

Ane da

NOTICIAS

Suscríbete aquí:

✉ comercial@aneda.org

"La revista de tu asociación"

in   
@Anedavending



Innovación, tendencias y oportunidades en el sector

Descubre todo en el interior

Octubre ■ Nº 156

La voz del experto **Yolanda Carabante**

Directora General de Aneda
Pag 4



Entrevista a: **Diego Simões**

Pag 24



Juntos marcamos el futuro del sector



El vending se reúne en Toledo: conocimiento, inspiración y progreso



JAVIER MARTÍN



ANA PASTOR



MARÍA
CONCEPCIÓN
CEDILLO



JOSÉ MANUEL
ZAPATA



ISABEL
FERNÁNDEZ



LUCÍA VIÑUELA
SALAS



CHRISTIAN
LOPEZ



MARCOS
GONZÁLEZ



PEDRO
MARTÍNEZ RUIZ



RAFAEL JUAN



4

**La voz del
experto**



6

Asociación



24

**Entrevista a:
Diogo Simões**



30

**Estudios,
tendencias
y mercados**



38

**Curiosidades
y reflexiones**



40

**Notas de
prensa**



46

**Normativas,
relaciones
laborales
y economía**



54

Internacional



58

**Hazte socio
–
Nuevos socios**



60

**Certificado de
calidad**



64

**Con nuestros
socios**



66

**Relaciones
Institucionales**



70

**Noticias de
empresa**



Índice

Yolanda Carabante
Directora General de ANEDA



Impulsar los encuentros sectoriales: una labor estratégica que requiere compromiso colectivo

En un entorno empresarial cada vez más exigente, marcado por la transformación digital, la concentración de operadores y una creciente carga normativa, los encuentros sectoriales se consolidan como espacios imprescindibles para fortalecer la cohesión, compartir conocimiento y defender los intereses comunes.

*Estos eventos no son solo citas en el calendario. Son plataformas vivas de diálogo, innovación y colaboración, donde empresas, profesionales, instituciones y asociaciones se reúnen para construir juntos el futuro del sector. Permiten **visibilizar tendencias**, generar alianzas estratégicas, descubrir soluciones tecnológicas y poner en valor el papel que desempeñamos en la economía y en la sociedad.*

Pero detrás de cada encuentro hay un **esfuerzo organizativo** enorme. Desde las asociaciones como ANEDA, impulsar este tipo de iniciativas requiere compromiso constante, recursos humanos y técnicos, coordinación con múltiples actores, y una visión clara de lo que el sector necesita. No se trata solo de **diseñar un programa atractivo**, sino de crear **espacios con propósito**, que respondan a los retos reales de las empresas y generen valor tangible.

Agradecimiento a los expositores

En este sentido, queremos destacar y agradecer especialmente la apuesta de los expositores, que con su participación hacen posible que estos encuentros se lleven a cabo. Su implicación no solo permite mostrar **innovación y soluciones concretas**, sino que también **dinamiza el evento, genera conversación y atrae al público profesional**.

Apostar por estos espacios es apostar por:

- **La profesionalización del sector, a través de conferencias, mesas de debate y actividades de networking.**
- **La innovación colaborativa, donde proveedores, operadores y nuevos actores con distintas perspectivas, suman talento y experiencias.**
- **La defensa de intereses comunes, reforzando la voz del sector frente a los desafíos regulatorios y económicos.**
- **La visibilidad y el reconocimiento, tanto dentro como fuera del sector.**

ExpoCongress 2025: una declaración de intenciones

El ExpoCongress 2025 no es solo una cita sin más. Es una declaración de intenciones: queremos un **sector más fuerte**, más conectado y preparado para afrontar el futuro. Y eso solo se logra con la participación de todos: empresas, profesionales, instituciones y asociaciones.

Este encuentro ha sido concebido como una **apuesta sectorial**, un espacio para reencontrarnos como profesionales, compartir nuestra pasión, reafirmar nuestro compromiso y poner en valor todo lo que representa nuestro sector. Creemos firmemente que solo desde la unión y el trabajo conjunto podremos seguir avanzando y afrontar con éxito los desafíos que tenemos por delante.

Desde ANEDA, seguiremos trabajando para que estos espacios no solo se mantengan, sino que evolucionen y se conviertan en verdaderos **motores de transformación**. Y lo haremos de la mano de quienes creen en el sector, apuestan por él y lo hacen avanzar cada día.

“Cada encuentro que impulsamos desde ANEDA nace del convencimiento de que el sector merece espacios para **dialogar, crecer y avanzar**. Lo hacemos con pasión, con compromiso y con la firme creencia de que, unidos, somos más fuertes. Necesitamos seguir encontrándonos, escuchándonos y **construyendo juntos el futuro que queremos para nuestra industria**.”

ExpoCongress 2025: El encuentro que marca la agenda del sector.

**Innovación, conocimiento y negocio en un solo lugar.
Del 12 al 14 de noviembre en Toledo**

La espera ha llegado a su fin. **ExpoCongress 2025** está listo para abrir sus puertas y posicionarse como el evento imprescindible para los profesionales de la distribución automática en España. Durante tres jornadas intensas, este congreso se convertirá en el centro neurálgico de la **innovación, el conocimiento y las oportunidades de negocio en el sector.**

Las empresas expositoras han apostado firmemente por presentar sus soluciones más innovadoras, productos destacados y servicios estratégicos ante un público profesional altamente cualificado. **ExpoCongress 2025** será el escaparate donde las marcas muestran su **compromiso con el desarrollo del vending, generando oportunidades reales de negocio y conexión** directa con los visitantes.

***Del 12 al 14 de noviembre,
ExpoCongress reunirá
a toda la cadena de
valor del vending en un
espacio único, diseñado
para conectar, inspirar y
transformar.***



¿Qué encontrarás en ExpoCongress 2025?

- Zona expositiva oficial con las **últimas soluciones, productos y servicios** que están marcando tendencia.
- **Agenda completa de ponencias y actividades**, con expertos que compartirán su visión sobre los retos y oportunidades del vending.
- Espacios de **networking** pensados para fomentar alianzas estratégicas, colaboraciones comerciales y el intercambio de ideas.

Esta cita ineludible en el **Palacio de Congresos “El Greco”** de Toledo está diseñada para que los profesionales del sector compartan experiencias, descubran nuevas tendencias y generen conexiones de valor.

Además de los contenidos estratégicos y comerciales, ExpoCongress 2025 también ha pensado en el visitante, ofreciendo **actividades complementarias** que fomentan el intercambio informal y el disfrute en un entorno distendido.

El primer día, el miércoles día 12 de noviembre, los asistentes podrán disfrutar de un **vino español** de bienvenida, ideal para romper el hielo y comenzar a establecer contactos.

El segundo día, jueves 13 de noviembre, el evento culminará con una cena de gala exclusiva en el restaurante **Laberinto del Rey**, un espacio emblemático que ofrecerá una experiencia gastronómica única para celebrar el encuentro y fortalecer los lazos entre los profesionales del sector.

Durante tres días, tendrás la oportunidad de conocer las **últimas tendencias, descubrir soluciones innovadoras y aprender de ponentes de referencia**. Porque cada participación suma, y cada encuentro aporta valor.

Estar presente es crecer, compartir y avanzar juntos.



Información clave

Aunque aún quedan algunas confirmaciones finales, la programación está prácticamente cerrada. Puede haber ajustes de última hora, pero la esencia del congreso está clara: **crear un espacio donde el vending se reinventa, se fortalece y se proyecta hacia el futuro.**

Reserva ya la fecha en tu agenda, revisa la programación y empieza a preparar tu visita. Este evento está diseñado para ofrecerte una experiencia completa: **contenidos de calidad, oportunidades de networking, actividades complementarias y acceso directo a las marcas líderes del sector.**

No puedes faltar a **ExpoCongress 2025.**

Acceder a la zona expositiva es totalmente gratuito a partir de las 12:00 h, pero es **imprescindible registrarse** previamente a través de la web oficial para poder entrar. Sin embargo, desde la organización

recomendamos firmemente **asistir a las conferencias**, que tienen un coste por día, ya que ofrecen contenidos de gran valor, conocimiento estratégico y experiencias enriquecedoras para todos los profesionales del sector.



Periodista que conducirá y moderará las sesiones del congreso, aportando dinamismo y rigor informativo.

ExpoCongress no es solo un evento. Es el punto de encuentro donde se define el rumbo del sector.

Si formas parte del vending, no puedes faltar.

Tu voz cuenta, tu experiencia aporta y tu participación enriquece.

Las sesiones de contenido están programadas de **9:00 a 12:00**, precisamente para facilitar que los expositores, marcas y empresas presentes también puedan asistir sin interferir con su actividad comercial en la zona expositiva. Porque siempre se aprende, y en ExpoCongress 2025 queremos que todos –**visitantes y expositores**– puedan beneficiarse del conocimiento compartido de expertos y líderes.

Las ponencias están diseñadas para aportar ideas, inspiración y herramientas prácticas que ayudan a crecer y evolucionar en el mundo empresarial.

DÍA 12	 ANA PASTOR	 MARÍA CONCEPCIÓN CEDILLO	 PAGOS DIGITALES	 REPRESENTANTES DEL SECTOR "FACE" Y CONFIDA
DÍA 13	 LUCÍA VIÑUELA SALAS	 JOSÉ MANUEL ZAPATA	 JAVIER MARTÍN	 RAFAEL JUAN
DÍA 14	 CHRISTIAN LOPEZ	 MARCOS GONZÁLEZ	 PEDRO MARTÍNEZ RUIZ	 ISABEL FERNÁNDEZ

- 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.

Aprender escuchando

Mesa redonda con mujeres pioneras

Conocerás de primera mano las **impresiones** de mujeres pioneras en diversos campos, así como sus trayectorias y logros, que **han abierto caminos para futuras generaciones**.



Mesa de debate de empresarios líderes

Destacados empresarios compartirán sus perspectivas sobre los desafíos y oportunidades en el mundo empresarial actual.

¿Quieres saber más?

Toda la información actualizada sobre el evento —incluyendo expositores, horarios, actividades paralelas y servicios disponibles— está publicada en la [web oficial de ExpoCongress](#).

Visítala para estar al día y preparar tu experiencia al máximo:



Prepárate para vivirlo. Prepárate para liderarlo.

Agradecimiento a las marcas participantes y patrocinadores comprometidos con Expocongress

Desde la organización de Expocongress, queremos expresar nuestro agradecimiento a todas las marcas que han confirmado su participación en esta edición, contribuyendo con su presencia y compromiso a consolidar este evento como un punto de encuentro clave para el sector.

Una **mención especial para nuestros patrocinadores**, cuyo apoyo decidido y constante refuerza el valor de esta iniciativa. Gracias a **Sistiaga Lasa, Grefusa y Coca-Cola** por apostar por Expocongress y por acompañarnos en este proyecto que impulsa el vending hacia nuevos horizontes.

Su implicación es fundamental para seguir construyendo un evento de referencia, abierto a la innovación, la colaboración y el crecimiento del sector.



AQUAFRESC

Automated
TransActionsAzkoyen
Group

vendin GO

Bianchi
Industry

bio gran

EVOCA
GROUP

eleccetro

DANONE
ONE PLANET. ONE HEALTH

frekuent

GARCIA CARRION
SINCE 1880

gullón

Grefusa

MICROFILTER
iberia

Huhtamaki

Jofemar

Kaiku

Karibou

Lácteos
COVAPLaqtia
HONEST INSTANT DRINKS

Venclooud

Madrid
achineN-and
GROUPmaxi
NUTRITIONNestlé
PROFESSIONAL

Nayax 20 YEARS

ñaming

caslab
make it simpleQualery
VENDING CULTURErhea
apliven

SANMY

sistiaga

CUPERNICAN

udiven

VELARTE

VenDis
Vending & Dispensing by TCMVendo
SANDEN

Micromic S.r.l.

Coca-Cola

¡Ya puedes conseguir tu entrada para ExpoCongress 2025!

ENTRADA PREMIUM

Todo lo incluido en la
entrada BASIC

Visita turística guiada
por Toledo con vino
español (12 noviembre)

Cena de gala con
cóctail, baile y copa.
(13 noviembre)

COMPRA TU ENTRADA
340€

VISITA GUIADA Y VINO ESPAÑOL

12 de noviembre

40€

*AFORO LIMITADO

CENA DE GALA

13 de noviembre

75€

ENTRADA BASIC Conferencias y exposición PACK DE 3 DÍAS

245€

ENTRADA BASIC Conferencias y exposición 12 DE NOVIEMBRE

100€

ENTRADA BASIC Conferencias y exposición 13 DE NOVIEMBRE

100€

ENTRADA BASIC Conferencias y exposición 14 DE NOVIEMBRE

100€

ACCESO SOLO EXPOSICIÓN

Acceso a la zona de
exposición los días
12-13 y 14 de noviembre
a partir de las 12:00 am

Conocer novedades
del sector.

Networking
estratégico.

REGISTRO GRATUITO

*Tu presencia no solo suma:
es clave para construir juntos
el futuro del vending.*

*No dejes de acudir. Consulta
con tus proveedores,
disponen de invitaciones
para que puedas acceder y
aprovechar al máximo esta
experiencia.*

Del 12 al 14 de noviembre

Palacio de Congresos de Toledo

¡Te esperamos en ANEDA ExpoCongress 2025!

Aneda convoca a sus socios a la segunda Asamblea General de 2025

La asociación ha convocado a sus socios a la segunda Asamblea General del año, que se celebrará el próximo 17 de diciembre en formato telemático.

Tras la primera asamblea, celebrada de manera presencial en el mes de junio en la sede de **Coca-Cola**, miembro colaborador de la asociación, este nuevo encuentro servirá para presentar el presupuesto para el ejercicio 2026 y abordar los temas clave para el cierre del año.

Al término de la sesión, se ofrecerá una breve **intervención** a cargo de un experto, quien compartirá una **visión general sobre el entorno económico previsto para 2026**, aportando claves útiles para entender el contexto y anticipar tendencias relevantes para el sector.

Fecha: Miércoles, 17 de diciembre de 2025.

10:00h

Modalidad: Telemática

Acceso: Si eres socio, contacta con Aneda para recibir el enlace de conexión.

Tu participación es importante. Reserva la fecha y acompáñanos en este espacio de diálogo y planificación.

ASAMBLEA GENERAL ORDINARIA



10:00H

17 DE DICIEMBRE

BAJO EN CALORÍAS

SABOR ORIGINAL

Ahora el
sabor de
siempre
solo está en

fuze
tea®



UN BEBIDOSO DE TÉ
DE LA FAMILIA
Coca-Cola.

Laqtia

HONEST INSTANT DRINKS



¡VISITANOS!



DISFRUTA NUESTRO
MATCHA LATTE

NUEVO

Finí

Convierte tu máquina
expendedora en una parada
obligatoria con tu Top Ventas



NO GLUTEN

Ofreciendo nuestro **Cinema Mix**, suave
al paladar, o nuestro **Sour Boom Mix**,
una fiesta de sabores ácidos....

ñaming
POCKET

¡LA GRAN NOVEDAD QUE REVOLUCIONA
EL MUNDO DEL VENDING!

Un nuevo formato, un nuevo momento de
consumo: rico, equilibrado y listo para
disfrutar en cualquier lugar



Empresa certificada con



Versión 8

Ñaming S.L. Pol. Ind. Zafrañar c/ País Vasco, 5, 50550 Mallén
(Zaragoza) Tel 976 86 63 80 • www.pocketes

SÍGUENOS EN REDES
PARA NO PERDERTE NADA



@n-amingpocket

XXIII Jornadas Profesionales del Vending de Euskadi

Dos días de aprendizaje, networking y reflexión.

Los días 2 y 3 de octubre, **Debabarrena** acogió la XXIII edición de las Jornadas Profesionales del Vending de Euskadi, organizadas por EVE Elkartea. Estas jornadas, que ya se han consolidado como un referente del sector, permitieron a los asociados y profesionales compartir experiencias, generar vínculos y analizar los retos actuales del vending en Euskadi.

La primera jornada comenzó en el **Museo de Máquina Herramienta de Elgoibar**, donde los asistentes fueron recibidos por **Asier Echandi**, miembro de la directiva de EVE, y por la alcaldesa de Elgoibar, **Maialen Gurrutxaga**.

A continuación, se realizó una visita al IMH Campus, guiada por las explicaciones de Oier Uriarte quien incidió en que la formación técnica sigue siendo clave para el desarrollo y la innovación en la industria. Posteriormente, se visitó **LizagaSar**, una empresa joven y sostenible dedicada a la producción de manzana y derivados.

La jornada concluyó en Deba con la visita a la Iglesia de Santa María de arquitectura sorprendente y una cena en el restaurante Calbetón.



El segundo día comenzó con un desayuno y mesa redonda en el **Hotel Arbe**, donde los asociados de EVE intercambiaron experiencias y debatieron sobre los desafíos del sector.

La jornada continuó en la **Armeria Eskola**, donde los participantes pudieron conocer las últimas tecnologías aplicadas a la enseñanza, incluyendo aulas inmersivas y realidad virtual.

Allí se celebró la conferencia central, bajo el lema **“Emprendimiento, adaptación y superación: poniendo en valor a las personas y la formación”**.

La sesión fue inaugurada por **Arrate Villagarcía**, en sustitución de la presidenta de EVE, Sara Abad, junto al alcalde de Eibar, Jon Iraola.

A continuación intervinieron **Juan Carlos Molinero** (responsable de digitalización en Armeria Eskola), Gema Gómez (impulsora del cambio en Armeria Eskola), **Oihana**

Astigarraga (técnica en emprendimiento de Debegesa) y **Diego Martinez** (On Natura), que explicó el inicio de su proyecto. La conferencia concluyó con **Ander Romarate Agirre**, exnadador paralímpico, quien compartió su testimonio centrado en la importancia del ejercicio y su labor junto con el SD Eibar Fundazioa, apoyando proyectos deportivos inclusivos.

El encuentro finalizó con un lunch en la Armeria Eskola, que reforzó la colaboración, la cercanía y el espíritu de comunidad entre los profesionales del vending.



Alianza Estratégica para Impulsar el Vending en Hostelco 2026

Acuerdo que refuerza el compromiso y el crecimiento del sector

HOSTELCO y ANEDA han formalizado una alianza estratégica con el objetivo de potenciar la visibilidad y el posicionamiento del sector de la distribución automática en el marco de Hostelco 2026, que se celebrará del 23 al 26 de marzo.

Esta colaboración se materializará en la creación de un **espacio agrupado** exclusivo para empresas asociadas de ANEDA, ubicado estratégicamente en el pabellón 7, dentro del área Coffee, Bakery & Pastry, uno de los sectores más dinámicos del canal Horeca.



HOSTELCO
THE HOTEL & RESTAURANT TRADE SHOW

El objetivo: dar máxima visibilidad al vending como actor clave en la transformación de la hostelería.

Además, **ANEDA** se compromete a **impulsar el conocimiento del sector** mediante diversas acciones:

- **Mesa de debate sectorial** previa a la feria, cuyo contenido será difundido en la revista de ANEDA y en las redes sociales de Hostelco.
- **Participación activa** en el congreso del salón, con una sesión de debate estratégico centrado en el sector del café, que se celebrará en el escenario The Coffee Stage.
- **Condiciones especiales** para asociados, incluyendo tarifas reducidas en el suelo expositivo y acceso a un programa VIP de compradores enfocado en vending para

El objetivo: dar máxima visibilidad al vending como actor clave en la transformación de la hostelería.

Además, **ANEDA** se compromete a **impulsar el conocimiento del sector** mediante diversas acciones:

- **Mesa de debate sectorial** previa a la feria, cuyo contenido será difundido en la revista de ANEDA y en las redes sociales de Hostelco.
- **Participación activa** en el congreso del salón, con una sesión de debate estratégico centrado en el sector del café, que se celebrará en el



Nueva etapa para el Consejo Regulador AQS: calidad, visibilidad y evolución

Estrategia y nuevas líneas de trabajo definen la primera reunión

El pasado mes de septiembre, tuvo lugar la primera reunión del renovado **Consejo Regulador del Certificado AQS**, marcando el inicio de una nueva etapa para este órgano clave en la promoción de la calidad dentro del sector del vending.

La sesión estuvo centrada en el **análisis de los retos actuales y en la definición de líneas de trabajo** que permitan seguir avanzando hacia un vending más profesional, más visible y más alineado con los estándares de excelencia que definen a nuestro sector..

Entre los principales temas tratados destacan:

- El impulso al **Certificado AQS** como herramienta estratégica para poner en valor el compromiso del sector con la calidad.

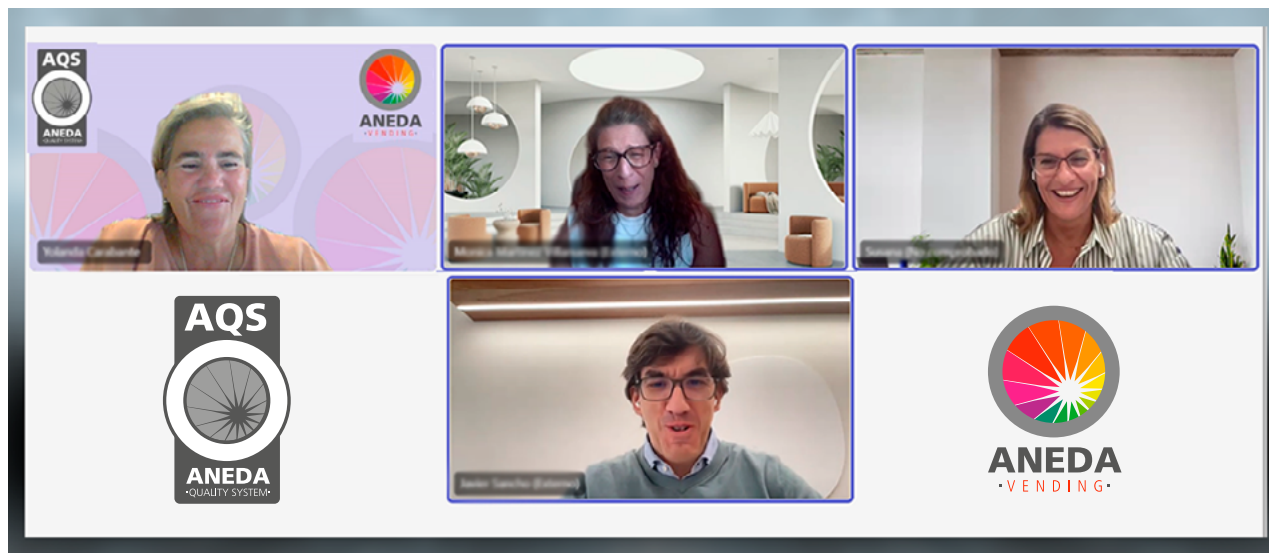
- La revisión de los **procedimientos de auditoría**, con el objetivo de adaptarlos a las nuevas realidades operativas y reforzar su utilidad.

- La necesidad de dar **mayor visibilidad al trabajo del sector**, destacando su papel en la economía, la innovación y el servicio al consumidor.

Con un equipo renovado, comprometido y con visión de futuro, el Consejo Regulador inicia esta etapa con el firme propósito de **liderar un proceso de mejora continua** que beneficie a todos los actores del vending.

Desde Aneda, celebramos este **arranque con entusiasmo y confianza en que el trabajo conjunto** seguirá fortaleciendo el reconocimiento y la profesionalización del sector.

¡Seguimos avanzando!





PERFECTA PARA EL VENDING



bitee
vendin GO

DESCUBRIR MÁS



El mejor café
solo con
pulsar un
botón.

Descubre
nuestra nueva
línea Vending

Special Vending

CAFESCANDELAS.COM



FONT VELLA DA NUEVA VIDA A LAS BOTELLAS

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



**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

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

VENDING

☐	5 oz	(150 ml)
☐	6,5 oz	(190 ml)
☐	8 oz	(240 ml)

La Jornada Amics del Vending reafirma su papel como encuentro clave del sector en Cataluña

Una jornada para conectar, reflexionar y avanzar: el vending catalán se da cita en un encuentro clave con vocación estratégica y compromiso social

El vending catalán celebró ayer uno de sus momentos más destacados del año con una nueva edición de la Jornada Amics del Vending. Más de un centenar de profesionales, procedentes de unas cincuenta empresas de Cataluña, España y Portugal, se dieron cita en la Masía Ca Fuster de Sant Cugat del Vallès. El evento se centró en el **intercambio de ideas y el análisis estratégico de un mercado donde el servicio desatendido gana protagonismo dentro de la oferta de foodservice y venta de productos recurrentes.**

Organizada por la **Asociación Catalana de Vending y Unattended (ACVIU)**, la jornada volvió a consolidarse como el punto de referencia para los actores del sector en Cataluña. El encuentro logró su propósito: generar un espacio de conexión entre fabricantes, operadores y proveedores, fomentando el debate, el conocimiento compartido y las relaciones personales que fortalecen la competitividad.



Reflexión estratégica: crecer y competir en un entorno cambiante

Uno de los momentos más esperados fue la intervención de Toni Izquierdo, socio de la consultora **Izquierdo Motter** y experto en estrategia empresarial. Bajo el título "Cómo crecer y competir para adaptarse al futuro en positivo", Izquierdo expuso los principales retos que enfrentan las empresas del vending, destacando la necesidad de profesionalizar la gestión y definir estrategias sólidas para afrontar los cambios del mercado.

Con experiencia en más de 600 empresas del ámbito de los servicios, el consultor ofreció una **visión práctica centrada en la creación de valor y la mejora de la competitividad**. Subrayó la importancia de gestionar precios y márgenes, optimizar el modelo comercial y aplicar un control de gestión eficaz para garantizar la rentabilidad de las pymes.

Además, insistió en que aumentar el tamaño empresarial es clave para **generar economías de escala**, algo esencial en un mercado cada vez más exigente. Animó a las empresas a explorar colaboraciones, alianzas estratégicas e incluso procesos de fusión que refuercen su posición.

Nuevas alianzas y modelos de negocio

Durante la sesión también se abordó la evolución del modelo B2B, donde la cooperación entre empresas se presenta como un motor de crecimiento sostenible. Izquierdo instó a los empresarios a adoptar una **"mentalidad de reemprendimiento"** frente a los cambios en los hábitos de consumo y las nuevas dinámicas entre clientes y proveedores.

Según su análisis, el futuro del sector exigirá estructuras más robustas, capaces de generar valor añadido y adaptarse con agilidad a las demandas del consumidor y a los avances tecnológicos. La **flexibilidad, la innovación** y la orientación al cliente serán factores decisivos.

Encuentro, celebración y compromiso social

Como es habitual, la jornada concluyó con el tradicional "Dinar d'Amics del Vending", un almuerzo que sirvió como espacio distendido para la conversación entre los asistentes. El evento finalizó con un brindis colectivo con cava ofrecido por el socio **J. García Carrión**, reflejando el ambiente positivo de esta edición.

La ACVIU agradeció la participación de todos los asistentes y el apoyo de los patrocinadores que hicieron posible la jornada: **Barista Clean, VendiGo, Laqtia, MicroFilter Ibèria, Don Palillo, Grefusa, Istant y Coca-Cola**.

Con el impulso de esta edición, la asociación ya trabaja en nuevas actividades orientadas a dinamizar el sector, ofrecer formación y mejorar la visibilidad de sus socios, que ya suman 99 tras las últimas incorporaciones.

En un emotivo cierre, el presidente Isaac Guerra invitó a colaborar en la lucha contra el Alzheimer adquiriendo el libro que escribió su padre hace una década, quien actualmente padece la enfermedad. Los fondos recaudados se destinarán a la **Asociación de Enfermos de Alzheimer** de Barcelona y a la Fundación Pascual Maragall. Varios asistentes se sumaron a la iniciativa llevándose ejemplares para apoyar la causa.



Huhtamaki



Creemos que la innovación es clave para un futuro más sostenible

Conoce nuestra gama completa en www.foodservice.huhtamaki.com.es o compra online en www.tiendavasospapel.com



NFD MISMA TECNOLOGÍA

3 soluciones

STANDARD LINE



22"-24"
TOUCH-SCREEN
IPS full HD monitor
CAPACITIVE touch panel
5 mm TEMPERED SAFETY GLASS

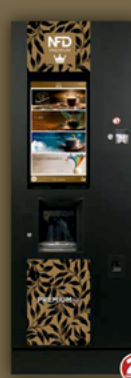
NECTA
VENEZIA / SPAZIO / KIKKO / KIKKO MAX / ASTRO

BIANCHI
ANTARES / SIBO / BVM 971 / 972

RHEA VENDORS
SAGOMA / LUCE

SAECO
GROUP 500 / 700

PREMIUM LINE



22"
TOUCH-SCREEN
IPS full HD monitor
CAPACITIVE touch panel
5 mm TEMPERED SAFETY GLASS

NECTA
COLIBRO / BRIO / VENEZIA / SPAZIO / KIKKO / KIKKO MAX / ASTRO / CONCERTO / OPERA / CANTO MAESTRO

BIANCHI
BVM 931 / 932 / 971 / 972 / LEI 400 / 400 / 700

RHEA VENDORS
SAGOMA / LUCE / LUCE X2 / MILANO

SAECO
GROUP 700

DUCALE
CITY 700

ECO LINE



13" - 15" - 22"
TOUCH-SCREEN
IPS full HD monitor
CAPACITIVE touch panel
4 mm TEMPERED SAFETY GLASS

NECTA
SOLISTA / KREA / BRIO 3 / BRIO UP / VENEZIA / SPASIO / KIKKO / KIKKO MAX / ASTRO / CONCERTO / OPERA / CANTO MAESTRO

BIANCHI
BVM 931 / 932 / 971 / 972 / LEI 300 / 400 / 600 / 700

RHEA VENDORS
SAGOMA / LUCE / LUCE X2 / MILANO

CONTACTA CON NOSOTROS ☎ 91 018 99 53

C/ Manzanares 32, Velilla de San Antonio, 28891 (Madrid) · pablop@nfdiberica.es · nfdiberica.es



ingredientes que puedes ver y pronunciar



Ingredientes 100% naturales



Minimamente procesadas



Ingrediente N° 1 Frutos Secos 49%-64% Frutos Secos



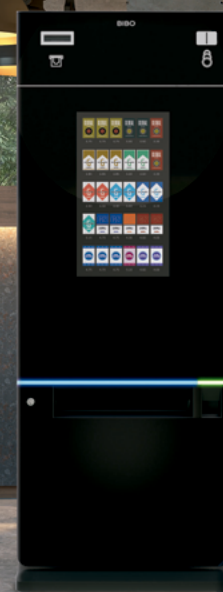
Sin gluten

@bekindsnacks_es

www.es.bekindsnacks.com

BIBO

GM
GLOBAL SOLUTIONS



DISTINGUE, DIGITALIZA, EVOLUCIONA

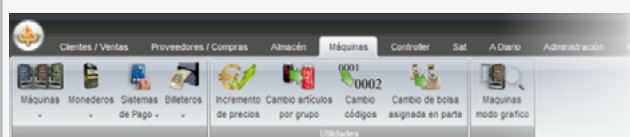
La nueva generación de GM Global Solutions creada para digitalizar y optimizar la gestión en el segundo canal

GMBUS
4.0 Más inteligente

T. +34 948 317 311 | comercial@gmglobalsolutions.com | www.gmglobalsolutions.com

Actualice su gestión de Vending, cambie a...

ELYTE



- Escalable
- Más posibilidades
- Mayor nivel de gestión
- Operativas automatizadas
- Mejora la rentabilidad laboral
- Acceda a las últimas tecnologías
- Entorno gráfico más amigable
- Nuevo hardware asociado

SOLICITE INFORMACIÓN

e-mail: computer@computer-informatica.com
web: www.computer-informatica.com

gullón

Celebra con nosotros
**El Mayor Surtido
del Canal Vending**



BEZOYA

Mineralización
muy débil

AGUA DE MINERALIZACIÓN
MUY DÉBIL
AGUA PARA VIVIR
MUY FUERTE

**NUEVA BOTELLA
más cómoda y
más sostenible***



Asesoría empresarial
especializada
en el **SECTOR DEL VENDING.**



INFORMACIÓN SOBRE LA NORMATIVA ESPECIAL
CONTRATOS DE EXPLOTACIÓN DE MÁQUINAS
ASESORAMIENTO PARA CONCURSOS
Y LICITACIONES PÚBLICAS PARA LA INSTALACIÓN DE MÁQUINAS



EUROCONSULTORES

— ASESORÍA JURÍDICA EMPRESARIAL —

C/ Ramiro II, 6 oficina 28003 Madrid
Tel. 91 591 98 78 - rmartin@euroconsultores.es
www.euroconsultores.es



Diogo Simões

CEO de Elecctro

1. ¿Cómo nace ELECCTRO y con qué objetivo?

La idea de la empresa surgió tras la participación de dos de los fundadores en el desarrollo de la **primera solución de pago móvil para máquinas expendedoras en Portugal**. Este proyecto se lanzó en 2009 para CGD y funcionó durante varios años en la sede del banco, con las máquinas de la sede del banco funcionando con esa solución.

Esta experiencia les permitió **identificar una oportunidad significativa**: la falta de avances tecnológicos y servicios de valor añadido en el mercado del vending.

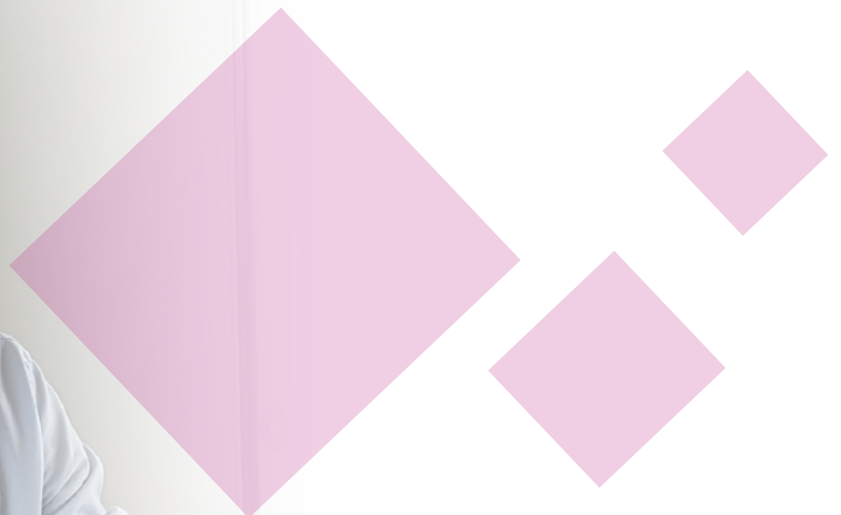
Así, en 2014, nació Elecctro con el objetivo de **desarrollar tecnología propia**, tanto de hardware como de software, y crear soluciones de IoT que hicieran más eficiente la gestión de las máquinas de vending y más fluida la experiencia del usuario.

2. ¿Cómo ha evolucionado la empresa desde su fundación hasta la actualidad?

Lo que comenzó como un proyecto emprendedor se ha convertido, en solo 7 años, en la **empresa líder del mercado portugués**. Poco más de 10 años después de nuestra fundación, contamos con un equipo de 30 personas, que alcanzará las 35 a finales de 2025.

Hemos adquirido una red de **más de 350 clientes en Portugal y España**, que operan en diversos sectores como vending, lavanderías, estaciones de carga de vehículos eléctricos, parking, entre otros. Nuestra solución opera en más de 25.000 máquinas conectadas, todas con telemetría en tiempo real y pagos sin efectivo.

A lo largo de esta trayectoria, hemos forjado **alianzas estratégicas** que han sido fundamentales para nuestra expansión, como nuestra colaboración con Castles Technology, que integra nuestras soluciones en terminales Android de última generación, y con Getnet, con quien desarrollamos servicios avanzados de pago y adquirente para el sector minorista.



3. Electro se define como una empresa de soluciones IoT. ¿Qué tipo de tecnologías estáis desarrollando específicamente para el sector del vending?

Hemos desarrollado una tecnología propia que **conecta todo el ecosistema de máquinas expendedoras**, desde el hardware hasta el software y la conectividad en la nube, en una única plataforma IoT llamada VendIoT. Esta plataforma integra pagos sin efectivo, gestión operativa (conectividad y telemetría) y análisis de datos en un único sistema accesible a través de la web, la aplicación móvil o APIs de integración con los sistemas de nuestros clientes.

Con VendIoT, los operadores pueden **gestionar precios, inventario y rutas en tiempo real**, reducir los costes de mantenimiento mediante alertas predictivas y optimizar la eficiencia operativa en todas sus máquinas. También destacamos nuestra solución eMRTD, que permite la verificación de edad y el desbloqueo de artículos específicos mediante una identificación electrónica, en 27 países.

Además, **nuestras soluciones aceptan todos los métodos de pago**, como tarjetas bancarias, carteras digitales, aplicaciones móviles, códigos QR, tarjetas de prepago, vales de comida, y tokens.

4. ¿Cómo contribuyen vuestros sistemas a mejorar la eficiencia operativa y la experiencia del usuario?

Por un lado, gracias a la plataforma **VendIoT**, los operadores pueden monitorizar el estado de cada máquina en tiempo real, **recibir alertas automáticas** en caso de incidencia y planificar rutas más eficientes. Todo esto se traduce en menos viajes, menos tiempo de inactividad y operaciones más sostenibles y rentables.

Por otro lado, desde la perspectiva del usuario, nuestras soluciones garantizan pagos rápidos, seguros y sin fricciones. El sistema **reconoce cada transacción al instante** y permite ofrecer promociones, descuentos o programas de fidelización personalizados en función de diversos factores.

En conjunto, la **tecnología de Electro** permite que cada máquina sea más inteligente, eficiente y fácil de usar. Esto ayuda a transformar lo que antes era un punto de venta estático en un **canal dinámico basado en datos**.





5. ¿Qué papel juega la inteligencia de datos en vuestros productos y servicios?

La **inteligencia de datos** es fundamental en las decisiones que tomamos en Elecctro y en la priorización del desarrollo de productos y servicios para nuestros clientes.

Nuestra plataforma **analiza datos de ventas**, consumo e incidencias, lo que permite un mantenimiento anticipado, rutas de reabastecimiento optimizadas y costos operativos reducidos. Pero el verdadero valor surge cuando estos datos se utilizan para tomar decisiones estratégicas, como definir qué productos ofrecer, en qué ubicaciones o cómo ajustar los **precios en función de la velocidad de venta** o los márgenes obtenidos.

Además, analizar los **diferentes métodos de pago sin efectivo** nos permite identificar qué tecnologías impulsan la mayor adopción y el mayor crecimiento de las ventas, ayudando a los operadores a decidir dónde y cuándo implementar nuevos sistemas de pago. En muchos casos, la transición a los pagos digitales ha generado un aumento significativo en las transacciones y la satisfacción del usuario.

En definitiva, **los datos** no solo proporcionan control y visibilidad, sino que también **impulsan decisiones inteligentes orientadas a la eficiencia y la rentabilidad**, transformando cada máquina en un activo estratégico conectado al negocio.

6. ¿Cómo veis la evolución de los pagos digitales en el vending y qué retos quedan por resolver?

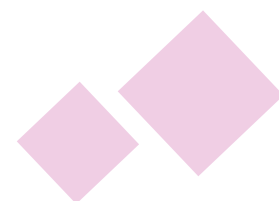
El **crecimiento de los pagos sin efectivo** en las máquinas de vending es una realidad, y la pandemia ha acelerado esta tendencia. Hoy en día, las transacciones sin efectivo representan más del 70% de las ventas en muchos mercados, lo que demuestra que este cambio de hábitos ha llegado para quedarse.

Sin embargo, persisten algunos desafíos. La interoperabilidad entre diferentes métodos de pago y la **estandarización tecnológica** siguen siendo esenciales para facilitar la adopción masiva, no solo en el vending como en muchos de los otros casos de uso desatendidos. También son necesarios avances en infraestructura y conectividad, especialmente en ubicaciones con limitaciones técnicas, así como en seguridad y protección de datos.

Nuestras alianzas con acquirers y processors nos permiten ofrecer soluciones integrales que combinan la aceptación universal de los métodos de pago con la máxima seguridad y precios competitivos, impulsando las ventas.

7. ¿Qué enfoque tiene ELECCTRO respecto a la sostenibilidad en sus soluciones tecnológicas?

En Elecctro, creemos que la **tecnología debe ser también una herramienta de sostenibilidad**. Por eso, nuestras soluciones permiten reducir los desplazamientos innecesarios, optimizar el consumo energético y alargar la vida útil de los equipos gracias al mantenimiento remoto. Además, fomentamos la reparación frente a la sustitución.



8. ¿Qué tendencias tecnológicas creéis que marcarán el futuro del vending y los servicios unattended?

En los próximos años, creo que el vending evolucionará hacia un **modelo más sostenible y conectado**, alineado con la nueva normativa medioambiental europea.

Una de las tendencias relevantes será la adaptación al nuevo marco legal del Sistema de Depósito, Devolución y Retorno (SDDR), que busca promover la economía circular y aumentar las tasas de reciclaje de envases de bebidas.

En este contexto, estamos trabajando con fabricantes y operadores para desarrollar soluciones tecnológicas que **permitan la integración del SDDR** en las máquinas expendedoras, facilitando la identificación, la devolución y la trazabilidad de los envases. Esto implica vincular los sistemas de gestión de pagos y depósitos para que los usuarios puedan recibir automáticamente un reembolso al devolver el envase, ya sea en efectivo, con tarjeta o a través de un monedero digital.

9. Estaréis presentes en ExpoCongress 2025 ¿Qué tipo de novedades y soluciones podrán descubrir los visitantes en vuestro espacio expositivo?

Sí, estaremos presentes junto a *Castles Technology* como partners tecnológicos.

Mostraremos *"The One"*, que es un nuevo terminal Android, con todos los medios de pago integrados, con pantalla táctil de 4 pulgadas que permite una **interfaz interactiva y dinámica con el cliente, conectividad avanzada** (4g, Wi-Fi y Ethernet) y total integración con cualquier máquina (MDB, Ejecutivo y muchos otros) y gestión en la nube.

También presentaremos la solución **eMRTD**, que permite verificar la edad del usuario directamente desde la máquina, aportando seguridad y cumplimiento normativo a los operadores.

10. ¿En qué se diferencia ELECCTRO del resto de sus competidores?

Nuestra principal diferencia es el **enfoque integral y colaborativo**. Desarrollamos tecnología, pero también acompañamos al cliente en todo el proceso, desde la integración hasta la optimización operativa.

Además, apostamos por una filosofía *"Designed in Europe"*, con desarrollo propio y soporte local, garantizando rapidez, personalización y cumplimiento con la normativa europea de datos y pagos.

11. ¿Cuáles son tus planes futuros para expandir o mejorar el negocio?

Queremos seguir creciendo en Europa, reforzando especialmente nuestra **presencia en España** y avanzar en nuevas verticales como EV Charging.

12. Cuando cierra el despacho, cuando termina el trabajo ¿cómo es Diogo en el plano personal?

Fuera de la oficina, soy una persona curiosa y optimista. Me gusta aprender cosas nuevas, viajar y pasar tiempo con mi familia.

Disfruto especialmente de la tecnología aplicada a la vida cotidiana creo que la innovación no solo se diseña en la oficina, también se inspira observando el mundo y las personas.

Intento mantener siempre el **equilibrio entre la exigencia profesional** y los momentos de desconexión que recargan la creatividad.

elecctro



12-13-14
NOVIEMBRE
2025



Toledo

VITRO

Innovación a tu alcance



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 infundir.

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

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

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



BRITA



Nexus Machines

info@nexusmachines.net

ENGINE CONNECT



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



Apple Pay

mastercard

Pay

maestro

SAMSUNG Pay

VISA

España, cada vez más cafetera: cada español consume 4,2 kilos al año (562 tazas)

La mayoría del consumo se realiza en los hogares, mientras que Finlandia es el país que más café bebe de Europa

España es un país cada vez más cafetero: el consumo creció un 3,7% y supera ya los 67 millones de tazas diarias —44,7 millones en los hogares y 22,5 millones en establecimientos de hostelería—. De cada 100 tazas consumidas, 66 se toman en casa y 34 en bares y cafeterías. Cada español consume 4,22 kilos de café al año, lo que equivale a unas 562 tazas. Son datos del Informe Sectorial del Café en España (2023-2024), presentado por la Asociación Española del Café (AECafé), con motivo del Día Internacional del Café, que se celebra el próximo 1 de octubre. Estas cifras avalan la **relevancia social, económica y cultural de esta bebida entre los consumidores españoles**.

El café de tueste natural lidera las preferencias (42% en hogares y 78% en hostelería), seguido del **café de mezcla** (26% en hogares y 19% en hostelería) lideran las preferencias. El **formato en cápsulas gana terreno en los hogares** —casi una de cada cinco tazas—, mientras que el **café soluble y el tostado descafeinado** experimentan un ligero retroceso.

Según **Montserrat Prieto**, secretaria general de AECafé, “el café forma parte de la vida cotidiana de millones de personas en España y, al mismo tiempo, es un motor económico y de empleo. Los datos del reciente informe sectorial confirman que nuestro sector mantiene una senda de crecimiento basada en la calidad, la diferenciación, la innovación y la sostenibilidad, adaptándose de manera constante a las nuevas tendencias de consumo”.

A pesar de estos resultados, España registra uno de los consumos de café per cápita más bajos, aunque no difiere demasiado de países de su entorno como Francia o Portugal. Por el contrario, Finlandia continúa siendo el país de la Unión Europea con el mayor consumo per cápita, con alrededor de ocho kilos de café por persona, seguido de Alemania, Dinamarca, Austria y Países Bajos, con unos cinco kilos por persona.

En 2024, la **producción nacional de café superó las 218.000 toneladas, un 1,13% más que el año anterior**, impulsada por el crecimiento del café tostado con cafeína (+5,7%). Además, España mantiene posiciones destacadas en la producción europea de café descafeinado y soluble.

El café conserva una fuerte presencia en hostelería: está disponible en más de 235.000 locales en todo el país, **un 0,75% más que el año anterior**. Andalucía, Cataluña, la Comunidad Valenciana y la Comunidad de Madrid concentran el 58% de estos negocios. Cada establecimiento consumió de media 299 kilos de café al año, lo que equivale a más de 96 tazas diarias por local.

De cada 100 tazas consumidas, 66 se toman en casa y 34 en bares y cafeterías. Cada español consume 4,22 kilos de café al año, lo que equivale a unas 562 tazas.

En paralelo, el comercio exterior muestra una dinámica cambiante: **las importaciones de café verde crecieron cerca del 13%. Vietnam y Brasil concentran más del 60% de las importaciones españolas**, seguidos de Uganda, Colombia y Costa de Marfil. Por su parte, las exportaciones se mantuvieron estables, con Francia, Portugal y Marruecos como principales destinos del café tostado, y Turquía, Reino Unido y Sudáfrica en el caso del café soluble.

El sector también es motor de empleo: en 2024, generó más de 6.200 puestos de trabajo directos, registrando un aumento del 2,5% respecto a 2023, y cerca de 110.000 en total, considerando la actividad del canal Horeca (hostelería, restauración y cafeterías). Además, **el café estuvo presente en más de 235.000 establecimientos hosteleros**, lo que confirma, según los autores del informe, su papel esencial en la oferta gastronómica nacional.

En cuanto al consumo de café en cápsulas, destacan **Países Bajos, Francia y Portugal**, donde esta categoría representa el 35%, 35% y 27% del volumen total, respectivamente. En España, supone el 17% respecto del total de café consumido, según los datos de la Federación Europea del Café (ECF). Con estos valores, España se sitúa en la media del consumo europeo y supera a otros países europeos, como es el caso de Alemania, con un 14% del total en 2024. En Finlandia, con el consumo per cápita más alto de la Unión Europea, el café en cápsulas apenas es consumido y representa tan solo el 1% del consumo total.



Las pymes españolas ahorran más tiempo que otro país europeo gracias a la automatización

A su vez, un nuevo estudio de Qonto revela la brecha digital de las pymes europeas: las ambiciones en materia de IA chocan con la realidad operativa

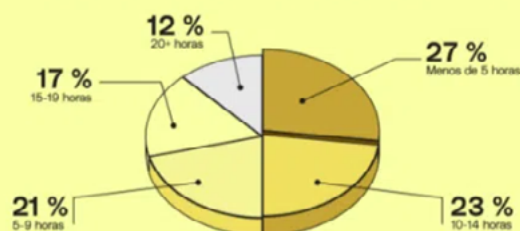
El informe, elaborado en colaboración con Appinio, está basado en una encuesta realizada en agosto de 2025 a 1600 responsables de tomas de decisiones de Francia, Alemania, Italia y España.

Este informe revela cómo las empresas españolas se posicionan como líderes en automatización en Europa, con más de una de cada dos (55%) ahorrando al menos 10 horas semanales y un 13% logrando un ahorro transformador de más de 20 horas, la tasa más alta de ganancias sustanciales de productividad en todos los mercados. Por tanto, el enfoque estratégico de España en las herramientas de eficiencia operativa está proporcionando **ventajas competitivas cuantificables**.

Si ampliamos el foco a los principales mercados de pymes de la Unión Europea, la transformación digital también está generando aumentos

significativos de productividad, ya que 1 de cada 10 pymes (12%) está logrando un ahorro de tiempo superior a 20 horas semanales, lo que equivale a liberar más de media semana laboral para actividades estratégicas. En total, 1 de cada 2 empresas (53%) ahorra al menos 10 horas semanales gracias a la automatización, representando un aumento colectivo de la productividad, equivalente a millones de horas de trabajo en las 25 millones de pymes de Europa.

Distribución del ahorro de tiempo en la UE



España logra el mayor ahorro sustancial: el 13 % ahorra más de 20 horas semanales, lo que demuestra una implementación superior de la automatización.

Las pymes españolas, con mayor valoración de la IA y la digitalización

Este estudio revela que, aunque la digitalización y la inteligencia artificial despiertan gran interés en toda Europa, persiste una brecha entre **ambiciones y realidad**. Sin embargo, España rompe la tendencia: sus pymes son las más convencidas sobre la importancia de la automatización, con ahorros de tiempo muy superiores a la media europea y una confianza digital más elevada que sus homólogas en Francia, Alemania o Italia.

Mientras que el **92% de las pymes europeas reconocen que la digitalización y la IA son relevantes para su negocio**, existe una importante brecha en lo que respecta al compromiso: sólo el 62% lo considera *“absolutamente crucial”* o *“muy importante”* para su futuro. Las empresas españolas destacan en Europa por el reconocimiento de su relevancia: el 88 % considera estas áreas importantes para su negocio, frente al 84 % en Alemania y 77 % en Francia e Italia. Sólo un 4,5 % de las pymes españolas considera que estas áreas no son importantes, frente a casi el 10 % en Francia, evidenciando la posición de liderazgo de España en claridad estratégica y adopción tecnológica.

España también combina esta valoración con un enfoque práctico: **el 26% de las pymes utiliza procesamiento de pagos online (frente al 22 % de media europea) y el 24% gestiona digitalmente sus inventarios (frente al 21 %)**, reflejando un compromiso con la transformación operativa más que con la tecnología por sí misma.

Brechas importantes en la preparación digital de las pymes europeas

A pesar del amplio reconocimiento y relevancia que tiene lo digital, emerge una realidad preocupante: sólo el 60 % de las pymes de la UE sienten estar *“bien”* o *“muy bien preparadas”* para la transformación digital. El 10 % de las pymes siguen sin sentirse preparadas, lo que representa casi 2,4 millones de empresas potencialmente en riesgo de la obsolescencia digital.

España se mantiene por encima de la media europea, con el 64% de las pymes considerándose bien o muy bien preparadas, y sólo un 8 % admite no estar lista. No obstante, un 36 % de ellas se encuentran parcialmente preparadas, lo que indica que todavía existen brechas de confianza que podrían limitar el éxito de la transformación digital.

La confianza digital en España, superior a la media europea

Mientras que en Europa las preocupaciones sobre seguridad y privacidad frenan la transformación digital, un 33 % de las pymes las señala como principales obstáculos, en España esta cifra se reduce ligeramente al 28 %, situando a las pymes españolas con la menor tasa entre los países encuestados. Esta audacia digital posiciona a España como el mercado europeo más tolerante al riesgo, lo explica su liderazgo en eficiencia de automatización y adopción de herramientas orientadas al negocio.

Pese a esto, esta confianza se ve condicionada por la escasez de personal cualificado, que afecta al **33% de las pymes españolas**, cinco puntos por encima de la media europea. Esto indica que las ambiciones digitales en España se ven más limitadas por las capacidades de su capital humano que por la falta de confianza, un desafío más fácil de abordar que la resistencia cultural.

“Nuestra última encuesta revela una tendencia en la forma en que las pymes europeas abordan la digitalización que debía tenerse en cuenta: aunque el 92 % considera que la digitalización y la IA son importantes para su negocio, solo el 19 % cuenta actualmente con una estrategia de digitalización clara y recursos suficientes”, afirma Alexandre Prot, cofundador y director ejecutivo de Qonto. “Esta brecha es aún más evidente cuando observamos las herramientas digitales que están adoptando: casi el 50 % de las pymes europeas utilizan herramientas de IA generativa como ChatGPT a diario, mientras que el 24 % ha digitalizado sus sistemas de contabilidad y el 22 % utiliza herramientas de videoconferencia. En el inestable entorno de mercado actual, consideramos que la digitalización es una ventaja competitiva significativa. Si bien la IA ofrece oportunidades interesantes, creemos que las empresas europeas tendrán que construir bases digitales sólidas que puedan respaldar sus objetivos de crecimiento e innovación a largo plazo”.



Menos azúcar y más oferta de variedades bajas y sin calorías, así son los refrescos hoy

Las bebidas refrescantes, un ejemplo de adaptación e innovación al servicio del bienestar del consumidor

Si hay un sector que ha sabido acompañar a los españoles y adaptarse a sus gustos y necesidades, siempre cambiantes y cada vez más exigentes, es el de las bebidas refrescantes.

Los **refrescos forman parte de la vida de los españoles desde hace más de 200 años** y hoy están presentes en más de 13 millones de hogares y en los cientos de miles de bares de nuestro país. El sabor, el disfrute, el componente social y socializador de esta bebida son algunos de las razones que explican su éxito, pero no podemos dejar de destacar otro aspecto esencial: somos un sector comprometido con el bienestar de los consumidores.

Por eso hemos sido capaces de **evolucionar con la sociedad, de transformarnos con ella**. Si echamos la vista atrás y comparamos la España de los años 70 con nuestra realidad de hoy, observamos multitud de cambios. Por eso, un sector como el de los refrescos, que siempre ha estado cerca de la gente, también ha cambiado mucho.

Un clarísimo ejemplo son los esfuerzos que hemos dedicado desde hace más de cinco décadas a la **reducción de azúcar**. Entre nuestros últimos logros podemos destacar que desde 2005 hemos reducido un 43% el azúcar que ponemos en el mercado y, lejos de conformarnos, este año asumimos el compromiso de reducir un 10% adicional para 2025. Personalmente, estoy convencida de que, aunque el reto es exigente, lo alcanzaremos y tendremos la ambición de marcarnos nuevos objetivos.

Estos resultados nos posicionan como uno de los países **líderes en reducción de azúcar** a nivel europeo, y también somos un referente dentro de la industria de alimentación y bebidas -donde existe un amplio abanico de productos con este ingrediente-. En este punto no solo nos avalan los datos, la **Agencia Española de Seguridad Alimentaria y Nutrición (AESAN)** en el informe final del Plan de Mejora de la Composición de Alimentos y Bebidas, del que formamos parte, destacaba a las bebidas refrescantes entre las categorías que habían conseguido una mayor reducción de azúcar.

Innovando para los consumidores

Pero... ¿qué hay detrás de estos avances en reducción de azúcar? Además de nuestro sólido compromiso con el bienestar de los consumidores, estos resultados son posibles gracias a una firme apuesta por la innovación. Este sector dedica un 30% del total de su inversión a la innovación y, en concreto, el 36% de esa innovación está enfocada a la elaboración de nuevos productos y variedades, donde el impulso de las opciones bajas y sin calorías juega un papel protagonista.

Dentro del enorme abanico de bebidas que elaboramos y que nos permiten satisfacer todas las necesidades, preferencias y momentos de consumo de la gente, las opciones sin azúcar son una tendencia muy consolidada. Actualmente ofrecemos unas 2.000 variedades diferentes y cerca del 60% de nuestro portfolio son opciones bajas y sin calorías. Es más, podemos afirmar que para cada refresco ya existe una opción baja o sin calorías.

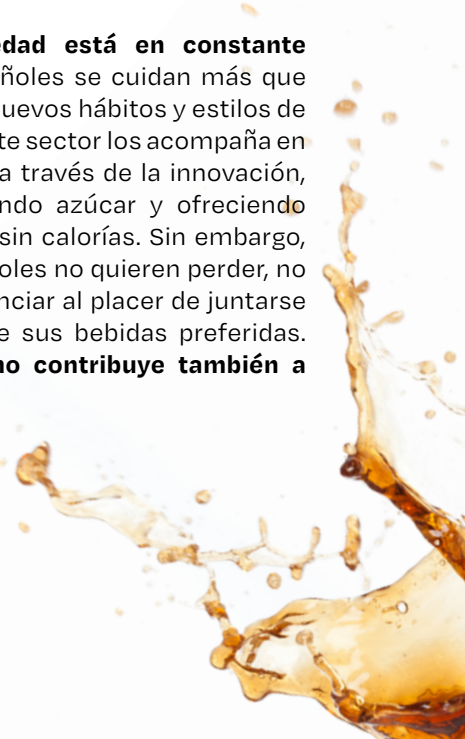
Esto refleja que los esfuerzos de este sector están muy alineados con las preferencias y los nuevos hábitos e intereses de los consumidores, donde el autocuidado y el bienestar tienen cada vez más peso.

Porque esta evolución y profunda transformación del sector y sus productos, no sería posible sin el respaldo de nuestros consumidores. Ellos son los primeros que abrazan el cambio y optan cada vez más por las bebidas sin azúcar o con un bajo contenido de este ingrediente. Tampoco podemos olvidarnos de que estamos hablando de una bebida sin alcohol (cuyo principal ingrediente es el agua, más de un 90% de su contenido) por lo que encajan con este nuevo consumidor que se cuida más.

Creo que este es otro aspecto esencial que no querría dejar pasar por alto, el papel de los consumidores. Su **capacidad y la libertad de elección** son fundamentales y no deben menospreciarse, ellos mejor que nadie saben lo que les gusta, lo que quieren y lo que necesitan en cada ocasión. Y para garantizar esa capacidad de elección, es importante que cuenten con un amplio **abanico de opciones entre las que poder elegir** y también es clave que dispongan de información clara y transparente para poder elegir de forma consciente y libre. Así lo ha entendido siempre la industria de las bebidas refrescantes, que los ha puesto en el centro de su estrategia, apostando por ofrecer variedad, información y transparencia.

Otro aspecto que se mantiene desde los orígenes de este sector tan arraigado en nuestro país es el componente socializador de los refrescos. En España, su consumo está muy vinculado a **momentos de celebración, de ocio, de encuentro social...** en la mayoría de los casos estrechamente ligados a bares y restaurantes. De hecho, más del 60% del consumo de bebidas refrescantes en España se realiza en establecimientos hosteleros, un fiel reflejo de nuestro patrón de consumo mediterráneo y del estilo de vida social y activo que hemos vuelto a retomar tras la pandemia con tantas ganas.

En definitiva: **la sociedad está en constante evolución.** Hoy los españoles se cuidan más que nunca, buscan adoptar nuevos hábitos y estilos de vida más saludables y este sector los acompaña en ese proceso de cambio a través de la innovación, la información, reduciendo azúcar y ofreciendo más variedades bajas y sin calorías. Sin embargo, hay cosas que los españoles no quieren perder, no están dispuestos a renunciar al placer de juntarse en un bar y disfrutar de sus bebidas preferidas. Porque... **¿acaso esto no contribuye también a nuestro bienestar?**



Cuidate con un
buen momento
www.fritravich.com



Nuevos
Frutos Secos



Almendra
tostada
sin sal 35g



Cúctel
sin sal 35g
Cacahuets, pasas,
almendras, avellanas,
nueces, anacardos,
nueces macadamia.



Cacahuete
tostado
sin sal 35g

tostados
Sin Sal
añadida

la Radiosa

INNOVACIÓN
CONTINUA

La Radiosa es una máquina de café súper-automática premium con detalles cromados y refinados. Ofrece electrónica avanzada, una pantalla táctil de 10" para personalizar iconos de bebidas, colores y mucho más. Con Wi-Fi, Bluetooth y 3G incorporada, garantiza una conectividad de primer nivel.

Su sistema EvoMilk permite una emulsión de la leche, incluso fría, que realza su cremosidad.

La Radiosa también disponible en versión DualMilk.



GAGGIA
MILANO

GAS
SOLAN DE CABRAS
...
INESPERADAMENTE
CRUJIENTE



100 años
contigo

HARIBO



75g



¡Vive un sabor mágico, ven al mundo Haribo!





ISO 9001
BUREAU VERITAS
Certification



El sabor comienza con
la calidad de cada ingrediente



100%
CALIDAD

TODOS NUESTROS PRODUCTOS ESTÁN ELABORADOS
CON INGREDIENTES DE PRIMERAS MARCAS.



sandwichlm.com

el
**SNACK
IDEAL**
para cualquier
MOMENTO



ERA VENDING

Fabricación

NOVEDAD!

PREMIUM
2011

Desde nuestra experiencia de mas de 20 años, en el vending publico, donde las maquinas son sometidas a todo tipo de excesos, a partir de esta experiencia hemos diseñado nuestra gama de snacks y bebidas ERAVENDING PREMIUM.

En nuestros modelos del año 2011 hemos cambiado el diseño de la puerta, mas ergonomico y con mayor escaparate.

En toda la maquina el acero inoxidable 304 es el protagonista, tanto en el interior como en el exterior de la misma.

Características Principales

Exteriores: teclado selección de producto, entrada de monedas antitruqueros y tapa de recogida de producto, todo en acero inoxidable 304 a prueba de quemaduras de mecheros. Display alfanumérico de grandes dimensiones con fondo azul.

Interiores: paredes interiores de la máquina en hoja de acero inoxidable 304. Bandejas de producto, espirales, separadores, guías de latas, todo ello en acero inoxidable 304. 7 cajones extraíbles para almacenar producto.

Iluminación: iluminación por 3 tiras de led con menos consumo y máxima duración, así como mayor respeto por el medio ambiente.

Refrigeración: hasta 3 °C para los modelos Combi, con temperatura estratificada y seguridad de frío, que impide la venta de productos comestibles si superan dicha temperatura.

Sensor: sensor de caída de producto de última generación.

Software: nuevo software 2011 con múltiples opciones.

Sistemas de pago y comunicación: máquinas precableadas para conectar módulos de telemetría, balanzas y tarjetas de moneda.



PREMIUM maxi
DIMENSIONES (mm): 1.800 x 1.000 x 850
PESO: 300 kg
CAPACIDAD MÁXIMA: 900 productos

PREMIUM medium
DIMENSIONES (mm): 1.800 x 850 x 850
PESO: 200 kg
CAPACIDAD MÁXIMA: 750 productos

PREMIUM mini
DIMENSIONES (mm): 1.800 x 750 x 850
PESO: 150 kg
CAPACIDAD MÁXIMA: 400 productos



¡Pidanos presupuesto, se sorprenderá!

Grupo de empresas La Era de la Venta Automática
Polígono de Asipo C/B parcela 33, Naves I y 8
33428 Llanera - Principado de Asturias - España
info@eraventa.com
www.eraventa.com

Teléfono Ventas
902 431 668

Teléfono Servicio Técnico
902 830 082

Dr.coffee

www.drcoffee.es

Dr.coffee
MyHome

aev
www.aevending.com

La máquina de café perfecta
para una bebida perfecta



Pantalla touch-screen
Preparar café y una variedad de bebidas de café, incluyendo opciones con leche, está a tu alcance con un sistema automático de un solo toque.

Bebidas personalizadas
Más intenso, menos intenso, ristretto, largo, con leche caliente, sin leche. Elige la configuración que más te guste; en lo demás, MyHome se encargará de ellos.

Mantenimientos automáticos
La limpieza es más sencilla gracias al programa de limpieza automática que te guiará paso a paso para que puedas cuidar de tu máquina de café, tal como ella cuida de ti.

¿Cuál es el plural o los diminutivos correctos de café? FundéuRAE tiene las respuestas

FundéuRAE celebró el Día Internacional del Café, con unas pinceladas sobre el lenguaje que se utiliza en torno a esta popular bebida.

Con motivo del Día Internacional del Café, que se celebra cada **1 de octubre**, la Fundación del Español Urgente (FundéuRAE), promovida por la Agencia EFE y la RAE, ofrece a continuación unas claves de redacción relacionadas con el café.

1. “Cafés”, plural de “café”

Los sustantivos y adjetivos que acaban en “e” tónica forman el plural con “s”, de acuerdo con el “Diccionario panhispánico de dudas”. **Por tanto, el plural de “café” es “cafés” y no es recomendable el uso de “cafeses”.**

2. Variedades, con minúscula

Los nombres de las variedades del café se escriben con minúsculas iniciales por considerarse denominaciones comunes. Además, conservan la terminación “-a” en el adjetivo que procede del nombre científico latino de la planta: “café arábica” y “café robusta” (de “Coffea arabica” y “Coffea robusta”, respectivamente).



3. Diminutivos de “café”

Según la “Nueva gramática de la lengua española”, como diminutivos de “café” se suelen usar **“cafecito”, “cafetito”, “cafelito”** (propio del habla popular de España) y “cafeíto” (en las Antillas).

4. “Exprés” o “expreso”, mejor que “express”

Para aludir al café preparado en una cafetera exprés (la que funciona de manera rápida y a presión) es posible emplear los adjetivos **“exprés” y “expreso”**. Este último, como señala el diccionario académico, también se usa habitualmente como sustantivo: “un expreso”.

5. “Capuchino” y “frapé”, formas válidas

La voz italiana **“cappuccino”** se ha adaptado al español como **“capuchino”**, mientras que el galicismo “frappé”, que el “Diccionario de la lengua española” define como ‘dicho de una bebida: Que se prepara con hielo picado o se sirve muy fría’, se puede simplificar y emplear en su lugar “frapé”.

6. “Cafetero”, “caficultor” y “cafetalero”, diferencias

Para referirse a la persona que cultiva café, son adecuadas las voces **“cafetero”** (usada en algunos países de América) y **“caficultor”**. “Cafetalero”, por su parte, se aplica a quien tiene cafetales, esto es, zonas pobladas de “cafetos”, que son los árboles cuya semilla es el café. Asimismo, de acuerdo con el diccionario, **“cafetero”** también se utiliza, entre otras cosas, para la persona aficionada a tomar café o al dueño de un café.

7. “Café café”, sin coma

Cuando se duplica una palabra con intención enfática, no se escribe coma entre ellas: **“Aquí huele a café café”** (quiere decir que huele a café auténtico).

8. “Ojos café” y “ojos cafés”, plurales válidos

El término **“café”** también designa un color y, cuando acompaña a otro sustantivo, puede concordar en número con este o permanecer invariable: “Los ojos cafés/café son muy comunes”. Sin embargo, si va precedido del sustantivo “color”, lo adecuado es establecer la concordancia con él: “Los ojos color café son muy comunes”.

La FundéuRAE (www.fundeu.es), promovida por la Agencia EFE y la Real Academia Española (RAE), tiene como principal objetivo el buen uso del español en los medios de comunicación.



Mahou San Miguel entra en el negocio del café con su marca propia para hostelería **Café 170**

Crea la nueva Unidad de Negocio de Café, liderada por Jesús Gómez Cáceres como director general. Café 170 comenzará a comercializarse a principios de 2026.



Mahou San Miguel entra en el negocio del café con su marca propia para hostelería **Café 170**, según ha anunciado en su LinkedIn **Alberto Rodríguez-Toquero**, director general de la cervecera.

"Este movimiento forma parte de nuestra estrategia de diversificación más allá de la cerveza para incrementar el peso de bebidas sin alcohol en nuestro portafolio, algo clave para reforzar nuestra competitividad y consolidar nuestro liderazgo en el sector", ha explicado.

Para hacerlo posible, la compañía ha creado una nueva Unidad de Negocio de Café, que estará liderada por **Jesús Gómez Cáceres** como director general de Negocio Café, dependiendo de la Dirección General de Negocios.

El primer proyecto será la citada Café 170, una marca propia exclusiva para hostelería que comenzará a comercializarse a principios de 2026. *"Así, ampliamos nuestro portafolio y ofrecemos soluciones más completas a nuestros clientes hosteleros, reforzando nuestro papel como socio integral",* ha subrayado **Rodríguez-Toquero**.

"El café, al igual que el resto de nuestras marcas, crea momentos de socialización. Y en Mahou San Miguel trabajamos precisamente para eso: enriquecer las relaciones para disfrutar de una vida compartida", ha concluido.



Mar Doñate, nueva directora general de Bimbo España

Con 25 años de trayectoria en la compañía, en su nuevo puesto tendrá que hacer frente a la pérdida de cuota de mercado y de volúmenes a causa de la competencia de la marca blanca.



Tiempo de cambios también en Bimbo España, que ha nombrado a Mar Doñate Català como nueva directora general.

Doñate conoce bien la casa tras 25 años de trayectoria en el gigante alimentario, a lo largo de los cuales ha pasado por cargos como el de vicepresidenta de Transformación de Bimbo EMEA (Europa, Oriente Medio y África), **directora general de Norte de África** (enero de 2024-septiembre de 2025), vicepresidenta de **Transformación e Integraciones en Bimbo EMEA** (enero 2023-septiembre de 2025) y **vicepresidenta de Transformación de Bimbo Iberia** (junio de 2020-febrero de 2023).

La carrera de la directiva española en Bimbo comenzó como **analista de negocio** en Sara Lee, empresa de panadería estadounidense propiedad del gigante mexicano, donde a lo largo de doce años ocupó diversas posiciones como responsable de Comunicación Comercial y KAM hasta ser jefa nacional de Ventas del Canal Organizado.

Durante un paréntesis de tres años y medio (enero de 2017-junio de 2020), trabajó como **directora de Marketing e I+D de Pascual**.

"Después de casi media vida en la casa, estoy feliz de asumir la dirección general de Bimbo España", ha declarado Doñate en su perfil de LinkedIn. "En este viaje he aprendido que lo importante no son los logros sino las personas con las que caminas. Estoy profundamente agradecida a todos los que me habéis acompañado en este camino: a quienes me disteis confianza desde el inicio, a los que me enseñaron a escuchar y a retar, a los que compartieron buenos consejos... y también a quienes me pusieron a prueba con momentos difíciles".

Doñate tendrá que gestionar la difícil situación por la que atraviesa la compañía, que pierde cuota de mercado y volúmenes de venta de año en año a causa de la competencia de la marca de distribuidor.

Para los fabricantes, no sólo Bimbo, **el mercado se ha estrechado y obliga a tomar decisiones estratégicas de calado.**



Agustín Gregori, nuevo presidente de la asociación de snacks

El nuevo presidente de la Asociación de Snacks apuesta por un sector más innovador, sostenible y unido

La Asociación de Snacks, que agrupa a las empresas elaboradoras de **patatas fritas, frutos secos y otros snacks**, ha designado a Agustín Gregori, **consejero delegado y Presidente Ejecutivo de Grefusa**, como nuevo presidente de la entidad para los próximos dos años. **Gregori sustituye en el cargo a Marta Puyuelo**, directora de Asuntos Corporativos y Sostenibilidad de Pepsico en el Suroeste de Europa.

Agustín Gregori es licenciado en Ciencias Empresariales por la Escuela Superior de Estudios Empresariales de Valencia y posee un MBA en European Management por la Southbank University de Londres, además de un Máster en Dirección de Marketing y Gestión Comercial de ESIC. Desde el año 2001, Gregori ocupa el cargo de consejero delegado de Grefusa y recientemente también el de Presidente Ejecutivo de la compañía.

Durante su mandato como presidente de la Asociación de Snacks, **Gregori** continuará trabajando por la defensa y puesta en valor de los intereses del sector de snacks y frutos secos en España, destacando la importancia de la industria para el desarrollo económico del país. **Los snacks** vienen protagonizando la labor de innovación dentro de la industria alimentaria durante los últimos años.

Además, a nivel económico, el sector de snacks ha demostrado su relevancia dentro del tejido económico español y de la industria alimentaria. En 2023, **el mercado registró** un incremento del +11,5% en valor, alcanzando los 3.072,66 millones de euros, y un crecimiento del +5,9% en volumen, con un total de 381.942 toneladas.

Durante este periodo, el mix de categorías del mercado en términos de volumen se ha distribuido de la siguiente manera: **43,4% frutos secos, 32,1% patatas fritas y 24,5% otros snacks.** En comparación con el año anterior, la evolución de la demanda en valor es equilibrada entre las tres categorías, con un crecimiento del 14,2% en frutos secos, 11,1% en otros snacks y 10,8% en patatas fritas.



Según señala **Agustín Gregori**, "quiero reconocer el excelente trabajo realizado por **Marta Puyuelo**, cuyo mandato ha fortalecido la voz de nuestra industria y ha contribuido a visibilizar nuestro compromiso con la innovación y la sostenibilidad. Mi objetivo es continuar en esa senda y profundizar en esos objetivos, reforzando nuestra capacidad de representar al conjunto del sector, fomentando la cooperación entre empresas y poniendo en valor nuestro papel dentro de la economía y la sociedad. En los próximos años trabajaremos para consolidar un marco de actuación que permita seguir innovando en productos y procesos, avanzar en sostenibilidad y responder a las nuevas demandas de los consumidores, cada vez más exigentes en términos de calidad y responsabilidad. Estoy convencido de que, a través de la colaboración y el esfuerzo conjunto de todos los asociados, seguiremos construyendo un sector fuerte, competitivo y comprometido con el futuro".



La 'hiperregulación' lastra al comercio con 3,4 nuevas normas cada día

El comercio, motor del empleo y la economía, exige simplificar la carga normativa para mantener su competitividad

El comercio español ha visto como en los últimos años no deja de incrementarse la **carga normativa** que cada vez hace más pesado levantar la persiana para mantener la actividad. El exceso de regulación en el sector se volvió a poner de manifiesto el año pasado, en que se aprobaron y publicaron 3,4 nuevas normas al día para este sector.

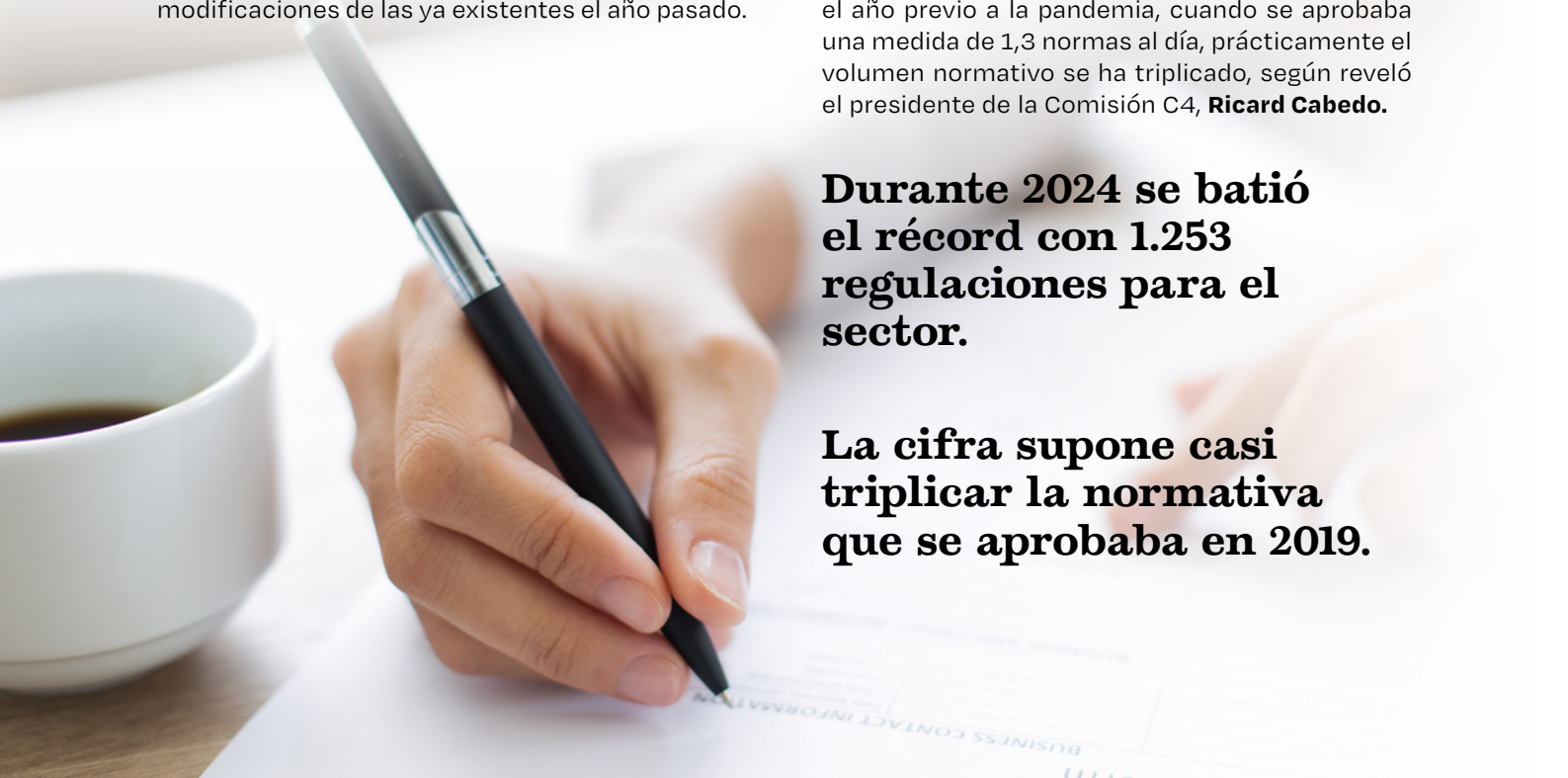
La '**hiperregulación**' se ha convertido en uno de las grandes amenazas para el comercio en España, donde la maquinaria legislativa y administrativa generó 1.253 normativas, entre nuevos textos y modificaciones de las ya existentes el año pasado.

Una realidad contra la que carga duramente el sector, como ha quedado patente el último encuentro anual de la Comisión de Competitividad, Comercio y Consumo (C4) de CEOE en Valencia el que participaron desde grandes distribuidores como Carrefour y El Corte Inglés a pequeños comercios locales golpeados por la DANA.

La sobrecarga regulatoria en el caso de este sector que representa el 13% del PIB y el 17% del empleo nacional además sigue incrementándose y el año pasado volvió a batir su récord. Desde 2019, el año previo a la pandemia, cuando se aprobaba una medida de 1,3 normas al día, prácticamente el volumen normativo se ha triplicado, según reveló el presidente de la Comisión C4, **Ricard Cabedo**.

Durante 2024 se batió el récord con 1.253 regulaciones para el sector.

La cifra supone casi triplicar la normativa que se aprobaba en 2019.



Barreras administrativas

"Seguimos estando sometidos a una tremenda carga regulatoria, cada comercio en España tiene que atender a 3.000 normas comunitarias, estatales, autonómicas y locales con impacto directo en su actividad", recordó el representante del sector y de la patronal, que no dudó en calificarlo como uno de los grandes retos de futuro para todo el comercio español. "Necesitamos que se reduzcan estas barreras administrativas para que el sector pueda seguir siendo el motor económico y de empleo que es hoy", recalcó ante un auditorio en que se encontraba la propia la secretaria de Estado de Comercio, **Amparo López Senovilla**.

El propio presidente de CEOE, **Antonio Garamendi**, recogió esa preocupación por los efectos de la 'hiperregulación' en el comercio, especialmente en los pequeños negocios, para los que pidió a las administraciones aplicar criterios tanto de sostenibilidad financiera como de seguridad jurídica. "Está claro que se necesitan menos leyes, pero leyes que sean de más calidad", resumió durante su intervención en el encuentro de Valencia.

La Comisión de Competitividad, Comercio y Consumo concentra en varias medidas esenciales sus reivindicaciones para poder **reducir el peso de las regulaciones y las cargas burocráticas actuales**. Por un lado, insta a la simplificación todas las cargas administrativas. Y para ello reclama algunas de las iniciativas que la patronal repite desde hace años. Una de ellas es extender el silencio administrativo positivo para las licencias y aperturas, al igual que la declaración responsable.

Ricard Cabedo también pidió a los representantes políticos acabar con una de las tendencias que ha proliferado con la escalada de crispación: las 'puertas de atrás' legislativas para reformas de calado y que van contra la propia seguridad jurídica.

Pese al aluvión de regulación tras la pandemia, la patronal pone sus esperanzas en varias iniciativas para aligerar burocracia, como el plan de la Comisión Europea para reducir un 35% las cargas a las pymes en 2029 o el 'Régimen 20' del ministro de Economía, **Carlos Cuerdo**. "Estamos completamente en sintonía. Nos gusta mucho la música, pero ahora tenemos que trabajar en la letra", según el presidente de la comisión de competitividad del comercio, Ricard Cabedo, que también puso como ejemplo el 'Plan Simplifica' del Gobierno valenciano.

Las sombras laborales

Muy ligado a esa abultada mochila normativa con la que cargan los comerciantes españoles, otro de los grandes retos a los que se enfrenta el sector es la situación del mercado laboral. En conjunto **el comercio es el segundo sector de la economía con más vacantes en España**, con más de 16.000 puestos por cubrir según un estudio de Manpower. Además, un 80% de las empresas del sector aseguran que tienen problemas para contratar personal.

Para hacer frente a esta situación, desde la Comisión del sector de CEOE se apunta a la formación profesional dual como alternativa. "La formación profesional debe estar al servicio de las empresas, porque somos los que creamos empleo y necesitamos **tener una FP muchísimo más enfocada a la empleabilidad**", recalcó Cabedo. En el ámbito laboral el absentismo es otro de los quebraderos de cabezas del sector y para ponerle coto reclamó aumentar el papel de las mutuas.

Un problema que se suma al "mazazo enorme" que en palabras de Cabedo representa la **reducción de la jornada laboral en un sector en que la presencia física** es un requisito imprescindible. La patronal además recordó el precedente en Francia y los efectos negativos que supuso en ese país.

El reto de la jubilación y el relevo

El comercio tradicional afronta otro reto en el que se juega el futuro de más de uno de cada tres establecimientos existentes en España. Según los datos de la **Comisión de Competitividad, Comercio y Consumo**, el 35% de los pequeños comerciantes se jubilarán en la próxima década. "¿Qué va a pasar con sus establecimientos? Pues el 70% van a cerrar", aseguró Ricard Cabedo en el encuentro sectorial celebrado la semana pasada.

Todo un drama, especialmente si se tiene en cuenta que este tejido comercial de proximidad que se corre el **riesgo de perder lo hará por la falta de relevo generacional** y no porque la actividad no sea rentable. Por ello desde el sector se insta a las administraciones a que el apoyo para garantizar esa continuidad sea sostenido en el tiempo porque está en juego el comercio de proximidad que da vida a las calles de pueblos y ciudades españolas.

La inmigración toma el relevo de los pequeños comercios: el 96% de los nuevos autónomos son extranjeros

El envejecimiento empresarial y la negativa de los hijos con alta cualificación a relevar a sus padres provoca un boom de traspasos de negocios entre españoles y personas nacidas fuera de España

Cada vez es más habitual encontrar un bar regentado por uno o varias personas de origen migrante que mantienen la clientela y la carta (a veces con algunos cambios) del dueño anterior. O un puesto del mercado, antes en manos españolas y ahora en manos de origen extranjero. O una pequeña tienda. El **envejecimiento empresarial**, que camina a la par que el del resto de población, y la falta de relevo en las propias familias está provocando un boom de traspasos generacionales entre españoles y extranjeros que responde a varios cambios sociales y está **transformando el tejido comercial de ciudades y pueblos**.

No hay estadísticas precisas de cuántos relevos se producen entre españoles dueños de pequeños negocios que se jubilan y personas nacidas fuera de España, pero sí hay cifras que permiten aproximarse a este fenómeno.

Por ejemplo, en los últimos cuatro años, hasta marzo de 2025, **el número de autónomos creció en 108.155**, de los cuales nueve de cada diez (el 96,5%) son de origen extranjero. El extenso aumento se debe a que España es un polo de atracción de personas de todas las nacionalidades, especialmente de Marruecos y Latinoamérica, que trabajan en todos los sectores, con presencia destacada en la construcción, la industria manufacturera y la hostelería. optan por ser autónomos y sus

El comercio, por ejemplo, ha sido de 50.000 emprendedores últimos cuatro años y un inc autónomos foráneos. Y algo ha ocurrido en la **agric** donde el sector ha perdido **1 autónomos españoles y ha su 1.700 extranjeros**. En conjun número total de **emprende extranjeros alcanza ya al** (476.924 de 2,9 millones trabajadores autónomos).



El invierno demográfico

Al mismo tiempo, los empresarios envejecen a la par que el resto de la población. La caída de la natalidad y el incremento de la esperanza de vida han provocado que, en general, la población activa de más de 55 años superara, en 2024, por primera vez los cinco millones de personas, con un crecimiento del 63% en la última década. **Los trabajadores mayores de 50 años representan el 34% de la población activa** y en 2030 se espera que alcancen al 40%. Pero, pese al invierno demográfico y al aumento de la edad legal de jubilación, solo un 5% de los empleados y empresarios continúan trabajando después de los 65 años. La mayoría se retira a esa edad o antes.

El problema es que, de media, por cada tres personas que se jubilan, solo entra una al mercado laboral, con lo cual **"están desapareciendo muchas empresas y negocios porque no existe un relevo y eso se da aún más en la España despoblada"**, según explica Celia Ferrero, vicepresidenta de la Asociación de Trabajadores Autónomos (ATA). En esta situación, que un inmigrante decida dar el paso de tomar las riendas de una pyme o comercio supone la tabla de salvación para muchas de estas pequeñas empresas.

Las causas

El fenómeno en auge responde a varios factores, desgrana Elisa Chuliá, profesora de sociología de la UNED e investigadora del think tank Funcas. La especialista indica que es cierto que quienes se jubilan ahora tienen menos descendencia que sus padres, lo que **"sin duda dificulta el relevo generacional"**. Pero, a su juicio, "el factor crucial" que está influyendo en este fenómeno es que los hijos **"renuncian a hacerse cargo de pequeños negocios porque se han formado para ejercer profesiones más cualificadas, menos exigentes en esfuerzos físicos y duración de la jornada y, por lo general, mejor retribuidas"**.

"Y esos padres y madres que, cuando deciden jubilarse no encuentran entre su prole relevo son quienes más han contribuido a ese resultado, ya que ellos hicieron lo posible, con grandes sacrificios personales, para que sus hijos alcanzaran altos niveles educativos". Por tanto, en su opinión, lo que está sucediendo en buena parte del tejido comercial, hostelero y del sector primario "tiene su origen en una situación que comenzó hace décadas, cuando se extendió la posibilidad de estudiar hasta las máximas etapas".



Pequeñas empresas

Chuliá precisa que la falta de **"relevo generacional familiar"** es mucho más frecuente en las pequeñas empresas y los sectores **"más sacrificados"**. **"El tamaño importa y mucho, porque en las medianas y grandes empresas hay más continuidad familiar debido al buen rendimiento"**, afirma.

Y los datos lo corroboran. Según un estudio del Instituto de Empresa Familiar, casi el **90% de los negocios tienen como propietarios una familia y no inversores profesionales**, pero **"la solidez y fortaleza de las sociedades a la hora de dar el paso a los hijos o nietos del fundador se aprecia solo en el caso de las grandes compañías, dado que poco más del 10% de las pymes tiene detallado un plan para afrontar el relevo familiar"**.

En este escenario, los **inmigrantes** están jugando un papel fundamental, por varios motivos. En primer lugar, llegan a España con el deseo de trabajar y prosperar; cada vez con perfiles más cualificados y **"con un sentimiento emprendedor más desarrollado"** que en España. **"Aquí, en general, preferimos ser funcionarios o empleados por cuenta ajena, tenemos aversión a asumir el riesgo y así es difícil emprender"**, apunta la vicepresidenta de ATA.

Al mismo tiempo, para la población migrante dirigir pequeños negocios **"es una oportunidad para convertirse en sus propios jefes y percibir más beneficios de su trabajo, teniendo en cuenta que el riesgo de mantener una empresa que ya cuenta con una clientela estable es lógicamente menor"**, añade Chuliá. Además, supone **"un reconocimiento en sus países de origen"** y aunque no existen datos estadísticos, **"no parece que exista una proporción significativa de españoles que renuncie a comprar o consumir en establecimientos regentados por extranjeros, siempre que estos funcionen bien y ofrezcan buena relación calidad-precio"**.

Las trabas

En cualquier caso, no todo son facilidades. En ocasiones, **el negocio se ha quedado obsoleto o pide un precio muy alto por el traspaso** y no todas las personas pueden permitirse una inversión inicial alta o tienen la formación suficiente para realizar los trámites y asumir el nuevo negocio, según explica **Jesús Blanco**, jefe de Fomento Empresarial del Ayuntamiento de Zaragoza. Blanco dirige precisamente una oficina diseñada para ayudar a empresarios que se jubilan y emprendedores que quieren asumir el negocio, con los trámites, la financiación necesaria o la formación, que ha abierto en Zaragoza ante la evidencia de que el relevo tradicional se está perdiendo. Y servicios similares han surgido en varias ciudades españolas.

Tramitación urgente del registro horario para acortar a la mitad los plazos

El Consejo de Ministros ha aprobado la tramitación urgente del proyecto de Real Decreto de registro de jornada, según ha informado el Ministerio de Trabajo, que ha señalado que la tramitación por vía de urgencia implicará una reducción a la mitad de los plazos previstos y no requerirá el trámite de consulta pública.

El nuevo registro de jornada que pretende sacar adelante el Ministerio de Trabajo será digital y accesible en remoto a cada trabajador de modo automático, a los representantes sindicales y a la Inspección de Trabajo.

"Esta medida tiene como objetivo garantizar el derecho al respeto de las condiciones laborales acordadas, a la conciliación de la vida familiar y personal y a la protección de la salud y a la desconexión digital", ha subrayado el Ministerio.

La vicepresidenta segunda del Gobierno y ministra de Trabajo, **Yolanda Díaz**, ha destacado, en una valoración remitida a la prensa que, con este nuevo reglamento del registro horario, se empieza a recuperar lo "más valioso" para los trabajadores: su tiempo.

La ministra ha explicado que **en España se hacen más de 2,8 millones de horas extraordinarias no pagadas cada semana.**



"Esta medida tiene como objetivo garantizar el derecho al respeto de las condiciones laborales acordadas, a la conciliación de la vida familiar y personal y a la protección de la salud y a la desconexión digital"

Cinco cambios clave en el registro horario

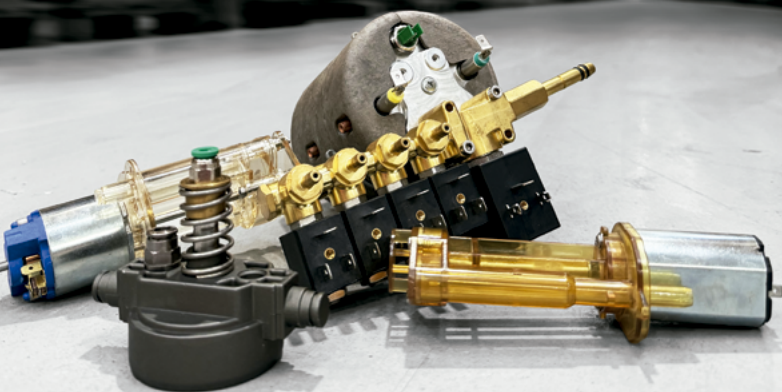
La vicepresidenta ha señalado que el nuevo reglamento del registro introducirá cinco cambios "clave". Así, será "digital y objetivo".

Además, ha indicado Díaz, el registro será **verificable en tiempo real**, serán los trabajadores los que realicen los apuntes, y se registrarán todos los tipos de jornada (ordinarias, extraordinarias, flexibles y horas complementarias en el tiempo parcial). "Así sabremos si se cumplen los límites de jornada y los descansos mínimos", ha declarado la ministra.

Asimismo, en el nuevo registro **no se podrán modificar los apuntes realizados** sin el consentimiento de los trabajadores.

El nuevo reglamento permitirá también que cada trabajador tenga **acceso inmediato a su propio registro**, de forma que podrá comprobarlo en cada momento, al tiempo que se permitirá también el acceso a los representantes sindicales.

Díaz ha añadido que la Inspección de Trabajo tendrá **acceso en remoto al registro en todo momento, permanentemente**.



Repuestos para
Vending de CALIDAD



Empresa certificada
ISO 9001:2015
N° 50 100 18202



SCAN AND DISCOVER
www.micromic.com

Micromic S.r.l.
Via Campobello, 41
00071 Pomezia RM - Italy

info@micromic.com

06 91 11 503

INCREMENTE SUS VENTAS CON SOLUCIONES DE MONEDAS Y BILLETES DE ALTO RENDIMIENTO



Gestor de cambio Gryphon™

Experimente la próxima generación de
tecnología de manejo de monedas con
Gryphon™.



Validador de billetes RV900™

Actualice al validador de billetes RV900™
para una aceptación superior de billetes.

CONTACT US | JuanCarlos.Martinez@CranePI.com

ES RICO
ES BUENO



La combinación
que mejora la
sostenibilidad

rhea ESG



Ahorro
energético



Diseño modular
y flexible



Materiales
reciclables



BioCote

rhFS1.touch21,5
saphirh T10



rhea apliven

BARCELONA
C/ de la Màquina, 10A
08850 Gavà
Tel.: (+34) 93 479 50 40

MADRID
C/ Progreso 2, local 5
28906 Getafe
Tel.: (+34) 91 601 19 60

Agencia NORTE
C/ Konturri, 18 bajos
48903 Barakaldo
Tel.: (+34) 94 410 09 35

Máquinas Vending Sin Frío+ Locker

Descubre nuestras

NOVEDADES
NOVEDADES
NOVEDADES

TECMA 660 SF 22"
TOUCH + 27S LOCKER

TECMA 660 SF 5" + 27S
LOCKER



Water Experts
Coffee Lovers

BWT
water + more



**Momentos para
disfrutar de un café con
todo su aroma y sabor**

EL AGUA ES UN INGREDIENTE INDISPENSABLE EN LA PREPARACIÓN DE CUALQUIER BEBIDA, Y EN **BWT** LO SABEMOS:

- AGUA DE CALIDAD, SEGURA E HIGIÉNICA
- TRATAMIENTOS ESPECÍFICOS
- CONOCIMIENTO EXHAUSTIVO DE LOS EQUIPOS Y PROCESOS
- AMPLIA EXPERIENCIA Y UN SERVICIO INMEJORABLE



CONSULTA
SOBRE NUESTRA
GAMA DE
PRODUCTOS



Qualery
NATURALMENTE

COFFEE MILK COCOA BLENDS

Te descubrimos un mundo nuevo de sabores, aromas y sensaciones.

www.qualery.com

ECO AGREED 2030

CAPRIMO
ORIGINALE



CAPRIMO RENUEVA SU IMAGEN

Con el mismo sabor de siempre, los mismos ingredientes y la misma funcionalidad en máquina, pero ahora con un actualizado diseño que nos remonta a los orígenes del cappuccino más auténtico y delicioso.

LOS NUEVOS ENVASES...

✓ Celebran nuestro amor por Italia

Cada envase es un guiño a las tradiciones clásicas del diseño italiano, lo que confiere a Caprimo un look icónico a la altura de nuestro excepcional sabor.

✓ Destacan nuestros esfuerzos de sostenibilidad en el ámbito del cacao

Todas nuestras bebidas de cacao y capuchinos en polvo se elaboran ahora con cacao sostenible, apoyando a *Cocoa Horizons*. Nuestro firme compromiso con el abastecimiento ético contribuye a mejorar los medios de subsistencia de los cultivadores de cacao y sus comunidades.

✓ Son reciclables

Hemos rediseñado nuestros envases para hacerlos más sostenibles. El nuevo material mixto PO-foil es nuestro siguiente paso en el camino hacia un material de envasado totalmente sostenible en el futuro.

✓ Aclaran nuestra oferta

Cada una de nuestras categorías de productos tiene un código de colores propio que facilita la navegación. Nuestros envases de bebidas de cacao en polvo y cafés muestran ahora también perfiles sensoriales claros.

Todos los productos que conoce y tanto le gustan siguen siendo exactamente los mismos: la misma receta y el mismo sabor.

EVEX 2025 reúne al sector en Croacia y refuerza la presencia de ANEDA en Europa

El secretario general de Aneda reelegido como miembro del Comité Ejecutivo

Tal como se adelantaba en el número de septiembre, durante la celebración del **EVEX 2025 en Split**, Croacia, ANEDA recibió una excelente noticia que refuerza su papel en el ámbito internacional: José Manuel Mendoza, secretario general de la asociación, ha sido reelegido como miembro del **Comité Ejecutivo de la European Vending & Coffee Service Association (EVA)** para los próximos tres años.

Este nombramiento representa un reconocimiento al compromiso, la dedicación y la trayectoria de **José Manuel Mendoza** dentro del sector, y al mismo tiempo, consolida la presencia de ANEDA en los órganos de decisión europeos, permitiendo que la voz del vending español siga estando representada en los foros más relevantes.



Cabe recordar que la primera edición de este evento europeo, EVEX, fue **coorganizada por ANEDA** y se celebró en España, concretamente en Málaga, bajo la presidencia de **Raúl Rubio**. El éxito de aquella convocatoria fue tan rotundo que el evento volvió a celebrarse en nuestro país, esta vez en Sevilla en 2018, reafirmando el papel activo de ANEDA en la promoción y desarrollo del vending a nivel europeo.

“Es un orgullo para ANEDA contar con representación en la EVA. Esta continuidad nos permite seguir trabajando desde dentro por los intereses de nuestros asociados y por el crecimiento del vending europeo”, destacan desde la Junta Directiva.

Desde ANEDA, felicitamos a **José Manuel Mendoza** por este merecido reconocimiento y agradecemos su compromiso con la asociación y con el sector. Su labor es, sin duda, un ejemplo de liderazgo y vocación de servicio.

La organización detalla que el evento cautivó a los **más de 200 profesionales de 34 países**, reflejando el interés por este encuentro europeo y agradecen el respaldo de las empresas patrocinadoras, aportando innovación, visibilidad y dinamismo a las jornadas.

Durante la celebración de EVEX tuvo lugar la **Asamblea General Anual de la European Vending & Coffee Service Association (EVA)**, en la que se llevaron a cabo las elecciones para renovar el Comité Ejecutivo que ejercerá su mandato durante los próximos tres años.



La nueva composición del Comité Ejecutivo de EVA es la siguiente:

- **Paolo Ghidotti** (*Bianchi Industry*) – Presidente
- **Alberto Giavoni** (*Brita*) – Tesorero
- **Mihai Ungureanu** (*O'Fresh*) – Primer Vicepresidente
- **Jürgen Göbel** (*Ingenico*) – Vicepresidente
- **Antonio Tartaro** (*IVS*) – Vicepresidente
- **Ariadni Skliri** (*CPI*)
- **Michele Pellegrinelli** (*Evoca Group*)
- **José Manuel Mendoza** (*ANEDA*)
- **Aris Kaschefi** (*BDV*)
- **Michele Adt** (*CONFIDA*)
- **Christian Mengus** (*NAVSA*)
- **Pascal Uffer** (*Boost Inc*)
- **Peter van Griensven** (*Maas International*)

El programa de conferencias de **EVEX 2025** giró en torno a uno de los temas más relevantes para el futuro del sector: la Inteligencia Artificial (IA). Expertos como **Matthew Blakemore y Arnaud Llamas** ofrecieron ponencias inspiradoras sobre cómo la IA puede transformar el vending, automatizar procesos y mejorar la experiencia del consumidor.

Además, se presentaron las **últimas estadísticas del mercado europeo**, ofreciendo una visión actualizada de las tendencias y evolución del sector.



Uno de los avances más esperados fue la presentación del nuevo protocolo de comunicación *SmartLink*, diseñado para **sustituir los sistemas actuales y facilitar una conectividad más eficiente** y preparada para el futuro. Se espera que una versión preliminar esté disponible antes de que finalice el año, con una demostración práctica prevista para Venditalia 2026.

Durante el evento se entregaron los **EVEX Highlight Awards**, que **reconocen las soluciones más destacadas del año**:

- **Vendlive (Boost Inc)** – Premio del jurado
- **Necta Barista 600 Pro Touch (Evoca Group)** – Premio del público



ANEDA estuvo representada en EVEX 2025 por su secretario general, **José Manuel Mendoza**, quien compartió la experiencia junto a varios socios de la asociación que también asistieron al evento.

Desde EVA, se ha expresado un profundo agradecimiento a todos los **patrocinadores, miembros y asistentes que contribuyeron al éxito de EVEX 2025**.



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.



Kaiku
CAFFÈ LATTE



**100%
INGREDIENTES
NATURALES**

#KAIKUCAFFELATTE

Automated TransActions

Una gama completa de soluciones tecnológicas eficientes que ayudan a las empresas operadoras a mejorar su gestión e incrementar su rentabilidad.

Las soluciones más avanzadas al servicio de nuestros clientes:

- ✓ Gestión de efectivo
- ✓ Pagos Cashless
- ✓ Pagos con tarjeta de crédito
- ✓ Smart Vending - Telemetría
- ✓ Micromarkets
- ✓ Smart coolers
- ✓ Proyectos Personalizados



www.automated-transactions.es

MAKING VENDING



DISTRIBUIMOS LOS MEJORES PRODUCTOS PARA TI



Máquinas vending



Productos de calidad



Recambios y servicio técnico



Aquí, Café se dice Baqué



Para quien busca disfrutar de un momento de descanso sin renunciar a un buen café, en **formato vending**.

ANEDA y Kiwa España se unen para certificar la excelencia en vending

Nueva etapa de impulso para el AQS

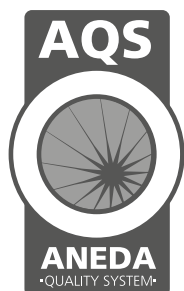
El sello de calidad AQS-Aneda Quality System- entra en una nueva etapa de impulso y reconocimiento gracias al acuerdo firmado entre ANEDA y Kiwa España, entidad certificadora de prestigio internacional que se convierte en el nuevo organismo oficial encargado de validar este distintivo.

El nuevo Consejo Regulador del AQS, presidido por **Susana Lorenzo González**, ha liderado esta alianza estratégica que refuerza el valor del certificado, reconoce a las empresas operadoras que ya apuestan por la calidad y marca un antes y un después en el sector del vending.

Kiwa España, con su firme compromiso con la excelencia, aporta rigor, credibilidad y proyección al sello AQS, consolidándolo como referencia en buenas prácticas, profesionalidad y confianza.

"Este acuerdo es una apuesta decidida por la calidad, por el reconocimiento del trabajo bien hecho y por un sector que evoluciona hacia estándares cada vez más exigentes", destaca Susana Lorenzo.

Desde ANEDA, **agradecemos a Kiwa España su implicación y visión de futuro.** Juntos, seguimos construyendo un vending más profesional, transparente y excelente.

kiwa



AQS: el distintivo que eleva los estándares del vending

¿Aún no tienes el certificado AQS? Ahora es el momento de informarte, descubrir sus beneficios y sumarte a una iniciativa que marca la diferencia. El AQS no solo acredita tu compromiso con la calidad, sino que te posiciona como referente en un mercado cada vez más competitivo.

Desde ANEDA, animamos a todas las empresas operadoras a dar el paso hacia la certificación, como muestra de su compromiso con la mejora continua y la excelencia en el servicio.



CALIDAD ANEDA

**Contacta con nosotros:
comercial@aneda.org**

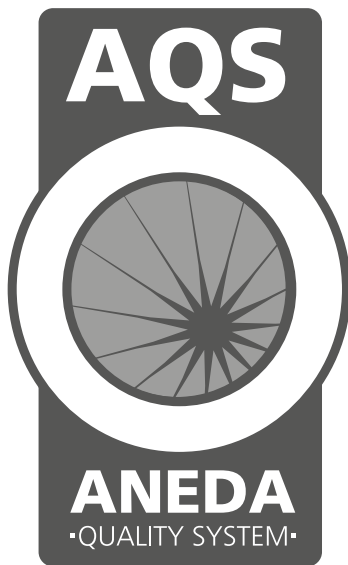
Ventajas del certificado AQS

- Reconocimiento oficial del compromiso con la calidad.
- Mejora de la imagen corporativa ante clientes, proveedores y consumidores.
- Acceso a nuevas oportunidades comerciales y licitaciones.
- Refuerzo de la confianza y fidelización de clientes.
- Acompañamiento técnico y asesoramiento durante el proceso de certificación.

¿Eres operador de vending?

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





Empresas certificadas con el AQS

Arbitrade



amfm
vending

áreaburvending
siempre cerca de ti

café
BO
Xé que Café

teika
EL BUEN VENDING


vending sierra morena

delikia
fresh

Degusta
Vending

 **venty4**
By Expendemur

GALIA
VENDING

AVALADO POR:



Herdicasa
Naturalmente vending

 **Horena**
El gusto por el buen café



lanuza
COFFEE & VENDING

ivsiberica.com

mediterránea

 **ODVENDING**


sanven
restauración automática

serunion
VENDING

VendeMatic

VC Vending
Colón


Vending Sierra
Alimentación automática



Tu espacio en ANEDA

Un lugar para reunirte, presentar,
trabajar y conectar

En ANEDA seguimos apostando por estar cerca de nuestros socios, amigos y colaboradores. Creemos que el **contacto directo, el intercambio de ideas y la colaboración activa** son fundamentales para fortalecer el sector del vending y avanzar juntos hacia nuevos retos.

Por eso, queremos recordar que los socios de ANEDA disponen de una **sala exclusiva en nuestras oficinas**, pensada para facilitar encuentros profesionales en un entorno cómodo, moderno y funcional.

Este espacio está disponible para realizar:

- Reuniones con clientes o proveedores
- Presentaciones de productos o servicios
- Sesiones de trabajo individual o en equipo
- Encuentros informales para compartir ideas

...ENTRE OTROS. Llámanos y te informamos



La sala está equipada con **sistemas audiovisuales, mobiliario versátil** y todo lo necesario para que tu reunión o presentación se desarrolle con total comodidad y privacidad. Solo tienes que llamar y reservar, y el equipo de ANEDA se encargará de que todo esté listo para recibirte.

Durante el mes de septiembre, hemos tenido el placer de **recibir a varios asociados** que han aprovechado este espacio para reunirse, trabajar y compartir propuestas. También hemos mantenido **reuniones con proveedores** de servicios que colaboran con la asociación, fortaleciendo relaciones y explorando nuevas vías de colaboración.

"Este espacio es más que una sala: es un punto de encuentro, una herramienta de apoyo y una muestra de nuestro compromiso con los socios."
Informan desde la organización.

Gracias KAIKU, KIWA, MEDITERRANEA y a todos los colaboradores por visitarnos estos días.



Compromiso y productividad de ANEDA en las relaciones institucionales

Representando al sector con presencia activa
y relaciones estratégicas



Durante el último mes, y tras el periodo estival, ANEDA ha retomado con intensidad su **agenda institucional**, manteniendo una serie de encuentros estratégicos que reflejan su firme compromiso con la **defensa activa de los intereses del sector** de la distribución automática.

Estas acciones han permitido reforzar el **diálogo con representantes políticos y organismos públicos**, consolidando el papel de ANEDA como interlocutor válido y referente en el ámbito institucional. La asociación continúa trabajando con determinación para trasladar las preocupaciones del sector, promover soluciones eficaces y generar espacios de colaboración que impulsen el desarrollo sostenible y competitivo del vending en España y en Europa.

Destacamos la reunión institucional telemática celebrada el 6 de octubre entre **Yolanda Carabante**, directora general de ANEDA, y la diputada **Patricia Blanquer Alcaraz**, presidenta de la Comisión de Economía, Comercio y Transformación Digital del Congreso, junto a los diputados **Guillermo Hita** y **Pablo Antuñano** (PSOE).

Durante el encuentro, se trasladaron las preocupaciones del sector en relación con las **tarjetas corporativas** y los **sobrecostos derivados de los cambios en los sistemas de pago (interface change)**, defendiendo los intereses de las empresas operadoras y la necesidad de soluciones que garanticen la sostenibilidad del modelo actual. También se abordaron otros temas relevantes para el vending en un ambiente de diálogo abierto y colaboración institucional.

Asimismo, el 9 de octubre, **Yolanda Carabante** y el vocal de la junta directiva de Aneda, **Josep Ramírez**, se reunieron con **Ana Puente**, subdirectora general de Finanzas Sostenibles y Digitales del Tesoro Público, para abordar posibles soluciones regulatorias y financieras sobre el mismo asunto, en línea con las preocupaciones del sector. Fue una reunión muy productiva, celebrada en un clima de colaboración y enfoque práctico.

Simultáneamente, ANEDA continúa desarrollando **reuniones de coordinación** con otras asociaciones de la cadena de valor empresarial, centrando los esfuerzos en el seguimiento de la futura regulación autonómica sobre bebidas energéticas.

Se presta especial atención a la evolución del proyecto de ley en **Galicia**, ya en fase de enmiendas parlamentarias, y a los avances en **Asturias**, donde también se prepara una normativa pionera en esta materia. El objetivo de estas negociaciones es asegurar la equidad regulatoria para el canal de vending y aportar las mejores soluciones técnicas para el control de la venta a menores.

ANEDA mantiene así su firme implicación en todos los foros institucionales y asociativos relevantes, velando por la **modernización, sostenibilidad y competitividad del sector**.



**Tesoro
Público**

De España



La directora general y el vocal de la asociación Josep Ramírez mantuvieron reunión presencial con Tesoro Público.





DESDE / SINCE 1979
Simat
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



**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 kiosk 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**.

- DESDE 1852 -
LACASA



Nuevas chocolatinas



Risi

MIOS!
ADULT SNACK



¡NUEVOS!

DESCUBRE LA

#PLACEROSOFÍA

EN LO QUE DURA

UNA BOLSA DE MIOS!

Nestlé
Nesquik

ALL NATURAL

LECHE CON CACAO

100%
INGREDIENTES
NATURALES

-50%
AZÚCARES
AÑADIDOS*

92%
DE LECHE

SIN GLUTEN



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!

Contáctanos
Tel. 900505254
www.nestleprofessional.es



Vendo
SANDEN

Somos SandenVendo



Proyecto Carbono Neutral
DESCUBRE NUESTRAS INICIATIVAS ECOLÓGICAS

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



AQUAFRESC®

EFICIENCIA

INNOVACIÓN

TECNOLOGÍA

ELEGANCIA

CALIDAD



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



AQUAFRESC
03820 Cocentaina - Alicante - España
Telf: 966500816
info@fuentesdeaguaminal.es
www.fuentesdeaguaminal.es

**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

Atmósfera protectora: el aire que cuida tus sándwiches

Entrevista con Berta Fernández, Directora de Calidad de Ñaming

¿Qué es la atmósfera protectora o modificada?

La atmósfera protectora —también conocida como atmósfera modificada (MAP)— es una técnica que sustituye el aire dentro del envase por una mezcla natural de gases inocuos, los mismos que respiramos cada día: nitrógeno y dióxido de carbono. Su función no es conservar por conservar, sino proteger el alimento frente al desarrollo microbiano y mantener su calidad sanitaria, fresca y sabor durante más tiempo, sin recurrir a conservantes químicos.

"No es un truco industrial, es una garantía de seguridad alimentaria", explica Berta Fernández.

"Permite que el consumidor disfrute un producto fresco, seguro y con la misma calidad el día que se fabrica y el día que se consume."

Los beneficios, uno a uno

1. Seguridad y calidad sanitaria garantizadas

El principal objetivo de la atmósfera protectora es evitar el desarrollo de bacterias y mohos, responsables del deterioro de los alimentos. Esto se traduce en un producto más seguro, con menor riesgo microbiológico y con una vida útil más estable.

2. Frescura que se mantiene

Al eliminar el oxígeno, se frena la oxidación y se conserva el color, la textura y el sabor natural de los ingredientes: pan, jamón, pollo, salsas o vegetales. El resultado es un sándwich que sigue sabiendo igual de bien varios días después de su elaboración.

3. Sin conservantes añadidos

La atmósfera protectora permite mantener la seguridad y la frescura sin necesidad de añadir aditivos o conservantes. Es una forma natural de **conservar, aprobada y regulada por la Unión Europea** y la Autoridad Europea de Seguridad Alimentaria (EFSA).

4. Sostenibilidad real

Al prolongar la vida útil del producto, **se reduce el desperdicio alimentario**, lo que supone un beneficio tanto económico como medioambiental. Menos producto desechado significa mayor sostenibilidad en toda la cadena.

5. Calidad constante y controlada

El sistema garantiza que cada sándwich **conserva su calidad original** en cualquier punto del país. En vending o en supermercado, el consumidor recibe siempre el mismo nivel de frescura y seguridad.

¿Y qué ocurre si no se utiliza atmósfera protectora?

"Envasar sin atmósfera protectora es un riesgo sanitario, especialmente para productos con una vida útil más larga" advierte la directora de calidad. *"El aire que respiramos contiene oxígeno y humedad, lo que favorece el desarrollo de microorganismos. En un producto fresco como un sándwich, sin esta protección, las bacterias pueden multiplicarse en pocas horas, comprometiendo la seguridad alimentaria."*

El envasado sin gases protectores puede acelerar la degradación del pan, el cambio de color de los ingredientes o incluso la aparición de olores.

Por eso, en productos refrigerados y listos para consumir, no envasar con atmósfera protectora supone un peligro evitable.

La experiencia de ñaming

Ñaming ha desarrollado, tras años de estudio, la **combinación exacta de gases que mejor se adapta a cada tipo de ingrediente** —vegetales, carnes, pescados o salsas—, garantizando la máxima calidad sanitaria y organoléptica (sabor, olor, textura).

"Cada mezcla se diseña pensando en la seguridad y en el sabor," explica Fernández.

"El consumidor no lo nota, pero detrás hay un proceso muy preciso que nos permite ofrecer productos frescos, seguros y sostenibles."

Natural y segura: mezcla de gases inocuos (nitrógeno y CO²).

Garantía sanitaria: evita bacterias y hongos sin conservantes.

Frescura prolongada: sabor y textura como recién hechos.

Más sostenible: menos desperdicio alimentario.

Seguridad garantizada: evita riesgos de deterioro o contaminación.

En Ñaming entendemos la atmósfera protectora no como un añadido industrial, sino como una **capa invisible de seguridad y frescura** que protege lo que realmente importa: la salud del consumidor y la calidad del producto.

ñaming®

Envasados en atmósfera protectora



Eboca abre una nueva etapa con el nombramiento de Manuel Torres como Director General

Manuel Torres asume la Dirección General tras 29 años en la compañía, mientras Raúl Benito se centra en estrategia, innovación y cultura corporativa.

Eboca, empresa de referencia en café, vending y soluciones Coffee Corner para empresas, ha anunciado el nombramiento de Manuel Torres como nuevo CEO – Director General de la compañía. Tras 29 años en la organización, Torres asume esta responsabilidad con el objetivo de dar continuidad al proyecto iniciado por Raúl Benito Pertusa, quien pasará a ocupar el cargo de Presidente no ejecutivo, centrado en estrategia, innovación y en custodiar la cultura corporativa de la compañía.



“Esto no es un relevo, es la suma de nuevas responsabilidades. Manuel conoce Eboca como pocos y tiene la energía y la visión para liderar la siguiente etapa”, señaló **Raúl Benito**, quien seguirá siendo la cara institucional de la empresa.

Trayectoria de Manuel Torres

Manuel Torres comenzó su carrera en Eboca en 1996 en un puesto operativo de verano. Desde entonces ha recorrido todas las áreas de la compañía: gestor de clientes, gestor comercial, dirección de zona y dirección comercial hasta llegar, en este momento, a Director General.

“He crecido junto a Eboca a lo largo de este tiempo. Afronto este reto con la ilusión del primer día y con el compromiso de seguir construyendo juntos”, afirmó Torres.

Innovación, sostenibilidad y cultura organizativa

Bajo el liderazgo de ambos, Eboca ha consolidado su reputación como una de las compañías más innovadoras del sector. Fue pionera en **pagos electrónicos, telemetría en máquinas y pago móvil por app**, y mantiene un firme compromiso con la sostenibilidad, transformando, por ejemplo, los posos de café en abono ecológico.

Además, la empresa ha desarrollado un modelo propio de gestión interna, la “ebocracia”, basado en la transparencia, la corresponsabilidad y la **organización por roles**, que fomenta la participación activa de toda la plantilla.



Una historia coral con mirada de futuro

Fundada en 1980 en Huesca, Eboca cuenta hoy con cerca de 65 profesionales y presencia en Aragón, Lérida y Valencia, convirtiéndose en una de las empresas más relevantes de la capital oscense. La compañía combina tradición y modernidad, productos de café de especialidad y campañas de comunicación creativas como "Capitán Cafeína" o las vacas Lorena y Valeria, símbolos de su apuesta por la calidad y la "buena leche".

"Eboca no es solo una empresa de café. Es un proyecto coral que vive gracias a las personas que lo hacen posible", destacó **Raúl Benito**.

El evento de presentación

El anuncio oficial del nuevo nombramiento de **Manuel Torres** como CEO de Eboca ha tenido lugar este miércoles 1 de octubre a las 18:30 h en la sede de Eboca (Cuarte, Huesca), en un acto que ha reunido a instituciones, colaboradores y amigos de la compañía. El encuentro ha contado con la participación de **Raúl Benito, Manuel Torres y Juan Delgado** como maestro de ceremonias, concluyendo en un cóctel para los asistentes.

VISITA SU WEB



@FAS



made in Italy

CALIDAD QUE DURA EN EL TIEMPO

24 meses de garantía sobre toda la gama de Distribuidores Automáticos.



@FAS
WE ARE CONNECTED

www.facebook.com/Fas.vending
www.twitter.com/fas_vending
www.fas.it

madrid machine
Máquinas de venta automática

Distribuidor Oficial para España
MFM - Madrid Fas Machine
C/Alto Sur, 5 - Sector 8
28050 Torrejón de Ardoz - MADRID
T: 91 674 9187 - F: 91 674 9188
www.madridmachine.es
javier.garcia@madridmachine.es



La alternativa más saludable, práctica y de calidad para Vending

UNA AMPLIA GAMA DE ENSALADAS Y PLATOS LISTOS DE LA GASTRONOMÍA MEDITERRÁNEA



ESPECÍFICOS PARA VENTA AUTOMÁTICA

- ➔ Listos para cargar.
La máquina no necesita adaptación.
- ➔ Fácil manipulación y conservación.
No necesitan frío.
- ➔ Sin mermas. 1 año de caducidad.
- ➔ Fácil y atractiva identificación del producto y la marca por el consumidor.
- ➔ Gran variedad en la oferta.
- ➔ Con la calidad y garantía de la marca Carretilla.

www.carretilla.info/vending

IAN S.A.U. - Pofalons s/n - 31330 Villalana (Navarra) - Tel. 948 843 360 - vending@grupolam.com

ian

BRITA Professional

CON BRITA AUMENTA LA RENTABILIDAD DE MIS MÁQUINAS

BRITA Professional calidad de confianza.



No dude en contactar con nosotros
+34 93 342 75 70
o visite nuestra web:
www.profesional.brita.es

Desde 1981
Antonio Font

ilstant

preparados solubles para el vending

leches	capuccinos	chocolates	infusiones
productos solubles para el vending Tienda online	productos solubles para el vending Tienda online	productos solubles para el vending Tienda online	productos solubles para el vending Tienda online
INSTANT VENDING PRODUCTS	INSTANT VENDING PRODUCTS	INSTANT VENDING PRODUCTS	INSTANT VENDING PRODUCTS

café
productos solubles para el vending
Tienda online

INSTANT VENDING PRODUCTS

CERO COMBUSTIBLES FÓSILES

FÁBRICA LIBRE DE EMISIONES CO₂

No utilizamos combustibles fósiles

www.ilstant.com

C/ Adjutori Roma, 35 - 08279 Avinyó (Barcelona) | Telf. +34 93 2602097 | ilstant@ilstant.com

Mientras tú piensas, otros ya están vendiendo

El vending no espera

+ 80%

De los españoles han modificado sus hábitos de consumo. Hoy están más dispuestos que nunca a probar productos nuevos.

75%

Del consumo ocurre en entornos privados, cerca de su rutina diaria.

Las expectativas de encontrar algo nuevo en las máquinas son bajas.

Eso significa una oportunidad única para sorprender positivamente.

Momento de sorprender

Es hora de **crear una experiencia**.

Estudios indican que los consumidores valoran cada vez más factores como **nutrición equilibrada, sostenibilidad y diseño** del envase para tomar decisiones de compra.



IMPULSAMOS TU NEGOCIO

vendingGO está aquí para llevar tu vending al siguiente nivel



¡Visita nuestra web!



La receta mágica

1

DESEO

Un producto con imagen atractiva, buena visibilidad en la máquina y colores llamativos despierta el deseo inmediato de compra.

2

EXPERIENCIA

Un cliente con pocas expectativas y que desconoce el producto experimenta una sorpresa positiva al probar uno de calidad, lo que crea una vivencia «wow». Al probar algo nuevo, el cerebro crea un recuerdo hasta 5 veces más intenso.

3

EMOCIÓN

Esta experiencia despierta la curiosidad y crea un lazo emocional con la marca. Comparten la experiencia hasta 3 veces más con su entorno.

∞

REPETICIÓN

El contacto diario y recurrente con el producto refuerza el recuerdo de esa experiencia positiva. En la próxima pausa, en el próximo día... el cliente desea volver a vivir esa experiencia «WOW».

**+ precio justo
= cliente fiel
a tus máquinas**



El vigués Marcos González representa a España por segunda ocasión en el mundial de baristas

Marcos González, Barista y Responsable del Departamento de Innovación del Café en Delikia y Fundador de Root Café, representó a España en el Campeonato Mundial de Baristas celebrado en Milán este fin de semana pasado, donde se quedó a las puertas de la semifinal con su innovadora propuesta “Nada se pierde, todo se transforma”.

La creación de Marcos es el resultado de tres años de **trabajo conjunto con productores internacionales**, basada en un café fermentado con el mosto de la propia cereza durante 60 días, un proceso artesanal que da lugar a un perfil sensorial único y que lo situó entre los mejores del mundo.

“Para Delikia es un orgullo contar con Marcos en nuestro equipo. Su talento y su compromiso con la excelencia representan a la perfección los valores de la compañía: pasión por el trabajo bien hecho, innovación y cercanía”, afirman desde la dirección de la compañía.

Marcos González, el barista vigués que lleva el café de especialidad a la élite mundial



Marcos González descubrió su vocación en la cafetería familiar de Vigo, donde trabajaba desde joven. Su pasión por el café nació al asistir a un curso de barista y ver cómo una taza podía convertirse en una experiencia sensorial. Formado en Monforte, A Guarda y Barcelona, ha unido **técnica, química y curiosidad** hasta convertirse en uno de los baristas más destacados de España.

Campeón Nacional de Baristas SCA en 2019 y 2025, y ganador de títulos como Mejor Espresso de España 2018, representó recientemente a nuestro país en el Campeonato Mundial de Baristas en Milán.

Como Barista y Responsable del Departamento de Innovación del Café de Delikia y Fundador de Root Café, lidera el proceso de selección y tueste de cada grano, viajando a países como Nicaragua, Colombia, Brasil, Vietnam o Etiopía para conocer de primera mano el trabajo de los productores. Convencido de que “cada grano tiene una historia que merece ser contada”, su objetivo es claro: que cada persona no solo beba café, sino que disfrute preparándolo y descubra todo el esfuerzo que hay detrás de cada taza.





La empresa navarra Muxunav, Premio Nacional ‘Titanes de las Finanzas’ por su innovación

Su producto Telmarkt transforma máquinas en dispositivos inteligentes que aceptan pagos con QR, Bizum, tarjeta o contactless | Su CEO, Antonio Torres, recibe la distinción en Madrid

Muxunav, empresa navarra especializada en el desarrollo de hardware y software para sistemas de pago desatendido, ha sido reconocida con uno de los Premios Ecofin 2025, al ser elegida por el jurado entre las empresas más destacadas del año, ha informado la propia organización en una nota de prensa.

La gran sorpresa llegó al conocerse que, además del reconocimiento del jurado, **Muxunav ha sido reconocida con el Premio Nacional Titanes de las Finanzas**, en la categoría de Innovación, otorgado por el Foro Ecofin (Economía y Finanzas) y el Clúster Madrid Fintech (MadFinTech). «*El objetivo de estos galardones es reconocer el esfuerzo, la innovación y la resiliencia de empresas, instituciones y profesionales que impulsan la transformación económica de España*», han explicado desde la organización.

Por primera vez a una empresa de la Comunidad

“No es lo mismo el premio del jurado —que ya para nosotros era algo impensable— a que nos den el premio nacional en la categoría de Innovación. Este galardón nunca antes había sido entregado a una empresa navarra”, destacan desde la dirección de la compañía.

El premio se entregó este martes durante La Noche de las Finanzas, la tradicional gala organizada por **Ecofin y MadFinTech** en el Hotel Palace de Madrid. Durante el evento, se reunieron líderes empresariales, financieros y tecnológicos de todo el país para celebrar la innovación y el talento en el ecosistema económico del país.

¿Quién es Muxunav?

Con sede en Navarra, **Muxunav** es una ingeniería tecnológica — con soluciones propias de hardware, software y conectividad.

Su producto principal, **Telmarkt**, permite transformar máquinas existentes en dispositivos inteligentes que aceptan pagos con QR, Bizum, tarjeta o contactless. Además, ofrecen información en tiempo real sobre ventas, stock o estado del equipo.

La empresa liderada por **Antonio Torres** es pionera en España al introducir pagos Bizum mediante QR en terminales desatendidos. Esta compañía también combina innovación, telemetría y un modelo tecnológico vertical —diseño, fabricación y operativa financiera—, que «la ha convertido en un referente del sector», recuerda este empresario.

500.000 operaciones mensuales

Actualmente a través de sus dispositivos se procesan más de **500.000 operaciones mensuales**, con previsión de superar los tres millones al año en 2026. Así prevén consolidar su crecimiento en Europa y Latinoamérica el próximo ejercicio.

Otros galardonados

Por su parte, en la gala de este martes en Madrid, hubo otros premiados, como Manuel Illueca Muñoz, presidente del ICO (Instituto de Crédito Oficial), con el Premio Financiero del Año.

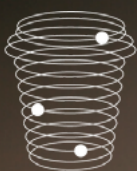
Atresplayer y Telemadrid obtuvieron los premios del jurado en la categoría de Comunicación, e Iker Jiménez, periodista, obtuvo el premio principal de Comunicación por su programa de Cuatro Horizonte.

José María Irisarri Núñez, socio fundador y presidente ejecutivo de Onza.tv, consiguió el Premio Imagen de España por la serie del Ministerio del Tiempo; y también fueron reconocidos el general Jose De Meer y el general David Blanes de la Guardia Civil, por la Marca Ejército.



Arturo de las Heras, presidente de CEF-UDIMA, entregó el galardón a Antonio Torres, CEO de Muxunav





AGILY

El secreto de tu éxito, hoy y mañana

Bianchi Vending

DESIGN
COMMITMENT

CUPERNICAN

HoReCa

Vending

Take away



www.cupernican.com
hello@cupernican.com
+370 657 77955



¡AGILY se adapta a todas tus necesidades! Puedes elegir AGILY L Touch 21" o AGILY M Touch 21" si buscas una alternativa más compacta.

Gracias a su excepcional modularidad, podrás configurar la máquina según tus objetivos y cambiarla sobre la marcha, cuando quieras: puedes ofrecer dos variedades de café y dos tipos de azúcar, hasta diez contenedores de productos solubles, elige el kit de segundo vaso para ofrecer múltiples formatos de bebidas o el kit dispensador de toppings para menús aún más golosos.

Con Agily, eres dueño del cambio.



MOMENTOS
que
unen



Un tardeo, un almuerzo, un picnic o un vermut. Con quien tú quieras y compartiendo unos snacks de Velarte. Hay momentos que no tienen precio, que llenan y que ahora, en época de distancias, unen más que nunca.

VELARTE

www.velarte.com

TEMPLO
CAFÉS

DISFRUTA
DEL MEJOR CAFÉ

CAFÉS TEMPLO

Polígono Cantabria I, Avd. Mendavia 7
26009 Logroño (España)

Teléfono atención al cliente
+34 941 270 171

www.unionfostadora.com
www.espressate.com

ANEDA
expocongress

12-13-14
NOVIEMBRE
2025

Toledo

TPC NETGRUP
CONSULTING

REGRESA A CLASE CON
vending**school**

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.

Gestión de Productos en el PDV

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

fundae.es

TPC NetGrup S.L. - Ronda Europa, 60 2º2ª - 08800 Vilanova i la Geltrú - Tel. 938 16 63 71

Tu #1 en
recambios
originales

Tenemos la mayor cantidad de recambios en stock en todo el mundo, ¡y solo estamos calentando motores! Contamos con más recambios originales que nunca, listos para ser enviados el mismo día.

Nuestro equipo especializado es muy competente y está listo para atenderte en 20 idiomas, para que consigas lo que necesitas, cuando lo necesitas.

Descubre
nuestras soluciones



www.repagroup.com

REPA
A Parts Town Unlimited Company

KIT DIGITAL

¡¡GRATIS!!
"TRAMITAMOS TU BONO, TU SÓLO COBRAS"

COBRA CON EL KIT DIGITAL

DIGITALIZA ¡GRATIS!
HASTA 3 MÁQUINAS
VENDING
CON NUESTRO
SISTEMA
TELMARKT

PAGOS POR QR, APPLE PAY,
GOOGLE PAY, BIZUM, TARJETA

TELEMETRÍA INCLUIDA
DURANTE UN AÑO

948-59.69.83
comercial@muxunav.com

Herdicasa retira 44 kilos de residuos en la playa de Rodiles en su tercera edición de Mójate contra la Basuraleza

La playa de Rodiles fue el escenario escogido este año por Herdicasa del Grupo Díaz Carbajosa para llevar a cabo la tercera edición de su campaña de recogida de residuos Mójate contra la Basuraleza enmarcada dentro del proyecto nacional Libera, impulsado por Ecoembes y SEO/BirdLife.

HERDICASA

Un total de 52 voluntarios, entre trabajadores y familiares, participaron en la **limpieza del arenal**, que se encontraba en un estado de conservación muy positivo. En conjunto, se retiraron 44 kilos de desechos, en su mayoría plásticos ligeros, colillas y pequeños restos abandonados. Que la playa estuviera tan limpia es una buena noticia. Nos indica que cada vez hay mayor concienciación social y que las **acciones de sensibilización** van dando fruto, destacó uno de las coordinadoras de la jornada.

Como en ediciones anteriores —celebradas en Quebrantos (2023) y Xagó (2024)—, la actividad incluyó el **reparto de camisetas conmemorativas** para los participantes y la entrega de diplomas a los más pequeños, que se convirtieron en auténticos embajadores ambientales por un día.

La campaña Libera, desarrollada a nivel nacional, busca frenar el impacto de la llamada **“basuraliza” —residuos abandonados en entornos naturales—** mediante acciones de ciencia ciudadana y voluntariado. Según datos de Ecoembes, en 2024 se movilizaron más de 6.000 personas en 280 puntos del litoral español.

La cita en Rodiles ha servido no solo para retirar residuos, sino también para implicar a todos los voluntarios en un ejercicio compartido de concienciación y responsabilidad hacia el medio ambiente.





El sabor ácido está de moda (y Fini tiene las herramientas para disfrutarlo)

Este nuevo lanzamiento, reinterpreta un clásico de la marca con nuevas formas, sabores y formatos.

La compañía de golosinas reafirma así su capacidad para conectar con su público desde la escucha activa y la exploración.

FINI

FINI GOLOSINAS vuelve a demostrar su habilidad para renovar sus iconos con un toque de humor y creatividad. Su nuevo lanzamiento, "Herramientas Súper Ácidas", llega para poner a prueba la resistencia de los paladares más atrevidos y como actualización de uno de los productos más reconocidos de la marca con **sabores renovados y nuevas formas en formato 90 gramos.**

El resultado es una versión más intensa y divertida de las clásicas herramientas ácidas de Fini, ahora con una **explosión de sabor que conquista a quienes buscan experiencias sensoriales diferentes** y que aman la tendencia del ácido que se ha vuelto viral en redes sociales.

Estas herramientas se presentan como un homenaje al "hazlo tú mismo" y a la creatividad, con piezas tan icónicas como el martillo, la llave inglesa o el destornillador, todas recubiertas de un irresistible e intenso toque de picapica.

Una reinterpretación con sello FINI

Fini no ha querido sumarse a una moda pasajera, sino reimaginar sus propias herramientas ácidas para adaptarlas a los **nuevos gustos de los consumidores.**

"El sabor ácido está viviendo un gran momento, y queríamos reinterpretar nuestras herramientas ácidas desde ese enfoque". "No queríamos solo seguir la tendencia, sino traducirla al lenguaje Fini: más color, más humor y más experiencia sensorial para todos", explica **José Vicente Bermúdez**, Global Chief Commercial & Marketing Officer de Fini.

Esta renovación responde a la apuesta constante de la marca por escuchar a su comunidad y anticiparse a lo que genera conversación, sin perder su esencia divertida y creativa.

Una caja de herramientas... muy dulce

Para celebrar el lanzamiento Fini ha enviado a varios creadores de contenido -entre ellos @franriera, @albertoescarmiento u @ot2025. quique-, una auténtica caja de herramientas con un mix de golosinas ácidas en su interior.

La acción, tan impactante como divertida, incluía incluso herramientas reales como martillos, llaves inglesas y gafas protectoras, invitando a los creadores a "ponerse manos a la obra" con **el sabor más ácido de la marca.**

Además, el pasado 10 de octubre, la marca llevó la experiencia al siguiente nivel con una activación especial en su tienda del Centro Comercial Plenilunio (Madrid), donde los visitantes **podieron participar en retos para ganar sus propias herramientas ácidas** y disfrutar de una experiencia 100% Fini.

Un lanzamiento con sabor a innovación

Con este lanzamiento, Fini reafirma su compromiso con la innovación y su capacidad para evolucionar sin perder su espíritu original. Las nuevas Herramientas Súper Ácidas son un paso más en esa filosofía: **reinterpretar lo clásico, adaptarse al momento y seguir divirtiéndose a cada generación.**

"Este lanzamiento representa nuestra forma de entender la innovación en Fini: no solo redescubriendo nuestros clásicos y dándoles una nueva vida, sino creando **experiencias sorprendentes y divertidas**", apunta el CCMO de la marca.



Mocay se convierte en patrocinador oficial del C. A. Osasuna

La marca navarra pasará a ser el café oficial de la entidad durante las próximas tres temporadas y se servirá en El Sadar para el público general.

PASCUAL

El Club Atlético Osasuna ha suscrito un acuerdo con Mocay, la marca navarra de café de Pascual, para que se convierta en patrocinador oficial del club durante las próximas tres temporadas. De esta forma, la firma pasará a ser el café oficial de la entidad desde esta temporada hasta junio de 2028 y se servirá en todas las barras del estadio El Sadar, así como en las zonas hospitality y la ciudad deportiva del club en Tajonar.

La rúbrica del acuerdo ha tenido lugar en el estadio El Sadar, en un acto en el que han estado presentes el presidente del Club Atlético Osasuna, Luis Sabalza, y el director del Negocio de Café de Pascual, Javier Peña.

El mandatario rojillo se ha mostrado satisfecho tras sellar la vinculación. "Para Osasuna es importante contar con el apoyo de marcas como Mocay, una firma navarra con la que compartimos valores como el **trabajo, esfuerzo y el arraigo a nuestra tierra**. Además, el acuerdo supone un nuevo paso en la mejora de los servicios para nuestros socios y socias", ha destacado.

Por su parte, **Javier Peña** ha puesto en valor el acuerdo en un año destacado para la firma. "Este año queríamos poner la guinda a la celebración de los 25 años de nuestro tostadero de Tajonar y no hay mejor manera de conectar con la afición navarra que ser el café oficial de un club histórico como Osasuna. Mocay va a seguir evolucionando sin perder su esencia navarra, impulsando el desarrollo económico y social de esta región que es tan importante para nosotros", ha apuntado.

Mocay, una marca navarra con sede en Tajonar

Mocay es la marca navarra de café de Pascual con una amplia gama de productos y un servicio integral para cada uno de los **10.000 negocios de hostelería con los que trabaja en todo el país**. Además, acompaña al hostelero para que consiga el mejor café en cada taza a través de una propuesta de valor que engloba tanto el producto como el servicio que ofrece.

Desde el inicio de 2023, Mocay se convirtió en **el primer gran fabricante en sustituir el torrefacto por el de tueste natural** en toda su gama de cafés de hostelería, mejorando, de esta manera, tanto la imagen de marca como la calidad y naturalidad de sus productos.



El Pozo **Alimentación** **presenta sus** **innovaciones** **internacionales** **en Anuga 2025**

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

EL POZO

El Pozo Alimentación participa un año más en Anuga 2025, la feria agroalimentaria de referencia mundial, con una presencia renovada y ambiciosa. En esta edición, la marca eleva su imagen corporativa y presenta novedades que apuntan a fortalecer su posicionamiento premium en los mercados internacionales.

A la entrada del recinto ferial de Kölnmesse GMBH, un imponente cartel de más de 100 m² con la imagen de su embajador deportivo, el tenista **Carlos Alcaraz** (actual número 1 del mundo), da la bienvenida a expositores y visitantes.

Como parte de su estrategia de premiumización, El Pozo Alimentación ha culminado el rediseño de su línea Legado Ibérico, con una renovación integral de su identidad visual, packaging, tono comunicativo y valores de marca. Esta evolución no es un simple cambio estético: **refuerza la esencia ibérica, su propuesta diferenciada y una percepción de calidad superior ante el consumidor.**

Entre los nuevos lanzamientos destacan los Nuevos Pulled Pork en distintos formatos, concebidos para satisfacer las exigencias de los mercados internacionales, y las Delizias Ibéricas: una línea de charcutería selecta, con piezas cuidadosamente seleccionadas y bajo estándares de calidad premium, **complementando la oferta ibérica de El Pozo.**

El Pozo Alimentación es líder de la charcutería española en múltiples países europeos, y en esta edición exhibe su **capacidad exportadora, su experiencia en mercados complejos** y su apuesta por productos de valor añadido. Su gama internacional se presenta reforzada con nuevas propuestas que buscan captar consumidores con exigencia gastronómica

VISITA SU WEB



ElPozo-Grupo Fuerter pone en marcha un programa de talento joven

Graduate Program' incorpora a 15 jóvenes que durante un año se formarán en distintas áreas de la compañía

ElPozo-Grupo Fuertes lanza 'Graduate Program', un programa para **atraer e incorporar a jóvenes talentos**. Quince jóvenes participan en la primera edición de este proyecto, que se dirige a personas recién graduadas o con menos de dos años de experiencia profesional.

El plan de desarrollo de 'Graduate Program' se inspira en la conocida y mítica 'Ruta 66', un itinerario que simboliza el 'viaje' de los participantes en el inicio de su futuro profesional. El objetivo de esta iniciativa es proporcionarles una **experiencia laboral real** y el desarrollo de habilidades transversales para realizar distintas funciones dentro de la organización.

Los participantes rotarán por diferentes áreas de la empresa, adquiriendo la **experiencia y conocimientos directamente de sus equipos en un entorno dinámico**. Para ello, contarán con el apoyo de un mentor, profesionales senior que los guiarán en su desarrollo y aprendizaje.

El recorrido incluye siete itinerarios para el desarrollo de tareas específicas en Marketing y Ventas, Operaciones, Finanzas, Organización, Sistemas y Técnica. Además, incluye una **etapa de formación** que les ayudará a desarrollar tanto habilidades técnicas como competencias profesionales, alineando su crecimiento con los objetivos de la empresa.

En esta primera edición, 'Graduate Program' incorpora a jóvenes profesionales formados en áreas como Derecho, ADE, Tecnologías Industriales, Informática, Ingeniería Telemática y Química, Marketing, Comercio Internacional, Economía, Diseño Industrial y Desarrollo de Productos.

Con este programa, **ElPozo-Grupo Fuertes** refuerza su apoyo al talento joven, ofreciendo oportunidades para crecer profesionalmente dentro de una empresa referente en el sector alimentario.



ANEDA

NOTICIAS

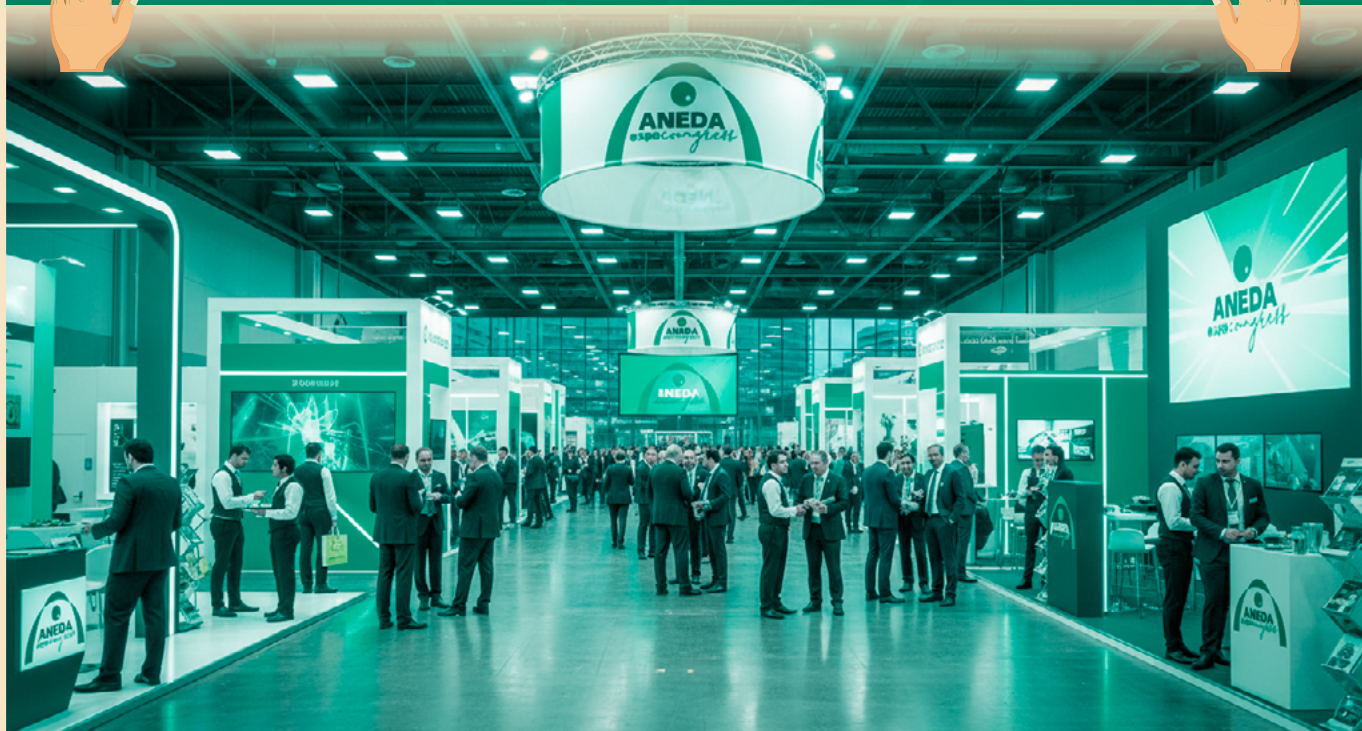
"La revista de tu asociación"



ANEDA
• V E N D I N G •



¡YA ESTÁ AQUÍ! 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.

in   
@Anedavending