

# Aneda

## 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

Abril ■ N° 162



VENDITALIA  
Worldwide Vending Show

Del 6 al 8 de mayo

**Del campo al lineal:  
cómo se fabrican hoy  
los snacks en España**

Pag 32

**Inteligencia  
alimentaria en  
acción: datos, IA y  
la transformación  
del sector**

Pag 24



**ANEDA acompaña a sus empresas asociadas  
en Alimentaria-Hostelco**

Pag 10



# Índice



4

La voz del experto



6

Asociación



20

Entrevista a:  
Alex Pedrol  
y Marc Molina



44

Normativas,  
relaciones  
laborales  
y economía



52

Internacional



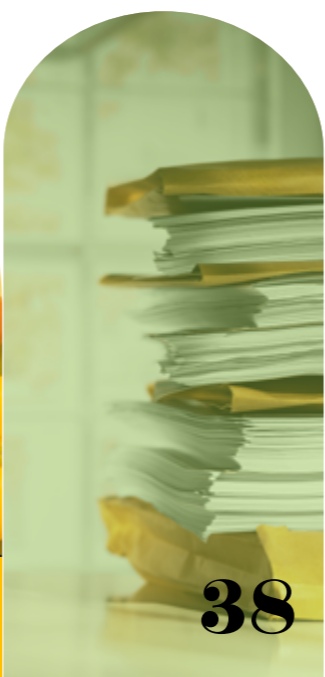
24

Estudios,  
tendencias  
y mercados



34

Curiosidades  
y reflexiones



38

Notas de  
prensa



58

Hazte socio  
-  
Nuevos socios



62

Noticias de  
empresa



**Aneda**

## LA IMPORTANCIA DE SENTIRSE PARTE DE LA EMPRESA

*La pertenencia es una palanca estratégica: invertir en cultura y comunicación mejora la productividad, reduce la rotación y fortalece la experiencia del cliente en el sector de la distribución automática.*

### ANEDA

Desde la Asociación Nacional Española de Distribuidores Automáticos (ANEDA) defendemos que el sentido de pertenencia no es un asunto puramente emocional, sino una inversión operativa y competitiva. ANEDA representa y coordina a los profesionales del vending en España, ofreciendo asesoramiento, formación y servicios que contribuyen al desarrollo del sector.

Por qué importa para nuestro sector En un mercado que ha demostrado resiliencia y capacidad de transformación tras los retos recientes, las empresas que logran integrar a sus equipos en torno a una misión compartida obtienen ventajas tangibles: mayor iniciativa, menor tasa de errores y una experiencia de usuario más coherente. Estas tendencias de adaptación e innovación han sido claves en la recuperación del sector en los últimos años.

### Claves prácticas para construir pertenencia

- **Comunicación transparente:** compartir objetivos, resultados y decisiones operativas con regularidad.
- **Formación técnica y comercial:** planes adaptados que permitan a cada profesional entender su contribución al negocio.
- **Cultura basada en valores:** definir y reconocer públicamente comportamientos que ejemplifiquen esos valores.
- **Participación real:** involucrar a equipos en proyectos de mejora y delegar autonomía con acompañamiento.
- **Bienestar y conciliación:** políticas que favorezcan estabilidad y salud laboral. Estas medidas, aplicadas de forma coherente, transforman la percepción del trabajo en compromiso.

### Medir para decidir

Recomendamos implantar indicadores sencillos y periódicos: **encuestas de clima, tasas de rotación, absentismo y métricas de satisfacción del cliente.**

Además, la estructura empresarial en España muestra que las empresas integradas en grupos presentan diferencias relevantes en productividad e inversión, lo que obliga a adaptar las políticas de pertenencia según el tamaño y la pertenencia a grupos empresariales. Analizar estos datos permite priorizar acciones con impacto real.

### Riesgos y limitaciones

- **Iniciativas aisladas** sin continuidad generan escepticismo.
- **Comunicación unilateral** puede aumentar la desconfianza.
- **Medir mal** conduce a decisiones erróneas; por eso proponemos indicadores claros y revisiones periódicas. Estas limitaciones se superan con liderazgo sostenido y recursos asignados.

Invertir en pertenencia es invertir en competitividad. Desde ANEDA animamos a las empresas del sector a diseñar planes integrales que combinen comunicación, formación, reconocimiento y medición. Compartir buenas prácticas entre operadores y proveedores elevará el estándar del sector y reforzará su capacidad de innovación y servicio. La pertenencia se construye día a día; empecemos hoy.

# Acto Institucional sobre publicidad alimentaria

**ANEDA presente como entidad invitada en el Ministerio de DD.SS, Consumo y Agenda 2030**

ANEDA ha asistido como entidad invitada al acto «**De la evidencia a la acción: regular la publicidad de los alimentos no saludables**», organizado por el **Ministerio de Derechos Sociales, Consumo y Agenda 2030** y celebrado el pasado 16 de febrero en su sede del Paseo del Prado, en Madrid.

El encuentro contó con la participación del ministro de Derechos Sociales, Consumo y Agenda 2030, Pablo Bustinduy, y de la **directora ejecutiva de la Agencia Española de Seguridad Alimentaria y Nutrición (AESAN), Ana López-Santacruz**.

Durante el acto, el ministro de Derechos Sociales, Consumo y Agenda 2030, **Pablo Bustinduy**, y la directora ejecutiva de la AESAN, **Ana López-Santacruz**, presentaron datos del barómetro encargado por la Agencia Española de Seguridad Alimentaria y Nutrición y se compartieron reflexiones en torno a la regulación de la publicidad de alimentos y bebidas no saludables, en el marco del debate institucional sobre la protección de la infancia y la adolescencia.

La asistencia de ANEDA a este encuentro se enmarca en su seguimiento continuo de las iniciativas impulsadas desde las administraciones públicas en materia de salud, consumo y regulación, con el objetivo de **estar al tanto de cualquier desarrollo normativo en estos ámbitos**, así como en su compromiso con el diálogo institucional y sectorial.



# ANEDA y KIWA refuerzan la gestión del certificado AQS

**Rigor, continuidad y mejora constante**

ANEDA y KIWA continúan reforzando su colaboración a través de reuniones de trabajo operativo orientadas a garantizar un **seguimiento continuo y riguroso del Certificado AQS** y de las actuaciones asociadas a su desarrollo.

Estas reuniones se enmarcan en el **impulso del Certificado AQS** que está llevando a cabo su Consejo Regulador, bajo la presidencia de Susana Lorenzo, y constituyen una pieza clave para asegurar la correcta evolución del sistema y su consolidación. El trabajo coordinado permite avanzar de forma ordenada y eficaz en cada una de las líneas definidas.

Durante los encuentros se dedica especial atención a **mantener toda la documentación actualizada**, al seguimiento de los procesos de renovación, así como a la revisión y mejora de los checklists y procedimientos de control, aspectos fundamentales para garantizar la coherencia y la

fiabilidad del modelo. Asimismo, se refuerza la **implementación práctica de los distintos modelos**, analizando su aplicación y detectando posibles áreas de mejora.

Desde ANEDA se destaca el valor de estas reuniones de trabajo continuadas, que permiten **anticiparse a necesidades, cerrar procesos con mayor agilidad** y asegurar una gestión alineada con los criterios de calidad y exigencia que requiere el certificado. Esta dinámica de colaboración favorece una evolución constante basada en la mejora continua, el rigor técnico y la transparencia.

La labor conjunta de ANEDA, KIWA y el Consejo Regulador del Certificado AQS resulta **esencial para seguir impulsando su desarrollo, fortalecer su implementación y aportar confianza y valor añadido** al sector a través de un sistema sólido, coherente y bien estructurado.



BAJO EN CALORÍAS

SABOR ORIGINAL

Ahora el sabor de siempre solo está en

fuze tea®



IN LICENCIA DE LA FAMILIA Coca-Cola

NATURALMENTE INSTANTÁNEOS: DEL CAMPO A TU TAZA

Laqtia

HONEST INSTANT DRINKS

PRODUCTO DE ESPAÑA



VITRO



UNA GAMA COMPLETA, CON UNA GRAN COMBINACIÓN DE TECNOLOGÍAS

- Café Espresso**; El mejor espresso, molido y preparado en el momento.
- Leche Fresca**; Ofrece a tus clientes bebidas elaboradas con leche fresca.
- Té**; Descubre el sabor del auténtico té que sólo Vitro sabe infusionar.
- Café de Filtro**; Haz disfrutar a tu cliente con el sabor aromático del café recién filtrado.

AZKOYEN

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

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.

NUEVO

Fini

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

EL SÁNDWICH QUE SIEMPRE TIENES A MANO

NUTRICIONALMENTE EQUILIBRADO



Y ahora prueba el nuevo Pocket con auténticos Lacasitos



ÑAMING S.L. C/ País Vasco Nº5, Pol. Ind. El Zafranar 50550 Mallén (Zaragoza) Tel. 976 866 380 www.n-aming.es

El vending es una experiencia personal.



Te esperamos en VENDITALIA 6-8 de mayo | Fiera di Rimini | Pabellón B1 - Stand 034

n-andgroup.com

Hoy el consumidor no busca solo un producto, busca una experiencia a su medida. Con N-and, la máquina de vending se convierte en un punto de contacto digital donde interfaces inteligentes, pagos y datos trabajan juntos para transformar una simple transacción en un momento relevante.

Porque el futuro del vending no está en lo que distribuye, sino en el valor que construye alrededor de las personas.

N-and Tomorrow, embedded.

ENGINE CONNECT Conectividad 4G

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



Apple Pay, Mastercard, G Pay, Samsung Pay, VISA

# ANEDA acompaña a sus empresas asociadas en Alimentaria-Hostelco

Cercanía, apoyo y acompañamiento a los socios

ANEDA ha estado presente en **Alimentaria-Hostelco de Barcelona**, la plataforma de referencia para toda la cadena de valor del **Retail y el Foodservice**, acompañando y visitando a varias

de sus **empresas asociadas** que han participado como expositoras en esta destacada edición internacional que ha cerrado con gran éxito su emblemático 50 aniversario.

La presencia de ANEDA en Alimentaria se enmarca en su **compromiso de estar siempre al lado de sus socios**, apoyando su visibilidad y reforzando la colaboración en un entorno que **favorece el intercambio, el conocimiento y la generación de oportunidades**. La feria ha vuelto a poner de manifiesto el dinamismo del sector y el alto nivel de innovación y calidad de las empresas participantes.

Durante su recorrido por el certamen, ANEDA tuvo la oportunidad de visitar y compartir espacio con numerosas empresas asociadas presentes en la feria, entre ellas **Frit Ravich, Huhtamaki Spain, Dr. Schär, Micromic, Coca-Cola Europacific Partners, ELPOZO Alimentación, COVAP, Danone, Nestlé, SIMAT y REPA Iberia**, referentes en sus respectivos ámbitos y ejemplos del valor que el sector aporta al ecosistema foodservice.



Alimentaria Barcelona se consolida, una vez más, como un **punto de encuentro clave** para profesionales, empresas e instituciones, donde se comparten tendencias, se refuerzan relaciones y se impulsa el crecimiento del sector alimentario y hostelero.

Desde ANEDA se quiere **destacar y agradecer especialmente la alianza y colaboración con Alimentaria-Hostelco**, una relación que permite estrechar vínculos, generar sinergias y avanzar de forma conjunta en iniciativas que benefician tanto a las empresas como al conjunto del sector.

La participación en ferias como Alimentaria Barcelona refleja la voluntad de ANEDA de **acompañar de cerca a sus socios, compartir momentos** con empresas, colaboradores y amigos, y continuar estando presente allí donde se construyen relaciones, se intercambian ideas y se impulsa el futuro del foodservice y el vending.



## Garantía de calidad: aquí las empresas que ya forman parte del estándar



AVALADO POR:  
EUROPEAN VENDING & COFFEE SERVICE ASSOCIATION

Arbitrade.

amfm vending

áreaburvending  
*siempre cerca de ti*

teika  
EL BUEN VENDING

vending sierra morena

delikia  
fresh

Degusta  
Vending

venty4<sup>®</sup>  
by Expandemur

GALIA  
VENDING

Herdicasa  
Naturalmente vending

Horena  
El gusto por el buen café

IPARVENDING  
GROUP

lanuza  
COFFEE & VENDING

ivsiberica.com

mediterránea

ODVENDING

sarven  
restauración automática

serunion  
VENDING

VendeMatic

Vending Colón

Vending Sierra

XéVENDING



# Webinar sobre desperdicio alimentario: claves prácticas para cumplir con la Ley 1/2025 (ya en vigor)

**El webinar ofrecerá soluciones concretas para gestionar excedentes de forma trazable, segura y alineada con las nuevas obligaciones legales del sector.**

ANEDA organiza, en colaboración con NARIA, un webinar práctico sobre la gestión del desperdicio alimentario, dirigido a empresas del sector del vending que desean adaptarse de forma ágil y eficaz a la Ley 1/2025, ya en vigor, y convertir esta obligación normativa en una oportunidad operativa, fiscal y sostenible.

Bajo el título **“Cómo convertir la gestión de excedentes en una ventaja operativa, fiscal y sostenible”**, el webinar abordará uno de los principales retos del día a día del vending: la gestión logística y las fechas de caducidad ajustadas, ofreciendo soluciones reales y aplicables al entorno del sector.

Durante la sesión se mostrará, de forma práctica, cómo una **solución digital permite gestionar los excedentes alimentarios de manera sencilla, segura y totalmente trazable**, apoyándose en tecnología blockchain y en una red de entidades sociales, garantizando el cumplimiento normativo y generando impacto positivo.

## Contenidos del webinar

- **Cumplimiento de la Ley 1/2025** sobre desperdicio alimentario.
- **Ventajas fiscales** asociadas a la donación de excedentes.
- **Impacto** en sostenibilidad y criterios ESG
- **Casos reales y resolución** de dudas prácticas.

El webinar está especialmente dirigido profesionales del sector, y se plantea como una sesión clara, útil y orientada a la operativa diaria.

## Datos del webinar

- **27 de abril**
- **16:00 h**
- Inscripción: escribir a [comercial@aneda.org](mailto:comercial@aneda.org) para recibir el enlace correspondiente.

## Para inscribirte, indícanos:

- Nombre de la empresa
- Persona de contacto
- Tipología (operador, proveedor, etc.)
- Teléfono
- Email

Esperamos que sea de tu interés y contar con tu participación



# Resultados de la encuesta de Satisfacción Aneda

## Alta satisfacción y confianza en la labor de la asociación

Como parte de su compromiso con la mejora continua y la escucha activa, ANEDA viene realizando de manera habitual, año tras año, encuestas de satisfacción tras la celebración de eventos, jornadas y al cierre de cada ejercicio. Este ejercicio, aunque no siempre sencillo en términos de participación, resulta fundamental para **conocer de primera mano la percepción de operadores y proveedores** y aproximarse a la realidad, necesidades y expectativas de las empresas asociadas. Por ello, desde la asociación se seguirá impulsando este canal de diálogo de forma constante.

En el **ejercicio anterior**, la encuesta anual de satisfacción registró una **participación del 30%**, con un reparto de respuestas del **67,9% de operadores** y el **32,1% de proveedores**. Esta cifra supuso un ligero descenso de dos puntos porcentuales respecto al ejercicio precedente, un comportamiento habitual en este tipo de consultas, pero que permitió obtener una visión representativa de los distintos perfiles que integran la asociación.

En la **encuesta lanzada este año sobre la satisfacción de los servicios de 2025**, la participación se mantuvo en **niveles similares al ejercicio anterior 2024**, situándose nuevamente en torno al 30%. En cuanto al perfil de los participantes, el **57% correspondió a operadores** y el **43% a proveedores**, confirmando una distribución equilibrada y una tendencia estable en la implicación de los socios.

Más allá de los niveles de participación, los resultados de la encuesta más reciente reflejaron un **nivel de satisfacción muy elevado** con la labor desarrollada por ANEDA. Más del **80% de los encuestados** se declararon muy satisfechos con los servicios ofrecidos por la asociación, alrededor de un **15%** se mostraron satisfechos y solo un pequeño porcentaje adoptó una posición neutral, sin registrarse respuestas de insatisfacción.

Asimismo, la pregunta sobre si **recomendarían Aneda como asociación** fue prácticamente unánime, **ya que el 98% de los participantes afirmó que recomienda siempre a la asociación** a otros profesionales o empresas del sector, frente sólo al 2% que indica que **probablemente sí** lo recomendaría, un dato especialmente significativo que refuerza la confianza y el sentimiento de pertenencia.

Entre las actividades desarrolladas por ANEDA, la **defensa del sector y las relaciones institucionales** volvieron a posicionarse como el principal valor de la asociación, seguidas de la información sectorial y los estudios y datos estadísticos.

En cuanto a los proyectos, **ANEDA ExpoCongress 2025** y el Acuerdo de **colaboración con CONFIDA** concentraron el mayor interés, junto con las **jornadas de networking** y las herramientas de comunicación como la Revista Digital ANEDA NOTICIAS, que continúa contando con una excelente acogida y que más del 80% de los

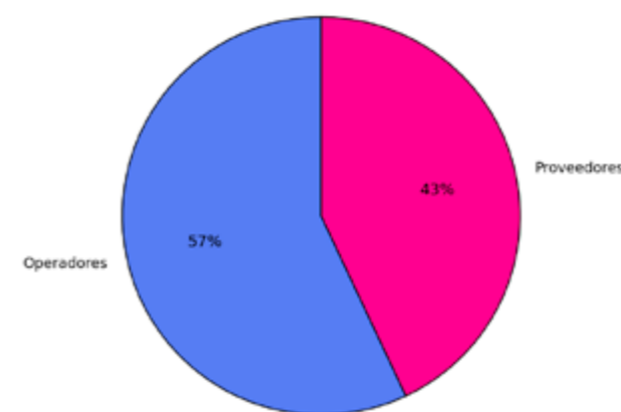
participantes consideró muy interesante.

En el apartado de propuestas de mejora, los socios manifestaron mayoritariamente la conveniencia de **mantener la línea de trabajo actual**, reforzando el impulso de las iniciativas en marcha y continuando con la **defensa activa del sector**.

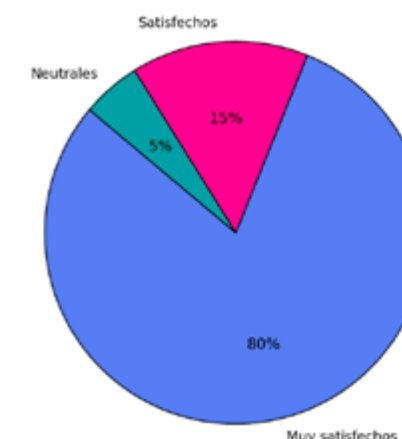
Asimismo, se puso de manifiesto la **necesidad de seguir trabajando en la mejora de la percepción del sector ante las administraciones públicas**, con el objetivo de evitar situaciones de agravio comparativo, **seguir creciendo como asociación**, incorporando a más empresas para fomentar el networking y las relaciones profesionales.

Desde ANEDA se valora especialmente la calidad de la información obtenida y se reafirma el compromiso de seguir impulsando estas encuestas como una herramienta clave para evaluar el trabajo realizado, reforzar aquello que aporta mayor valor y continuar avanzando alineados con las prioridades reales del sector.

Perfil de participantes 2025



Nivel de satisfacción con ANEDA



NOVEDADES

# LA PAREJA PERFECTA



www.rocket.vendin-go.com

bitee vendin GO

El mejor café solo con pulsar un botón.



Descubre nuestra nueva línea Vending

Special Vending

CAFESCANDELAS.COM

MICROMIC Spare parts for the future...



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

copi

# 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

# 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

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)

# PICAR SIN PECAR PARA DEVORAR ESTA REVISTA

- ☑ Ingredientes naturales
- ☑ Horneados



ES RICO, ES BUENO snatt's

La combinación que mejora la sostenibilidad

rhea ESG



Ahorro energético

Diseño modular y flexible

Materiales reciclables

BioCote

rhFS1.touch21,5 saphirh T10



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

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

\*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.



# Alex Pedrol y Marc Molina

Co fundadores de ZUMGO



## 1. ¿Qué es Zumgo y qué la hace diferente a todo lo que ya existe en el mercado del vending español?

Zumgo es una **máquina expendedora de zumo de naranja natural exprimido en el momento**. Lo que nos hace completamente diferentes es que no vendemos un producto envasado ni procesado — el usuario ve cómo su zumo se hace delante de él, con naranjas reales, en cuestión de segundos. En España no existía nada igual, y eso por sí solo ya es una revolución dentro del sector del vending.

## 2. Esta máquina ya triunfa en países como Singapur y Japón — ¿qué ha llevado a Zumgo a apostar por España y por qué es el momento adecuado?

En Asia llevan años demostrando que este modelo funciona y que el consumidor lo adopta con entusiasmo. Nosotros hemos estudiado esos mercados, hemos aprendido de su experiencia y hemos decidido que **España es el lugar ideal para dar el salto en Europa**. Tenemos un clima perfecto para la naranja, una cultura arraigada en el zumo natural y un consumidor cada vez más exigente con lo que come y bebe. **El momento es ahora.**

## 3. ¿Por qué solo naranjas? ¿No es arriesgado apostar por un único producto?

Es precisamente la clave de nuestro éxito. **Apostar por un solo producto** nos permite ser los mejores en eso, controlar cada detalle de la cadena, desde el agricultor hasta el vaso del cliente. No queremos ser una máquina más que ofrece de todo — queremos ser la **referencia en zumo natural fresco**. La especialización genera confianza y eso es lo que construye una marca sólida.

## 4. ¿Cómo es la experiencia del usuario frente a una máquina Zumgo por primera vez? ¿Qué la convierte en algo realmente nuevo?

Es un momento sorprendente. El usuario se acerca, elige su zumo, y en menos de un minuto ve cómo las naranjas caen, se exprimen y llenan su vaso con un zumo completamente fresco y natural. No hay botones complicados, no hay esperas largas, no hay dudas sobre lo que estás tomando. Es una **experiencia transparente, saludable y satisfactoria** que no se olvida fácilmente.

## 5. Zumgo apoya directamente a la agricultura española ¿cómo funciona esa relación con el agricultor y qué garantías de producto natural ofrece al consumidor?

Trabajamos directamente con **agricultores españoles**, principalmente del levante, que nos abastecen de naranjas frescas sin ningún tipo de tratamiento posterior. No hay conservantes, no hay concentrados, no hay manipulación del producto. Lo que entra en la máquina es naranja pura y lo que sale es zumo puro. Creemos firmemente que apoyar al agricultor local es parte de nuestro compromiso con España y con un **modelo de consumo más responsable y sostenible**.

## 6. ¿A qué tipo de ubicaciones va dirigida la máquina y por qué encaja en esos espacios?

Cualquier espacio donde haya tráfico de personas y una demanda de alimentación saludable es un lugar ideal para Zumgo. **Hablamos de oficinas, centros comerciales, gimnasios, hospitales, universidades, hoteles o estaciones de transporte**. Son entornos donde el usuario busca una opción rápida pero de calidad, y ahí es exactamente donde Zumgo marca la diferencia frente a una máquina convencional.



**7. ¿Cuál es vuestra propuesta para el operador de vending tradicional? ¿Qué gana él trabajando con Zumgo?**

El operador gana diferenciación inmediata. En un sector donde muchas máquinas ofrecen prácticamente lo mismo, Zumgo es un elemento que llama la atención, genera conversación y aporta un valor real al espacio donde está instalada. Para el cliente que gestiona esa ubicación — una empresa, un centro deportivo, un hospital — tener una máquina Zumgo es también una **declaración de intenciones sobre el bienestar de sus usuarios.**



**8. ¿Qué le pedís al operador y qué le ofrecéis a cambio?**

Al operador le pedimos algo muy sencillo: que nos abra la puerta, que nos consiga la ubicación. A cambio, nosotros nos encargamos de todo — la máquina, el producto, el mantenimiento, la reposición. **El operador incorpora a su portfolio una propuesta innovadora y saludable** sin complicaciones operativas, y comparte con nosotros el rendimiento que genera esa máquina. Es una alianza donde los dos ganamos.

**9. ¿Por qué un operador debería sumar Zumgo a su negocio actual en lugar de seguir con su oferta habitual?**

Porque el mercado está cambiando y el consumidor también. Cada vez hay más demanda de opciones saludables, naturales y transparentes. El operador que se adelante a esa tendencia va a tener una ventaja competitiva clara. Zumgo no compite con su negocio actual — lo complementa y lo eleva. Es una forma de **modernizar su oferta sin riesgos y con un producto que ya ha demostrado su éxito en otros mercados internacionales.**

**10. Zumgo no quiere ser solo una máquina, queréis construir una comunidad — ¿qué significa eso y cómo se involucra el usuario más allá del zumo?**

Queremos que Zumgo sea un estilo de vida, no una transacción. Estamos construyendo una comunidad alrededor de valores como la **salud, el producto natural, el apoyo al agricultor local y el consumo consciente.** A través de nuestra marca y nuestros canales digitales, queremos que el usuario se sienta parte de algo más grande que un simple zumo. Cada vaso es un pequeño acto de coherencia con uno mismo y con el entorno.



**11. ¿Cuáles son los principales retos de introducir un concepto tan nuevo en el mercado español?**

El principal reto es la **educación del mercado.** Tanto el consumidor como el operador tienen que entender que esto es algo distinto a lo que conocen, y eso lleva tiempo y esfuerzo. También hay retos logísticos propios de trabajar con producto fresco. Pero son retos que nos motivan porque sabemos que al otro lado hay una oportunidad enorme. España está lista para esto.

**12. ¿Qué mensaje lanzáis hoy a un operador que esté leyendo esta entrevista y todavía no os conozca?**

Que no espere más. El vending está evolucionando y los que se posicionen ahora con propuestas **innovadoras** serán los referentes del mañana. Zumgo es una oportunidad real de diferenciarse, de aportar valor a sus clientes y de ser parte de un proyecto que está llamado a crecer con fuerza en España. La puerta está abierta solo tienen que contactarnos

**13. ¿Qué pasiones personales creéis que han influido para dar forma a este proyecto juntos?**

Sin duda, la pasión por emprender y por viajar ha sido el motor de todo. Fue precisamente viajando cuando descubrimos este concepto en mercados como Singapur o Japón y pensamos: **¿por qué esto no existe en España?** Ese momento fue el detonante.

Pero más allá del producto, lo que realmente ha dado forma a Zumgo es la combinación de dos perfiles que se complementan muy bien. **Uno de nosotros lleva la parte financiera y el otro la parte comercial,** y esa dualidad nos da solidez y equilibrio en cada decisión. No somos iguales, y eso es una fortaleza.

Y luego está el sueño compartido que nos une: no queremos quedarnos en España. La visión desde el primer día ha sido **construir una marca con proyección internacional,** que pueda expandirse y competir a nivel mundial. Esa ambición común es la que nos mantiene alineados y con energía para seguir adelante.



# Más del 57% de las pymes reconoce el aumento de costes como su principal amenaza

Más del 57% de las pymes españolas señala el aumento de costes como su principal preocupación, mientras que un 83% de los directivos reconoce haber sufrido estrés durante 2025, frente al 24% de 2024. Estos datos muestran que la presión sobre las empresas no es solo económica, sino también humana.

“Las empresas están tomando más decisiones que nunca para adaptarse a este contexto. Pero eso no está resolviendo sus problemas clave. Las empresas no fallan por lo que deciden, sino por las decisiones que nunca llegan a plantearse”,

explica **Carme Castro**, CEO y fundadora de Kainova. A pesar del esfuerzo constante de los equipos directivos, hay cuestiones importantes que no llegan a presentarse en conversaciones o reuniones, lo que limita la capacidad real de adaptación de la organización.

A pesar de la actividad constante, los márgenes siguen bajo presión y muchas iniciativas no generan resultados tangibles. Las decisiones se revisan una y otra vez, pero lo esencial queda fuera del foco. Como resume Carme, “se decide mucho... pero no se cambia lo que realmente importa”. Esta sensación de avance sin transformación real es una de las principales fuentes de tensión para los CEO.

## Lo que no se plantea también cuenta

El verdadero riesgo, señalan desde Kainova, no está en tomar malas decisiones, sino en dejar fuera aquellas que deberían formar parte del debate. No es falta de talento ni de información: son los temas estratégicos o incómodos los que no encuentran su espacio. Reuniones donde se habla mucho pero no de lo esencial, ajustes que no generan cambios reales... todo apunta a que la empresa decide, pero dentro de un marco limitado.

Entre los temas que no se abordan, destacan decisiones que:

- Incomodan
- Tensionan
- No tienen un espacio claro dentro de la organización.

## Liderazgo Disruptivo™: poner sobre la mesa lo que importa

Aquí es donde entra el enfoque de Kainova. El Liderazgo Disruptivo™ no se centra en motivar, alinear o mejorar procesos, sino en hacer posible que la organización afronte aquello que hasta ahora evitaba.

En un entorno de mayor presión y velocidad, **el riesgo de quedarse atrapado en el mismo marco aumenta**. Contar con un liderazgo capaz de ampliarlo es clave para generar cambios reales y avanzar con criterio.

La pregunta final que toda organización debería hacerse es clara: “¿Qué decisiones no estamos siendo capaces de poner encima de la mesa?” Porque entender qué se deja fuera puede marcar la diferencia entre avanzar... o quedarse donde está.



# El consumo de bebidas en lata crece un 6,8% en 2025 y consolida su tendencia al alza en el retail

**El avance de las bebidas en lata en el retail alimentario confirma la fortaleza de un formato que combina conveniencia, visibilidad y sostenibilidad.**

El consumo de bebidas en lata en España mantiene su senda de crecimiento y refuerza su posición dentro del canal de gran consumo. Según los datos publicados por la Asociación de Latas de Bebidas, las ventas de **bebidas enlatadas en el retail alimentario aumentaron un 6,8% en 2025** respecto al ejercicio anterior, una cifra que acelera el ritmo registrado en 2024 y 2023, cuando el incremento se situó en el 1,8%.

Este crecimiento viene impulsado, principalmente, por la **buena evolución de las bebidas refrescantes**, deportivas y energéticas en lata, que registraron un alza del 13,8% durante el pasado año. El formato destaca especialmente en contextos de consumo vinculados al ocio y la actividad al aire libre, donde su ligereza, resistencia y facilidad de transporte refuerzan su atractivo para el consumidor.

Por categorías, **la cerveza continúa liderando el mercado de bebidas enlatadas**. En 2025, representó el 54% del total de latas de bebidas vendidas en España, consolidándose como el principal motor del segmento.

La creciente presencia de este formato también se refleja en los lineales de los supermercados, donde **la lata gana protagonismo frente a otros envases**. En concreto, superó el 70% en el caso de la cerveza y el 50% en refrescos, evidenciando la apuesta de las marcas por este tipo de packaging.

Uno de los factores clave detrás de esta evolución es el **equilibrio entre funcionalidad y sostenibilidad** que ofrece el aluminio. Este material es reciclable de forma indefinida sin perder propiedades, lo que refuerza su posicionamiento en un contexto en el que tanto consumidores como fabricantes priorizan soluciones más responsables desde el punto de vista ambiental.

Además, la versatilidad del envase permite **adaptarse a una oferta cada vez más amplia de bebidas**, al tiempo que su superficie completa facilita el desarrollo de diseños innovadores, convirtiéndose también en una herramienta de marketing diferencial en el punto de venta.

En este contexto, el presidente de la Asociación, **Lluís Pitarch**, subraya que *“el crecimiento de la lata de bebidas refleja una tendencia clara y sostenida: los consumidores y las marcas avanzan hacia envases que combinan practicidad con un desempeño ambiental sólido. La lata se ha consolidado como una opción coherente con una forma de consumir más responsable”*.



# Inteligencia alimentaria en acción: datos, IA y la transformación del sector

**Los datos, las plataformas y la dinámica de las ferias comerciales del sector alimentario están transformando la creación de valor en todo el sector alimentario mundial, a medida que la IA, la trazabilidad y los ecosistemas digitales redefinen el flujo de productos desde su origen hasta el consumidor. Estas transformaciones también se explorarán en las sesiones de la conferencia SIAL Summits, donde expertos del sector analizarán cómo la tecnología está reconfigurando la cadena de valor agroalimentaria.**

La transformación del sistema alimentario global está cada vez más impulsada por los datos. En producción, distribución y venta minorista, las **herramientas digitales están redefiniendo cómo se crea, captura y mide el valor**. Desde la trazabilidad basada en blockchain hasta la fijación de precios impulsada por IA y las plataformas de inteligencia minorista, la cadena de suministro lineal tradicional está evolucionando hacia una red compleja e interconectada. Este cambio no es solo tecnológico, sino también estructural, e influye en cómo las empresas operan, colaboran y compiten dentro del sector alimentario.

| Fuente: [www.sialparis.com](http://www.sialparis.com) |

## De la trazabilidad a la confianza: la cadena de bloques en la cadena alimentaria

La trazabilidad ha sido durante mucho tiempo un pilar fundamental de la seguridad alimentaria, pero las tecnologías digitales la están llevando a nuevos horizontes. La **tecnología blockchain**, en particular, se está implementando para crear registros inmutables del recorrido de los productos, desde los insumos agrícolas hasta los estantes de los puntos de venta. Las principales cadenas minoristas y fabricantes de alimentos están invirtiendo en estos sistemas para mejorar la transparencia y responder a la demanda de los consumidores de un origen verificable.

Más allá del cumplimiento normativo, la trazabilidad se está convirtiendo en un factor diferenciador comercial. Los productos con procedencia verificada, ya sean orgánicos, de comercio justo o con protección geográfica, gozan cada vez más de un posicionamiento premium. La **integración de la tecnología blockchain** con sensores IoT y flujos de datos en tiempo real también permite la monitorización continua de la temperatura, la humedad y las **condiciones logísticas**, reforzando así la garantía de calidad en toda la cadena de suministro.

## Inteligencia artificial y análisis del sector minorista: de la previsión a la fijación de precios.

La inteligencia artificial está transformando las **operaciones minoristas** en múltiples niveles, desde la previsión de la demanda hasta la fijación dinámica de precios. Las plataformas de inteligencia para el sector minorista ahora recopilan grandes volúmenes de datos, incluidos patrones de ventas, condiciones climáticas, eventos locales y comportamiento del consumidor, para optimizar las estrategias de inventario y precios en tiempo real.

Según un análisis de McKinsey de 2025, la previsión de la demanda basada en IA puede **reducir los errores de previsión** hasta en un 50 % y disminuir los costes de inventario entre un 10 y un 20 %. Este nivel de precisión es especialmente valioso en el sector alimentario, donde la **persecibilidad y la presión** sobre los márgenes exigen un ajuste constante.

Las herramientas de fijación de precios basadas en IA también están ganando terreno. Estos sistemas analizan los precios de la competencia, los modelos de elasticidad y el comportamiento de compra del consumidor para ajustar los precios dinámicamente. En el sector de la alimentación, donde los márgenes suelen ser ajustados, incluso pequeñas mejoras en la eficiencia de los precios pueden tener un **impacto financiero** significativo. Un estudio de Deloitte de 2024 reveló que los minoristas que utilizaban fijación de precios basada en IA experimentaron mejoras en sus márgenes de entre el 2 y el 5 por ciento.

La inteligencia en el sector minorista va más allá de los precios. El análisis de estanterías, impulsado por la visión artificial, permite monitorizar la disponibilidad y la ubicación de los productos en las tiendas, mientras que las plataformas de comercio electrónico utilizan motores de recomendación para personalizar la experiencia del cliente. En conjunto, estas herramientas están transformando el comercio minorista, pasando de un modelo reactivo a un sistema predictivo y adaptativo.

## Plataformas y desintermediación: reconfigurando la distribución

El auge de las plataformas digitales está **transformando** radicalmente los modelos de distribución. Las aplicaciones de reparto de comida a domicilio, los mercados de comercio electrónico y las plataformas de marca blanca permiten a las marcas llegar directamente a los consumidores, reduciendo la dependencia de los intermediarios tradicionales. Esta tendencia, a menudo denominada desintermediación, está reconfigurando el equilibrio de poder dentro de la cadena de valor alimentaria.



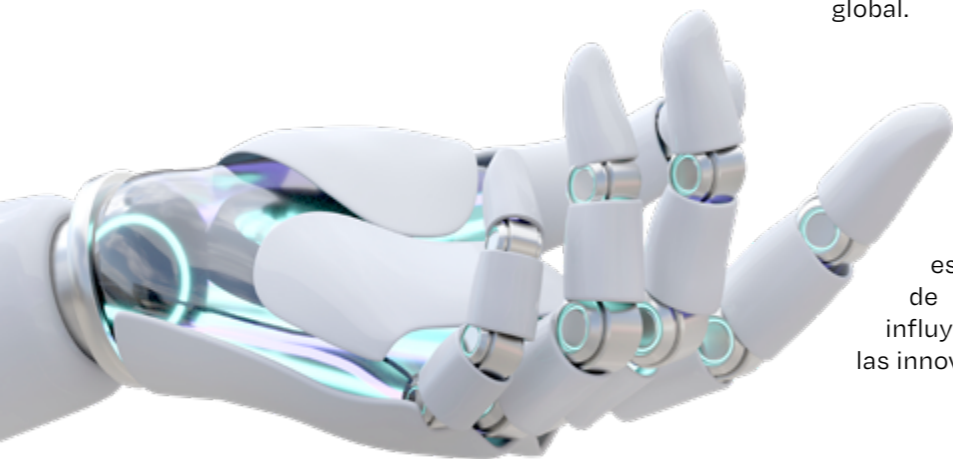
Este cambio se refleja en el crecimiento de los ecosistemas de reparto. Se prevé que los ingresos globales del reparto de comida a domicilio superen el billón de dólares estadounidenses para 2030, impulsados por la creciente adopción por parte de los consumidores de los pedidos a través de aplicaciones. Dentro de este ecosistema, las plataformas actúan no solo como canales de distribución, sino también como **centros de datos, capturando información** detallada sobre las preferencias y el comportamiento de compra de los consumidores.

Al mismo tiempo, la desintermediación no es absoluta. Están surgiendo nuevos intermediarios, como proveedores de tecnología, plataformas logísticas y empresas de análisis de datos. En lugar de eliminar a los intermediarios, el ecosistema se está volviendo más complejo, y el valor se desplaza hacia quienes **controlan los datos y las relaciones con los clientes**.

### Los datos como infraestructura: hacia una nueva cadena de valor

En este contexto, los datos se perfilan como la infraestructura central de la industria alimentaria. Conectan los sistemas de producción, las redes logísticas, los entornos minoristas y las interfaces con el consumidor en un ciclo continuo de retroalimentación. Esta integración permite una **toma de decisiones más rápida, una segmentación más precisa y una mayor eficiencia operativa**.

Sin embargo, también plantea **nuevos desafíos**. La interoperabilidad de datos, la ciberseguridad y el cumplimiento normativo se están convirtiendo en aspectos cruciales, sobre todo a medida que las empresas operan en múltiples jurisdicciones. Es probable que el marco regulatorio en constante evolución de la Unión Europea en materia de gobernanza de datos y mercados digitales influya en el desarrollo de estos sistemas en los próximos años.



Para las empresas del sector alimentario, las implicaciones son estratégicas. La inversión en capacidades digitales se ha vuelto esencial para la competitividad. Las empresas no solo deben adoptar nuevas tecnologías, sino también desarrollar las estructuras organizativas y las habilidades necesarias para aprovecharlas eficazmente. Las alianzas con proveedores de tecnología, startups e instituciones de investigación son cada vez más comunes a medida que las empresas buscan desenvolverse en este complejo panorama. Esta transformación también afecta a las empresas más pequeñas. Si bien las **grandes corporaciones suelen liderar la adopción de tecnología**, las plataformas en la nube y los modelos de software como servicio están reduciendo las barreras de entrada, lo que permite a las pymes acceder a herramientas avanzadas sin una inversión inicial significativa. Esta democratización de la tecnología está reconfigurando la competencia en todo el sector.

### Una nueva agenda para el diálogo con la industria.

A medida que la tecnología, los datos y las plataformas siguen redefiniendo las reglas del juego, el diálogo del sector evoluciona en consecuencia. Las preguntas a las que se enfrentan hoy los profesionales de la alimentación van más allá de la innovación de productos e incluyen la **gobernanza de datos, los ecosistemas digitales y el futuro de la creación de valor**.

Al reunir a expertos del sector, las Cumbres SIAL buscan explorar no solo las aplicaciones actuales, sino también los cambios estructurales que están configurando el futuro del panorama de las **exposiciones sobre innovación alimentaria**. De este modo, ofrecen un espacio para que las partes interesadas analicen cómo la transformación digital está redefiniendo los roles, las relaciones y las oportunidades en todo el sistema alimentario global.

En un entorno donde el valor se determina cada vez más por la información y no solo por el volumen, comprender estas dinámicas se está volviendo esencial. La convergencia de la tecnología y la alimentación se está convirtiendo en un rasgo distintivo de la evolución del sector, que seguirá influyendo en los debates, las estrategias y las innovaciones en SIAL París y más allá.



Creemos que la innovación es clave para un futuro más sostenible

Conoce nuestra gama completa en [www.foodservice.huhtamaki.com.es](http://www.foodservice.huhtamaki.com.es) o compra online en [www.tiendavasos papel.com](http://www.tiendavasos papel.com)



## 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 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](http://www.nestleprofessional.es)



## DESATA EL sabor



PROPORCIONA UN  
SABOR Y EXPERIENCIA  
INIGUALABLE

SABORES MÁS  
AFRUTADOS  
Y DIVERTIDOS

masca  
y fluye

# BIBO



DISTINGUE, DIGITALIZA,  
EVOLUCIONA

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



# Robots humanoides, de la fase de prototipo a un despliegue a escala industrial

Un estudio de Roland Berger prevé que los fabricantes de robótica podrían alcanzar ingresos de entre 300.000 y 750.000 millones de dólares en 2035 y que constituye una oportunidad multimillonaria para el sector, los proveedores y los desarrolladores de tecnología.

El informe de **Roland Berger** Humanoid Robots 2026 – The Convergence Moment for a New Market muestra que los avances en inteligencia artificial y hardware robótico podrían permitir que los sistemas humanoides operen con costes de funcionamiento de alrededor de dos dólares por hora en el futuro. Esto los convertiría en una palanca decisiva para la **competitividad en países con altos costes laborales**, además de fomentar nuevas industrias y contrarrestar la escasez de talento cualificado.

Según el estudio, los fabricantes de robótica podrían alcanzar ingresos de entre 300.000 y 750.000 millones de dólares en 2035. A largo plazo, el mercado podría alcanzar hasta 4 billones de dólares, lo que lo situaría en niveles comparables a la **industria automovilística**.

*"Nos encontramos en un punto en el que la viabilidad tecnológica se cruza con la necesidad económica. La cuestión clave ya no es si los robots humanoides son una realidad, sino a qué velocidad escalará",* afirma **Thomas Kirschstein**, socio de Roland Berger.

## Una oportunidad multimillonaria a lo largo de la cadena de valor

Se espera que los robots humanoides creen nuevos mercados mucho más allá del propio robot: desde **motores, componentes mecánicos y sensores** hasta electrónica y equipos de producción, en una compleja cadena de valor que, en gran medida, se basa en capacidades industriales ya existentes.

No obstante, antes de que los robots humanoides puedan asumir tareas de producción totalmente autónomas, la tecnología debe seguir evolucionando. Mientras que el hardware se encuentra en una fase avanzada, el software, las cadenas de suministro y la regulación están madurando de forma más progresiva. Por ello, los beneficios aparecerán inicialmente en aplicaciones claramente definidas y repetitivas, como el desembalado o el transporte de productos. **Solo a medida que el software alcance una mayor madurez se ampliará el abanico de tareas de los robots.**

Otros aspectos como la **durabilidad**, así como la **seguridad** y la **responsabilidad legal**, también determinarán la velocidad y el alcance de la industrialización. Estos sistemas complejos deben soportar un funcionamiento continuo en entornos de producción exigentes.

Las normas de seguridad actuales están diseñadas para la automatización tradicional, con barreras físicas. Los **robots humanoides**, en cambio, trabajan de forma dinámica y comparten espacios con las personas. Esto requiere nuevos enfoques de prueba y certificación, así como una legislación armonizada.

## Europa necesita su propia cadena de valor

Europa cuenta con una **sólida base industrial**, especialmente en la fabricación de automóviles, la ingeniería mecánica y la automatización. Sin embargo, las inversiones, los volúmenes y los ecosistemas de startups siguen por detrás de Estados Unidos y China. Según el estudio, Europa aún no se ha quedado atrás, pero debe actuar con decisión.

En este sentido, **Pol Busquets**, socio de Roland Berger, señala que *"Europa cuenta con capacidades tecnológicas para beneficiarse del desarrollo de robots humanoides, si bien será clave invertir en cadenas de valor propias y escalar con rapidez"*.

Con costes operativos de alrededor de dos dólares por hora, los **robots humanoides** abren la posibilidad de relocalizar en Europa producción intensiva de mano de obra de forma económicamente viable. El requisito es contar con una estructura europea de creación de valor: mayor escalabilidad, más inversión y una estrecha integración entre industria, proveedores y empresas tecnológicas.

Si esto no se consigue, Europa corre el riesgo de depender de **tecnologías extranjeras**, a pesar de contar en la actualidad con más de 20 startups de robots. Sin una cadena de valor industrial propia capaz de competir con Estados Unidos y China, una parte significativa de los efectos económicos se generaría fuera de Europa, como ya se observa en parte de la industria de la inteligencia artificial.

## Sobre el estudio

El estudio Humanoid Robots 2026 – The Convergence Moment for a New Market analiza el potencial de mercado, la economía de la robótica humanoide y los requisitos tecnológicos y regulatorios para su escalado. Se basa en **entrevistas de mercado, modelización y datos internos de Roland Berger**. También examina ecosistemas regionales y los primeros campos de aplicación industrial.



# Del campo al lineal: cómo se fabrican hoy los snacks en España

La fabricación de snacks y frutos secos en España se apoya hoy en tres grandes ejes: seguridad alimentaria, innovación tecnológica y sostenibilidad. Detrás de cada producto hay procesos de elaboración cada vez más eficientes y exigentes, diseñados para garantizar calidad, trazabilidad y adaptación a un consumidor y a un marco regulatorio en constante evolución.



| Fuente: perfectdailygrind.com |

## Selección y preparación de materias primas

**Patatas, cereales, legumbres, semillas y frutos secos** son sometidos a estrictos controles de calidad desde su origen. Los elaboradores de snacks colaboran estrechamente con los productores agrícolas para diseñar e implantar prácticas de agricultura eficientes y sostenibles y trabajan con proveedores de proximidad, lo que refuerza la trazabilidad, reduce la huella logística y contribuye al desarrollo del entorno agrícola.

## Procesos de elaboración

Los sistemas de elaboración se adaptan al tipo de producto y a las nuevas demandas del mercado, combinando conocimiento tecnológico y control de calidad:

- **Fritura controlada**, con aceites vegetales de alta calidad y sistemas de mitigación de acrilamidas.
- **Horneado**.
- **Extrusión y laminado**, técnicas habituales en alimentación que permiten desarrollar nuevos formatos, texturas y perfiles sensoriales.

La mejora continua en estos procesos ha permitido avanzar en aspectos como la **eficiencia energética** y la **variedad de sabores y texturas**.

## Aromatización y perfil nutricional

En esta fase del proceso, se utiliza sal y especias y condimentos naturales, en línea con las recomendaciones nutricionales y las expectativas del consumidor. Una de las prioridades del sector es poner a disposición del consumidor la gama más amplia de opciones posible, para adaptarse a distintos momentos de consumo y necesidades.



## Envasado y sostenibilidad

El **envase** se ha convertido en un elemento clave. El sector ha logrado reducir hasta un 50% el uso de plásticos convencionales incorporando materiales reciclables, compostables y soluciones de ecodiseño, en coherencia con los objetivos europeos de economía circular.

## Control de calidad y trazabilidad

A lo largo de todo el proceso se aplican **controles microbiológicos** y sensores que permiten implementar sistemas digitales de seguimiento que garantizan la seguridad alimentaria y el cumplimiento normativo de cada lote.

En este contexto, la elaboración de snacks y frutos secos se ha convertido en un ejercicio de **integración de sostenibilidad, eficiencia y innovación** para adaptarse a un consumidor en constante evolución y a un marco regulatorio que avanza a pasos agigantados. Este avance es un factor clave en la transformación del sector alimentario.



# La bebida de café más cara del mundo es el café Kopi Luwak

**Una mirada a uno de los cafés más singulares del mundo y a los detalles que hacen de las cafeterías espacios llenos de historia, cultura y personalidad.**

El café **Kopi Luwak** es conocido como la bebida de café más cara del mundo. Se elabora a partir de granos de café que han sido parcialmente digeridos por civetas, un pequeño mamífero nocturno que se encuentra en regiones de Asia, como **Indonesia, Filipinas y Vietnam**.

El proceso de producción del café Kopi Luwak comienza cuando las civetas se alimentan de los frutos maduros del café. Una vez que las civetas digieren los frutos, los granos de café pasan a través de su tracto digestivo, donde se cree que ocurre una fermentación especial. Durante este proceso, los enzimas en el sistema digestivo de las civetas interactúan con los granos de café, lo que se cree que contribuye a su **sabor y aroma únicos**.

Después de ser excretados por las civetas, los granos de café **se recolectan, se lavan y se tuestan** para eliminar cualquier

impureza. Aunque el origen del café Kopi Luwak está relacionado con la alimentación y la digestión de las civetas, se considera seguro para el consumo humano después de ser procesado adecuadamente.

La rareza y la demanda limitada de este tipo de café, junto con el **proceso de producción único**, contribuyen a su elevado precio en el mercado. Además, su sabor se describe a menudo como suave, de cuerpo completo y con matices sutiles y terrosos.

Sin embargo, es importante mencionar que la producción del café Kopi Luwak ha generado **preocupaciones éticas y de bienestar animal** debido a prácticas de recolección inhumanas y explotación de las civetas. Es fundamental buscar marcas y proveedores que se adhieran a prácticas responsables y éticas en la producción de café.

En resumen, el café **Kopi Luwak** es considerado la **bebida de café más cara del mundo**. Se elabora a partir de granos de café parcialmente digeridos por civetas. Aunque su proceso de producción es único y su sabor es apreciado por algunos, es importante considerar las preocupaciones éticas y de bienestar animal asociadas con este tipo de café.



# Alimentaria+Hostelco cierra con éxito su edición más internacional

La gran plataforma ferial para la industria de la alimentación, las bebidas, el foodservice y el equipamiento hostelero clausura hoy con gran éxito de público y negocio una edición marcada por reunir su mayor número de expositores extranjeros y una gran participación de compradores nacionales e internacionales. El evento, que ha celebrado el **50<sup>a</sup> aniversario** de Alimentaria, ha destacado además por el protagonismo del sector horeca y el impulso a las innovaciones de productos y soluciones para el sector.

Durante los cuatro días de celebración el salón ha recibido la visita de **109.600 profesionales**, un 25% de ellos internacionales, procedentes de 120 países, fundamentalmente de Estados Unidos, Latinoamérica y Europa. Los compradores y público profesional han acudido atraídos por la gran oferta presentada por **más de 3.300 empresas expositoras, 1.200 de 70 países**, en una convocatoria que ha impulsado la internacionalización, el negocio y la competitividad de sectores estratégicos para la economía.

En este sentido, las empresas internacionales participantes han supuesto un **30% más que la pasada edición**, en 2024, con un aumento del 40% más de superficie expositiva destinada a presencia internacional. Europa, con Polonia como País de Honor, junto con Latinoamérica y Norteamérica, han concentrado buena parte de esta representación empresarial.

Asimismo, durante los cuatro días del certamen se han celebrado **14.500 reuniones** de negocios entre las firmas participantes y los **más de 2.700 compradores e importadores** de 120 países invitados por el salón.

| Fuente: alimentaria.com |

Para **Antoni Llorens**, presidente de Alimentaria, *“El gran éxito de participación de esta edición demuestra la solidez del sector incluso en un contexto internacional tan complejo como el actual. Gracias a sus 50 años de trayectoria, Alimentaria continúa siendo una herramienta de internacionalización imprescindible para nuestra industria”*.

## Impulso del canal Horeca y la innovación

Una de las áreas de mayor éxito de esta edición ha sido la dedicada al canal Horeca, que, en línea con la **apuesta estratégica** del certamen por el foodservice y la hostelería, ha crecido este año un 40% reuniendo más de 600 empresas del sector. La gran participación de público junto al programa de actividades y las innovaciones presentadas, reflejan para el presidente de Hostelco, Pere Taberner, *“el dinamismo y la capacidad de transformación tanto de la industria alimentaria en su conjunto, como del sector horeca en particular”*.

En este sentido, los nuevos productos y desarrollos han vuelto a situarse en el epicentro del evento. El salón se ha convertido en un **escaparate de propuestas** pioneras, especialmente las que ofrecen al mercado soluciones más saludables, con menor impacto ambiental, y aplicaciones de inteligencia artificial orientadas a una nutrición cada vez más personalizada.

Fruto de la colaboración de **Alimentaria+ Hostelco** con la **Fundació Banc dels Aliments**, un centenar de voluntarios de la ONG tienen previsto recoger más de 20.000 kg de alimentos y bebidas donados por las empresas expositoras.

La próxima edición de Alimentaria+Hostelco tendrá lugar del 20 al 23 de marzo de 2028 en el recinto de Gran Via de Fira de Barcelona.



# EY España otorga a la CEO de Frit Ravich, Judith Viader, el Premio Emprendedor del Año

La Ceo de la empresa y ganadora del reconocimiento en Trayectoria de Empresa Familiar llegó a la final española como vencedora de la zona de Catalunya



Judith Viader (Frit Ravich), galardonada con el Premio Emprendedor del Año 2025 de EY por Catalunya EY / Europa Press

EY España ha otorgado a la ceo de **Frit Ravich, Judith Viader**, el Premio Emprendedor del Año en reconocimiento a la Trayectoria de Empresa Familiar en una gala celebrada este miércoles en la **Real Fábrica de Tapices de Madrid**.

**Judith Viader** llegó a la final española como vencedora de la zona de Catalunya. Es la ceo de Frit desde hace tres décadas, empresa que fundó su padre y que ella se ha encargado de transformar y expandir.

Los 60 años de trayectoria de la empresa, en los que se han convertido en un referente nacional en la **elaboración de patatas fritas, snacks y frutos secos**, son lo que han llevado a Viader a ganar el reconocimiento a la Trayectoria de Empresa Familiar dentro del Premio Emprendedor del año de EY.

La ganadora absoluta del **Premio Emprendedor del Año de EY 2025** ha sido la presidenta del grupo gallego Lence, **Carmen Lance**, ha informado la consulta en un comunicado este jueves. La presidenta Lance, ha sido premiada por su trayectoria como líder del grupo y por su implicación en el desarrollo del sector lácteo y el entorno rural.

Entre los premios a Emprendedor del Año otorgados por EY se encuentra **Borja Vázquez**, presidente de la firma de moda sevillana Scalpers, se ha alzado con el reconocimiento al Crecimiento.

**Judith Viader**, galardonada con el Premio Emprendedor del Año 2025 de EY por Catalunya

La ceremonia de entrega del Premio Emprendedor del Año de EY ha contado con la asistencia de destacados representantes de compañías del **Ibex-35 y de las empresas más relevantes de España**.



La CEO de Frit Ravich, Judith Viader, en la entrega de premios (Keystone Pictures USA / Zuma Press)

# Gullón fomenta iniciativas de bienestar para su plantilla

La galletera activa un plan de mejora psicosocial y refuerza sus acciones de salud laboral



| Fuente: [revistainforetail.com/](http://revistainforetail.com/) |

Galletas Gullón pone en marcha un plan de acción de **mejora psicosocial orientado a reforzar el bienestar emocional de su plantilla**, que incluye jornadas formativas sobre gestión del estrés y comunicaciones periódicas con recomendaciones para el cuidado de la salud mental. Esta iniciativa se enmarca en la estrategia de la compañía para promover entornos laborales saludables y mejorar la calidad de vida de sus empleados.

En este sentido, el director corporativo de Galletas Gullón, **David Casañ**, ha señalado que “en Gullón entendemos que el bienestar de las personas es un pilar fundamental para construir un proyecto empresarial sólido. **Promover hábitos saludables, cuidar la salud emocional** de nuestros empleados y facilitar el acceso a servicios que mejoren su calidad de vida forma parte de nuestra manera de entender el propósito de la compañía”.

Casañ ha añadido que *“nuestro objetivo es seguir impulsando iniciativas que contribuyan a que las personas puedan desarrollarse profesionalmente y sentirse parte de un proyecto común”*.

El plan se complementa con la incorporación de una sección específica de bienestar psicoemocional en la plataforma interna de formación, donde los trabajadores pueden acceder a contenidos y recursos sobre salud mental. Asimismo, en el ámbito de la prevención, la empresa celebrará un **Taller Práctico de Escuela de Espalda**, enfocado en la mejora de la movilidad y el cuidado de la columna, impartido por un profesional.

**David Casañ:** *“Nuestro objetivo es seguir impulsando iniciativas que contribuyan a que las personas puedan desarrollarse profesionalmente y sentirse parte de un proyecto común”*

Estas acciones se suman a la **campaña anual** de vigilancia de la salud que desarrolla la compañía, orientada al seguimiento médico y la prevención entre sus empleados.

En el ámbito de la alimentación saludable, Galletas Gullón comparte **consejos de nutrición y bienestar a través de Somos Nutrisensatos**, iniciativa de la que forma parte y que promueve hábitos de vida equilibrados. Asimismo, la compañía desarrolla acciones vinculadas a DisFRUTA, un proyecto que da una segunda vida a fruta descartada por motivos estéticos. En el marco de esta iniciativa, la fruta se distribuye en las instalaciones de la empresa para su consumo por parte de los empleados, contribuyendo así a **reducir el desperdicio alimentario**.

Por otra parte, Galletas Gullón ha establecido acuerdos con distintas entidades para facilitar el **acceso de su plantilla a servicios sanitarios** en condiciones ventajosas, incluyendo descuentos en seguros de salud, laboratorios y clínicas oftalmológicas.

En concreto, la compañía cerró 2025 con una facturación superior a 750 millones de euros y más de **2.300 empleados**, con la previsión de alcanzar los **3.000 puestos de trabajo en 2030** tras la puesta en marcha de nuevas líneas de producción. Asimismo, mantiene programas de formación continua, políticas de inclusión y desarrollo profesional, y figura en los rankings Merco Talento 2025 y Merco Talento Universitario 2025/26.



# La nueva respuesta penal a la multireincidencia y otras modificaciones: análisis de la Ley Orgánica 1/2026

El nuevo marco legal eleva la presión penal sobre los infractores habituales y puede marcar un punto de inflexión en la seguridad del sector.

El 9 de abril de 2026 se publicó en el BOE la **Ley Orgánica 1/2026**, que modifica el Código Penal y la Ley de Enjuiciamiento Criminal con el objetivo principal de reforzar la respuesta penal frente a la reiteración de delitos patrimoniales de escasa cuantía, especialmente los hurtos y las estafas leves. La reforma profundiza en una línea ya iniciada en 2022, cuando se agravó el delito de hurto en supuestos de reincidencia, incluso computando condenas previas por delitos leves. Ahora, el legislador amplía y sistematiza ese endurecimiento para combatir la llamada multireincidencia.

En la parte general del Código Penal, la **reforma modifica el artículo 22.8.º**, relativo a la reincidencia, para mantener la regla general según la cual no se computan los antecedentes por delitos leves, salvo en los tipos agravados por multireincidencia de delitos leves. Con ello, la ley introduce una **excepción expresa para los delitos de hurto y estafa**, reforzando la coherencia del sistema. También se modifica el artículo 66.2 del Código Penal para limitar el margen de apreciación judicial en los supuestos agravados por multireincidencia, evitando que el "prudente arbitrio" de jueces y tribunales neutralice en la práctica la aplicación de estos subtipos agravados. La finalidad es asegurar una respuesta penal efectiva en casos de reiteración delictiva.

La reforma incide igualmente en el **artículo 80.2.1.º del Código Penal**, relativo a la suspensión de la ejecución de la pena. En adelante, los delitos leves que integren un tipo agravado por multireincidencia podrán ser tenidos en cuenta para valorar si el condenado es un delincuente primario. En la práctica, ello dificultará la suspensión de penas privativas de libertad en supuestos de hurtos o estafas leves reiterados, lo que previsiblemente aumentará la ejecución efectiva de penas de prisión en estos casos.

En materia de hurto, se modifica el **artículo 234.2 del Código Penal**. La regla general sigue siendo que, si el valor de lo sustraído no excede de 400 euros, la conducta se castiga con multa de uno a tres meses. Sin embargo, se impone la pena prevista para el tipo básico cuando el culpable haya sido condenado ejecutoriamente al menos por **tres delitos de la misma naturaleza** comprendidos en el mismo título, siempre que al menos uno de ellos sea leve. La reforma no altera sustancialmente el régimen anterior, pero aclara expresamente este requisito.

También se modifica el artículo 235, que regula los subtipos agravados del hurto. En primer lugar, el numeral 4.º agrava el hurto de productos agrarios o ganaderos, o de los instrumentos utilizados para su obtención en explotaciones ganaderas, sin exigir ya un perjuicio grave, bastando con que el valor de lo sustraído supere los 400 euros. En segundo lugar, el numeral 7.º precisa que la agravación por reincidencia exige tres condenas por delitos menos graves o graves de la misma naturaleza, excluyendo por tanto los delitos leves del cómputo. Finalmente, se introduce un nuevo numeral 10.º que agrava el **hurto de teléfonos móviles y otros dispositivos de comunicación o almacenamiento masivo de datos personales**. Esta novedad es especialmente relevante, ya que desplaza el criterio del valor económico del objeto y permite castigar con pena de prisión de uno a tres años conductas que antes podían ser consideradas leves si el dispositivo no superaba los 400 euros. Quedan fuera de esta agravación los terminales destinados a la venta, almacenaje o exposición en establecimientos comerciales.

La Ley Orgánica 1/2026 también modifica el artículo 105 de la Ley de Enjuiciamiento Criminal para facultar a las entidades locales a ejercer la acción penal en relación con determinados delitos de hurto. Esta legitimación, poco habitual en nuestro sistema, responde a la voluntad del legislador de atender las **reclamaciones institucionales** frente al incremento de estos delitos en el ámbito urbano y comercial.

En cuanto al delito de estafa, la reforma mantiene como regla general que las estafas de cuantía inferior a 400 euros se castiguen con multa de uno a tres meses, pero introduce dos excepciones. La primera se refiere a los casos en que **concurra alguna de las circunstancias agravantes del artículo 250 del Código Penal**, aunque no especifica qué pena correspondería en estos casos. La segunda, más relevante, afecta a la multireincidencia: cuando el autor haya sido condenado ejecutoriamente por tres delitos de la misma naturaleza comprendidos en el capítulo de las defraudaciones, y al menos uno de ellos sea leve, la conducta se castigará con pena de prisión de seis meses a tres años. Tampoco aquí se computarán los antecedentes cancelados o que debieran serlo.

Asimismo, se reforma el artículo 250.8.º del Código Penal para reservar la agravación por reincidencia conforme a dicho precepto a quienes hayan sido condenados por tres delitos graves o menos graves de estafa, excluyendo expresamente del cómputo las estafas leves. De este modo, la ley distingue entre la multireincidencia en delitos leves, que ahora **tiene un régimen específico, y la reincidencia en delitos de graves y menos graves**.



ZONA VIGILADA ZONA VIGILADA ZONA VIGILADA ZONA VIGILADA ZONA VIGILADA ZONA VIGILADA ZONA

NOTA ANEDA:

Finalmente, la reforma introduce otras modificaciones de alcance procesal y sustantivo. En el plano procesal, modifica los artículos 13 y 544 bis de la **Ley de Enjuiciamiento Criminal** para reforzar la protección de la víctima desde las primeras fases del procedimiento penal. En el plano sustantivo, tipifica expresamente determinadas **conductas vinculadas indirectamente al narcotráfico**, como la defraudación de fluido eléctrico destinada a abastecer instalaciones usadas para actividades del artículo 368 del Código Penal, o la tenencia, depósito, fabricación, transporte o suministro no autorizado de combustibles líquidos. Esta última conducta se relaciona con el denominado "petaqueo", consistente en suministrar combustible a narcolanchas, fenómeno que hasta ahora no contaba con una respuesta penal específica suficientemente clara.

En conjunto, la LO 1/2026 refuerza la **reacción penal frente a la delincuencia patrimonial reiterada de escasa cuantía**, reduce también en relación con estos delitos espacios de discrecionalidad judicial y dificulta el acceso a mecanismos como la suspensión de la pena. La reforma refleja una opción político-criminal clara: intensificar la respuesta frente a la multirreincidencia, especialmente en hurtos y estafas leves, y ampliar al mismo tiempo la cobertura penal de conductas conexas con otras formas de criminalidad, como el narcotráfico.

**Impacto de la LO 1/2026 en el pequeño hurto en el vending**

La reciente **Ley Orgánica 1/2026**, publicada el 9 de abril, refuerza la respuesta penal frente a la **multirreincidencia en delitos patrimoniales de escasa cuantía**, especialmente los **hurtos leves**, una problemática que afecta de forma directa al sector del vending.

La norma endurece el tratamiento penal de quienes acumulan tres o más condenas por delitos de la misma naturaleza, incluso cuando alguno sea leve, permitiendo imponer **penas de prisión** en casos de reiteración. Este cambio busca combatir la delincuencia habitual que opera en entornos urbanos y comerciales, donde se incluyen los espacios con máquinas expendedoras.

Para el vending, donde el **pequeño hurto** —aperturas forzadas, sustracción de productos o daños menores— supone un coste recurrente y difícil de perseguir, esta reforma introduce un marco más firme frente a los infractores habituales. Además, la ley faculta a las **entidades locales** para ejercer la acción penal en determinados supuestos de hurto, lo que podría facilitar una mayor implicación municipal en la protección de instalaciones y equipamientos.

ANEDA seguirá analizando la aplicación práctica de esta reforma y su potencial para mejorar la seguridad y reducir la incidencia delictiva en el sector.



*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



# La Ley 1/2025 sobre desperdicio alimentario ya es una realidad: ANEDA impulsa soluciones prácticas para el sector

La norma internacional ISO 14001 sobre sistemas de gestión ambiental será actualizada durante 2026 con la publicación de una nueva edición que sustituirá a la versión vigente ISO 14001:2015.

La Ley 1/2025 de prevención del desperdicio alimentario ya se encuentra en vigor, estableciendo nuevas obligaciones para las empresas en materia de gestión de excedentes, trazabilidad y responsabilidad en la cadena alimentaria.

La norma se proyecta sobre los agentes de la cadena alimentaria y, por tanto, puede afectar a operadores de producción, transformación, distribución, comercio alimentario, retail, plataformas, hostelería, restauración y otros proveedores de servicios alimentarios. También alcanza a entidades dedicadas a la distribución para donación y contempla obligaciones para las Administraciones Públicas.

Esto significa que la Ley no interpela únicamente al último eslabón que vende al consumidor final. Puede tener impacto en toda la cadena de suministro agroalimentaria, desde operadores primarios hasta compañías industriales, grupos de distribución, cadenas de restauración o negocios de food service, incluyendo también actividades como el vending o supuestos de externalización de servicios, en los que la empresa titular de los alimentos mantiene la responsabilidad de asegurar el cumplimiento de la normativa a lo largo de toda la cadena.

| Fuente: grupoacms.com |

La pregunta relevante ya no es solo si una empresa "está afectada", sino **qué obligaciones concretas le resultan aplicables en función de su actividad, estructura, tamaño y modelo de operación**, si bien existen determinadas exclusiones —para microempresas, pequeñas explotaciones agrarias y establecimientos menores de 1.300 m2.

Cualquier compañía que maneje alimentos, gestione mermas, opere con excedentes o participe en su comercialización o redistribución debería analizar ya su posición frente a la Ley.

## Posibles sanciones

La Ley incorpora un **régimen sancionador específico**.

La norma tipifica tres niveles de infracciones y prevé sanciones en función de la gravedad del incumplimiento -las leves pueden acarrear multas de hasta 2.000 euros; las graves, entre 2.001 y 60.000 euros; y las muy graves pueden llegar a los 500.000 euros-, lo que obliga a tomarse muy en serio cuestiones como la ausencia de los instrumentos exigibles, la falta de adecuación a la jerarquía legal de prioridades o una gestión deficiente de los procesos vinculados a la prevención y redistribución del excedente. Entre las faltas más destacadas están: no contar con un plan de prevención, destruir alimentos aprovechables, impedir donaciones o reincidir en infracciones previas.

[Ver información sobre webinar en apartado asociación](#)

En muchos casos, el principal problema no será entender la Ley, sino traducirla a procedimientos viables dentro de operaciones complejas y coordinarlas con compras, calidad, supply chain, retail, food service, sostenibilidad y legal.

Para el sector del vending, este nuevo marco normativo supone un reto operativo que requiere información clara, soluciones prácticas y acompañamiento especializado.

Conscientes de esta realidad, **ANEDA impulsa iniciativas formativas y divulgativas orientadas a ayudar a sus empresas asociadas** a cumplir la normativa y, al mismo tiempo, aprovechar las oportunidades que ofrece una gestión eficaz de los excedentes alimentarios.

La correcta gestión del desperdicio no solo permite cumplir con la ley, sino que puede convertirse en una **ventaja competitiva**, mejorando la eficiencia operativa, accediendo a incentivos fiscales y reforzando el compromiso con la sostenibilidad y los criterios ESG.

En este contexto, **ANEDA**, junto a **NARIA**, ha puesto en marcha un webinar específico que muestra cómo la **tecnología y la colaboración con entidades sociales** permiten dar una segunda vida a los excedentes alimentarios de forma segura, trazable y alineada con las exigencias legales actuales.

Desde ANEDA se subraya la importancia de **anticiparse, informarse y actuar**, acompañando al sector en este nuevo escenario normativo y facilitando herramientas que ayuden a transformar una obligación legal en una oportunidad de mejora y valor añadido.



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](mailto:computer@computer-informatica.com)  
web: [www.computer-informatica.com](http://www.computer-informatica.com)

**gullón**

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

**CHOCO BOM** NUEVO!  
**Crackers** NUEVO!  
**BIO** NUEVO!  
**Vitalday**

**@FAS**

*made in Italy*

**CALIDAD QUE DURA EN EL TIEMPO**

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

**www.facebook.com/Fas.vending**  
**www.twitter.com/fas\_vending**  
**www.fas.it**

**Madrid Machine**  
Distribuidor Oficial para España  
MFM: Madrid Fas Machine  
C/Prado Sur, 5 - Sector 8  
28000 Torrejón de Ardoz - MADRID  
T: 91 474 6107 - F: 91 474 6104  
[www.madridmachine.es](http://www.madridmachine.es)  
javier.garcia@madridmachine.es

**CARRETILLA** Vending **PUNTO** Soluble

La alternativa más saludable, práctica y de calidad para Vending

UNA AMPLIA GAMA DE ENSALADAS Y PLATOS LIGEROS 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. - Población 10 - 31330 Villabarra (Navarra) - Tel. 948 843 360 - [vending@grupelan.com](mailto:vending@grupelan.com) **ian**

**Pascual** Dar lo mejor

La mejor pausa **está dentro.**

**ColaCao BAÑADAS**  
**nocilla BARRITAS COOKIES & Cream**  
**nocilla MINI ORIGINAL**

**nocilla** **ColaCao**

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](mailto:rmartin@euroconsultores.es)  
[www.euroconsultores.es](http://www.euroconsultores.es)

**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](http://www.profesional.brita.es)

**CUPERNICAN** HoReCa **Vending** Take away

**SNOBIE BOBBIE**

[www.cupernican.com](http://www.cupernican.com)  
[hello@cupernican.com](mailto:hello@cupernican.com)  
+370 657 77955

# Venditalia acogerá a muchas empresas asociadas de Aneda

Gran representación española estará presente en Rimini

Del 6 al 8 de mayo, numerosas empresas asociadas a ANEDA estarán presentes en Venditalia, que se celebra en Rimini, uno de los principales escaparates internacionales del sector de la distribución automática y punto de encuentro clave para la innovación, las tendencias y el futuro del vending.

La participación de los socios de ANEDA en Venditalia refleja la **fortaleza, diversidad y capacidad innovadora del sector**, así como su apuesta por la internacionalización y el crecimiento en mercados globales. Venditalia se consolida, una vez más, como un entorno estratégico para generar visibilidad, establecer conexiones de valor y abrir nuevas oportunidades de negocio.

Desde ANEDA la asociación acompaña y respalda esta presencia, reafirmando su compromiso de estar **cerca de sus empresas asociadas** en los principales foros internacionales del sector. Estar al lado de los socios en eventos como Venditalia forma parte de la labor de ANEDA para potenciar el papel colectivo del vending profesional y reforzar su voz a nivel internacional.

**En esta edición, estarán presentes, entre otras, las siguientes empresas asociadas:**

Azkoyen Group, Bianchi Industry, Borges – Tramier, Best Water Technology (BWT), Caslab “Make it simple”, Coges, Crane Convenience Fini Golosinas, Karibou, Televend, Laqtia, Mars, H2O Direct, Micromic, Myma, N-and Group, Nayax, Frekuent, Simat Solubles, Velarte, Qualery Culture, Red Bull, REPA Iberia y Sandenvendo Europe, que muestran en sus stands la innovación, calidad y soluciones que definen al sector.

En la imagen que acompaña esta noticia se recogen las **empresas participantes y la ubicación de sus stands**. Invitamos a todos los asistentes a visitarlos.

## Venditalia ya ha llegado

Contará con:

- Más de 300 marcas de cerca de 100 países
- 30.000 m<sup>2</sup> de exposición
- Dos áreas especiales totalmente nuevas
- Un completo programa de conferencias y workshops

ANEDA estará presente, como en cada edición, gracias a la alianza y colaboración como asociación nacional, acompañando y apoyando a los expositores asociados que mostrarán la innovación y evolución del sector.

Desde ANEDA animamos a las empresas del sector a registrarse y obtener su entrada gratuita para Venditalia 2026, y a participar en el que es el encuentro internacional más relevante del vending.

**¡REGÍSTRATE!**

Además, la organización ofrece **traslado gratuito** desde el aeropuerto hasta la feria, servicio que puede reservarse en el momento del registro.

## ¡VISITA A NUESTROS SOCIOS!

AZKOYEN - HALL D1 - STAND 155  
 BIANCHI INDUSTRY - HALL B1 - STAND 77  
 BORGES - HALL B3 - STAND 18  
 BWT - HALL D3 - STAND 35  
 CASLAB - HALL D3 - STAND 37  
 COGES - HALL D1 - STAND 155  
 CRANE CONVENIENCE - HALL B1 - STAND 76  
 FINI - HALL B3 - STAND 32  
 INDUSTRIAS SOSTENIBLES KARIBOU - HALL D1 - STAND 193  
 INTIS - HALL B3 - STAND 148  
 LAQTIA - HALL B3 - STAND 192  
 MARS - HALL B3 - STAND 112  
 MATIPAY - HALL D3 - STAND 31  
 H2O - MICROFILTER - HALL B3 - STAND 22  
 MICROMIC - HALL D1 - STAND 153  
 MYMA - HALL D2 - STAND 9  
 N-AND GROUP - HALL B1 - STAND 34  
 NAYAX - HALL D2 - STAND 68  
 FREKUENT - HALL D2 - STAND 23  
 PREPARADOS ALIMENTICIOS SIMAT - HALL D1 - STAND 15  
 PRODUCTOS VELARTE - HALL B1 - STAND 56  
 QUALERY - HALL D3 - STAND 38  
 RED BULL - HALL D1 - STAND 64  
 REPA - HALL B1 - STAND 142  
 SANDEVENDO - HALL D3 - STAND 75

**¡Nos vemos en Rimini!**  
 El vending español está presente...  
 y Aneda te espera allí.



**¡Vuela directo a Venditalia26!**

Vuelo directo al Aeropuerto  
Internacional de Bolonia



**Free shuttle bus desde el Aeropuerto de Bolonia hasta Rimini Expo Centre, Italia**

# CONFIDA hace balance del reciclaje en el vending

RiVending muestra resultados y estará presente en Venditalia 2026

Con motivo del **Día Mundial del Reciclaje** (18 de marzo), desde el sector del vending llegan datos que refuerzan el impacto positivo de la economía circular cuando se trabaja de forma coordinada.

En 2025, en Italia se recogieron **93 millones de vasos de plástico** procedentes de máquinas expendedoras, que fueron enviados a reciclaje, logrando un ahorro de más de **638 toneladas de CO<sup>2</sup>**. Un resultado equivalente a la absorción anual de **30.000 árboles** o a la eliminación de las emisiones de más de 250 vehículos.

Estos resultados forman parte de RiVending, el proyecto impulsado por **CONFIDA, COREPLA y UNIONPLAST**, que promueve la recuperación y el reciclaje de vasos de café en poliestireno y botellas PET en el ámbito de la distribución automática.

El crecimiento del proyecto confirma una sensibilidad cada vez mayor hacia la sostenibilidad y la economía circular: a cierre de 2025, RiVending estaba activo en más de 3.000 empresas, con un incremento cercano al 13 % respecto al año anterior, y con casi 17.000 puntos de recogida instalados junto a las máquinas expendedoras.

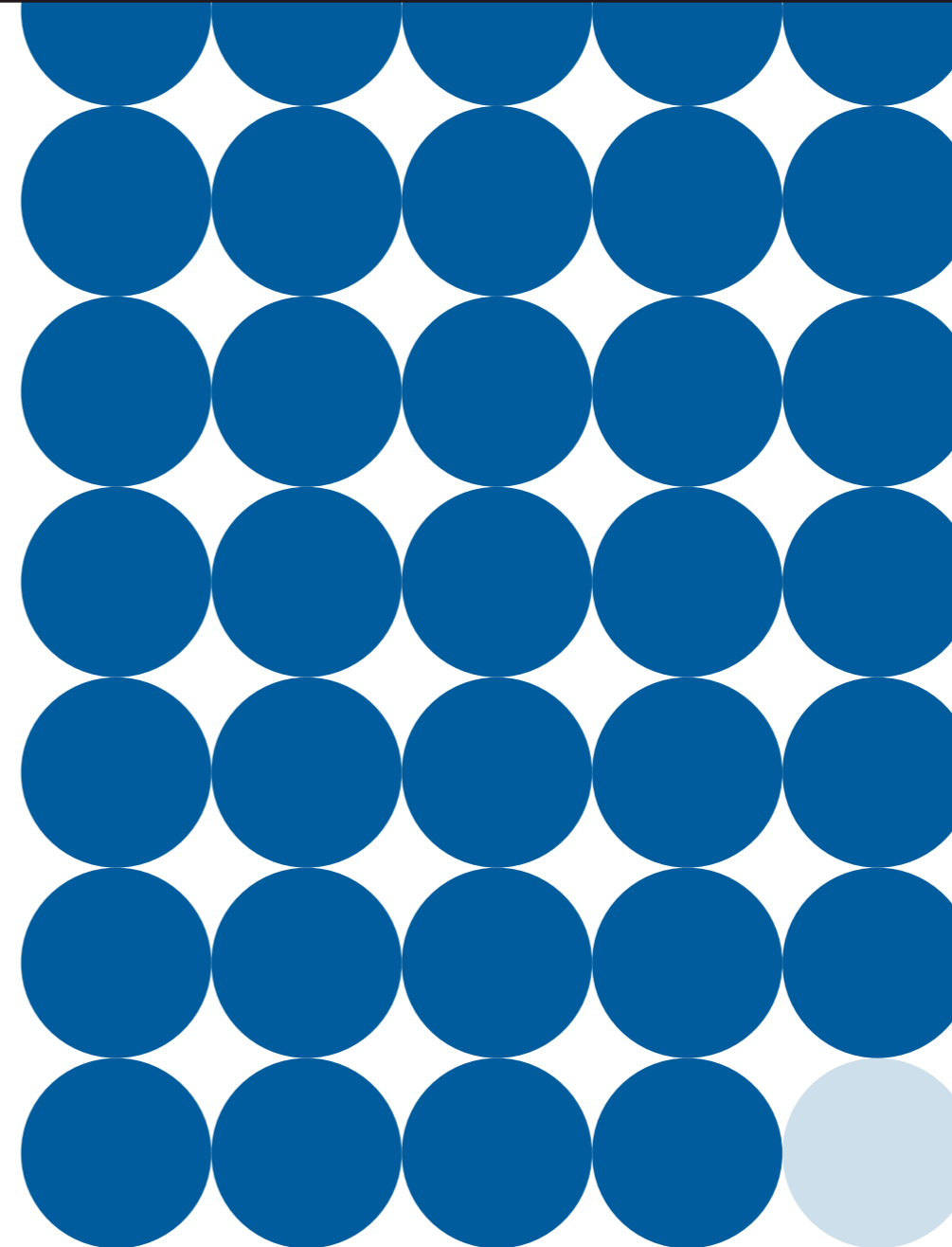
Más allá de las cifras, el plástico recuperado se transforma en nuevos productos útiles para la sociedad, desde elementos para la construcción y el mobiliario urbano hasta material escolar, productos para mascotas o nuevas aplicaciones en el sector textil y alimentario. Un ejemplo tangible de cómo el vending puede ser parte activa de un modelo productivo más responsable.

Desde una perspectiva sectorial, iniciativas como RiVending demuestran que la colaboración entre asociaciones, empresas y sistemas de reciclaje genera impacto ambiental medible y valor reputacional, además de herramientas concretas como los certificados de ahorro de CO<sup>2</sup>, cada vez más relevantes para los informes de sostenibilidad.

RiVending estará presente en Venditalia 2026, del **6 al 8 de mayo**, con un espacio dedicado en el Centro de Exposiciones de Rímimi, donde los operadores podrán conocer de primera mano el proyecto y resolver dudas sobre su implantación.

Un ejemplo claro de cómo el vending avanza hacia un futuro más circular, eficiente y comprometido.

| Fuente: [www.confida.com/flash/](http://www.confida.com/flash/) |



MAY, 6—8  
2026

RIMINI  
EXPO CENTRE

THINK  
AUTOMATIC

**VENDITALIA**  
The Vending Expo

Promoted by

# Calendario de ferias y eventos

Vending, horeca y food service (2026-2027)

## 2026 (enero-mayo)

FECHA	EVENTO
15-17 ene	<b>VENDISTE</b> Estambul - Centro de Exposiciones (Turquía) · <a href="http://en.vendistexpo.com">en.vendistexpo.com</a> ✓
20-30 ene	<b>GULFOOD</b> Dubái - WTC + Expo City (EAU) · <a href="http://gulfood.com">gulfood.com</a> ✓
2-4 feb	<b>H&amp;T: Salón de Innovación en Hostelería (FYCMA)</b> Málaga - FYCMA (España) · <a href="http://fycma.com">fycma.com</a> ✓
7-11 feb	<b>INTERGASTRA</b> Stuttgart - Messe Stuttgart (Alemania) · <a href="http://messe-stuttgart.de">messe-stuttgart.de</a> ✓
9-11 feb	<b>HORECA Baleares Mallorca</b> Mallorca - Velòdrom Illes Balears (España) · <a href="http://horecabaleares.com">horecabaleares.com</a> ✓
16-18 feb	<b>HIP</b> Madrid - IFEMA (España) · <a href="http://expohip.com">expohip.com</a> ✓
4-6 mar	<b>HORECA Baleares Ibiza</b> Ibiza - FECOEV (España) · <a href="http://horecabaleares.com">horecabaleares.com</a> ✓
10-11 mar	<b>The CAMA Show</b> Toronto - ICC (Canadá) · <a href="http://vending-cama.com">vending-cama.com</a> ✓
13-17 mar	<b>INTERNORGA</b> Hamburgo - Feria de Hamburgo (Alemania) · <a href="http://internorga.com">internorga.com</a> ✓
17-19 mar	<b>HORECA Baleares Menorca</b> Mahón - Recinto Ferial (España) · <a href="http://horecabaleares.com">horecabaleares.com</a> ✓
17-19 mar	<b>ENADA Primavera</b> Rimini - Rimini Expo Centre (Italia) · <a href="http://en.enada.it">en.enada.it</a> ✓
23-26 mar	<b>ALIMENTARIA &amp; HOSTELCO</b> Barcelona - Gran Vía (España) · <a href="http://hostelco.com">hostelco.com</a> ✓
25 mar	<b>VENDEX Midlands</b> Milton Keynes - Estadio MK (Reino Unido) · <a href="http://vend-ex.com">vend-ex.com</a> ✓
9-11 abr	<b>Asia Vending &amp; Smart Retail Expo</b> Guangzhou - Poly World Trade Center (China) · <a href="http://asiavendingexpo.com">asiavendingexpo.com</a> ✓
13-16 abr	<b>Salón de Gourmets</b> Madrid - IFEMA (España) · <a href="http://gourmets.net">gourmets.net</a> ✓
21-24 abr	<b>FHA Food &amp; Hospitality Asia</b> Singapur - Singapore Expo (Singapur) · <a href="http://feriasalimentarias.com">feriasalimentarias.com</a> ✓
22-24 abr	<b>The NAMA Show</b> Los Ángeles, CA (EE.UU.) · <a href="http://thenamashow.org">thenamashow.org</a> ✓
6-8 may	<b>VENDITALIA</b> Rimini - Rimini Expo Centre (Italia) · <a href="http://venditalia.com">venditalia.com</a>
11-14 may	<b>TUTTOFOOD</b> Milán - Fiera Milano (Rho) (Italia) · <a href="http://tuttofood.it">tuttofood.it</a>
14-17 may	<b>The London Coffee Festival</b> Londres - Truman Brewery (Reino Unido) · <a href="http://londoncoffeefestival.com">londoncoffeefestival.com</a>

## 2026 (septiembre-diciembre)

FECHA	EVENTO
10-12 sep	<b>ASEAN Vending Machine &amp; Self-Service Expo</b> Kuala Lumpur - MITEC (Malasia) · <a href="http://vendasean.com">vendasean.com</a>
14-15 sep	<b>Auténtica Premium Food</b> Sevilla - FIBES (España) · <a href="http://autenticapremium.com">autenticapremium.com</a>
6-8 oct	<b>TIS - Tourist Innovation Summit</b> Sevilla - FIBES (España) · <a href="http://tisglobalsummit.com">tisglobalsummit.com</a>
20-23 oct	<b>IBERHORECA</b> Sancti Petri, Chiclana (España) · <a href="http://iberhoreca.com">iberhoreca.com</a>
2-4 nov	<b>Gastronomic Forum Barcelona</b> Barcelona - Gran Vía (España) · <a href="http://gastronomicforumbarcelona.com">gastronomicforumbarcelona.com</a>
2-5 nov	<b>EquipHotel Paris</b> París (Francia) · <a href="http://equiphotel.com">equiphotel.com</a>
11 nov	<b>VENDEX North</b> Doncaster - Hipódromo (Reino Unido) · <a href="http://vend-ex.com">vend-ex.com</a>
18-19 nov	<b>NAMA CTW</b> Austin, Texas (EE.UU.) · <a href="http://namactw.org">namactw.org</a>
7-9 dic	<b>Host Arabia</b> Riad - Riyadh Front (Arabia Saudita) · <a href="http://hostarabia.com.sa">hostarabia.com.sa</a>

## 2027

FECHA	EVENTO
21-25 ene	<b>SIRHA Lyon</b> Lyon - EuroExpo (Francia) · <a href="http://sirha-lyon.com">sirha-lyon.com</a>
11-13 feb	<b>The NAFEM Show</b> Orlando, FL - OCCC (EE.UU.) · <a href="http://thenafemshow.org">thenafemshow.org</a>
18 feb	<b>Anuga Select Ibérica</b> Madrid - IFEMA (España) · <a href="http://ifema.es">ifema.es</a>
23-26 feb	<b>Anuga FoodTec</b> Colonia - Koelnmesse (Alemania) · <a href="http://anugafoodtec.com">anugafoodtec.com</a>
22-28 oct	<b>HOSTMILANO</b> Milán - Fiera Milano (Rho) (Italia) · <a href="http://host.fieramilano.it">host.fieramilano.it</a>



# 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](mailto: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.



info@vendis360.com  
951 933 570  
www.vendis360.com

**VenDis 360°**  
Vending & Dispensing

Máquinas Vending Sin Frío+ Locker

Descubre nuestras  
**NOVEDADES**  
**NOVEDADES**  
**NOVEDADES**

TECMA 660 SF 22" TOUCH + 27S LOCKER      TECMA 660 SF 5" + 27S LOCKER

**Qualery**  
NATURALMENTE

COFFEE MILK COCOA BLEND

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

www.qualery.com

ECO AGREED 2030 2021

*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

WATER FILTRATION SPECIAL 2022-2025 BOSCH

CONSULTA SOBRE NUESTRA GAMA DE PRODUCTOS

ath aplicaciones técnicas hidráulicas, s.l. · 661 558 777 · david.gasull@water-and-more.es | [bwt-warm.com/es](http://bwt-warm.com/es)

**Vendo**  
SANDEN

Somos SandenVendo

**Proyecto Carbono Neutral**  
DESCUBRE NUESTRAS INICIATIVAS ECOLÓGICAS

CARBON NEUTRAL PROJECT

SandenVendo Spain Sucursal en España  
+34 93 474 15 55 | info@sandenvendo.es | [www.sandenvendo.es](http://www.sandenvendo.es)

# ALBI se incorpora en Aneda como nuevo socio operador

## Más representatividad para el vending

En ANEDA damos la bienvenida a ALBI, que se incorpora a la asociación como nuevo socio operador, reforzando así la **representatividad y solidez del sector**.

La incorporación de ALBI supone **sumar la experiencia y trayectoria de una empresa consolidada**.

Estamos convencidos de que su llegada aportará valor, favoreciendo el **intercambio de conocimiento y la colaboración**, y permitirá seguir avanzando juntos en la defensa de los intereses del vending profesional y en la proyección del sector ante los distintos ámbitos.

**Bienvenidos a ANEDA, ALBI.**

Un placer seguir sumando **empresas que impulsan el vending**.

Visita su web



VENDING HORECA RETAIL

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

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!

# SandenVendo en Venditalia 2026: 60 años de historia, mirando hacia el futuro del vending

En Rimini (Pabellón D03, Stand 075), la nueva línea de inspiración vintage debutará junto a las soluciones más innovadoras para el comercio automatizado, combinando tecnología,

**SANDENVENDO**

**SandenVendo** regresa como un actor clave en Venditalia 2026, el principal evento internacional de la industria del vending, presentando una visión clara y ambiciosa: **innovar en el vending** mientras se construye sobre una historia que abarca 60 años. Del 6 al 8 de mayo en el Rimini Expo Centre (Pabellón D03, Stand 075), la empresa invita a **operadores, socios y visitantes a descubrir un ecosistema de soluciones diseñado para responder a las necesidades cambiantes del mercado**, cada vez más orientado hacia la flexibilidad, la sostenibilidad y nuevos modelos de consumo.

En el centro del stand se encuentra un proyecto simbólico y fuertemente impulsado por la identidad: la nueva línea de máquinas expendedoras inspirada en el diseño vintage que ha hecho icónica a la marca desde la década de 1950.

Con motivo del 60º aniversario de SandenVendo, esta línea representa mucho más que un ejercicio estilístico: es una **reinterpretación contemporánea de una estética atemporal, potenciada con tecnologías avanzadas, conectividad y rendimiento**. Un puente entre el legado y la innovación, capaz de contar la historia de la marca mientras mira hacia el futuro.

También hay una gran expectación por el nuevo G-Frozen, la evolución de la ya apreciada gama dedicada a **helados y productos congelados**. Diseñada para ampliar las oportunidades de negocio en el segmento de temperatura negativa, la nueva versión introduce características que mejoran la versatilidad y la calidad de conservación. Su máximo potencial se revelará directamente en la exposición, brindando a los visitantes la oportunidad de descubrir su rendimiento y aplicaciones de primera mano.



Junto con las innovaciones de productos, SandenVendo presenta una **visión avanzada del comercio automatizado** a través de su línea Shop Solutions. En el centro se encuentra Multi Module Vending, MULTI MODULE VENDOR un sistema modular que permite configuraciones escalables, ideal para crear tiendas automatizadas abiertas las 24 horas, los 7 días de la semana. Una solución que transforma la venta automática en un espacio minorista real, capaz de adaptarse a diferentes contextos y públicos, ampliando las oportunidades de venta y mejorando la experiencia de compra.



La bien implantada gama Outdoor también será presentada, ahora reconocida como un referente para la venta en entornos al aire libre. Diseñadas para **garantizar la máxima resistencia, fiabilidad y continuidad operativa**, las soluciones Outdoor permiten ofrecer aperitivos, bebidas y productos adicionales de vending en cualquier lugar, incluso en ubicaciones no atendidas, abriendo nuevas oportunidades de negocio.

Completar la oferta es el compromiso concreto de **SandenVendo con la sostenibilidad**. La empresa continúa su camino hacia la Neutralidad de Carbono para 2030 y el Net Zero para 2050, en línea con los objetivos definidos por la iniciativa Science Based Targets (SBTi). Desde el uso de electricidad 100% renovable hasta el desarrollo de tecnologías altamente eficientes en energía, así como proyectos de compensación y reforestación, cada decisión está guiada por la ambición de reducir el impacto ambiental y construir un modelo industrial cada vez más responsable.

Venditalia 2026 será, por lo tanto, la **oportunidad de experimentar de primera mano la evolución del vending** según SandenVendo: una combinación de innovación, diseño, tecnología y sostenibilidad que define una nueva generación de soluciones para el mercado global.

**El punto de encuentro es Rímni, Pabellón D03, Stand 075: una invitación abierta a descubrir, intercambiar ideas e imaginar juntos el futuro del comercio automatizado.**



**24H**  
BUREAU VERITAS  
Certification

ISO 9001  
BUREAU VERITAS  
Certification

El sabor comienza con la calidad de cada ingrediente

**Im sandwich**

TODOS NUESTROS PRODUCTOS ESTÁN ELABORADOS CON INGREDIENTES DE PRIMERAS MARCAS.

100% CALIDAD

sandwichim.com

**PROMOCIÓN DE PRIMAVERA**

**NFD ECO** 840€

**NFD PREMIUM** 1495€

**NFD STANDARD**

1295€

1195€

Más información sobre los detalles:  
Felipe Vanegas  
Director comercial  
info@nfdberica.es  
Móvil: (+34) 910 189 933  
www.nfdberica.es

ENVÍO GRATIS  
Envío gratuito para todos los pedidos de 10 unidades o más

**ERA VENDING**  
Fabricación

**NOVEDAD!**

**PREMIUM 2011**

Desde nuestra experiencia de más de 20 años, en el vending público, donde las máquinas 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, más ergonómico y con mayor escaparate.

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

**Características Principales**

- Exteriores:** toda selección de productos, entrada de monedas antitruco y tapa de recogida de producto, todo en acero inoxidable 304 y prueba de quemaduras de mecheros. Display alfanumérico de grandes dimensiones con fondo azul.
- Interiores:** carteritas 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 31 leds de luz con menor 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 cuando el superan dicha temperatura.
- Sensor:** sensor de latas de producto de última generación.
- Software:** nuevo software 2011 con múltiples opciones.
- Sistemas de pago y comunicación:** máquinas preparadas para conectar módulos de telemetría, billetes y tarjetas de monedero.

**PREMIUM maxi** DIMENSIONES (mm) 1.800 x 1.000 x 850 PESO (kg) 100 CAPACIDAD MÁXIMA 900 productos

**PREMIUM medium** DIMENSIONES (mm) 1.800 x 950 x 850 PESO (kg) 100 CAPACIDAD MÁXIMA 750 productos

**PREMIUM mini** DIMENSIONES (mm) 1.800 x 750 x 850 PESO (kg) 100 CAPACIDAD MÁXIMA 600 productos

Teléfono Antitruco, Entrada de monedas Antitruco, Cristal estratificado de 20 mm, Cables de almacen de productos, Iluminación por 31 leds de led, Bandejas en acero inoxidable, Con cable negro

**¡Pidanos presupuesto, se sorprenderá!**

Grupo de empresas La Era de la Venta Automática  
Polígono de Asipo C/B parcela 33, Naves 1 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

el **SNACK IDEAL** para cualquier **MOMENTO**

**Qé** **Palmera Palmer** **NUEVO NOVO** **READY ON THE GO**

**Qé** **Caña Travesaero** **NUEVO NOVO** **READY ON THE GO**

Palmera Choco 80 gr

Caña Choco 75 gr

# Myma en Venditalia 2026: cómo la IA empieza a transformar las decisiones comerciales en vending

La startup española mostrará en Rimini cómo convertir datos operativos en decisiones más rentables para el negocio del vending.

**MYMA**

Con mucha ilusión, myma — startup española y miembro de ANEDA — ha sido seleccionada para el **Innovation District de Venditalia 2026 en Rimini**. Estarán allí para mostrar, de forma práctica, cómo la inteligencia artificial convierte los datos que ya genera cada operación en decisiones concretas para incrementar ingresos y mejorar el beneficio bruto.

**Venditalia ha seleccionado a myma** para formar parte del Innovation District de su edición 2026, que tendrá lugar del 6 al 8 de mayo en el Rimini Expo Centre. Entre las más de 300 marcas presentes y las quince startups que integran este espacio, myma será una de las pocas propuestas centradas en la gestión comercial inteligente para operadores de vending.

La plataforma y agentes de IA, desarrollados por **Lisandro Pugliese y Jorge Cimentada**, con experiencia directa en el sector de vending, retail y ciencia de datos, proponen algo concreto: que los datos que ya existen en la operación — en el ERP, en la telemetría, en el historial de ventas — empiecen a traducirse en decisiones accionables sobre surtido, precios y promociones, sin necesidad de cambiar ningún sistema ni ampliar el equipo.

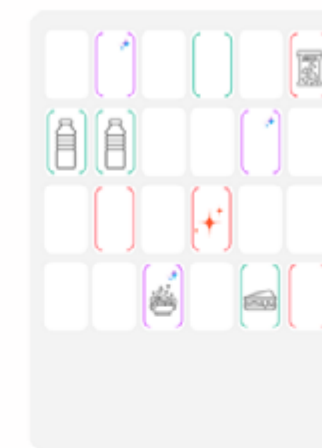
## Una herramienta que trabaja con lo que ya hay

El punto de partida de myma es sencillo. La mayoría de los operadores de vending ya cuentan con infraestructura tecnológica: un ERP (Elyte, VEGA, VenCloud, entre otros), un **sistema de telemetría, datos de ventas por máquina**. El problema no suele ser la falta de información, sino la falta de tiempo para interpretarla y convertirla en acción.

myma actúa como un **Analista de Negocio virtual** que trabaja de forma continua sobre esos datos, identifica dónde se está erosionando el margen y propone qué hacer — con el impacto estimado en euros para cada decisión. No sustituye al equipo ni a los sistemas existentes. Se integra sobre ellos.

## Diez minutos, un café y tu operación sobre la mesa

En Venditalia, el equipo de myma propone una **experiencia directa**: sin presentaciones largas ni demostraciones genéricas. En unos diez minutos, a partir de los datos básicos de una operación de vending, el Analista de Negocio virtual de myma simula un diagnóstico real y muestra en qué máquinas y por qué motivo se está dejando beneficio sobre la mesa.



**El proceso es sencillo:** se introducen los parámetros básicos de la red, la plataforma analiza los datos de referencia del sector y, en tres clicks, se obtiene una primera imagen de las oportunidades de mejora en ingresos y beneficio bruto que podrían activarse con la misma infraestructura actual.

La intención es que cada conversación en el stand acabe con algo concreto: **un número real, una máquina identificada, una acción posible.** Un café es tiempo más que suficiente para entenderlo.

Imaginad que cada mañana, al sentaros frente al ordenador, vosotros o alguien de vuestro equipo, en lugar de cruzar planillas, combinar datos de distintas fuentes y dedicar tiempo a pensar en la mejor táctica para mejorar los ingresos o los márgenes, pudierais simplemente preguntarle a vuestro analista de negocios virtual: **¿Cuáles son los productos con peor rendimiento en el sector universidades y por cuáles habría que reemplazarlos? ¿Qué ubicaciones deberían dejarse por mal rendimiento general? ¿Qué productos conviene ajustar de precio en la próxima renegociación de contrato para incrementar un 1% los beneficios brutos de toda la red?** Esa es la experiencia que myma propone.

### Lo que se presentará en Rimini

Lo que myma llevará a Rimini es precisamente eso: **la demostración de que detrás de una conversación sencilla** — a través de una plataforma, un chat o un sistema de voz — hay miles de datos procesados, patrones analizados y reglas de negocio aplicadas en tiempo real. El resultado es que perfiles tan distintos como un Gerente General, un Gerente Comercial o un Responsable de Operaciones pueden consultar al agente, recibir una recomendación concreta e impactar directamente sobre ingresos y beneficios brutos.

### Una invitación para los operadores que asistan a Venditalia

Desde ANEDA, es una satisfacción contar entre nuestros asociados con empresas que apuestan por la **innovación y que llevan la tecnología española al escaparate europeo más importante del sector.** Para quienes asistan a Venditalia y quieran experimentar de primera mano cómo la inteligencia artificial puede ayudar a mejorar los resultados de su operación, el equipo de myma estará disponible con un café de por medio en el Pabellón 2, Stand 009 del Innovation District.

## 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](http://garciacarrion.com)



## 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.



**PRECIOS ESPECIALES PARA SOCIOS DE ANEDA**

En los últimos años, TPC NetGrup ha impartido más de 250 cursos a más de 1.000 alumnos tanto en formato presencial como online.



TODA NUESTRA OFERTA FORMATIVA EN UN CLIK



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



Producto Funcionalidades Contacto EN/ES

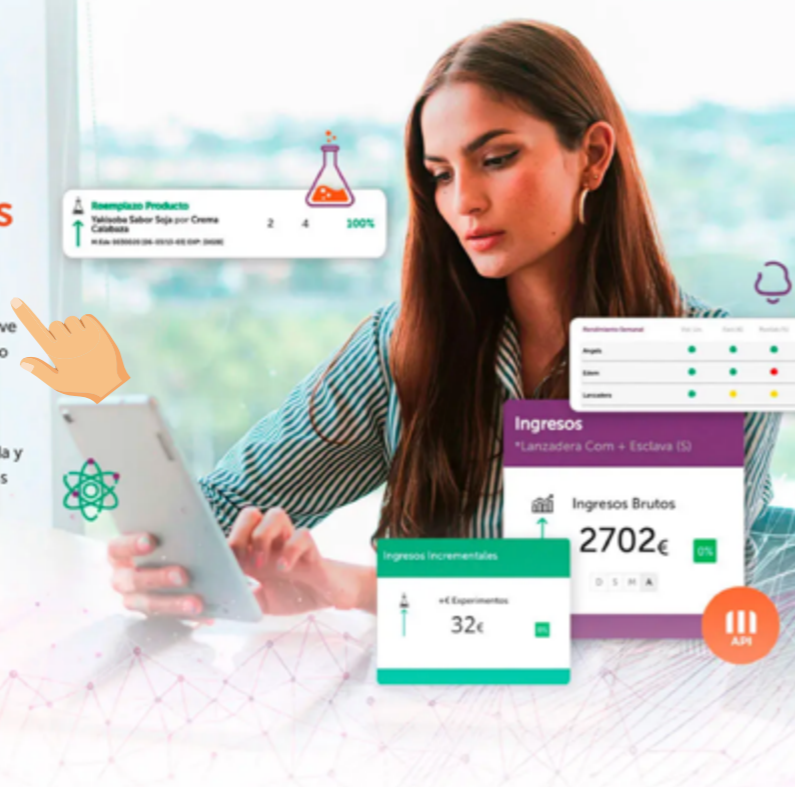
Solicita tu DEMO

## Soluciones IA que impulsan el crecimiento, la rentabilidad y la eficiencia en tus vending machines y unattended stores

¿No sabes qué vender, dónde o a qué precio? Con nuestras Soluciones IA, myma lo resuelve por ti. Nuestra inteligencia artificial en retail analiza el rendimiento de cada máquina, punto de venta y categoría, detectando oportunidades para optimizar precios, promociones automatizadas y rotación de productos.

A través de análisis de datos de ventas, la IA vending machine de myma predice la demanda y recomienda acciones comerciales. Es una plataforma SaaS con IA que prescribe estrategias para mejorar ingresos en cualquier vending o unattended store con decisiones precisas y rentables.

Solicita tu DEMO



Confían en nosotros



ENCUENTRA.  
RECIBE.  
REPARA.  
**¡RÁPIDO!**

Tienes todos los recambios de Vending en un solo lugar



**¡¡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

# REPA refuerza su compromiso con el vending en Venditalia como partner estratégico del sector

Soluciones expertas, máxima disponibilidad de recambios y una logística pensada para que las máquinas nunca se detengan

**REPA**

**REPA, el distribuidor líder en Europa de recambios para equipamiento horeca, refrigeración, café y vending**, y partner de confianza de los fabricantes, estará presente en Venditalia, en Rimini, donde mostrará por qué es mucho más que un proveedor de recambios: un partner estratégico para servicios técnicos, operadores y fabricantes de máquinas de vending, con un enfoque claro en el rendimiento, la fiabilidad y la eficiencia operativa.

La compañía llega a la feria con una propuesta aún más sólida, casi un año después de la integración de ATEL en REPA Italia. **Una evolución que se apoya en un equipo altamente especializado en vending** y en una infraestructura logística de última generación, con un centro de preparación de pedidos en Cesena impulsado por la automatización para garantizar rapidez, precisión y disponibilidad.

El objetivo es claro: que los **profesionales del vending tengan el recambio adecuado, en el momento exacto y sin complicaciones**. Para ello, REPA pone a su alcance un e-commerce intuitivo y la nueva versión de la app REPA LF, que facilitan el acceso a un amplio surtido de soluciones: recambios para máquinas de bebidas y snacks, soluciones OCS y superautomáticas, así como productos de limpieza desarrollados específicamente para el entorno vending.

Venditalia será también el **escenario para presentar kits de mantenimiento personalizados para componentes clave** —como grupos de café y calderas—, diseñados para simplificar el trabajo técnico y alargar la vida útil de las máquinas. A ello se suman soluciones de fabricantes líderes en sistemas de pago como Coges, CPI, Nayax y Paytec, así como sistemas de filtración de agua de marcas de referencia como Brita, BWT, Bilt, Profine, Everpure y Microfilter.

Las soluciones dirigidas a fabricantes OEM, muchos de los cuales ya confían en REPA como partner, tendrán un papel destacado. **La compañía ofrece servicios avanzados orientados a optimizar la gestión de stock, reducir costes operativos y aportar valor real y medible a cada colaboración.**

En Venditalia, **REPA** reafirma su propósito: hacer que el vending funcione mejor, combinando experiencia técnica, innovación constante y un servicio pensado para las personas que están detrás de cada máquina.



# Cuando el café del vending deja de ser “solo un café”

Una iniciativa de Automáticos Rogar que apuesta por calidad y sostenibilidad en el vending

**AUTOMÁTICOS ROGAR**

Esta noticia <https://www.elperiodicodearagon.com/aragon/2026/04/14/cafe-especialidad-vaso-cristal-maquinas-129064611.html> de el **Periódico de Aragón**, detalla el desarrollo de una iniciativa innovadora en el sector del vending en Inditex de Zaragoza, que busca elevar la calidad del café consumido en entornos de trabajo y espacios públicos. Iniciativa llevada a cabo por **Automáticos Rogar Vending**.

## ¿En qué ha consistido el proyecto?

- **Café de especialidad en máquinas:** La novedad principal es la introducción de café de especialidad en máquinas automáticas, un producto que habitualmente solo se encuentra en cafeterías de autor. Se utilizan granos con puntuaciones superiores a 80 en la escala de la Specialty Coffee Association (SCA).
- **Tecnología y frescura:** Las máquinas incorporan molinos de alta precisión que muelen el grano al momento y sistemas que controlan la temperatura y presión del agua para garantizar que el perfil de sabor (notas frutales, florales o de chocolate) se mantenga intacto.
- **Sostenibilidad y experiencia (Vaso de cristal):** Para mejorar la experiencia de degustación y reducir residuos, el proyecto apuesta por el uso de vasos de cristal en lugar de los tradicionales de plástico o cartón. Las máquinas están diseñadas para gestionar el ciclo de lavado y reutilización de estos recipientes.
- **Impacto en el sector:** Esta propuesta busca romper con la percepción negativa del café de máquina, ofreciendo una alternativa premium para los consumidores más exigentes que buscan calidad incluso cuando no tienen tiempo para ir a una cafetería.
- **Contexto local:** La iniciativa tiene un fuerte componente de innovación dentro de la región, posicionando a las empresas aragonesas del sector a la vanguardia de las tendencias de consumo responsable y de alta gama.



# LA “FÁBRICA DEL VENDING” CUANDO LA INNOVACIÓN FORMA PARTE DEL ADN

*El canal vending sigue adaptándose a un consumidor cada vez más exigente, para quien la conveniencia ya no es suficiente. Hoy en día, factores como la calidad, la innovación y la experiencia de consumo están redefiniendo el papel de este canal en el ecosistema minorista.*

En este contexto, vendingGO ha consolidado en 2026 un modelo operativo que va más allá de la distribución tradicional, apostando por una lógica de desarrollo continuo, casi como una “fábrica”, en la que el producto, la marca y el conocimiento se conciben específicamente para el vending.

## Desarrollo de productos: rapidez con criterio

Solo en los primeros meses del año, la empresa ya ha lanzado más de **40 nuevos productos** adaptados a las particularidades del canal de máquinas expendedoras. Cada referencia ha sido concebida teniendo en cuenta variables clave como el formato, la conservación, la logística y la rotación, como también las nuevas expectativas del consumidor.

Este enfoque permite equilibrar dos realidades que hoy coexisten en el sector del vending: la demanda de opciones más equilibradas y la permanencia de productos indulgentes.

**VENDINGO**

## Construcción de marca: del producto al posicionamiento

Además de la inversión en el desarrollo del portafolio, vendingGO impulsa la creación de productos innovadores de **marcas propias (bitee, vendingGO Professional)**, concebidos con una lógica clara: funcionar en el entorno de la venta automática desde su origen.

No se trata solo de introducir nuevos productos, sino de construir marcas con identidad, coherencia y capacidad de conectar con el consumidor en el punto de venta. Una estrategia que permite al operador diferenciar su oferta y aumentar el valor percibido.

## Estructura interna: especialización para crecer

Para acompañar esta evolución, la empresa ha reforzado su organización interna con la creación de nuevos departamentos especializados.

Entre ellos, el área de **Calidad y Seguridad Alimentaria (QSA)**, centrada en garantizar los estándares y el cumplimiento normativo; el departamento de Branding, enfocado en la construcción estratégica de marcas; y el área de Inteligencia, orientada al análisis de datos, tendencias y comportamiento del consumidor.

Esta estructura permite una toma de decisiones más informada y una mayor capacidad de adaptación a un mercado en constante cambio.

## Talento: construir el futuro del vending

El crecimiento de vendingGO se refleja también en la incorporación de **nuevos colaboradores** en áreas clave del negocio.

Paralelamente, la empresa ha lanzado un **programa internacional de trainees**, con el objetivo de atraer talento joven y formarlo en las especificidades del sector. Esta apuesta responde a una necesidad clara: profesionalizar el vending y garantizar su evolución a largo plazo.

Próximos pasos: hacia un vending más estratégico. En los próximos meses, vendingGO seguirá ampliando su portafolio con nuevos lanzamientos, desarrollando marcas propias y reforzando su capacidad analítica.

El objetivo es claro: anticiparse a las tendencias, optimizar la oferta y acompañar a los operadores en un entorno cada vez más competitivo. Porque el vending ya no es solo un canal de conveniencia.

Es un canal estratégico. Y, cada vez más, un espacio donde la innovación se produce de forma continua.



# Nos vemos en Venditalia 2026

Te invitamos a conocer de primera mano nuestras soluciones y a descubrir cómo seguimos impulsando el futuro del vending.

**TELEVEND**

*Televend estará presente en Venditalia 2026, que se celebrará en Rimini del 6 al 8 de mayo, uno de los principales encuentros internacionales del sector del vending y el autoservicio.*

La compañía participará en esta cita de referencia para presentar sus **soluciones tecnológicas**, productos y servicios, reforzando su compromiso con la innovación, la conectividad y la evolución del vending inteligente.

Venditalia reunirá a los principales actores del sector a nivel global y será el escaparate perfecto para mostrar cómo la **tecnología** sigue **transformando la experiencia y la gestión de los servicios automáticos**.

**Visítanos en Venditalia 2026**  
**Rimini Expo Centre**  
**Hall B3 · Stand 148**

- Te invitamos a acercarte al **stand de Televend** para conocer de primera mano nuestras soluciones, intercambiar ideas y descubrir cómo la tecnología puede marcar la diferencia en el futuro del vending.

# Venditalia 2026



Rimini, Italy

May 06-08

Hall B3 Booth 148



**Romana Rožić**  
Sales Executive

# Ñaming dinamiza el lineal con el lanzamiento de Pocket Lacasitos y dos nuevas referencias high protein dentro de su gama Pocket

La compañía impulsa su apuesta por el convenience con nuevas propuestas que combina practicidad, marca reconocida y tendencia proteica.

ÑAMING

Ñaming, compañía líder especializada en sándwiches frescos y referente en casual food, refuerza su gama Pocket con el lanzamiento de **Pocket Lacasitos**, desarrollado en colaboración con Grupo Lacasa, y la incorporación de dos nuevas referencias high protein. Con estas novedades, la marca busca dinamizar el lineal y responder a las principales tendencias del mercado: conveniencia, indulgencia y nutrición funcional.

## Un cobranding que impulsa la compra por impulso

La principal novedad es **Pocket Lacasitos**, un sándwich dulce elaborado con pan sin corteza, crema de cacao y auténticos Lacasitos®, que introduce en el lineal una propuesta diferencial dentro del segmento refrigerado.



**Pocket es la evolución del snack tradicional:** una alternativa más equilibrada y adaptada a los nuevos hábitos de consumo frente a otras opciones del mercado, que combina indulgencia, practicidad y formato refrigerado listo para llevar.

Este lanzamiento destaca por su **capacidad de generar rotación** gracias a:

- El reconocimiento de marca de **Lacasitos®**, uno de los referentes más icónicos del snacking dulce en España, que aporta confianza inmediata
- Un **alto impacto visual** en el punto de venta, alineado con la identidad colorista y divertida de la marca
- Su posicionamiento como **opción de compra impulsiva**
- La **reducción de la barrera de prueba** para el consumidor, al integrar un sabor familiar en un formato novedoso



## Adaptación de su gama high protein al formato Pocket

En paralelo, Ñaming amplía su gama Pocket con Pocket PRO, trasladando al formato compacto sus recetas ya consolidadas de **alto contenido en proteína**, y adaptándolas a los nuevos momentos de consumo on-the-go.

*La gama se compone de dos referencias ampliamente reconocidas por el consumidor: Atún y Pollo asado*

Estas recetas mantienen su propuesta original, basada en **ingredientes sencillos** (pan, mayonesa y proteína principal), y destacan por ser fuente de proteínas naturales, sin incorporación de proteínas vegetales añadidas

Con este lanzamiento, la compañía no solo amplía su oferta, sino que acerca su **gama high protein** a un formato más práctico, accesible y versátil, reforzando su presencia en canales de impulso.



Además, Pocket PRO conserva los **atributos clave de la gama**:

- Elaboración diaria
- Pan de molde sin corteza
- Recetas reconocibles y equilibradas nutricionalmente

Esta evolución responde al **crecimiento sostenido** del segmento de alimentación proteica y a la demanda de soluciones listas para consumir que combinen conveniencia y valor nutricional

## Innovación continua en el segmento convenience

Con este doble lanzamiento, Ñaming refuerza su posicionamiento como **marca innovadora** dentro del snacking refrigerado, combinando propuestas indulgentes con opciones alineadas con las nuevas demandas del consumidor.

La compañía continúa así apostando por el **desarrollo de soluciones prácticas**, diferenciales y adaptadas a los nuevos hábitos de consumo, consolidando su presencia en un segmento en constante crecimiento.

**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](http://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**.

# En SIMAT seguimos avanzando con un objetivo claro: aportar valor real a nuestros clientes y acompañaros en vuestros retos

Por eso, nos complace anunciar que estaremos presentes en Venditalia 2026, uno de los principales encuentros internacionales del sector vending y foodservice.

SIMAT



VISIT US ENTRANCE HALL D1, STAND 15

*Venditalia es hoy el gran punto de encuentro global del sector del Vending, donde convergen innovación, tecnología y nuevas oportunidades de negocio. Y en una cita así, SIMAT no podía faltar.*

### ¿Qué encontraréis en nuestro stand?

- Nuestras últimas novedades de producto
- Experiencia y conocimiento del sector aplicados a vuestro negocio
- Un espacio para compartir ideas y detectar nuevas oportunidades de colaboración

Nuestro equipo de Export e Iberia estará a vuestra disposición para **atenderos personalmente y trabajar en nuevos proyectos.**

### ¿Vais a asistir? Agendemos una reunión.

Será un placer recibirlos y dedicaros el tiempo que merecéis.

#### Contactos directos:

Export: +34 626 48 66 99 (Bernat Biosca)  
Iberia: +34 670 81 43 33 (Sara Jiménez)

#### Comprometidos con vuestro crecimiento

Desde 1979, en SIMAT desarrollamos **productos solubles** con un objetivo claro: ser competitivos, rentables, seguros, saludables y sostenibles.

Con más de 47 años de experiencia y presencia en más de 30 países, seguimos evolucionando para crecer a vuestro lado.

¡Hasta pronto!

Stand D1/015:  
6-8 de mayo de 2026  
Rimini Expo Centre (Italia)



# Demasiadas opciones de pago. Muy poco control.

## Opinión de Daniele Ioriatti, Head of Global Sales en Coges

España suele describirse como un mercado que todavía **"está avanzando hacia el cashless"**. Pero desde dentro, la situación ya no se ve así.

Los pagos con tarjeta y móvil están bien establecidos —alrededor del 27% de las transacciones— y siguen creciendo. Al mismo tiempo, los **sistemas de circuito cerrado continúan siendo muy utilizados**, especialmente en entornos laborales. Y ahora se están añadiendo modelos basados en aplicaciones, con saldos, recargas e interacción móvil como parte del uso cotidiano.

Por eso, no se trata de una transición de un modelo a otro. Son varios modelos que se acumulan unos sobre otros.

Y es ahí donde todo empieza a sentirse más pesado.

**Añadir un nuevo método de pago suele ser sencillo.** Aporta resultados rápidos —más comodidad, más transacciones— y esa parte funciona bien. El desafío llega después, cuando esa nueva capa no se integra completamente con lo que ya existe.

Con el tiempo, los operadores terminan gestionando múltiples sistemas en paralelo. Pagos por un lado, telemetría por otro, y quizá otra plataforma para los servicios basados en apps. Cada uno tiene sentido por separado, pero juntos **requieren más esfuerzo para mantenerse alineados.**

No aparece como un único problema. Es más una colección de pequeñas ineficiencias. Hay que consultar distintos sistemas para entender lo que está pasando. Los datos no siempre coinciden de manera inmediata. Incidencias que podrían resolverse rápidamente no siempre son visibles en el momento adecuado.

Y gradualmente, la operación se vuelve más compleja de lo necesario.

Esa complejidad también tiene un coste. No siempre evidente, pero real. **Más tiempo dedicado a gestionar sistemas.** Más personas involucradas en las operaciones diarias. Y a veces, parte de los ingresos generados por los nuevos métodos de pago se compensa con el esfuerzo necesario para administrarlos.

Al mismo tiempo, se está produciendo otro cambio en España.

La **conectividad se vuelve menos predecible.** Con los planes en marcha para el apagado de redes 2G y 3G, los operadores empiezan a enfrentarse a distintos calendarios y a una creciente incertidumbre. Las máquinas deben permanecer conectadas, las transacciones deben procesarse, y la visibilidad del parque se vuelve esencial. Paralelamente, la industria avanza hacia una comunicación más estandarizada entre sistemas, con desarrollos como SmartLink, introducido por EVA para permitir la comunicación directa entre máquinas, sistemas de pago y software de gestión.

En cierto punto, ya no se trata de añadir otro método de pago, sino de cómo se gestiona todo en conjunto. En Coges, este es precisamente el enfoque con el que está estructurado nuestro portafolio.

Ofrecemos a los operadores **pagos open-loop, closed-loop y basados en apps** —QPay, MyKey, Pay4Vend, QuikPik— y los conectamos con telemetría completa a través de Vendon Cloud. Todo está diseñado para funcionar dentro de un mismo sistema, no como capas separadas. Lo mismo ocurre con la integración: la plataforma se conecta con los sistemas de gestión existentes mediante APIs, evitando que los datos queden aislados.

No hay nada nuevo o teórico en esto. Es un **enfoque práctico construido en torno a cómo trabajan realmente los operadores.** La idea es sencilla: los pagos, la conectividad y los datos deben gestionarse juntos, en un solo lugar, sin pasos adicionales.

**Eso es lo que facilita la operación diaria.**

### Conozca a Coges & Vendon en Venditalia

Un único ecosistema de pago y telemetría: una forma estructurada de gestionar pagos, conectividad y datos de máquina en un solo sistema.

**Stand: H1 Stand 155**



# Pascual encadena cuatro años de crecimiento y acelera su transformación con AURA

Reorganiza su estructura para competir en un mercado de retail concentrado y un Horeca más profesionalizado.

La compañía cerró 2025 con 929 millones de euros de facturación (+4%) y un EBITDA cercano a 69 millones (+3,85%).

Afronta 2026 como año de transición para consolidar las bases de su nuevo modelo, y prevé crecer un 4% en facturación.

PASCUAL

Pascual ha cerrado 2025 con 929 millones de euros de facturación (+4%), un EBITDA de 68,84 millones (+3,85%) y un beneficio de casi 20 millones de euros, un 30% superior al del año anterior, en un ejercicio marcado por la fuerte presión de los costes, sobre todo de las materias primas.

En un encuentro con medios, el nuevo CEO de la compañía, **César Vargas**, ha analizado estos resultados y el rumbo estratégico del Grupo en un momento clave, coincidiendo con la activación del proyecto AURA.

**César Vargas** ha subrayado que la compañía encadena cuatro años de crecimiento, impulsado por una diversificación tanto en portafolio como en canales comerciales. Aun así, en el perímetro de Calidad Pascual todavía se están recuperando niveles de rentabilidad pre-pandemia, lo que refuerza la transformación de AURA.

El CEO explicó que AURA "no es otro plan", sino la evolución natural de la compañía para asegurar simultáneamente el crecimiento, la eficiencia y rentabilidad y la creación de valor por negocio. La nueva arquitectura configura un **holding operativo compuesto por cinco empresas** —Café, Lácteos, Hidratación, Internacional y Qualianza— con P&L propios, responsabilidad regulatoria diferenciada y autonomía real de inversión y decisión. **"AURA no es un anuncio, empieza ya. Es la arquitectura necesaria para competir en los próximos años"**, subrayó.



## 2026: UN PUNTO DE INFLEXIÓN Y UN AÑO DE TRANSICIÓN

2025 fue un año especialmente exigente, condicionado por la **presión de las materias primas**. Más allá de la coyuntura, 2025 ha sido para Pascual un año de consolidación: crecimiento en café, el impulso de Qualianza en hostelería y amplió su alcance internacional, preparando el terreno para el salto organizativo que supone AURA.

La activación de AURA responde a un contexto que se ha acelerado notablemente: **concentración del retail, mayor profesionalización del Horeca**, presión regulatoria sobre todo en envases y agua, sensibilidad territorial creciente y un entorno geopolítico que encarece energía, logística y materias primas. "El mercado está cambiando a una velocidad enorme. Hay impactos que pueden suponer millones de un año para otro. Ser ágiles ya no es una aspiración: es una necesidad", afirmó.



**EVOLUCIÓN HACIA  
“EMPRESA DE SERVICIOS”.**

Cada empresa está definiendo su **plan de creación de valor hacia 2030**, con prioridades e inversiones propias.

- **Café** debe ganar escala para competir en un Ho-reca altamente profesionalizado.
- **Qualianza** necesita crecer para mantener relevancia en un mercado de distribución que se está concentrando.
- **Hidratación** se enfrenta a una presión regulatoria creciente en envases y será la plataforma de nuevos negocios saludables.
- **Lácteos** debe mejorar eficiencia y competitividad en un entorno de márgenes ajustados y elevada penetración de MDD.
- **Internacional** requiere una estructura coherente que permita gestionar mercados, alianzas y joint-ventures con mayor capacidad de retorno.

La compañía prevé un entorno de elevada exigencia, marcado por la incertidumbre geopolítica, la presión energética —especialmente en lácteos—, los **costes logísticos condicionados por el petróleo y la volatilidad de las materias primas**, con un impacto potencial si las condiciones actuales persisten.

Sobre 2026, Vargas anticipó un año de transición ordenada en el que la compañía ejecutará los planes de negocio actuales mientras adapta estructuras, personas y sistemas al nuevo modelo. A pesar de ello, Pascual aspira a crecer alrededor de un 4% en 2026.

En este contexto, las alianzas se consolidan como una palanca clave para ganar velocidad, capacidades y escala. **“El futuro va de colaboración”**, señaló **César Vargas**, quien cerró el encuentro con una reflexión sobre el momento de la compañía, “cambiamos lo necesario para proteger lo esencial. 2026 será un año de adaptación y ejecución: primero debemos hacer bien el modelo; eso es lo que nos permitirá competir mejor después”.

AGILY

El secreto de tu éxito, hoy y mañana

Bianchi Vending

DESIGN  
TOURNAIS



¡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.



www.velarte.com

Instagram  
Facebook  
Twitter  
LinkedIn

**VELARTE**



Sin azúcares añadidos

Apto para vegetarianos

Horneadas

Ingredientes naturales



CONSIGUE EL  
CERTIFICADO  
**AQS**



Transforma tu  
compromiso en confianza

Desde 1981  
Antonio Font

**ilstant**  
preparados solubles para el vending

<b>leches</b> Tienda online	<b>capuccinos</b> Tienda online	<b>chocolates</b> Tienda online	<b>infusiones</b> Tienda online
<b>café</b> Tienda online	<b>CERO COMBUSTIBLES FÓSILES</b>		
<b>FÁBRICA LIBRE DE EMISIONES CO2</b> No utilizamos combustibles fósiles			
<b>www.ilstant.com</b>			

# El Pozo Alimentación homenajea a sus jubilados en la gala 'Gracias por tanto'

La empresa líder en alimentación reconoce la trayectoria a sus trabajadores tras años de dedicación

EL POZO

El Pozo Alimentación ha celebrado recientemente la gala 'Gracias por tanto', un acto institucional de homenaje y reconocimiento a los profesionales que han construido la historia de la compañía y que han iniciado su etapa de jubilación. El evento tuvo lugar en las instalaciones de El Pozo Alimentación y reunió a profesionales que se jubilaron en 2025 de las empresas de Grupo Fuertes, acompañados por sus familiares y por miembros de la Dirección.

Durante el acto se proyectó un vídeo homenaje que ensalzó la trayectoria de quienes, a lo largo de los años, han contribuido a **construir la historia compartida de la empresa**, estableciendo un vínculo entre su legado, su presente y su proyección futura. Asimismo, se hizo entrega de una litografía conmemorativa, obra de la artista Perla Fuertes, en la que se representan dos manos entrelazadas. Esta imagen simboliza el lazo forjado con esfuerzo, compromiso y humanidad entre los trabajadores y la compañía, así como la unión y los valores que definen la trayectoria de las empresas de Grupo Fuertes. La obra, titulada '**Expresión**', es una edición limitada realizada a cuatro tintas sobre cartulina gofrada de 300 gramos, con una tirada de 150 ejemplares, firmados y numerados a lápiz por la artista.



Imagen de los antiguos compañeros homenajeados durante la gala 'Gracias por tanto'.

Durante su intervención, la Dirección dedicó unas emotivas palabras al consejero delegado de Grupo Fuertes, José Fuertes, recientemente fallecido. La directora Corporativa de Recursos Humanos de Grupo Fuertes, **María José Cánovas**, señaló que "le habría gustado estar presente en un acto tan significativo para la empresa y para las personas que han formado parte de su historia". Por su parte, el presidente de Grupo Fuertes, Tomás Fuertes, trasladó a los homenajeados que "siguen formando parte de la familia de El Pozo Alimentación", y anunció, además, nuevas iniciativas dirigidas a mantener este vínculo.

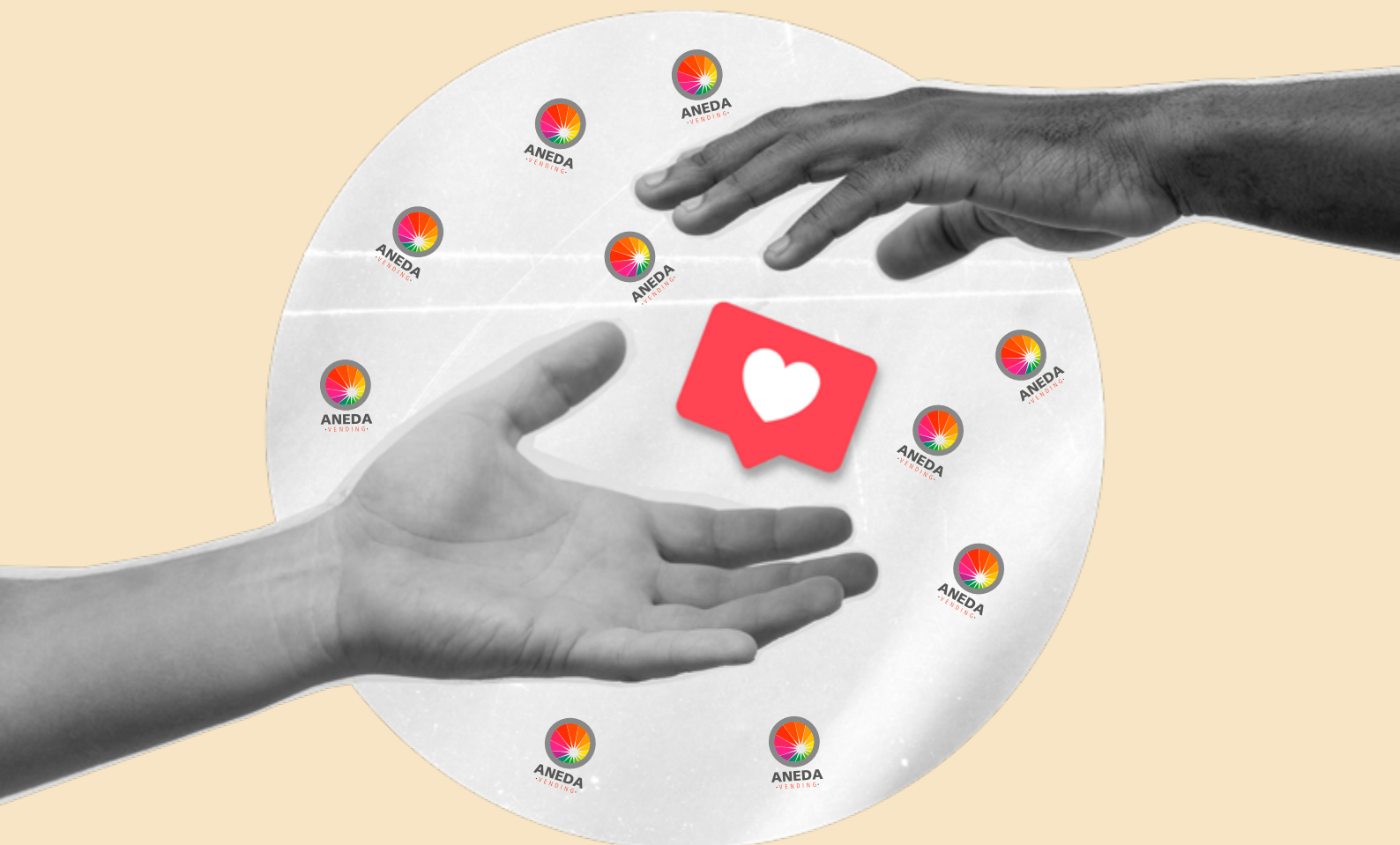
Con esta gala, El Pozo Alimentación ha querido agradecer la dedicación, el compromiso y la trayectoria de quienes han contribuido al crecimiento de la empresa, reconociendo que su labor ha sido esencial para consolidar un proyecto empresarial basado en el esfuerzo, la confianza y el trabajo en equipo.



# Aneoda

## NOTICIAS

"La revista de tu asociación"



¡Seguimos con la nueva campaña!  
**#LaParadojaDelVending**

Comparte, difunde y ayudarás a reforzar y dignificar la imagen del canal.

**in**     
**@Anedavending**

### PRÓXIMAS CITAS:


**27 DE ABRIL**

WEBINAR - Sobre desperdicio alimentario

**6 AL 8 DE MAYO**  
VENDITALIA

## SUSCRÍBETE

y recibe la revista cada mes:

 [comercial@aneda.org](mailto:comercial@aneda.org)

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