la distribución automática, el food service y sectores afines. El evento ofrecerá un **espacio estratégico para el intercambio de conocimiento**, el impulso de la innovación, el networking empresarial y la visibilidad de nuevas tendencias que marcarán el futuro del sector.

El alcalde mostró un firme respaldo a la celebración del congreso en Toledo, subrayando la **capacidad de la ciudad para acoger eventos de gran envergadura** y su vocación como referente en innovación, turismo y desarrollo económico.

La jornada incluyó también una reunión con el concejal de Turismo del Ayuntamiento, con quien se abordaron las oportunidades que representa el vending para el **impulso turístico y económico de la ciudad.** Se destacó especialmente el impacto positivo que tendrá ExpoCongress en términos de ocupación hotelera, generación de empleo, atracción de visitantes profesionales y posicionamiento de Toledo como ciudad de eventos de alto valor añadido.

Desde ANEDA se remarcó la importancia de seguir estrechando la colaboración público-privada y de apostar por proyectos que integren innovación, sostenibilidad y desarrollo empresarial. El vending es hoy un sector en constante evolución, que aporta soluciones a múltiples entornos y que desempeña un papel relevante en la modernización del consumo, la distribución y los servicios.

ExpoCongress 2025 no solo será una cita profesional de primer nivel, sino una **plataforma estratégica para visibilizar el peso del sector** y generar nuevas sinergias entre empresas, instituciones y territorio.

Desde ANEDA queremos expresar nuestro agradecimiento al alcalde de Toledo, **D. Carlos Velázquez,** por su cercanía, hospitalidad y compromiso, así como al concejal de Turismo D. José Manuel Velasco Retamos, por su apoyo y visión estratégica. Su implicación es fundamental para llevar adelante proyectos que generan valor real para el territorio y sus sectores productivos.

Seguimos trabajando con ilusión, responsabilidad y compromiso para hacer de ExpoCongress 2025 un evento de éxito compartido, que impulse al sector del vending y **fortalezca la colaboración entre empresas e instituciones.**

En la Asamblea General de la Confederación Española de Comercio

La asociación participa de manera activa en CEC

El pasado 8 de julio, ANEDA estuvo presente en la Asamblea General Ordinaria de la **Confederación Española de Comercio (CEC)**, celebrada en la sala Carlos Ferrer Salat (Madrid), en representación del sector de la distribución automática. La Directora General de ANEDA, Yolanda Carabante, asistió en nombre de la asociación, reafirmando así el compromiso activo de ANEDA con las organizaciones empresariales de ámbito nacional.

La participación en esta Asamblea refleja la voluntad de ANEDA de **formar parte de los espacios de decisión y diálogo que afectan al comercio en España,** aportando la visión y necesidades específicas del canal de distribución automática.

Durante la sesión se abordaron temas clave para el funcionamiento y la planificación de la Confederación, como la **aprobación de documentos estratégicos y económicos,** la presentación del informe del presidente, la validación de decisiones adoptadas por los órganos de gobierno, así como la renovación de representantes en la Junta Directiva. También se trataron asuntos de interés surgidos recientemente, que fueron incorporados al orden del día.

La presencia de ANEDA en esta Asamblea no solo **refuerza su papel como interlocutor sectorial,** sino que también permite defender los intereses del vending en un entorno más amplio, donde confluyen diferentes formatos y modelos de comercio.

Desde ANEDA, seguimos **trabajando para que el vending tenga voz propia en los foros** donde se construyen las políticas y estrategias del comercio del futuro.

ANEDA
VENDING

Confederación Española de Comercio

Junta Directiva: Cierre de Semestre y Planificación.

Con el foco en ExpoCongress y la actividad sectorial

El pasado 23 de julio, ANEDA celebró la última reunión de su Junta Directiva antes del periodo estival, en la que se abordaron t**emas clave para la planificación y desarrollo de la actividad asociativa** de cara al segundo semestre del año.

Durante la sesión, se trataron asuntos estratégicos como el **avance en la organización del ANEDA ExpoCongress 2025,** uno de los eventos más relevantes del sector, que reunirá a empresas, profesionales y expertos del vending en el mes de noviembre en Toledo. También se discutió acerca de la **puesta en marcha oficial de la Comisión de Proveedores de Fabricantes de Máquinas,** un espacio de diálogo y colaboración que busca reforzar la relación entre los distintos actores del canal, especialmente los fabricantes, para afrontar los retos actuales y futuros.

Además, se compartieron diversas actualizaciones sobre **temas de interés sectorial,** así como inquietudes y propuestas por parte de los miembros de la Junta, en un ambiente de participación y compromiso colectivo.

Con esta reunión, ANEDA cierra un primer semestre de intensa actividad institucional, reafirmando su papel como referente del vending en España y su compromiso con la representación, defensa y promoción del sector.

TPC NETGRUP
CONSULTING

REGRESA A CLASE CON
vendingschool

Experiencia, Especialización y Formación son Factores Clave en el sector del Vending

Nuestros cursos abarcan todas las funciones dentro de una empresa operadora, desde el gestor de rutas, el supervisor o el técnico hasta los mandos intermedios o la dirección general de la compañía.

PRECIOS ESPECIALES PARA SOCIOS DE ANEDA

En los últimos años, TPC NetGrup ha impartido más de 250 cursos a más de 1000 alumnos tanto en formato presencial como online.

TODA NUESTRA OFERTA FORMATIVA EN UN CLIK

SCAN ME

fundae.es

TPC NetGrup S.L- Ronda Europa, 60 2º2ª - 08800 Vilanova i la Geltrú - Tel. 938 16 63

el SNACK IDEAL para cualquier MOMENTO

FONT VELLA DA NUEVA VIDA A LAS BOTELLAS

Botellas 0,5L y 1,5L*
100% RECICLADAS**

RECICLAR
RECOGER
JUNTAR
CONVERTIR

JUNTOS CERRAMOS EL CÍRCULO

Font Vella

100% HECHA DE OTRAS BOTELLAS

*Formatos disponibles solo para los canales de HORECA y VENDING y a petición del cliente. **La botella es de material reciclado y el tapón y la etiqueta son reciclables.

Somos especialistas en la fabricación de vasos vending para dispensado automático

HORECA		VENDING	
4 oz	(120 ml)	5 oz	(150 ml)
6,5 oz	(190 ml)	6,5 oz	(190 ml)
7,5 oz	(220 ml)	8 oz	(240 ml)
8/9 oz	(240 ml)		
12 oz	(350 ml)		
14 oz	(475 ml)		

ANEDA, invitada a participar en las XXIII Jornadas de Profesionales del Vending de Euskadi

Una cita con la innovación, el talento y la profesionalización del vending en un entorno con fuerte tradición industrial

La comarca de Debabarrena (Bajo Deba) acogerá próximamente la XXIII edición de las Jornadas de Profesionales del Vending de Euskadi, bajo el lema: **“Emprendimiento, adaptación y superación: poniendo en valor a las personas y la formación”.**

Este encuentro anual, ya consolidado como la cita de referencia de los profesionales de vending de Euskadi, se celebrará en un entorno con una profunda tradición industrial y un fuerte espíritu de resiliencia. Desde la Edad Media, el río Deba ha sido motor de desarrollo económico, impulsando una cultura de innovación y adaptación que sigue viva hoy y que inspira el enfoque de estas jornadas.

ANEDA ha sido invitada a participar en esta edición, y está previsto que acudan tanto el presidente de la asociación, **Juan Luís Hernández,** como la directora general, **Yolanda Carabante,** en representación institucional. Su presencia, aún pendiente de confirmación definitiva, reflejaría el compromiso de ANEDA con el fortalecimiento del tejido asociativo y el impulso de espacios de diálogo y colaboración entre profesionales del vending.

Estas jornadas suponen una **oportunidad para compartir experiencias, generar sinergias** y poner en valor el papel de las personas y la profesionalización como ejes clave del desarrollo del sector.

Desde ANEDA **agradecemos la invitación** y celebramos la continuidad de esta iniciativa.

¡Mucho éxito!

Una cita habitual para ANEDA: Jornada Amics del Vending en Cataluña

ANEDA invitada por ACVIU en esta nueva edición

La Asociación Catalana de Vending y Unattended (ACVIU) celebrará el próximo jueves 16 de octubre una nueva edición de su ya tradicional Jornada Amics del Vending, un encuentro que, año tras año, se consolida como un espacio de referencia para el sector en Cataluña.

Bajo el lema **"Emprendimiento, adaptación y superación: poniendo en valor a las personas y la formación",** la jornada tendrá lugar en el Restaurante Casa Fuster de Sant Cugat del Vallès, un entorno singular que combina historia, naturaleza y gastronomía, ideal para fomentar el diálogo y la conexión entre profesionales.

ANEDA ha sido invitada a participar en esta cita anual, a la que tradicionalmente ha acudido, y aunque en esta ocasión la cercanía con la **celebración del ANEDA ExpoCongress 2025** podría dificultar la asistencia de su equipo directivo, está previsto que algún representante de la asociación acuda en representación..

Desde ANEDA queremos agradecer sinceramente la invitación de ACVIU y trasladar nuestros mejores deseos para el desarrollo de esta jornada que, sin duda, volverá a ser un éxito de participación y reflexión.

¡Mucho éxito!

Todo listo para ExpoCongress 2025 en Toledo: innovación y networking en un evento que marcará tendencia

El majestuoso Palacio de Congresos de Toledo se prepara para acoger ExpoCongress 2025, el evento más esperado del año en el sector del vending y la distribución automática.

Organizado por ANEDA, esta cita reunirá a los **principales líderes, empresas innovadoras y profesionales del sector** en un entorno diseñado para el intercambio de ideas, la generación de oportunidades de negocio y la visibilidad de las marcas más punteras.

Durante tres días, **ExpoCongress 2025,** evento que marcará un antes y un después en la industria, ofrecerá una experiencia integral que combina **exposición comercial, conferencias de alto nivel, actividades de networking** y **espacios exclusivos para patrocinadores.** Con más de 600 asistentes previstos en su auditorio principal, el evento se posiciona como una plataforma estratégica para impulsar la transformación del sector.

Razones para no faltar a ExpoCongress 2025

- ***Contacto directo con los líderes del sector:*** *Interacción con expertos que están revolucionando el mercado.*
- ***Espacios de exhibición personalizados:*** *Espacios de 3x2 m² completamente equipados para mostrar productos y servicios.*
- ***Acceso a conferencias exclusivas:*** *Ponencias de alto impacto sobre inteligencia artificial, economía, política, deporte y liderazgo.*
- ***Actividades sociales de alto nivel:*** *Cena de gala, vino español, visitas guiadas y espacios de networking.*
- ***Visibilidad de marca sin precedentes:*** *Oportunidades de patrocinio en zonas clave como la cena de gala, el vino español, zonas de descanso, photocall principal y más.*

Si eres expositor tendrás...

- ***Superficie 3x2 m².***
  Con moqueta.
- ***Trasera en perfilería metálica.***
  Revestida con tela impresa (2,00 x 2,50).
- ***Instalación eléctrica.*** Cuadro eléctrico de 1 kw, con enchufe.
- ***Iluminación.***
  1 foco en trasera.
- ***Mobiliario estándar.*** 1 mostrador, 1 pluma impresa para frontal del mostrador, mesa alta redonda y 2 taburetes. (No incluye extras)

Incluye...

- **5 pases a las Conferencias** (por importe de 300€ los tres días).
- **3 Invitaciones para las comidas** durante días del evento.
- **3 invitaciones** para actividad y vino español del día 12 de noviembre.
- **3 invitaciones para la cena de gala** del día 13 de noviembre.

Ponentes de nivel confirmados

Entre los ponentes ya confirmados destacan:

- Un experto en **robótica e inteligencia artificial.**
- Una **expresidenta del Congreso y actual presidenta de AMA.**
- La **presidenta de la Fundación Margarita Salas,** referente en RSC.
- Una **tricampeona mundial** de parakárate y campeona europea de tiro con arco.
- Un **tenor internacional** con la conferencia “Cómo dar el do de pecho”.
- Un **doctor en Ciencias del Deporte** con múltiples récords Guinness.
- La **presidenta de la Diputación de Toledo.**
- El mejor **Barista de España.**
- Un **coach emocional**
- **CEO** de una de las principales empresas alimenticias de España y líder influyente.

Aquí lo que encontrarás como visitante y donde el expositor también estará.

Un programa diseñado para inspirar y conectar.

APRENDER ESCUCHANDO

Las **conferencias** se celebrarán cada mañana **de 9:00 a 12:00 h** en un anfiteatro con capacidad para más de 800 personas.

Además, se organizarán mesas de debate con **mujeres pioneras y empresarios líderes,** fomentando el aprendizaje colaborativo y el intercambio de experiencias.

ExpoCongress te ofrece la oportunidad de aprender escuchando a expertos y líderes en sus campos, quienes compartirán sus conocimientos y experiencias para inspirar y guiar a los profesionales del sector.

Recuerda las oportunidades exclusivas para expositores y patrocinadores

Expositores
Espacio completo con mobiliario, iluminación, moqueta y trasera personalizada.
Acceso a conferencias, comidas, vino español y cena de gala.
Visibilidad en materiales promocionales, web oficial y photocall.

Patrocinadores
Optarán a espacios únicos - Distintos niveles de visibilidad y participación, pensadas para **adaptarse a tus objetivos** y posicionarte con fuerza durante todo el congreso.

MULTIPLICA E IMPULSA TU MARCA

No solo participes: lidera.
Elige cómo destacar en ExpoCongress.

Aumenta tu presencia en ExpoCongress 2025 a través 5 tipos de patrocinios

Patrocinador
Plus premium

Máxima visibilidad en todo el evento, con presencia en medios, espacio exclusivo y beneficios VIP. Ideal para marcas que buscan **protagonismo total.**

Patrocinador
Zona de descanso coffee corner

Asocia tu marca al punto clave de **networking**, con **presencia exclusiva en el espacio café** y señalética destacada. Cercanía y visibilidad garantizadas.

Patrocinador
Vino español

Asocia tu marca al punto clave de **networking**, con **presencia exclusiva en el espacio café** y señalética destacada. Cercanía y visibilidad garantizadas.

Patrocinador
Cena de gala

Tu marca en el centro de la noche más importante: **presencia en escena, mesas y medios.** Protagonismo absoluto ante los líderes del sector en el Restaurante *"Laberinto del Rey"*

Patrocinador
Co-Branding "Vending Sale a la Calle"

Actividad estratégica y branding conjunto con la organización. Una acción original y altamente visible.

Destaca en otras zonas de interés. **3 zonas para destacar**

Destaca tu marca en los **puntos más transitados y fotografiados** del congreso. Desde la zona de bienvenida con photocall y autoridades, hasta las áreas de descanso y la lona.

Opta por alguna de las **5 Salas Polivalentes**

Ofrecemos 5 salas individuales o panelables.

Adapta las salas a tus necesidades: para **presentaciones, actividades, demostraciones** o cualquier acto que quieras desarrollar.

Conoce al detalle cada opción de patrocinio, espacio y sala.

INSCRIPCIONES ABIERTAS: ¡PLAZAS LIMITADAS!

Las **solicitudes de participación** ya están abiertas y los espacios se asignarán por riguroso orden de inscripción. Para **más información** sobre precios, condiciones y reservas, los interesados pueden contactar a través de:

expo@aneda.org
comercial@aneda.org

Y,recuerda además, que...

¡Ya puedes conseguir tu entrada para ExpoCongress 2025!

No dejes pasar la oferta especial de lanzamiento y garantiza tu plaza en el evento que transformará el futuro del vending.

Del 12 al 14 de noviembre

Palacio de Congresos de Toledo

¡Te esperamos en ANEDA ExpoCongress 2025!

Ana García Roman

Dirección de Automáticos Rogar, miembro de la junta directiva de Aneda y delegada regional de La Rioja, Aragón y Navarra

1. Automáticos Rogar es una empresa familiar con una larga trayectoria en el sector del vending. ¿Cómo ha sido su evolución y qué papel ha jugado su vinculación con Aneda en ese camino?

Nuestra evolución ha estado marcada por la cercanía, el compromiso y la adaptación constante. Como empresa familiar, hemos crecido escuchando a nuestros clientes y **apostando por la calidad en cada servicio.** La vinculación con Aneda ha sido fundamental: nos ha permitido estar conectados con el sector, compartir experiencias con otras empresas y participar activamente en su profesionalización. Formar parte de la junta directiva y ejercer como delegada regional me ha dado una **visión más amplia y estratégica,** que también aplicamos en Rogar.

2. Recientemente habéis renovado vuestras instalaciones en Zaragoza. ¿Qué os llevó a dar ese paso y qué objetivos perseguís con esta transformación?

Este proyecto llevaba años en mente. Queríamos crear un espacio que reflejara lo que ofrecemos a nuestros clientes: **áreas de descanso modernas, funcionales y acogedoras**. La renovación responde a una doble necesidad: mejorar la calidad de vida de nuestro equipo y servir como ejemplo real para nuestros clientes. Ahora podemos mostrarles, en nuestras propias instalaciones, cómo puede ser una **sala de descanso bien diseñada, y al mismo tiempo disfrutarla como equipo.**

Queremos que nuestros clientes vean en nosotros un ejemplo de cómo una sala de descanso puede transformar el ambiente laboral.

3. ¿Cómo debería ser la sala de descanso de una empresa que ofrece áreas de descanso?

ESPECTACULAR. Y así lo hemos hecho. Queríamos que nuestras instalaciones reflejaran lo que ofrecemos a nuestros clientes: espacios que invitan a la pausa, a la conversación y al bienestar.

4. ¿Qué acogida está teniendo?

Muy positiva. Nuestros clientes están descubriendo una **nueva cara del vending**. Antes solo veían a nuestros técnicos y comerciales, pero ahora conocen el equipo que hay detrás, trabajando para que **cada pausa sea especial.**

5. ¿Algún proyecto a destacar?

Hemos iniciado sesiones personalizadas para que los clientes elijan el **café ideal** para sus empresas, y también hemos incorporado opciones de desayunos saludables según sus necesidades.

6. ¿Cómo afrontáis este cambio?

Con muchísima ilusión. Es una apuesta por **mejorar la calidad de vida de nuestro equipo y reforzar el sentimiento de pertenencia.** Queremos que nuestros clientes vean en nosotros un ejemplo de cómo una sala de descanso puede transformar el ambiente laboral.

ROGAR
DISTRIBUIDOR AUTORIZADO LAVAZZA
LAVAZZA
TORINO, ITALIA, 1895

Entrevista a...

7. ¿Qué significa este paso para una empresa familiar como Rogar?

Es un símbolo de evolución. Hemos crecido escuchando a nuestros clientes y adaptándonos a sus necesidades. Esta renovación representa cómo una empresa familiar puede progresar sin perder su esencia, apostando por la innovación, el bienestar y la cercanía. Queremos que cada visita a nuestras instalaciones sea una experiencia, y que cada café compartido sea una oportunidad de conexión.

8. Como delegada regional de Aneda, estás impulsando la celebración de Expocongress en Toledo este noviembre. ¿Qué importancia tiene este evento para el sector y qué estás haciendo para fomentar la participación?

Estamos trabajando intensamente para que Expocongress Toledo sea un punto de encuentro relevante para todo el sector. Desde mi posición como delegada regional, estoy **impulsando la participación de expositores y visitantes,** fomentando la colaboración entre empresas locales y nacionales. Queremos que Toledo se convierta en un referente del vending en noviembre, y que el evento sea una plataforma para compartir ideas, innovaciones y experiencias.

9. ¿Qué debe hacer Aneda para seguir profesionalizando el sector del vending?

Aneda debe seguir apostando por la **formación, la visibilidad y la innovación**. Es fundamental que el vending se perciba como un servicio estratégico dentro de las empresas, no solo como una máquina. Para ello, debemos seguir generando espacios de diálogo, como Expocongress, y ofrecer herramientas que ayuden a las empresas del sector a adaptarse a las nuevas demandas: **sostenibilidad, digitalización, salud y experiencia de usuario.**

VITRO

UNA GAMA COMPLETA, CON UNA GRAN COMBINACIÓN DE TECNOLOGÍAS

Café Espresso ; El mejor espresso, molido y preparado en el momento.

Leche Fresca ; Ofrece a tus clientes bebidas elaboradas con leche fresca.

Té; Descubre el sabor del auténtico té que sólo Vitro sabe infusionar.

Café de Filtro; Haz disfrutar a tu cliente con el sabor aromático del café recién filtrado.

AZKOYEN
www.azkoyenvending.com
vending@azkoyen.com
+34 948 709 709

Innovación a tu alcance

Optimiza la experiencia de tus clientes con Vacway

VACWAYlockers

VACWAYkiosk

Seguridad y comodidad 24/7 · Almacenaje inteligente y seguro para cualquier tipo de espacio · Fácil acceso con tecnología Quick Access · Automatiza tu atención y venta · Máquinas self-service para tickets, brazaletes y compra de productos de alimentación varios · Gestión rápida sin filas ni esperas

Tecnología fiable y fácil de usar · Ahorra tiempo y reduce costos operativos · Adaptable a múltiples sectores y necesidades

Descubre cómo digitalizar tu negocio hoy

www.vacway.com
Vacway

EXPENDEDORA DE AGUA A GRANEL
AGUA NATURAL Y CON GAS
NEW
Nuestra Drink Green TE DA MAS

- Pantalla táctil 10"
- Muestra videos corporativos
- Info medioambiental de ahorro en CO2.
- ¡Hasta botellas de 2 litros!
- Nueva filtración BRITA con control online iQ Meter

Nexus Machines
info@nexusmachines.net

ENGINE CONNECT
Conectividad 4G

El **sistema de pago cashless** más completo para sacarle el máximo partido a tu máquina expendedora

Pay · mastercard · G Pay · maestro · SAMSUNG Pay · VISA

Creamos confianza para un mañana mejor

Somos Kiwa. Con nuestros servicios de **aseguramiento, ensayo, inspección, certificación, formación, consultoría y datos,** generamos confianza en los productos, servicios, procesos, sistemas (de gestión) y empleados de nuestros clientes.

Lo hacemos en una amplia variedad de segmentos de mercado, que van desde la **construcción y el suministro de energía hasta el agua potable, la sanidad, la alimentación, los piensos** y la agricultura. Las áreas de especialización incluyen sistemas de gestión, responsabilidad social corporativa y pruebas de laboratorio, entre muchas otras.

Tenemos clientes en industrias manufactureras y de procesos, servicios (empresariales), servicios públicos y privados, gobiernos e instituciones internacionales.

Más de 12.000+ empleados

Nuestra empresa cuenta con una plantilla dinámica de más de **12.000 profesionales comprometidos.** Con su experiencia y compromiso, nos esforzamos continuamente por alcanzar la excelencia en proveer productos y servicios de primer nivel a nuestra cartera mundial de clientes.

Más de 35+ países

Con presencia en más de 35 países, nuestra amplia red de oficinas nos permite **ofrecer soluciones a medida y apoyo a clientes de todo el mundo.** Este amplio alcance refuerza nuestra capacidad para fomentar la colaboración y el entendimiento a escala mundial.

Más de 200+ sedes

Para mantener nuestro compromiso con la calidad y la seguridad, contamos con una **amplia red de más de 200 centros, entre oficinas y laboratorios de ensayo avanzados,** repartidos por todo el mundo.

Nuestra historia

Las raíces de las entidades de todo el mundo que forman la actual Kiwa se encuentran en la salvaguarda de la **salud y la seguridad de las personas** mediante la prestación de un servicio de verificación de alta calidad. En muchos casos, esta función tiene su origen en un mandato gubernamental en sectores como el gas, la energía, el agua potable y la seguridad en la construcción o la producción.

La Kiwa que da nombre a la empresa actual fue **fundada en 1948 por las empresas holandesas de agua potable,** que querían salvaguardar el suministro de agua potable en el país haciendo examinar todos los objetos que pudieran entrar en contacto con el agua potable. En aquella época, KIWA (en mayúsculas) era el acrónimo de Keuringsinstituut voor WaterleidingArtikelen (Institución para el Examen de Artículos de Obras Hidráulicas). Hoy en día, hemos suprimido las siglas, ya que la Kiwa actual abarca mucho más que la mera experiencia en agua potable. Estamos **presentes en numerosos mercados** de todo el mundo y ofrecemos una amplia gama de productos y servicios.

Unattended Retail: El nuevo ecosistema automatizado que transforma el vending

El unattended retail –literalmente "comercio sin atención presencial"– está emergiendo como una de las grandes tendencias del sector de la distribución automatizada.

Este nuevo modelo de negocio, complementario y paralelo al vending tradicional, redefine la experiencia de compra en espacios como oficinas, gimnasios, hoteles, escuelas, hospitales y estaciones de servicio, donde la conveniencia, la disponibilidad 24/7 y la eficiencia operativa son clave. Y lo hace con una propuesta que va mucho más allá de la máquina expendedora clásica.

Fuente: Rafael Martín M. CEO Senatus Consulting

Más que vending: una nueva arquitectura comercial

El unattended retail no es una evolución del vending, sino una **arquitectura comercial distinta**. Mientras el vending tradicional se basa en máquinas autónomas con oferta limitada, el nuevo modelo incorpora:

- **Inteligencia artificial** para personalizar la oferta y optimizar la reposición
- **Sensores y cámaras** para detectar productos retirados y controlar el stock
- **Sistemas de pago avanzados,** desde contactless hasta biometría
- **Publicidad dinámica** que adapta el contenido al perfil del usuario

El resultado es una experiencia de compra fluida, rápida y personalizada, que responde a las nuevas expectativas del consumidor post-COVID.

Dos mentalidades, dos velocidades: EE. UU. vs Europa

En **Estados Unidos,** el unattended retail ha sido ampliamente adoptado gracias a una mentalidad orientada al beneficio: se vende la promesa de más ingresos, menos costes y escalabilidad. En Europa, en cambio, el enfoque ha sido más cauteloso. Los argumentos de venta suelen comenzar por los riesgos —privacidad de datos, vandalismo, robo— antes que por las oportunidades.

Esta diferencia cultural ha ralentizado la expansión en Europa, aunque los datos muestran que el continente está acortando distancias. Según algunos estudios, Europa se encuentra aproximadamente cinco años por detrás EE. UU. en adopción, pero con una curva de crecimiento acelerada. En países como **Alemania, Francia y España,** el número de instalaciones de tiendas inteligentes y neveras conectadas ha crecido más del 30 % anual desde 2022.

Factores que impulsan el crecimiento a nivel global

1. Un consumidor más autónomo
La pandemia consolidó el hábito del autoservicio. Hoy, el consumidor busca rapidez, autonomía y disponibilidad continua. El unattended retail responde a esa demanda con soluciones que eliminan fricciones y mejoran la experiencia.

2. Ventajas operativas para las ubicaciones
Los titulares de espacios valoran la reducción de costes, la generación de ingresos adicionales y la posibilidad de ofrecer servicios 24/7 sin personal presencial. Además, la gestión remota permite controlar inventario, ventas y mantenimiento en tiempo real.

3. Tecnología en plena madurez
La evolución de las máquinas expendedoras hacia sistemas inteligentes ha sido vertiginosa. Las soluciones actuales permiten aumentar el ticket medio, reducir el desperdicio y adaptar la oferta al perfil del cliente. Según datos de Cantaloupe (EEUU), las tiendas inteligentes generan hasta un 101 % más de facturación por venta que el vending clásico.

4. Interés inversor y consolidación del sector
Startups y tecnológicas han captado rondas de financiación millonarias. Se prevé una oleada de fusiones y adquisiciones que reconfigurará el mapa competitivo. Los actores locales deberán escalar o desaparecer, mientras que los grandes players se posicionan para liderar el mercado.

5. Nuevos operadores y alianzas estratégicas
Empresas de catering por contrato, aún poco involucradas, podrían convertirse en socios clave de implementación. Su entrada masiva aceleraría la demanda. A su vez, operadores de vending están adoptando estas tecnologías para diversificar su oferta.

Casos de éxito y señales del mercado

En Estados Unidos, empresas como **Byte Technology, Vengo Labs y Farmer's Fridge** han validado que el modelo de unattended retail es tanto viable como escalable, operando bajo marcos regulatorios claros y en entornos urbanos diversos.

En Europa, destacan iniciativas como las **tiendas automatizadas implementadas por Auchan** en Francia y los micro markets desarrollados por 365 Retail Markets en Alemania, todas ellas respetando la normativa local y apostando por la innovación tecnológica aplicada al sector minorista automatizado.

Además, el interés de **fondos de inversión y venture capital** ha crecido notablemente. En 2024, el volumen de inversión en soluciones de unattended retail superó los 1.200 millones de euros a nivel global, con Europa captando más del 20 % de ese capital.

Un mercado preparado para la disrupción

El unattended retail reúne todos los ingredientes para una **disrupción profunda:**

- Hay una necesidad clara del cliente
- Existe la tecnología para satisfacerla
- Y hay un caso de negocio sólido para justificar la inversión

La gran incógnita es quién liderará esta transformación: **¿será un actor tradicional del vending que logre reinventarse, o un outsider que irrumpa con fuerza?**

Automatizado, pero no "desatendido"

Aunque el término **"desatendido"** se utiliza como traducción de unattended, conviene matizarlo. Estas soluciones no tienen personal en el punto de venta, pero están respaldadas por **equipos humanos, plataformas de gestión, logística avanzada y atención al cliente.**

Es una actividad automatizada, sí, pero con mucha gente y recursos detrás. El éxito del modelo depende precisamente de esa orquestación invisible que garantiza su funcionamiento.
Quizá, de cara a una mayor comprensión por parte del público en el mercado español, sería oportuno **reconsiderar la terminología empleada.** Un nombre que refleje mejor la atención y el soporte que existe tras estas soluciones —aunque no visible en el punto de venta— podría contribuir a una percepción más precisa y positiva entre las personas usuarias.

Un sector emergente, sin marco regulatorio propio en España.

Otra cuestión relevante es que el unattended retail, por su novedad y naturaleza híbrida, aún **no cuenta con un marco regulatorio** específico en España. Se sitúa a medio camino entre el vending tradicional—del que se diferencia por tecnología, experiencia y oferta—y el comercio minorista clásico, cuyas normativas tampoco encajan plenamente por las particularidades de la ubicación y el funcionamiento de estos nuevos modelos.

Esta falta de regulación puede convertirse en un **factor clave para su futuro desarrollo en nuestro país:** por un lado, proporciona flexibilidad y margen para la innovación, pero por otro genera incertidumbre jurídica y puede condicionar la escala o la entrada de nuevos actores. El diálogo con autoridades y la definición de un marco adaptado serán aspectos determinantes para consolidar la proyección del sector.

Conclusión: una oportunidad estratégica para el sector

El unattended retail no es una moda ni una simple extensión del vending. Es una nueva forma de **entender la distribución automatizada,** con enormes ventajas para consumidores, operadores y titulares de ubicaciones y emplazamientos. Para los actores del vending, representa una oportunidad de diversificación, modernización y expansión. Para los nuevos entrantes, una puerta abierta a un mercado en plena transformación.

La cuestión ya no es si este modelo funcionará en Europa, y especialmente en España, sino quién sabrá capitalizar mejor todo su potencial.

¿Por qué el café RTD está en auge?

El café listo para conumir impulsado por las nuevas tendencias

El **café Ready-to-Drink (RTD)** se consolida como una de las categorías más dinámicas del mercado de bebidas en España, con un crecimiento proyectado del 3,7% en 2025 y estimaciones de entre el 3,94% y el 5,35% anual hasta 2028.

Este crecimiento se debe a varios factores clave:

Conveniencia y estilo de vida activo: Los consumidores buscan opciones rápidas y accesibles que se adapten a sus rutinas diarias.

Atracción de nuevos consumidores: El formato RTD ha logrado captar la atención de personas que anteriormente no consumían café regularmente.

Innovación en sabores y formatos: La diversificación de productos, incluyendo opciones veganas y con ingredientes funcionales, ha ampliado el atractivo del café RTD.

Preferencias de las generaciones jóvenes: Millennials y la Generación Z muestran una inclinación por productos que combinan calidad, sostenibilidad y conveniencia.

Tendencias emergentes

El mercado del café RTD en España está siendo moldeado por varias tendencias emergentes.

Premiumización: Aumento en la demanda de cafés de alta calidad, con un crecimiento del 48% en el consumo de cafés premium en 2022.

Sostenibilidad: Mayor conciencia ambiental entre los consumidores, que buscan productos con empaques reciclables o biodegradables y prácticas de producción sostenibles.

Innovación tecnológica: Nuevos métodos de producción, como la infusión en frío y la carbonatación de los cafés nitro, ofrecen experiencias de consumo únicas.

Perspectivas de futuro. Mercado en crecimiento

A pesar de que las ventas de café RTD en volumen solo representan actualmente el 1% del mercado total de café en España, las expectativas son de crecimiento positivas. Se espera que el segmento gane relevancia como complemento a una oferta más amplia de productos de las marcas fabricantes. La innovación constante y la adaptación a las preferencias de los consumidores serán clave para mantener el crecimiento.

El 31% de las empresas invierten en IA por no perder el tren tecnológico

Si bien una cuarta parte de las empresas se han movilizado en torno a la IA con una necesidad claramente identificada, seis de cada diez empresas han invertido en IA por motivos defensivos

Las razones que llevan a las empresas a invertir en el campo de la IA son, en su mayoría, **exploratorias e imprecisas.** Así, si bien una cuarta parte de las empresas se han movilizado en torno a la IA con una necesidad claramente identificada, seis de cada diez empresas han invertido en IA por motivos defensivos (el 31% no quería perder el tren tecnológico) o no explícitos (el 29% por impulso de los responsables de la toma de decisiones o de los consultores). Solo el 23 % de los encuestados indica que las inversiones en IA se iniciaron para responder a una necesidad previamente identificada

Estos datos han sido recogidos por el Barómetro IA del Instituto AI for Sustainability de ESSCA School of Management en base a una **encuesta realizada a 422 responsables de TI europeos.**

Fuente: rrhhdigital.com

Las principales conclusiones de este estudio ligadas a la i**nversión en IA** señalan que las inversiones de las medianas empresas están más motivadas por ciertas necesidades específicas previamente identificadas, mientras que en el caso de las grandes empresas, las orientaciones de la dirección contribuyen en más de un 20% a las decisiones de inversión en IA.

Por su parte, las **microempresas y las pymes son las que más dificultades tienen para invertir,** ya que el 37 % de ellas indican que no han invertido en IA.

Según **Dejan Glavas,** profesor en Finanzas y Director del Instituto AI for Sustainability de ESSCA School of Management, *"la mayoría de las inversiones en IA todavía no están sustentadas en la consecución de objetivos claros sino más bien para no quedarse atrás con respecto a los competidores o no perder el tren tecnológico".*

"Si es cierto que la mayoría de las empresas ya han comenzado a invertir en IA para alcanzar objetivos de desarrollo sostenible (solo el 15 % no lo hace). Sin embargo, es interesante observar que el uso de la IA para alcanzar objetivos medioambientales pasa a un segundo plano en comparación con los retos sociales", añade **Dejan Glavas.**

Los riesgos señalados por los responsables de TI suelen estar relacionados con problemas preexistentes, agravados por la IA, como la **gestión de datos** (29 %). Las empresas siguen subestimando los nuevos retos que plantea la integración de la IA, como los sesgos de los sistemas de IA, sus alucinaciones, la **interacción entre el hombre y la máquina** y la necesidad de prever un control humano. Además, el 18% de las empresas han tenido que ajustar o detener proyectos de IA por razones éticas.

> las microempresas y las pymes son las que más dificultades tienen para invertir, ya que el 37 % de ellas indican que no han invertido en IA.

Este **barómetro sobre IA** elaborado por investigadores de ESSCA ha encuestado a 422 responsables de IT británicos (51%), franceses (44%) y belgas (5%) que trabajan en empresas con base en Europa (94%), Norteamérica (4%), Asia y Oceanía (2%) y Sudamérica (1%) de los sectores servicios (30%), finanzas, seguros e inmobiliario (14%), transporte, comunicaciones y energía (9%), fabricación (7%), Administración Pública (7%) y Construcción (5%) entre otros.
Para abordar todos estos retos asociados a la aplicación de la IA, ESSCA ofrece en su campus de Málaga desde este mes un programa de grado de 3 años sobre **gestión empresarial internacional con especialización en el tercer año en Business AI, Data & Cybersecurity.**

"Hemos desarrollado este programa Bachelor in International Management, que combina fundamentos en gestión empresarial, economía, marketing, finanzas, sostenibilidad, Business AI y ciberseguridad para responder a las aspiraciones de una generación que busca integrar los conocimientos de management internacional con la aplicación de la IA a los negocios", explica Stéphane Ruiz, director del campus de Málaga de ESSCA.

El café, el agua, y la cerveza "sin", las bebidas que más se han encarecido en este año

El café, el agua, las bebidas espirituosas y la cerveza sin alcohol, son cuatro de las diez categorías de bebidas que más se han encarecido en los últimos siete meses de 2025, mientras la cesta de la compra sigue subiendo en España, en línea con el IPC general.

De nuevo, los precios de los **alimentos y bebidas no alcohólicas** subieron un 2,7 % anual a julio, es decir, una décima menos que el índice del mes anterior, según los datos del IPC publicados por el Instituto Nacional de Estadística (INE).

Pero **el café se ha encarecido mucho** más en los últimos siete meses de 2025 un 15,9 %, hasta convertirse en la categoría de bebidas que más lo ha hecho en lo que va de año.

Solo en julio, se ha encarecido un 1,8 % respecto al mes anterior de 2025, lo que confirma su escalada paulatina.

Fuente: efeagro.com

A la vez que el **agua mineral o de manantial** ha subido un 2,8 % desde enero, una cifra idéntica a la de las bebidas espirituosas y los licores.

Sin embargo, el comportamiento mensual ha sido diferente en el último mes analizado por el INE, pues mientras el agua ha subido un 0,5 % las espirituosas ha descendido un ligero 0,1 %.

Pero no son las únicas que más han visto encarecido su precio desde inicio de año; **el té ha experimentado un aumento del 2,5 %,** subiendo tan solo un 0,1 % respecto a junio pasado.

A esta subclase dentro de las bebidas le sigue la cerveza sin alcohol o baja en alcohol que aumenta su precio un 2,5 % respecto a enero de 2025, si bien, registra una de las mayores subidas mensuales respecto a junio pasado, con un 0,7 %.

Por último la categoría que más encarece su precio por encima de un 2 % en lo que va de año es el **vino de uva,** que además ha registrado un descenso respecto al mes anterior del 0,3 %.

El resto de categorías como los **zumos de frutas** y vegetales, suben su precio un 0,8 %, misma cifra que aglutinan otras cervezas con alcohol diferente de la rubia, seguida de los refrescos con un aumento del 0,6 %, y la cerveza rubia un 0,1 %

El precio de las bebidas sigue subiendo desde 2024

Las diez categorías dentro de las subclases de bebidas se han **encarecido respecto a junio de 2024.**

La que más lo hace de nuevo es el café, que continúa esa tendencia en 2025 y aumenta un 19,8 % a lo largo de estos doce meses.

En este sentido, es el agua mineral o de manantial quien continúa la tónica del café, cuyo aumento de precio respecto a julio de 2024 ha sido de un 4,1 %.

Si bien, la cerveza sin alcohol o baja en alcohol es la tercera en la lista que más se encarece con una subida de su precio anual del 2,8 %.

Aunque le sigue de cerca el té, que aglutina una subida del 2,3 % respecto a julio de 2024, seguida de los zumos de frutas o vegetales con aumento del precio del 2,2 %.

Por su parte, el vino de uva, y respecto a 2024, año en el que este producto atravesó una sequía y resultó una cosecha algo más corta, ha subido un 1,2 %.

Pero entre estas diez categorías, hay una, la cerveza rubia, que es la única que ha mantenido su precio respecto a julio de 2024.

Mientras que los refrescos registran una leve subida del 0,6 % y las bebidas espirituosas del 0,1 %.

Esta máquina de "vending" hace magia y transforma bolsitas en botellas de kétchup Heinz

Heinz ha lanzado en Dubái una máquina de "vending" que brinda a la gente la posibilidad de intercambiar bolsitas olvidadas de kétchup por botellas de la celebérrima marca de salsas.

| Fuente: marketingdirecto.com/ |

En toda cocina que se precie suele haber un cajón consagrado en exclusiva al caos en el que hallan acomodo todas esas cosas que no quisimos arrojar a la basura en su momento y que, sin embargo, jamás utilizamos (quizás porque no debimos guardarlas en primer lugar). En ese cajón suelen acumular polvo (a veces durante años) decenas de bolsitas de kétchup que no llegan abrirse paso jamás en ningún plato. Consciente de semejante desperdicio, **Heinz ha lanzado en Dubái una ingeniosa máquina de «vending» que brinda a la gente la posibilidad de intercambiar bolsitas olvidadas de kétchup por botellas de la celebérrima marca de salsas.**

Esta singular máquina expendedora, que responde a la denominación de «Heinz Trade-Up», se rige por un funcionamiento muy simple: si el usuario introduce en ella cinco bolsitas de kétchup (de cualquier marca), esta le agasaja con una botella de kétchup de naturaleza totalmente gratuita.

Rubricada por la agencia **Leo Burnett,** la ingeniosa campaña de Heinz echa anclas en los resultados de un estudio encargado por la célebre marca estadounidense que concluyó que en Emiratos Árabes Unidos el 70% de la gente guarda en casa bolsitas de kétchup que jamás utiliza y que casi la mitad confiesa almacenar entre 5 y 10 bolsitas en su cocina. El **54,7% de los consumidores** consultados en el marco de la investigación admite además que semejante acumulación de bolsitas de kétchup llega a ocasionarles frustración.

«Los fans de Heinz se toman el kétchup muy en serio. Y su amor por Heinz se la pone muy difícil a la hora de conformarse con cualquier otra marca de kétchup. Por esta razón, esta campaña permite a los fans de Heinz intercambiar la frustración que les genera la acumulación de bolsitas de kétchup de otras marcas por una verdadera dosis de placer», explica Passant El Ghannam, director de marketing de **Kraft Heinz** en la región MEA.

No obstante, y más allá de ser un ingenioso remedio para aplacar la frustración de quienes acumulan en casa bolsitas de kétchup distintas de la marca Heinz, la nueva campaña de la marca es también una forma de apostar por el reciclaje en un momento en el que el consumidor valora cada vez más las iniciativas enfocadas a la sostenibilidad.

Aunque «Heinz Trade-Up» es a bote pronto una campaña de naturaleza local, lo cierto es que tiene suficiente potencial para convertirse en una **iniciativa global**, puesto que la idea en torno a la que esta pivota es universal y puede conectar potencialmente con los fans de Heinz a lo largo y ancho de todo el globo.

El auge del café de especialidad eleva la demanda de baristas, un perfil que escasea

Las ofertas de empleo para baristas han crecido en los últimos años motivadas por las aperturas de cafés de especialidad y, aunque cada vez son más los profesionales que optan por formarse en esta labor, los puestos ofertados no consiguen cubrirse debido el alto volumen de vacantes.

En los últimos años ciudades como Madrid y Barcelona han experimentado un crecimiento exponencial en el número de negocios de cafés de especialidad, seguidas, en menor medida, por otras poblaciones medianas como Sevilla, Valencia o Bilbao.

Ante estas aperturas, los establecimientos necesitan de **personal experto en el café** de especialidad, baristas que cubran las expectativas de un consumidor que puede llegara pagar de los 2,8 euros a 4 euros por café.

| Fuente: efeagro.com |

25.000 euros anuales y formación

Según el director sectorial de Hostelería y Turismo del Grupo Adecco, **Ángel Solves,** la demanda de baristas ha crecido en los últimos años vinculada a la hotelería de lujo y gran lujo, y a la restauración para empresas especializadas en café.

Los puestos ofertados para estos profesionales pueden alcanzar la *"franja alta"* los 25.000 euros anuales que podrán incrementarse en función de la experiencia y los idiomas, ha añadido, a la vez que se busca un perfil formado.

El mercado crece muy rápido

"Hay mucha demanda de formación de baristas, pero el mercado está creciendo tanto y tan rápido en España y en el extranjero que no se encuentra el suficiente personal", ha anotado el formador de la Asociación de Cafés de Especialidad y barista **Amilka Lee.**

Lee, que trabaja como formador en La Escuela de Baristas (creada en 2014) ha visto en los últimos años un aumento del interés por aprender esta labor debido, entre otros, a que las condiciones de trabajo son más favorables que en un bar o cafetería tradicional, con horarios más "compatibles" con la vida personal.

Sin embargo, aunque ha crecido el interés por formarse en esta actividad profesional, no se puede enseñar a tantos baristas como se necesitan ya que "*se están abriendo muchos cafés de especialidad"*.

Por esta escuela pasan unos 100 alumnos al curso, de ellos el 60 % son "home (casa) barista", el 30 % es gente que busca reciclarse y el 10 % personas que ya trabajan en este sector; además, aunque el porcentaje es bajo, hasta seis de ellos terminan con trabajo en Australia o Nueva Zelanda, "cunas" del café de especialidad.

"Toda la gente que formamos ya está colocada", ha subrayado.

Cafeterías con formación propia

La cafetería Hola Coffee nació en 2017 en Madrid, cuando todavía no había una "escena" del café de especialidad y el acceso a la formación era "escaso", ha recordado uno de sus responsables, Nolo Botana; en la actualidad, cuentan con dos locales en la capital y cursos de formación para baristas.

"En aquel entonces no había el volumen que había ahora (...) creímos que la formación era un pilar indiscutible del negocio", ha explicado Botana tras haber colgado el cartel de "completo" en muchos cursos y contar con hasta dos meses de espera para formaciones como el "barista bootcamp", un curso intensivo.

El hecho de contar con formación propia ha ayudado a este negocio a conocer a posibles trabajadores y, al mismo tiempo, a que estos trabajadores, una vez especializados, puedan ofrecer los cursos.

Además, Para **Botana,** aún hay lugar para estos perfiles en el mercado laboral, ya que el sector está auge y el consumidor es más consciente del "café de calidad" y está dispuesto a pagar por ello.

La barista **Gwen Guadarrama** decidió hacer uno de los cursos de Hola Coffee porque necesitaba un "descanso" tras trabajar doce años en el mundo del diseño. "Me enganché", ha reconocido, y tras trabajar en otros negocios, pasó a formar parte del equipo de Botana como formadora.

"*Mientras más avanzas, más hay por descubrir"*, ha reconocido Guadarrama, para quien es necesario formarse en esta disciplina que "aún es muy desconocida" y en la que es necesario "dedicación, constancia y concentración" para manejar el arte de calibrar un expreso, los ratios y el tiempo.

Nace el mayor fabricante de café del mundo: el dueño de Green Mountain compra Marcilla, Saimaza y L'Or por 15.700 millones

La fusión entre Keurig Dr Pepper y JDE Peet's redefine el mapa global del café, con un fuerte impacto en el canal profesional y el mercado de marcas clave para el vending.

| *Fuente: eleconomista.es* |

Nace un nuevo gigante mundial del café. La compañía de bebidas estadounidense Keurig Dr Pepper, que es propietario de marcas como Green Mountain y distribuye, entre otras, Lavazza, ha adquirido JDE Peet's, matriz de la histórica marca neerlandesa Douwe Egberts y propietaria también de enseñas como Marcilla, Saimaza, L'Or, Senseo o Hornimans, entre otras. Es una operación que se eleva a 15.700 millones de euros.

En Países Bajos, JDE Peet's cotiza en el índice Midkap de Ámsterdam, con una **valoración de cerca de 13.000 millones de euros,** mientras que Keurig Dr Pepper triplica ese valor en mercado, alcanzando unos 43.000 millones de euros. La empresa estadounidense explicó que, una vez cerrada la compra, planea separar su negocio de refrescos de la división de café, creando dos compañías que cotizarán de manera independiente en Estados Unidos. Por un lado quedará así Beverage Co, especializada en bebidas refrescantes y que seguirá gestionando marcas como Dr Pepper, 7UP y Schweppes; y, por el otro, Global Coffee Co, dedicada exclusivamente al café y que se convertirá en la mayor del mundo en este sector.

Global Coffee Co., con aproximadamente 16.000 millones de dólares (13.649 millones de euros) en ventas netas anuales combinadas, será la mayor empresa de café especializada en este sector del mundo. La nueva empresa tendrá presencia en más de 100 países, incluyendo 40 donde ocupa el primer o segundo puesto en ventas. Y en la misma línea, Beverage Co., con más de 11.000 millones de dólares (9.384 millones de euros) en ventas netas anuales, será un competidor a gran escala en el mercado norteamericano de bebidas refrescantes.

Esta operación se produce en un contexto de **subidas del precio del café,** que en el último año ha repuntado debido a cosechas fallidas en Brasil y a una demanda global en constante aumento, especialmente en Asia. JDE Peet's protagonizó además este año tensiones con supermercados neerlandeses por el **encarecimiento del producto,** lo que provocó **desabastecimiento temporal** de café Douwe Egberts en los lineales. Por el momento, se desconoce qué impacto tendrá la compra en los precios del café, aunque la fusión consolida la posición de la compañía en un mercado que mueve cerca de 400.000 millones de euros.

Financiación

La transacción se financiará mediante **una combinación de nueva deuda sénior** no garantizada y subordinada júnior, y efectivo disponible. KDP espera mantener su calificación crediticia de grado de inversión, y Beverage Co. y Global Coffee Co. también se comprometerán a mantener perfiles crediticios de grado de inversión tras la separación. "*El anuncio de hoy marca un momento de transformación en la industria de las bebidas, ya que nos basamos en el legado disruptivo de KDP con la creación de dos empresas exitosas, incluyendo un nuevo líder mundial en café*", declaró Tim Cofer, consejero delegado de KDP.

"Esta transacción, altamente complementaria, generará una prima atractiva para nuestros accionistas y creará atractivas oportunidades de crecimiento futuro para nuestros empleados, clientes y otras partes interesadas", indicó, por su parte, Rafa Oliveira, consejero delegado de JDE Peet's.

FIAB y AECOC se unen en una campaña contra la desinformación en temas de alimentación y salud

“Pongamos las cosas sobre la mesa” se enmarca en el movimiento #SomosNutrisensatos, para impulsar la información contrastada y en defensa de la dieta variada y equilibrada y de hábitos de vida saludable.

La Federación Española de Industrias de Alimentación y Bebidas (FIAB) y la Asociación de Fabricantes y Distribuidores (AECOC) lanzan **“Pongamos las cosas sobre la mesa”**, una campaña para poner en valor la cadena alimentaria española y tratar de combatir la desinformación y los bulos sobre alimentación y salud.

La campaña será **difundida en medios digitales** y redes sociales porque es en el territorio digital en el que más abundan las noticias no contrastadas o directamente falsas sobre ingredientes y productos, que impactan en los hábitos de los consumidores y en la reputación de la cadena alimentaria.

“Pongamos las cosas sobre la mesa” se enmarca en el movimiento #SomosNutrisensatos, puesto en marcha en 2021 para impulsar la información contrastada sobre alimentación y salud, en defensa de la dieta variada y equilibrada y de hábitos de vida saludable que impacten de forma positiva en el bienestar físico y emocional de los ciudadanos.

La campaña, cuyas creatividades y mensajes han sido elaborados por **OGILVY** y aprobados por **AUTOCONTROL**, arrancó el pasado 2 de septiembre con el lanzamiento por parte del deportista Saul Craviotto de un “producto milagro” basado en una supuesta fórmula milenaria que mejora la vida de forma natural y que entre otros beneficios ayuda a controlar el peso, mejora la calidad del sueño y fortalece el sistema inmunitario.

En esta primera fase se promocionaba un producto evidentemente inexistente y el objetivo, una vez desvelada la realidad, es **hacer reflexionar a los consumidores** sobre la información que llega a través de las redes sociales, en muchas ocasiones sin ninguna base o aval científico.

“Queremos **poner el foco en determinados perfiles del mundo digital** y que los ciudadanos se cuestionen cuáles son las fuentes a las que acuden para informarse sobre nutrición y salud”, destacan las organizaciones impulsoras de la campaña.

“Además, señalan, queremos incidir en la importancia de la información basada en evidencia científica y los buenos hábitos para mejorar la calidad de vida de los ciudadanos”.

Precisamente, la información no rigurosa sobre alimentación puede provocar alarma social y un cambio en las tendencias de consumo, confundiendo a los ciudadanos. Además, puede **ocasionar problemas de salud,** desde agravar enfermedades hasta provocar trastornos de la conducta alimentaria.

Un ejemplo del problema de la desinformación en redes sociales: la aplicación **Myfitnesspal junto con el Irish Institute of Digital Business** de la Universidad de Dublín analizaron hace unos meses más de 67.000 vídeos publicados en Tik Tok, y se contrastó su contenido con las directrices generales en salud pública y nutrición.

Tras el análisis se observó que únicamente el **2,1% de los contenidos analizados** se ajustaban a dichas directrices. El resto de los contenidos se clasificaron como inexactos, ambiguos, o sin respaldo científico.

Por otra parte, según se puso de manifiesto en el 30 **Congreso Nacional de Medicina General y de Familia**, la incidencia y prevalencia de los trastornos de la conducta alimentaria (TCA) están aumentado considerablemente en los últimos años, sobre todo en mujeres adolescentes, agravándose tras la pandemia de la COVID-19 y con el auge de la utilización de las redes sociales.

Haz click en la imagen para ver el spot publicitario

Novedades normativas sobre envases: ANEDA informa sobre la nota aclaratoria de MITECO y sus implicaciones

El Ministerio para la Transición Ecológica y el Reto Demográfico (MITECO) ha publicado una nota aclaratoria para reforzar la seguridad jurídica en la aplicación del Real Decreto 1055/2022, sobre e**nvases y residuos de envases,** en línea con el nuevo Reglamento (UE) 2025/40. Estas precisiones afectan especialmente a fabricantes/ productores de alimentos envasados y operadores de vending.

Entre los aspectos más relevantes para el sector destacan:

Uso de códigos QR: Permitido solo en productos que ya los incorporaran antes del 1 de enero de 2025, en etiquetados multilingües destinados a otros mercados, o cuando no haya símbolos, colores o textos que indiquen un contenedor distinto al exigido en España. MITECO anima a desarrollar planes sectoriales para un uso armonizado de los códigos QR.

Definición de envases pequeños y excepciones:

Se consideran envases pequeños los que cumplen ciertas **condiciones de tamaño o imposibilidad técnica de etiquetado**, permitiéndose en estos casos el uso de alternativas digitales como el código QR.

Implicaciones para la distribución automática:

Los **fabricantes y productores** deberán revisar el diseño y producción de envases para cumplir con las nuevas medidas, especialmente en productos de pequeño formato o con etiquetado multilingüe. Los operadores deberán asegurarse de que los productos introducidos en las máquinas cumplan con el marcado exigido en España.

ANEDA informa puntualmente a sus asociados sobre todas las novedades normativas y cualquier **información de interés sectorial,** garantizando que las empresas del sector estén plenamente actualizadas. La asociación, que cuenta con el **apoyo de asesoría jurídica** especializada, trabaja para que la normativa se aplique de manera coherente y adaptada a la realidad del sector, manteniendo a sus miembros informados de cualquier novedad relevante y ofreciendo el respaldo necesario para **afrontar los retos regulatorios con seguridad.**

Eventos Internacionales de interés para el sector

HOSTMILANO |
Del 17 al 21 de octubre.
Fiera Milano (Rho) de Milán **(Italia)**

IBERHORECA |
Del 21 al 24 de octubre.
Sancti Petri – Chiclana de la Frontera **(España)**

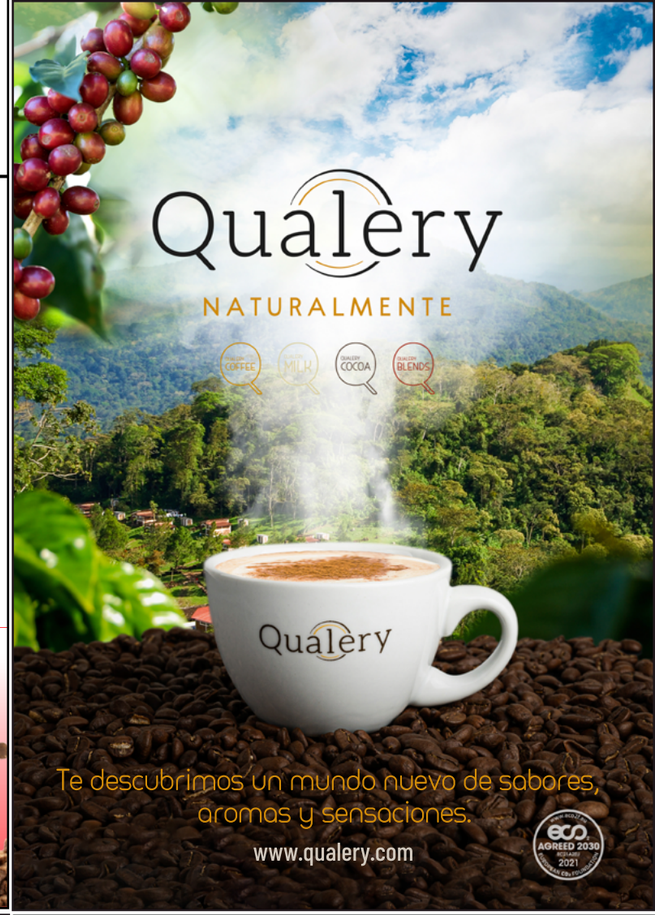
GASTRONOMIC FORUM BARCELONA |
Del 3 al 5 de noviembre.
Recinto Montjuïc de Barcelona **(España)**

VENDEX NORTH |
12 de noviembre.
Sala de Exposiciones del Hipódromo de Doncaster **(Reino Unido)**

ANEDA EXPO CONGRESS |
12, 13 y 14 de Noviembre.
Palacio de Congresos "El Greco"
Toledo **(España)**

¡Anótalos en tu agenda!

**Haz click para visitar su web*



ANEDA refuerza la proyección internacional del vending español en la ASEAN SHOP Expo 2025

La Asociación ha estado presente en la **ASEAN SHOP Expo 2025**, celebrada en Bangkok (Tailandia) del 2 al 4 de septiembre, consolidando su papel como referente del sector a nivel internacional y reforzando la **visibilidad del vending español** en mercados estratégicos.

La colaboración entre ANEDA y la organización de la ASEAN SHOP Expo se remonta a varios años, con una participación constante en las inauguraciones de este importante evento. En cada edición, ANEDA ha estado presente de una u otra forma, ya sea de manera presencial o, en ocasiones, a través de vídeos inaugurales transmitidos en streaming, mostrando siempre su **apoyo y compromiso** con el desarrollo del sector a nivel internacional.

En esta edición, ANEDA participó activamente en la **Conferencia de Líderes de la Industria,** un foro de alto nivel que reunió a los principales actores del sector a nivel global.

El presidente de ANEDA, **Juan Luis Hernández,** tuvo el honor de inaugurar la conferencia con una ponencia sobre el **mercado español del vending,** en la que compartió datos clave, tendencias y buenas prácticas que sitúan a España como un referente en innovación y profesionalidad dentro del sector. Su intervención fue especialmente valorada por la organización, que destacó el alto nivel y la capacidad de adaptación de la industria española en el contexto internacional.

La presencia de ANEDA se vio reforzada con un **stand propio en la feria**, que permitió mostrar la oferta y el potencial del vending español ante un público internacional y especializado. La **ASEAN SHOP Expo,** centrada en seis áreas clave de exposición, se ha consolidado como uno de los principales puntos de encuentro para el sector en Asia, ofreciendo una plataforma única para el intercambio de experiencias, la generación de **oportunidades de negocio y el fortalecimiento de relaciones comerciales.**

Durante el evento, ANEDA tuvo la oportunidad de compartir momentos y experiencias con socios españoles presentes en la feria, como **Carlos Centeno** de Vendis360 y Karl Norling de FSV poniendo en valor la colaboración y el espíritu de equipo que caracteriza al sector. La participación en la ASEAN SHOP Expo ha supuesto una excelente oportunidad para visibilizar el vending español, establecer contactos estratégicos y conocer de primera mano las tendencias y retos del mercado asiático.

ANEDA agradece sinceramente a la **organización la invitación y la oportunidad** de representar al sector en un foro de referencia internacional, así como la cálida acogida recibida por parte de los organizadores y participantes.

La asociación reafirma su **compromiso de seguir trabajando con ilusión y dedicación** para posicionar el vending español en el mundo, impulsando la innovación, la profesionalidad y la **colaboración sectorial.**

Información de interés de la EVA en su newsletter

Materiales en contacto con alimentos

El **bisfenol A** en materiales en contacto con alimentos estará restringido. El Reglamento (UE) 2024/3190 restringirá el bisfenol A en materiales de uso repetido en contacto con alimentos a partir del 20 de julio de 2026.

La EVA ha estado en contacto con la **Comisión Europea** durante los últimos meses para comprender varios elementos del Reglamento y obtener aclaraciones. A finales de este mes se publicará un documento de preguntas y respuestas para facilitar la comprensión de las empresas.

Por ahora, hemos podido consultar un borrador de las preguntas y respuestas. En primer lugar, la Comisión ha aclarado que l**as máquinas expendedoras no forman parte de la categoría de «equipos profesionales de producción de alimentos»**, lo cual, si bien no es ideal, ya que habría permitido plazos de transición más amplios, al menos ahora está claro.

Por otro lado, esto significa que el BPA presente en materiales en contacto con alimentos utilizados en máquinas expendedoras **puede comercializarse hasta el 20 de julio de 2026.**

Los productos comercializados, pero aún en existencias, tienen un **período de transición de 12 meses,** hasta el 20 de julio de 2027. Después de esta fecha, las máquinas que contengan BPA en materiales en contacto con alimentos ya no podrán venderse.

El Reglamento también se refiere a la **"permanencia en el mercado",** lo que podría indicar la necesidad de retirarlas del mercado, pero la EVA espera la publicación final de las preguntas y respuestas para obtener más información sobre lo que se considera en este punto en particular. No obstante, la Comisión nos ha indicado que no debería exigirse la retirada de las máquinas expendedoras ni sus componentes, pero que podría no ser posible una cesión posterior de dichos equipos. Queda por ver cómo la Comisión aclara esta posibilidad en función del modelo de negocio de las máquinas expendedoras, y es sin duda un aspecto sobre el que necesitamos certidumbre.

La Comisión también está realizando una corrección al **Reglamento original para aclarar las fechas de implementación,** la cual se publicó este mes. El **Comité Técnico de EVA** examinará este tema y preparará las acciones pertinentes en su próxima reunión, una vez que la Comisión haya realizado las aclaraciones finales a través de su sesión de preguntas y respuestas.

EUROPEAN VENDING & COFFEE SERVICE ASSOCIATION

ANEDA en EVEX

José Manuel Mendoza reelegido como miembro del Comité Ejecutivo de la EVA

Nos complace anunciar que durante el **EVEX** celebrado recientemente en **Split-Croacia-** la segunda semana de septiembre, ANEDA ha recibido una excelente noticia: nuestro Secretario General, **José Manuel Mendoza ,** ha sido reelegido como miembro del Comité Ejecutivo de la European Vending & Coffee Service Association (EVA) para los próximos tres años

Este reconocimiento no solo pone en valor el trabajo y compromiso de **José Manuel Mendoza,** sino que también refuerza la presencia de ANEDA en el ámbito internacional, consolidando su papel como referente en el sector del vending europeo.

Cabe recordar que la primera edición de este evento europeo **fue coorganizada por ANEDA,** celebrándose en España, concretamente en la ciudad de Málaga, bajo la presidencia de Raúl Rubio y, tras su rotundo éxito, volvió a celebrarse nuevamente en Sevilla en 2018.

La cobertura completa del evento, que reunió a **más de 200 profesionales de distintos países,** junto con las imágenes oficiales, estará disponible en el próximo número de nuestra revista digital, ya que al cierre de esta edición no se disponía de todo el material gráfico.

**En el próximo número más información*

Aneda NOTICIAS

Hazte socio
-
Nuevos socios

Si formas parte del sector del vending,

debes formar parte de la familia Aneda

¡Somos tu asociación!

¿Aún no conoces las **ventajas** que tienen nuestros asociados?

¡Conócelas aquí!

Contacta en: comercial@aneda.org

Proyectos con **intereses en común, aprendizaje, formación, colaboración, articular y fortalecer el sector... representar y defender** los intereses de todos sus asociados. Esa es nuestra razón de ser.

ANEDA continúa trabajando para **dotar de más servicios y ventajas** a todos los socios.

Hazte socio... lo agradecerás

Queremos seguir creciendo y así conseguir una mayor representatividad ante las instituciones y la administración.

Kiwa se incorpora a ANEDA como nuevo socio proveedor

ANEDA da la bienvenida a Kiwa, que se suma a la asociación como socio proveedor. Kiwa es una **compañía internacional de referencia en servicios de certificación, inspección y control de calidad** en diversos sectores, aportando confianza y valor añadido a la industria.

Desde ANEDA felicitamos a Kiwa por su incorporación y le damos la enhorabuena, convencidos de que **su experiencia contribuirá al desarrollo y profesionalización del sector.**

Invitamos a todos los asociados y lectores a conocer más sobre Kiwa y sus servicios **visitando su web:** www.kiwa.com/es/es/

AQS: el distintivo que eleva los estándares del vending

El Consejo Regulador se prepara para impulsar su evolución y visibilidad

En un mercado cada vez más exigente, donde la calidad, la seguridad y la confianza son elementos clave para competir, el Certificado de Calidad AQS (Aneda Quality System) se posiciona como una herramienta estratégica para las empresas operadoras del sector del vending.

Este distintivo, exclusivo para el canal de distribución automática, acredita el cumplimiento de la normativa vigente y reconoce a las empresas certificadas como referentes en buenas prácticas, higiene alimentaria y gestión responsable.

Más que un sello: una garantía de excelencia

El AQS representa un compromiso real con la calidad. Su sistema de auditoría, realizado por entidades acreditadas por ENAC, verifica que tanto las instalaciones como las máquinas cumplen con los más altos estándares, siguiendo criterios basados en normas ISO. Esto convierte al certificado en una garantía de control en origen, con valor tangible para empresas y consumidores.

Beneficios que marcan la diferencia

Contar con el AQS aporta ventajas significativas:

Confianza del consumidor, al asegurar productos y servicios seguros.
Cultura de mejora continua, que impulsa la eficiencia y la innovación.
Reconocimiento europeo, gracias al aval de la European Vending Association (EVA).
Las empresas certificadas no solo cumplen, sino que lideran con el ejemplo, diferenciándose en el mercado y reforzando su reputación corporativa.

Un certificado en evolución

Conscientes de los cambios que vive el sector, el Consejo Regulador del AQS se reunirá en los próximos días para iniciar un proceso de revisión y mejora del sistema. Entre los **objetivos de esta nueva etapa** destacan:

- La incorporación de criterios de sostenibilidad, digitalización y eficiencia.
- La adaptación a nuevas normativas europeas y nacionales.
- El refuerzo del valor añadido para las empresas certificadas.
- El impulso de la visibilidad y reconocimiento del certificado en el mercado.

Este trabajo conjunto busca no solo mantener la vigencia del AQS, sino potenciar su prestigio como marca de calidad sectorial, alineada con las mejores prácticas europeas.

Durante este mes de septiembre, los miembros del Consejo Regulador del AQS se han reunido —o se reunirán en los próximos días— para avanzar en esta actualización y definir nuevas estrategias que permitan potenciar la visibilidad del certificado.

El objetivo es reforzar su papel como referente sectorial y seguir aportando valor a las empresas operadoras que apuestan por la excelencia.

¿Eres operador de vending?

El AQS es tu certificado de excelencia. ¡Contáctanos y te informamos!

Aneda NOTICIAS

AQS

ANEDA
·QUALITY SYSTEM·

Empresas certificadas con el AQS

Arbitrade · amfm vending · áreaburvending

cafés BO Xé que Café · teika EL BUEN VENDING · vending sierra morena · delikia fresh

Degusta Vending · venty4 By Expendemur · GALIA VENDING

Herdicasa Naturalmente vending · Horena vending El gusto por el buen café · IPARVENDING GROUP

lanuza COFFEE & VENDING · ivsiberica.com · mediterránea

ODVENDING · sanven restauración automática · serunion VENDING

VendeMatic · Vending Colón · Vending Sierra Alimentación automática

AVALADO POR:

EUROPEAN VENDING & COFFEE SERVICE ASSOCIATION

CALIDAD ANEDA

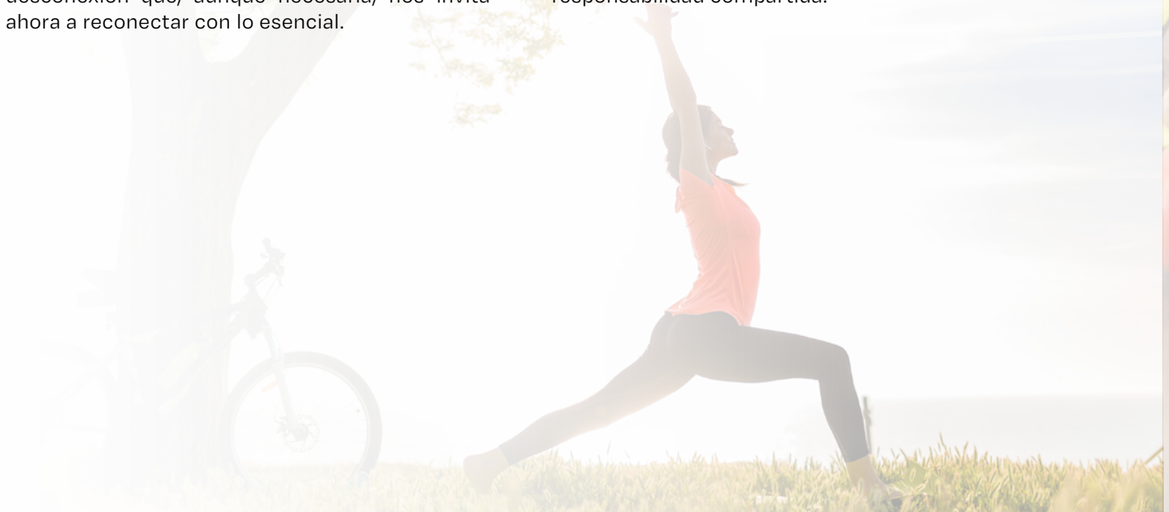
Contacta con nosotros:
comercial@aneda.org

Volver con energía: cuidarnos también es hacer sector

El vending retoma impulso tras el verano con un firme compromiso por los hábitos saludables, la innovación responsable y el bienestar en el día a día

Tras el merecido descanso estival, septiembre marca el inicio del último tramo del año, un periodo clave para retomar proyectos, **reforzar alianzas y, sobre todo, volver a cuidarnos.** Porque si algo nos deja el verano —además de buenos momentos— es también cierta relajación en nuestros hábitos: más excesos, menos **rutinas saludables**, y una desconexión que, aunque necesaria, nos invita ahora a reconectar con lo esencial.

Desde ANEDA, queremos aprovechar este momento para recordar que **el bienestar empieza en lo cotidiano,** y que el vending tiene un papel fundamental en ello. Apostar por productos equilibrados, fomentar pausas conscientes y ofrecer opciones saludables en los espacios de trabajo y ocio no es solo una tendencia: es una responsabilidad compartida.



Este último trimestre del año viene cargado de retos, pero también de oportunidades para seguir demostrando que el vending está **comprometido con la salud, sostenibilidad y calidad de vida.** En cada máquina, en cada pausa, en cada decisión de consumo, hay una posibilidad de mejorar.

Por eso, desde la asociación, reafirmamos nuestro compromiso con los **hábitos saludables,** con la innovación responsable y con el impulso de un sector que se cuida para cuidar a los demás.

¡Bienvenidos de nuevo! Es momento de hacer, de avanzar, y de cuidarnos juntos.

ANEDA sigue apostando por el deporte y la vida saludable.

VENDING HORECA RETAIL

CALIDAD GRANULADO AGGLOMERATED QUALITY Simat

DESDE / SINCE 1979
Simat 4.0
INSTANT HOT&COLD SOLUBLE SOLUTIONS

Queremos ser tu **fábrica de solubles**
simatsolubles.com

PREPARADOS ALIMENTICIOS SIMAT, S.L
simatsolubles.com - info@simat.es
T. +34 93 771 23 11 - M. +34 626 638 036

ACV · ANEDA · EUROPEAN VENDING & COFFEE SERVICE ASSOCIATION

SMART KIOSK
V2V Factory

VENDING AL SERVICIO DEL USUARIO

Gracias a la tecnología de **V2V Factory y Hug-Witschi, el Smart Kiosk reúne bajo un mismo dispositivo todas las funciones de la restauración colectiva desatendida**. Este innovador kiosko permite integrar diferentes puntos de venta completamente distintos, haciendo **más cómoda y eficiente la experiencia del usuario**.

Así, en un mismo proceso, el usuario puede acceder a la venta del café y otros productos como bebidas o snacks que ofrecen las neveras inteligentes. El resultado es un **aumento en las ventas** gracias a la **ampliación de la gama de productos y a la agilización del proceso de compra**.

La conectividad de las máquinas a un sistema centralizado permite ofrecer servicios de valor añadido como la gestión de ventas, descuentos y bonificaciones desde el Cloud, **además de permitir realizar el inventario o monitorizar su estado en tiempo real**. Además, el Smart Kiosk posibilita la carga de **saldo online en la tarjeta de empleado**. Todo esto con sistemas integrados de **pago mediante tarjeta bancaria, móvil o chip**.

Nestlé
Nesquik
ALL NATURAL
LECHE CON CACAO

100% INGREDIENTES NATURALES
-50% AZÚCARES AÑADIDOS*
92% DE LECHE
✓ SIN GLUTEN

The Cocoa Plan & Rainforest Alliance

A través de Nestlé Cocoa Plan trabajamos para mejorar la calidad de los productos de los agricultores de cacao y junto con Rainforest Alliance nos esforzamos para mejorar su vida y conseguir un cultivo de cacao sostenible.

¡CON PAJITA DE PAPEL!

*respecto a la media de productos similares del mercado (gluten abril'19)

Contáctanos
Tel. 900505254
www.nestleprofessional.es

Nestlé PROFESSIONAL

Vendo SANDEN

Somos SandenVendo

CARBON NEUTRAL PROJECT

Proyecto Carbono Neutral
DESCUBRE NUESTRAS **INICIATIVAS ECOLÓGICAS**

SandenVendo Spain Sucursal en España
+34 93 474 15 55 | info@sandenvendo.es | **www.sandenvendo.es**

- DESDE 1852 -
LACASA®

Nuevas chocolatinas

Risi
MIOS!
ADULT SNACK

DESCUBRE LA
#PLACEROSOFÍA
EN LO QUE DURA
UNA BOLSA DE MIOS!

AQUAFRESC®

EFICIENCIA
INNOVACIÓN
TECNOLOGÍA
ELEGANCIA
CALIDAD

- FUENTES DE AGUA BOTELLON
- FUENTES DE FILTRACIÓN/OSMOSIS
- ACCESORIOS

AQUAFRESC
03820 Cocentaina – Alicante – España
Telf: 966500816
info@fuentesdeaguamineral.com
www.fuentesdeaguamineral.com

Fundación J. García-Carrión

El esfuerzo de una familia

Desde 1998, la **Fundación J. García-Carrión** ofrece puestos de trabajo estables y de calidad a personas con discapacidad.

▸ Descubre esta historia en **garciacarrion.com**

Ñaming Pocket.

La revolución del snack en formato de bolsillo

Ñaming, marca líder en sándwiches frescos y casual food con más de 35 años de experiencia, presenta Ñaming Pocket, un nuevo concepto diseñado para responder a las tendencias de consumo actuales: productos prácticos, versátiles y listos para disfrutar en cualquier momento y lugar.

Se trata de un **formato innovador de sándwich individual**, pensado para un consumidor en movimiento, que demanda conveniencia sin renunciar al sabor ni a la calidad. Su practicidad lo convierte en un producto idóneo para canales como vending, gasolineras, tiendas de conveniencia y retail de proximidad, donde el tiempo de decisión es rápido y el valor diferencial es clave.

La gama inicial se compone de cuatro variedades con alta rotación: atún, pollo asado, jamón y queso y una opción dulce de tarta de chocolate.

Además de su versatilidad y sabor, **Ñaming Pocket** destaca por ser un snack nutricionalmente equilibrado: un Pocket cubre alrededor del 10% de las calorías diarias recomendadas, lo que lo convierte en una opción perfecta para un almuerzo o tentempié; aporta proteínas en cantidad relevante, necesarias para el rendimiento diario; mantiene un equilibrio adecuado entre hidratos y azúcares, con predominio de hidratos de absorción lenta que resultan ideales para jornadas de oficina o actividades de baja intensidad; presenta un **contenido en grasas muy bajo** en comparación con otros productos similares; y en sal, está en su justa medida.

Este tipo de producto ya se comercializa con éxito en mercados internacionales como Estados Unidos, Canadá, Taiwán y China, donde se ha consolidado como una **solución práctica y popular para el consumo fuera del hogar.** Con Pocket, Ñaming incorpora esta tendencia en España con su sello propio de calidad y sabor, generando una nueva oportunidad de negocio para los operadores.

El lanzamiento de Ñaming Pocket supone un paso más en la estrategia de innovación de la compañía, aportando un producto que encaja con los nuevos hábitos de consumo: rápido, cómodo y con la garantía de calidad que distingue a la marca.

Con este lanzamiento, Ñaming amplía su portafolio y r**efuerza su papel como socio estratégico** para los operadores que buscan dinamizar su oferta de snack salado y dulce con un producto de alta demanda potencial.

Noticias de empresa

“El negocio que refresca es el que gana” la nueva campaña de verano lanzada por Vendis360, la empresa especializada en la distribución de máquinas expendedoras

La campaña pone el foco en tres productos estrella: una máquina de congelados automática, las granizadoras y las máquinas generadoras de hielo –con capacidades de 40 y 100 kg diarios– diseñada para operar de forma continua y atender ubicaciones con alta demanda sin necesidad de personal.

VENDIS360

EL NEGOCIO QUE REFRESCA ES EL QUE GANA

*“Queremos que nuestros clientes encuentren en Vendis360 el socio ideal para aprovechar el tirón de las ventas en verano”, afirma **Carlos Centeno,** el gerente de Vendis360.*

Entre las soluciones destacadas, se encuentran:

Máquina de congelados automática, perfecta para ofrecer helados, postres o productos ultracongelados, con acceso las 24 horas y sin necesidad de personal.

Granizadoras de dos y tres contenedores, con sistemas de refrigeración eficientes y depósitos de distintas capacidades, pensadas para bares, heladerías y negocios de alta rotación.

Máquinas de hielo, disponibles en versiones compactas de 40 kg diarios y de hasta 100 kg, ideales para hostelería y restauración.

Con esta campaña, **Vendis360** refuerza su compromiso con los operadores de vending de ofrecer productos adaptados a las necesidades estacionales del sector y soluciones que impulsen la rentabilidad en los meses de más calor.

La digitalización del vending

Del pago sin efectivo a la automatización total: la digitalización se convierte en clave estratégica para el crecimiento y la eficiencia del negocio del vending

En este articulo abordaremos dos aspectos de la **digitalización del negocio del Vending**, por una parte, lo correspondiente a los nuevos sistemas de pago facilidades para los consumidores y por la otra, la necesidad imperiosa de modernización (digitalización) de todos los procesos internos de las empresas operadoras de Vending.

Durante años, el **movimiento del dinero en efectivo** fue la forma de cobro habitual en las máquinas de vending, por lo que la problemática de los monederos, billeteros y bolsas de recaudación forman parte del día a día de la operativa.

Pero como todos sabemos, los **hábitos de consumo** han cambiado más rápido de lo que imaginábamos: hoy en día, muchas personas esperan poder **pagar con su tarjeta de crédito, con el móvil o a través de su billetera electrónica.**

Responder a este requerimiento de los consumidores ya no es una ventaja competitiva: es una condición para no perder ventas. De hecho, según diferentes estudios, **más del 70% de los consumidores en España** prefieren pagar con tarjeta de crédito o con el móvil en vez de hacerlo mediante efectivo, y la tendencia, diríamos mas bien exigencia, es aún más marcada en el caso de los más jóvenes.

La digitalización de los pagos no solo abre nuevas formas de cobrar: cambia la manera en que se gestiona este proceso de negocio.

Más ventas: si un cliente no tiene el efectivo necesario el operador pierde una oportunidad. Con los pagos digitales, esa venta se asegura.

Más confianza: los consumidores asocian el pago digital con comodidad, rapidez y modernidad.

Más control: los cobros electrónicos se registran de forma automática la recaudación se controla de forma sencilla y automática, pero siempre y cuando tal registro esté integrado con el programa informático de gestión que el operador de Vending tenga, lo cual es trascendente para automatizar y simplificar el control de este tipo de recaudación.

Más seguridad: al reducir el efectivo en circulación, también disminuyen los riesgos de pérdidas, incidencias, descuadres, fraudes.

Pero para completar el control y gestión de estas nuevas formas de cobro, no es suficiente con dar estas facilidades a los consumidores, es necesario controlar y gestionar todo el proceso de cobro de forma automatizada, lo lógico es integrar toda la información de venta/cobro en el programa de gestión y que se éste quien facilite el control y gestión de toda la información, ya que en otro caso necesitará dedicar un tiempo administrativo bastante importante, dado el volumen de datos.

Una solución como Vencloud® permite integrar y controlar automáticamente la recaudación para completar la gestión de este proceso, es decir facilita:

Contabilización y conciliación. Lo cobrado a través de estos sistemas coinciden con lo ingresado en el banco.

Análisis de ingresos por forma de cobro. Conocer en cada momento el estado y evolución de los sistemas de cobro, para la toma adecuada de decisiones en este aspecto.

Se trata de gestionar la empresa con datos precisos, en vez de estimaciones o suposiciones, y sobre todo automatizar y simplificar procesos para ser más eficientes.

Otro de los aspectos trascendentales sobre la Digitalización del negocio de Vending, es la de disponer de una herramienta informática de gestión que permita digitalizar los procesos internos en todos los ámbitos de operación, esto abarca a cada una de las tareas que se realizan dentro de la empresa operadora de Vending, es decir a modo de ejemplo:

Proceso de Compras. Dotar a los operarios que realizan las tareas de recepción de los productos de proveedores para que usando dispositivos tales como Tablets o Smarphones, validen los productos que se reciben (conformidad de cantidad, estado, registro del Lote, incidencias).

Prekitting y Picking. Procesos de preparación de productos para reposición de las máquinas, deberían ser capaz de ser realizados usando Tablets o Smarphones en cada uno de los pasos, de forma que puedan ser auxiliados en cada momento en la realización de dichas tareas.

Procesos de carga/descarga de vehículos. De igual modo debería realizarse mediante el uso de Tablets o Smarphones en cada uno de los pasos.

Recuentos de Inventarios, registro de regularizaciones de stocks, traspasos. De igual modo debería realizarse mediante el uso de Tablets o Smarphones en cada uno de los pasos.

Uso de Apps de movilidad avanzadas que permitan a los reponedores realizar sus tareas de forma guiada y controlada en todo momento.

Uso de Apps de movilidad avanzadas que permitan a los Técnicos realizar las tareas relativas a las reparaciones o los mantenimientos, auxiliando en cada momento proporcionado información sobre la **maquina o elementos auxiliares,** historial de intervenciones, facilitar sobre la marcha la petición de recambios, etc.

De modo que la empresa disponga de toda la información (datos, imágenes, etc) en a medida que cada uno de los reponedores o técnicos van realizando sus tareas, lo que permite a empresa realizar un **control, gestión y replanificación** de tareas que sean necesarias sobre la marcha.

Es decir, se trata de **eliminar el uso de consulta de información en papel, y registrar datos en papel,** para hacerlo de una forma directa y sencilla, mediante el uso de estos dispositivos, de forma que interactúan en cada momento con el sistema de gestión, consiguiendo que toda la información se actualice en tiempo real, se simplifiquen tareas, la información sea más segura y consecuentemente más eficientes.
Adicionalmente a lo comentado anteriormente (citados algunos a modo de ejemplo), debe tenerse en cuenta que la aplicación de técnicas de Inteligencia Artificial, tal como empieza a aplicar **VenCloud®** a ciertos procesos del negocio, supone un grado e incremento de la Digitalización a unos niveles que van a suponer una cierta "revolución" en el modo en cómo se gestionaran ciertos aspectos y procesos del negocio del Vending.

VenCloud® afirma que este es un aspecto fundamental sobre el que cada operador de Vending debe reflexionar creemos que quienes implanten sistemas avanzados de gestión que permita un **alto nivel de digitalización y automatización** tendrán una ventaja competitiva frente a sus competidores, en especial en un mercado que cada día obliga a comprimir los márgenes, siendo por tanto trascendente implantar soluciones que proporcionen una **Digitalización adecuada** para superar estas dificultades.

Vencloud

Impulsar el vending

La primera marca exclusiva del sector

bitee

taste the journey

La vida está hecha de momentos. Y los mejores giran en torno a la comida. Por eso, en **vendinGO** trabajamos cada día para que esos momentos sean memorables.

bitee nace con este propósito. Un deseo insaciable de transformar el vending en un punto de impulso hacia algo mayor. **La pausa antes de la próxima gran aventura.**

VendiGo

El resultado de esfuerzo e dedicación

En vendinGO, nuestra promesa es clara, **impulsar tu negocio de vending**. Y este es otro capítulo muy especial en nuestra historia.

bitee es el resultado de **esfuerzo, dedicación, inversión y una planificación rigurosa** para llevar lo mejor de lo mejor al vending de nuestros clientes. Una marca pensada exclusivamente para generar valor real en las máquinas de vending.

"bitee no es solo una nueva marca, es la respuesta a un nuevo paradigma. En un mundo en el que las familias viven días cada vez más impredecibles y tienen menos tiempo para planificar las comidas, el consumo sobre la marcha se ha convertido en parte del día a día de millones de personas. Tras años liderando el consumo impulsivo, vendinGO lanza bitee para ofrecer a los operadores de máquinas expendedoras soluciones inéditas en el mercado y a los consumidores opciones adaptadas a sus nuevas necesidades, siempre con la innovación que define nuestro ADN"

Gabriel Marques dos Santos,
CEO & Co-Founder

"bitee nace de un profundo conocimiento de las necesidades del sector, combinado con la capacidad de transformar esas necesidades en una realidad a gran escala, con un impacto significativo en el mercado y en la forma en que el consumidor interactúa con él"

Airton dos Santos Pedro,
CEO y cofundador

La marca, en el momento adecuado

Desde principios de 2025, en vendinGO hemos venido i**nvirtiendo de forma consistente y estratégica en el negocio y en las infraestructuras,** con el objetivo de impulsar las operaciones y acelerar el crecimiento.

Hemos reforzado nuestro equipo con más de **10 nuevas incorporaciones** y reorganizado la estructura interna, creando nuevos departamentos para responder mejor a las necesidades del mercado.

El sector está más receptivo que nunca y preparado para recibir **innovaciones,** y es precisamente por eso que este es el momento ideal para lanzar bitee.

Hasta finales de año, prevemos presentar varios productos bitee adaptados a los diferentes segmentos de vending.

bitee

taste the journey

Queremos construir una **oferta completa** y diferenciadora, con opciones dulces, saludables, proteicas y saladas, que aporten novedad y valor real a las máquinas de nuestros clientes.

Una apariencia impactante. Un sabor convincente

Ni toda la aventura necesita un mapa. Ni todo el momento necesita un a razón. A veces, es ese desvío de camino a casa, el viaje en tren con tu canción favorita o esos cinco minutos antes del logro siguiente. Y sí, la vida pasa rápido. ¡Así que sabe mejor para llevar!

bitee ha sido creada para esos instantes. Para llevar contigo en el viaje y saborear en el camino. Creada para transformar las máquinas de vending en experiencias emocionales e inolvidables.

Su portafolio está compuesto por productos innovadores, visualmente atractivos y con sabores intensos.

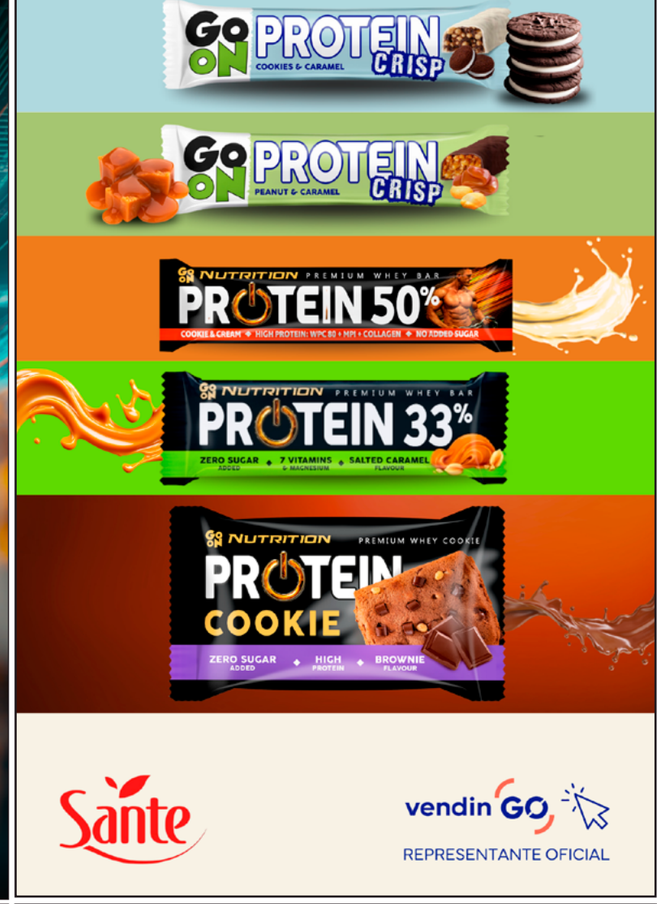
Exclusiva para el sector vending

En vendinGO vivimos y respiramos vending, por eso crear una marca dedicada a valorizar el sector fue una decisión sencilla.

bitee no está disponible en el mercado minorista, lo que da a nuestros clientes mayor libertad para diferenciarse y proteger sus márgenes.

Además, identificamos la necesidad de crear una **oferta innovadora**, trayendo al vending productos que son adorados en el mercado minorista pero que nunca se habían explorado en este canal.

A partir de ahora, **bitee incluirá una oferta que va más allá de los snacks:** son pequeños momentos que se quedan en la memoria y sorprenden.



Automáticos Rogar inaugura sus nuevas instalaciones en Zaragoza

Automáticos Rogar, empresa aragonesa especializada en soluciones de vending y áreas de descanso para empresas, ha dado un paso firme hacia la innovación y el bienestar laboral con la inauguración de sus nuevas instalaciones en Zaragoza. Este proyecto, largamente esperado por la dirección, representa no solo una mejora en infraestructura, sino también un compromiso con la calidad de vida de sus empleados y clientes.

Automáticos Rogar

La nueva sede ha sido diseñada bajo cinco pilares fundamentales que definen el concepto de descanso corporativo moderno:

Objetivo del área de descanso

Se busca fomentar la relajación, la socialización y la desconexión, con beneficios como la reducción del estrés, el aumento de la productividad y la mejora del clima laboral.

Usuarios

El diseño se adapta a las **necesidades específicas** de los distintos perfiles de empleados, desde operarios hasta personal creativo, garantizando funcionalidad y comodidad para todos.

Ubicación

La zona de descanso se ha ubicado estratégicamente para ser accesible, incluso desde **áreas alejadas del núcleo de trabajo,** promoviendo su uso regular.

Diseño y ambiente

El espacio cuenta con mobiliario ergonómico y acogedor, iluminación natural y artificial cuidadosamente seleccionada, y un estilo moderno tipo lounge que invita a la desconexión.

Infraestructura y servicios

Las instalaciones incluyen **máquinas de vending, microondas, dispensadores de agua, conexión Wi-Fi, puntos de carga, climatización y desfibriladores,** todo pensado para una experiencia completa.

Este proyecto ha sido desarrollado con la participación activa del **equipo de Automáticos Rogar,** quienes han aportado sus opiniones en cada fase del diseño. La empresa ha puesto a las personas en el centro, entendiendo que el bienestar laboral comienza por escuchar a quienes forman parte del día a día.

Además, estas instalaciones **se integran en la estrategia de apertura de puertas de Rogar,** con eventos mensuales que fomentan el networking y el aprendizaje entre empresas, clientes y proveedores.

Drink Green: La revolución sostenible en el vending de agua

En un mundo cada vez más consciente del impacto ambiental, las máquinas expendedoras de agua a granel Drink Green de GPE Vendors, distribuidas en España por Nexus Machines, se posicionan como una solución innovadora, ecológica y rentable para el suministro de agua de calidad.

NEXUS MACHINES

Sostenibilidad como bandera

Estas máquinas permiten al usuario **rellenar su propia botella reutilizable** con agua natural o con gas, eliminando la necesidad de envases plásticos desechables. Esta práctica no solo reduce la **huella ecológica**, sino que también promueve hábitos responsables en espacios públicos.

Tecnología italiana + filtración inteligente BRITA

Fabricadas por **GPE Vendors,** empresa italiana reconocida por su excelencia en diseño y fiabilidad, las máquinas Drink Green incorporan:

Pantalla táctil retroiluminada para una experiencia de usuario intuitiva.

Compatibilidad con **múltiples sistemas de pago,** incluyendo efectivo y cashless.

Nuevo sistema de filtración BRITA con tecnología iQ, que monitoriza en tiempo real el estado del filtro, optimiza el rendimiento y garantiza una calidad de agua superior en cada servicio.

Esta actualización convierte a Drink Green en una de las soluciones más avanzadas del mercado en cuanto a calidad de agua y control higiénico.

.

Rentabilidad para el operador

Desde el punto de vista empresarial, Drink Green representa una oportunidad de negocio altamente rentable. Según Nexus Machines, el retorno puede alcanzar hasta un 1.000%, gracias a su bajo coste operativo y alta demanda. El mantenimiento es mínimo: solo requiere visitas periódicas para la recaudación, cambio de filtros o reposición de CO2.

Además, Nexus ofrece exclusividad por zonas, lo que permite a los operadores asegurar emplazamientos estratégicos con poca competencia directa.

Versatilidad y personalización

Estas máquinas no solo suministran agua: pueden integrarse con módulos anexos que ofrecen snacks, bebidas o incluso microondas, creando un punto de servicio completo. También es posible añadir botellas de aluminio personalizadas, convirtiéndolas en un producto adicional o incluso en una herramienta de marketing.

Con la incorporación del sistema BRITA iQ, Drink Green da un paso más hacia la excelencia, combinando sostenibilidad, tecnología y rentabilidad en una solución que responde a las exigencias del consumidor moderno y del planeta.

Lugares ideales para su instalación

Gracias a su diseño compacto, elegante y funcional, las máquinas Drink Green pueden instalarse en una amplia variedad de espacios:

Gimnasios y centros deportivos	Fomentan la hidratación responsable entre los usuarios.
Hospitales y clínicas	Ofrecen agua de calidad en entornos de salud.
Oficinas y coworkings	Promueven el bienestar laboral y reducen residuos.
Hoteles y alojamientos	Añaden valor ecológico a la experiencia del huésped.
Centros educativos	Educan en sostenibilidad desde edades tempranas.
Centros comerciales	Atraen consumidores eco-conscientes.
Zonas turísticas y playas	Alternativa sostenible al agua embotellada.
Estaciones de servicio	Punto de hidratación para viajeros responsables.
Eventos y ferias	Refuerzo de imagen ecológica para organizadores.

Noticias de empresa

Galletas Gullón renueva su alianza con Amica para reforzar la inclusión laboral de personas con discapacidad

La compañía reafirma su compromiso con la diversidad, el empleo digno y el desarrollo sostenible a través de iniciativas que generan impacto social y ambiental en su entorno

Galletas gullón

Galletas Gullón ha renovado su alianza con la Asociación Amica, una organización fundada hace ya más de 40 años con el objetivo de descubrir las capacidades de cada persona con discapacidad y generar oportunidades para la inclusión sociolaboral.

Ambas entidades firmaron su **primer convenio en 2021 para fomentar la inserción y la incorporación** laboral a través de proyectos conjuntos destinados a aportar además valor social y ambiental en el territorio. Desde entonces, la Asociación Amica asesora a Galletas Gullón para la inserción de las personas con discapacidad en el entorno laboral, ofreciendo acompañamiento y seguimiento para asegurar el éxito de su desarrollo profesional. Y ofrece servicios que se prestan desde sus centros especiales de empleo para dar **oportunidades laborales a personas con discapacidad** en el ámbito medioambiental, de lavandería y confección.

Galletas Gullón empleo

"Gracias a la renovación de esta colaboración damos continuidad a nuestro compromiso con la empleabilidad de las personas con discapacidad, entendiendo que la auténtica inclusión comienza con ser parte activa y productiva de la sociedad", explica **Paco Hevia,** director Corporativo de Galletas Gullón.

Por su parte, **Joaquín Navamuel,** de la Asociación Amica, recordó que Amica es un proyecto colaborativo en el que las alianzas aportan un importante papel, valorando especialmente la generación de oportunidades para el empleo.

El apoyo de este tipo de iniciativas **muestra el compromiso de Galletas Gullón** para impulsar el bienestar social y generar empleo bajo patrones de igualdad y diversidad en colaboración con actores sociales, administraciones locales, provinciales y regionales de la comarca.

En este sentido, el fortalecimiento de esta colaboración se enmarca dentro de las acciones contempladas en el Plan Director de Negocio Responsable de Galletas Gullón, el cual ahonda en la consecución de los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) de la Agenda 2030 de la Organización de las Naciones Unidas (ONU) y contribuye cumpliendo los siguientes: ODS1 Fin de la pobreza, ODS8 Trabajo decente y crecimiento económico, ODS10 Reducción de las desigualdades y ODS17 Alianzas para lograr objetivos.

Fuente: retailactual.com

Juan Antonio Cánovas Fuertes, nombrado nuevo Director General Adjunto de ELPOZO ALIMENTACIÓN

Su cargo como Director Comercial de Fresco ha sido asumido por José Torrijos Bellido

El Pozo

Juan Antonio Cánovas Fuertes ha sido nombrado nuevo Director General Adjunto de la empresa ElPozo Alimentación, con el objetivo de reforzar la estrategia de crecimiento de la compañía y contribuir a su solidez y proyección de futuro. Continuará también compaginando su puesto ejecutivo con el de Consejero de Grupo Fuertes.

Cánovas ha sido hasta la fecha Director Comercial de Fresco, cargo que ha sido asumido por su adjunto José Torrijos Bellido, un nombramiento que corresponde a su solvencia profesional, su amplia experiencia en el sector y su compromiso con los objetivos de la organización.

Juan Antonio Cánovas asume este nuevo reto con la voluntad de reforzar el desarrollo estratégico de la compañía y con claro objetivo de fortalecer el desarrollo internacional, el desarrollo de soluciones de alimentación y el canal food service.

ElPozo Alimentación es la empresa líder del sector de elaborados cárnicos en España y la más consumida en los hogares españoles. También es líder en producción de ibéricos con su marca Legado ibérico y con gran desarrollo en el segmento de carnes frescas de cerdo y vacuno, donde ya se ha consolidado como una de las empresas líderes del sector vacuno español.

Foto de Juan Antonio Cánovas, nuevo Director General Adjunto de ELPOZO ALIMENTACIÓN

VISITA SU WEB

Aquadeus, agua oficial del Albacete Balompié para la temporada 2025/26

Aquadeus, empresa integrada en Grupo Fuertes, y el Albacete Balompié han alcanzado un acuerdo de patrocinio por el que la marca seguirá siendo el agua oficial del club durante la temporada 2025/26.

El Pozo

Gracias a esta alianza, **Aquadeus** estará presente en el día a día del Alba, acompañando al primer equipo y a toda la cantera con una hidratación de calidad, y participando además en diferentes iniciativas destinadas a la afición.

Víctor Varela, consejero delegado del Albacete Balompié, señaló que *"es una gran satisfacción contar con el respaldo de una empresa de referencia nacional como Aquadeus, que además lleva con orgullo el nombre de nuestra tierra. Compartimos con ellos valores como el esfuerzo, la cercanía y el compromiso con la salud. Estamos convencidos de que esta unión nos permitirá crecer juntos y afrontar con energía e ilusión una temporada tan especial para nuestro club y nuestra afición".*

(De izquierda a derecha) Adrián Pérez, director general de Aquadeus, y Víctor Varela, consejero delegado del Albacete Balompié

Por su parte, **Adrián Pérez,** director general de Aquadeus, destacó que *"queremos apoyar al deporte de nuestra región y no hay mejor manera que hacerlo al lado del equipo que representa a miles de albaceteños. Este patrocinio refuerza nuestro compromiso con el deporte, la hidratación saludable y el orgullo de pertenencia".*

El acuerdo contempla la presencia de Aquadeus en la **parte frontal del pantalón de la equipación oficial de juego del primer equipo,** en el Estadio Carlos Belmonte, Ciudad Deportiva Andrés Iniesta y en distintos soportes de comunicación del club, así como acciones conjuntas que promuevan entre afición y comunidad un estilo de vida saludable.

Con este patrocinio, **Aquadeus y el Albacete Balompié** suman fuerzas para afrontar con determinación y ambición una temporada llena de retos.

Aneda NOTICIAS

"La revista de tu asociación"

ANEDA
VENDING

PRÓXIMA CITA: 12-13-14 NOVIEMBRE EN TOLEDO

SUSCRÍBETE
y recibe la revista cada mes:
comercial@aneda.org

ANEDA no se responsabiliza de la veracidad y contenido de las noticias de empresa, ni artículos procedentes de otras fuentes.

@Anedavending