

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

Mayo ■ N° 163

**Datos
estadísticos**
Pag 24

**Entrevista a:
Pablo Plens**

Pag 18



**ANEDA con
sus socios en
Venditalia 2026**

Pag 48



Índice



4

La voz del experto



7

Asociación



18

Entrevista a:
Pablo Plens



38

Normativas,
relaciones
laborales
y economía



42


Internacional

Índice



24

Datos estadísticos



26

Curiosidades y reflexiones



30

Notas de prensa



50

Hazte socio
-
Nuevos socios



52

Certificado de calidad



54

Relaciones Institucionales



56

Noticias de empresa



Mayo, mes de la celiarquía: hacia un vending más inclusivo

La creciente demanda de productos sin gluten refuerza la evolución del vending hacia modelos más adaptados y responsables.

*El mes de mayo se convierte cada año en una oportunidad clave para **visibilizar la celiarquía**, una condición que afecta a miles de personas y que requiere un acceso seguro y fiable a la alimentación en su día a día.*

***El Día Internacional de la Enfermedad Celíaca se conmemora el 16 de mayo**, fecha que concentra campañas de sensibilización y recursos informativos a nivel nacional e internacional Día de la Enfermedad Celíaca | FACE.*

*En España **la celiarquía afecta aproximadamente al 1% de la población**, con estimaciones que sitúan entre 450.000 personas afectadas y un alto porcentaje aún sin diagnosticar. Esto supone un número significativo de personas que necesitan acceso seguro a productos sin gluten en su día a día.*

*El aumento del diagnóstico y la concienciación social ha impulsado una **creciente demanda de productos sin gluten**, convirtiéndolos en una categoría cada vez más relevante también en canales como el vending.*

*En este contexto, el sector del **vending**, tradicionalmente vinculado a la conveniencia, hoy **evoluciona hacia un modelo más adaptado a las necesidades actuales**, donde la seguridad alimentaria, la transparencia y la inclusión son aspectos esenciales.*

*La realidad es clara: **el vending ofrece opciones seguras y accesibles para las personas celíacas**. Adaptar los surtidos, establecer protocolos adecuados y garantizar una correcta comunicación ya no es solo una tendencia, sino una realidad y necesidad del mercado.*

*En este sentido, cada vez son más las empresas que apuestan por incorporar productos **sin gluten**, ampliando la oferta disponible y facilitando el acceso a alternativas seguras en entornos donde, en muchas ocasiones, las opciones son limitadas: hospitales, centros de trabajo, estaciones o espacios públicos.*

*Pero este avance no se limita únicamente a la incorporación de productos. Es imprescindible acompañarlo de una gestión rigurosa, **evitar riesgos de contaminación cruzada** y ofrecer una información clara y visible que permita al consumidor tomar decisiones con confianza.*

*Dentro de los socios proveedores de ANEDA, destaca **Dr. Schär**, compañía referente en alimentación sin gluten, que ofrece un amplio y especializado surtido de productos adaptados para personas celíacas. Su apuesta por la innovación, la calidad y la seguridad alimentaria convierte sus soluciones en una opción clave para el canal vending, facilitando la incorporación de alternativas fiables y accesibles para este colectivo.*

Más información en:
www.drskar.com

*El compromiso con la celiarquía refleja, en definitiva, un cambio profundo en el sector: **un vending que escucha se adapta y responde a las necesidades de todos los consumidores**. Apostar por la inclusión alimentaria es también apostar por la calidad, la confianza y la evolución del servicio.*

Porque avanzar hacia un vending más inclusivo, es el camino para seguir construyendo un sector que crece, innova y se adapta a la sociedad.



BAJO EN CALORÍAS

SABOR ORIGINAL

Ahora el sabor de siempre solo está en

fuze tea®



EN COLABORACIÓN CON 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 infundiar.
- 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



70g

NO GLUTEN

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

ñaming

ENSALADAS

Nuevo envase · Nuevas recetas · Máxima frescura



DESCUBRE TODOS NUESTROS PRODUCTOS EN N-AMING.ES

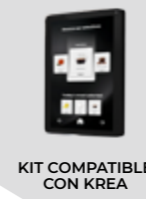


ÑAMING S.L. C/ País Vasco Nº5, Pol.Ind. El Zafranar 50550 Mallén (Zaragoza) Tel. 976 866 380 www.n-aming.es

Valor, añadido.



+



KIT COMPATIBLE CON KREA



Con una inversión contenida, los kits refurbish compatibles de N-and prolongan la vida útil de tus máquinas. Las transforman en touchpoints digitales conectados, capaces de ofrecer una experiencia de usuario más intuitiva, atractiva y envolvente.

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

n-andgroup.com/productos

Celebrado el webinar sobre desperdicio alimentario con amplia participación del sector

Conocimiento y herramientas para el sector

ANEDA ha celebrado, en colaboración con NARIA, el webinar **“Cómo convertir la gestión de excedentes en una ventaja operativa, fiscal y sostenible”**, una sesión práctica centrada en ayudar a las empresas del sector del vending a adaptarse a la Ley 1/2025 sobre desperdicio alimentario, ya en vigor.

El encuentro ha contado con una gran acogida, con la **participación de más de 30 empresas** asociadas, lo que pone de manifiesto el interés del sector por afrontar de forma proactiva los retos que plantea esta nueva normativa.

Durante la sesión, se abordó uno de los principales desafíos del día a día del vending: **la gestión de los excedentes alimentarios en un entorno marcado por la logística y las fechas de caducidad ajustadas**. A través de un enfoque práctico, se presentaron soluciones reales y aplicables, destacando el uso de herramientas digitales que permiten gestionar los excedentes de forma sencilla, segura y garantizando la trazabilidad en todo momento, apoyándose en tecnología blockchain y en una red de entidades sociales.

El webinar resultó muy interesante y enriquecedor, abordando aspectos clave como el **cumplimiento normativo, las ventajas fiscales asociadas a la donación de excedentes**, así como el impacto en sostenibilidad y criterios ESG. Asimismo, se expusieron las inquietudes de su aplicación real, dando respuesta a las principales dudas de los participantes.

Esta iniciativa se enmarca en el compromiso de ANEDA de **acompañar a sus empresas asociadas**, proporcionando información útil, herramientas prácticas y apoyo ante los nuevos retos regulatorios del sector.

Gracias a **NARIA** por su compromiso y colaboración para llevar a cabo este encuentro telemático.



Aneda en la presentación de la guía sobre accesibilidad en el consumo

Compromiso con un consumo más inclusivo y accesible

ANEDA ha estado presente, como entidad invitada por el **Ministerio de Derechos Sociales, Consumo y Agenda 2030**, en el acto de presentación de la guía **"Accesibilidad en el Consumo: pautas y recomendaciones para implementar la accesibilidad universal"**, celebrado el pasado 28 de abril en el HUB Por Talento Digital.

El encuentro, organizado por el Real Patronato sobre Discapacidad, reunió a destacados representantes institucionales y del ámbito social, entre ellos **Rosa Martínez**, Secretaria de Estado de Derechos Sociales; **Luis Cayo**, presidente del CERMI; **Daniel Arribas**, director general de Consumo; y **Jesús Martín**, director

del Real Patronato sobre Discapacidad, junto a otros expertos y representantes del mundo de consumidores y de la ONCE.

Durante la jornada se puso en valor la necesidad de avanzar hacia un consumo más inclusivo y accesible, promoviendo herramientas y buenas prácticas que faciliten la participación de todas las personas en igualdad de condiciones.

La presencia de ANEDA en este acto refuerza su **compromiso con la accesibilidad universal**, la inclusión y la mejora continua de la experiencia del consumidor, en línea con los retos actuales del sector.



ELYTE VENDING Family **computer DESARROLLOS INFORMÁTICOS S.L.**
Vending Solutions

Actualice su gestión de Vending, cambie a...

ELYTE

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

SOLICITE INFORMACIÓN

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

gullón

Celebra con nosotros
El Mayor Surtido del Canal Vending

CHOCO BOM
Crackers
BIO
Vitalday

NUEVO!
NUEVO!

Pascual
Dar lo mejor

La mejor pausa
está dentro.



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

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

EUROCONSULTORES
ASESORÍA JURÍDICA EMPRESARIAL

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

En el 6º encuentro de comercio de CEOE

ANEDA refuerza su presencia en los foros empresariales de referencia

ANEDA ha asistido al **6º Encuentro de Comercio, celebrado en Toledo**, una cita de referencia organizada por la Comisión de Competitividad, Comercio y Consumo (C4) de CEOE, en colaboración con **CECAM CEOE-CEPYME Castilla-La Mancha**. El evento ha reunido a representantes empresariales, institucionales y expertos para abordar los principales retos y oportunidades del comercio en España.

El encuentro ha servido para poner en valor el peso estratégico de un sector clave para la economía nacional, tanto por su contribución al empleo como por su papel en la vertebración territorial y el dinamismo de la vida local.



Durante la jornada intervinieron destacadas figuras del **ámbito institucional y empresarial**, como el presidente de CEOE, **Antonio Garamendi**; el presidente de Castilla-La Mancha, **Emiliano García-Page**; el presidente de CECAM, **Ángel Nicolás**; y el presidente de la Comisión de Competitividad, Comercio y Consumo (C4) de CEOE, **Ricard Cabedo**. La clausura estuvo a cargo de la secretaria de Estado de Comercio, **Amparo López**, quien puso en valor la capacidad del comercio para adaptarse, innovar y superar los retos actuales, reiterando además el compromiso del Gobierno con la **protección y fortalecimiento** del tejido productivo.

Por parte de ANEDA, la participación en este foro refuerza su **compromiso con el diálogo institucional y la defensa de los intereses del sector**, poniendo especial atención a cuestiones como la regulación, la competitividad y la evolución del modelo de negocio en entornos cada vez más exigentes.

Como curiosidad, cabe señalar que el encuentro se ha celebrado precisamente en el **Palacio de Congresos de Toledo**, ciudad que también acogió Expocongress, cita de referencia para el sector del vending y la distribución automática, consolidándose, así como un escenario clave para el encuentro, el intercambio y el impulso empresarial.

La presencia de ANEDA en este tipo de iniciativas contribuye a **fortalecer el posicionamiento del sector del vending** dentro del ecosistema del comercio, impulsando su reconocimiento y participación activa en los debates clave para su futuro.



Reunión de la Junta Directiva de la Aneda

Seguimiento de actividad y preparación de la Asamblea del 9 de julio

La **Junta Directiva de ANEDA** ha celebrado recientemente una reunión, en la que se abordaron distintos asuntos clave para el desarrollo de la Asociación.

Durante la sesión, se trataron actualizaciones generales y asuntos diversos, así como la preparación de la **Asamblea** prevista para el próximo **9 de julio**. Asimismo, se contó con la

intervención del presidente **Juan Luis, Hernández** quien compartió **aportaciones de interés para el conjunto de la Junta**.

El encuentro permitió poner en común información relevante y avanzar en las principales líneas de trabajo de la Asociación.



Convocatoria de Asamblea General; 9 de julio en Madrid

Análisis de gestión, cuentas 2025 y renovación de la Junta Directiva

Madrid acogerá la próxima **Asamblea General de la asociación**, que se celebrará el día 9 de julio a partir de las 11:00 h y que se presenta como **una cita clave para todos los asociados**.



Este encuentro servirá para **analizar** en profundidad la gestión realizada, **compartir** los principales avances alcanzados y **abordar los retos estratégicos** que marcarán el futuro del sector. Será, además, un **espacio abierto al diálogo**, donde la participación activa de los asistentes resultará esencial para **enriquecer el debate** y fortalecer la toma de decisiones. Entre los puntos más destacados del orden del día, se incluye la **revisión de la gestión, la presentación y aprobación** —si procede— de las cuentas correspondientes a 2025, así como la convocatoria de elecciones para la renovación de la Junta Directiva, un momento especialmente relevante para definir el liderazgo de la organización en los próximos años.

La Asamblea constituye una oportunidad única para implicarse directamente en la **evolución de la entidad, aportar visión y formar parte de las decisiones** que impactan en el conjunto de los asociados.

Tu asistencia es fundamental. Te esperamos en Madrid para seguir construyendo, entre todos, el futuro de la asociación.

Kaiku
NAM
UN DESAYUNO
COMPLETO
PARA DÍAS
COMPLETOS



NUEVO

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**

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

Somos
especialistas en
la fabricación
de vasos
vending para
dispensado
automático



HORECA

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

VENDING

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

**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



Pablo Plens

Country Manager España de N-and Group



1. Para empezar, ¿podrías explicarnos a qué se dedica N-and Group y qué papel desempeña dentro del sector del vending?

N-and Group es una empresa tecnológica especializada en el desarrollo de sistemas **embedded**, **soluciones IoT**, interfaces digitales y plataformas software dedicadas al mundo del vending y del retail automático.

Nuestro objetivo es **acompañar a los operadores en la transformación digital de las máquinas vending**, haciéndolas más conectadas, inteligentes y capaces de ofrecer una experiencia de usuario avanzada.

Dentro del sector nos posicionamos como **partner tecnológico**: no proporcionamos simplemente hardware o software, sino que desarrollamos ecosistemas integrados que combinan pagos digitales, telemetría, interfaces HMI, gestión remota y servicios cloud.

2. ¿En qué tipo de máquinas o aplicaciones podemos encontrar vuestra tecnología dentro del sector?

Nuestras soluciones **están presentes en diferentes aplicaciones del vending**: distribuidores automáticos de bebidas calientes, snack & food, smart fridge, lockers inteligentes y sistemas unattended en general.

En particular, trabajamos mucho en la **integración de panel PC industriales e interfaces HMI avanzadas dentro de las máquinas vending**, tanto nuevas — mediante el suministro directo de tecnología a los fabricantes OEM— como ya existentes, gracias a kits de renovación diseñados para instalarse en los principales modelos de distribuidores automáticos presentes en el mercado.

El objetivo es **transformar las máquinas vending en verdaderas plataformas digitales** de comunicación, interacción y venta avanzada.

Nuestra tecnología también se utiliza en sistemas de **pago cashless, programas loyalty, telemetría y gestión de datos en tiempo real**.

3. ¿Qué os diferencia de otros proveedores tecnológicos?

Creo que nuestro principal elemento diferencial es la **capacidad de cubrir toda la cadena de valor tecnológica**.

N-and Group no se limita a proporcionar solamente hardware o solamente software: **integramos todas las competencias —desde el diseño hardware hasta el desarrollo software**, desde la conectividad hasta los servicios cloud y la asistencia— en una única solución end-to-end.

Este enfoque nos permite **ofrecer soluciones escalables, fiables y personalizadas**, con un fuerte foco en las necesidades operativas reales de nuestros clientes.

4. ¿Cuál consideráis que es el mayor reto tecnológico que afronta N-and Group actualmente?

Uno de los principales retos es conseguir que las **máquinas vending sean cada vez más inteligentes y conectadas**, manteniendo al mismo tiempo simplicidad, estabilidad y sostenibilidad económica para los operadores.

Hoy el mercado requiere sistemas más abiertos, interoperables y actualizables remotamente. Esto implica trabajar en **ciberseguridad, integración cloud, gestión de datos** y compatibilidad con **diferentes ecosistemas**.

Paralelamente, estamos invirtiendo mucho en la **aplicación de la inteligencia artificial**, tanto en la adquisición y elaboración de información a nivel local como en la interpretación de datos con el objetivo de mejorar la eficiencia operativa y desarrollar sistemas de mantenimiento predictivo.



5. ¿Cómo veis la evolución del mercado de embedded systems e IoT en los próximos 3-5 años?

Pensamos que en los próximos años veremos una fuerte aceleración de la **integración entre IoT, inteligencia artificial y servicios digitales**.

Las máquinas vending se convertirán cada vez más en **dispositivos inteligentes** capaces de recoger datos, adaptarse al comportamiento del usuario y ofrecer servicios personalizados.

En este escenario creemos que la **interoperabilidad** tendrá un papel fundamental. Por eso **N-and Group** ha liderado el desarrollo de SmartLink, el nuevo protocolo de comunicación promovido por EVA —la asociación europea del vending— nacido con el objetivo de crear un ecosistema más abierto, integrado y capaz de poner en comunicación dispositivos, servicios digitales y plataformas cloud de una manera mucho más eficiente respecto a los estándares actuales.

SmartLink representa para nosotros un verdadero salto evolutivo: permitirá **transformar los distribuidores automáticos de simples sistemas de dispensación en auténticos touchpoint digitales inteligentes**, capaces de gestionar contenidos, servicios, interacción con el usuario y recopilación de datos de una forma completamente nueva.

También tendrá un papel clave la **elaboración inteligente de datos en tiempo real** directamente a bordo de la máquina: permitirá utilizar inteligencia artificial para adquirir información procedente del entorno y de los consumidores mediante cámaras, o incluso interpretar señales eléctricas con fines de mantenimiento predictivo, leyendo consumos y comportamientos eléctricos sin necesidad de instalar sensores adicionales.

Todo esto permitirá **aumentar la velocidad de análisis, la fiabilidad y la continuidad operativa** de las máquinas.

6. ¿Cómo está evolucionando la experiencia de usuario en el vending gracias a la tecnología?

La experiencia de usuario está cambiando radicalmente. Hoy el consumidor espera la misma **simplicidad y calidad de interacción** que encuentra en el retail o en su smartphone.

Pagos digitales, interfaces HMI intuitivas, programas loyalty, contenidos dinámicos y personalización están transformando el vending en una experiencia mucho más atractiva y moderna.

La tecnología además permite crear una relación más directa entre **marca, operador y consumidor final**.

En Venditalia presentamos en primicia pantallas capaces de **mostrar contenidos publicitarios tanto en el frontal de la máquina** —mediante espacios dedicados dentro de la propia interfaz de usuario— como lateralmente, gracias a grandes displays de 50 pulgadas integrados en estructuras aplicables a cualquier tipo de distribuidor automático.

El objetivo es ofrecer a los operadores nuevas oportunidades de generación de ingresos y **transformar la máquina vending** en un verdadero canal de comunicación digital.

7. ¿Qué tendencias están marcando el desarrollo de interfaces y soluciones digitales en el sector?

Vemos tres tendencias muy claras: **simplicidad de uso, integración de servicios y personalización**. Las interfaces son cada vez más intuitivas y visuales, con una experiencia similar a la de las aplicaciones consumer, pero diseñadas para garantizar robustez y fiabilidad en entornos industriales.

Al mismo tiempo, crece la **integración con wallets digitales, sistemas loyalty y plataformas cloud**. Otro aspecto fundamental es el uso de los datos para ofrecer contenidos, promociones y experiencias cada vez más personalizadas.

8. ¿Cómo afrontáis los retos medioambientales y qué papel juega la sostenibilidad en vuestra actividad?

La **sostenibilidad** es un tema central también en nuestro sector.

Por un lado, trabajamos para **aumentar la eficiencia energética** de los sistemas y mejorar la gestión remota de las máquinas, reduciendo intervenciones técnicas y desperdicios operativos.

Por otro, estamos invirtiendo mucho en el concepto de **regeneración de máquinas vending** mediante la integración de nuevas tecnologías digitales sobre máquinas existentes, ampliando su ciclo de vida y reduciendo el impacto medioambiental.





9. ¿Qué papel tienen para vosotros eventos como Venditalia o encuentros sectoriales dentro de vuestra estrategia de empresa?

Eventos como **Venditalia** son fundamentales porque representan momentos de encuentro, networking y visión sobre el futuro del sector.

Para nosotros no son solo ocasiones comerciales, sino también oportunidades para **escuchar al mercado, recoger feedback y presentar nuevas ideas.**

En Venditalia hemos decidido presentar exclusivamente **soluciones** que hoy todavía **no existen en el mercado**, con el objetivo de afirmar nuestra visión del vending del futuro: transformar la máquina de un simple punto de dispensación a un verdadero canal de **interacción digital y soporte de experiencias** de compra personalizadas.

Creemos que el vending tiene el potencial de convertirse en una **plataforma inteligente** capaz de generar valor no solo a través de la venta del producto, sino también mediante servicios, contenidos y relación con el consumidor.

10. Más allá del ámbito profesional, ¿cómo eres en tu día a día y qué te ayuda a desconectar?

Soy una persona muy curiosa y dinámica; probablemente también fuera del trabajo mantengo el mismo enfoque orientado a la **innovación** y a las relaciones humanas.

En mi tiempo libre intento dedicarme a la familia, al deporte, naturaleza y a actividades al aire libre, que me ayudan a recargar energías y encontrar nuevas ideas. Recientemente hemos decidido en la familia, mudarnos fuera de la ciudad para poder disfrutar cada día de todo esto.

Creo que mantener un **buen equilibrio** entre vida profesional y personal es fundamental también para afrontar mejor los retos laborales.



Creemos que la innovación es clave para un futuro más sostenible

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



Orbit Refresher's

DESATA EL sabor

PROPORCIONA UN SABOR Y EXPERIENCIA INIGUALABLE

SABORES MÁS AFRUTADOS Y DIVERTIDOS

masca y fluye

BIBO

GM GLOBAL SOLUTIONS

DISTINGUE, DIGITALIZA, EVOLUCIONA

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

GMBOS
4.0 Más inteligente

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

Iberia 1er trimestre 2026



Cifras y volúmenes



IBÉRIA 1^{er} TRIMESTRE 2026

8

Compañías han participado en este estudio

5.246

Máquinas han sido vendidas en este trimestre

Decrecimiento

-3%

Respecto al mismo trimestre del 2025

Crecimiento
10,7%

Respecto al trimestre anterior

PORTUGAL

Crecimiento
21%

respecto al mismo trimestre del 2025

Decrecimiento
-23%

respecto al mismo trimestre del 2025



Análisis datos



IBÉRIA 1^{er} TRIMESTRE 2026

CATALUÑA SIGUE COMO LA COMUNIDAD CON MAYOR VENTA
1.028 Unidades (Aprox: 20% del mercado)

EL 49 % DE LAS VENTA DE MÁQUINAS SE HA REALIZADO EN ESTE TRIMESTRE EN:
Cataluña, Madrid, Valencia y Andalucía

UNIDADES:
525 máquinas vendidas por empresa / trimestre

HOT DRINKS
Representa un 47%

LAS MÁQUINAS DE CAFÉ SIGUEN REPRESENTANDO MÁS DEL 70,74% DE VENTA DE MÁQUINAS AUNQUE POCO A POCO SE REDUCE SU IMPORTANCIA

DENTRO DE CAFÉS, EXPRESSO REPRESENTA MÁS DEL 96%, SIGNIFICATIVO AUMENTO ESTE TRIMESTRE

PORTUGAL

Crece con respecto al trimestre anterior

KitKat crea la máquina expendedora más lenta del mundo

La marca de chocolates busca desafiar la cultura moderna de la velocidad y gratificación instantánea con esta máquina expendedora que invita a las personas a hacer una pausa y disfrutar de un descanso consciente.



| Fuente: mercadonegro.pe |

En un contexto donde todo ocurre a gran velocidad, **KitKat** presenta una propuesta que busca ir en sentido contrario. En alianza con VML y la productora The Other Half, la marca lanzó «La máquina expendedora más lenta del mundo», una instalación que invita a las personas a tomarse un respiro en medio de la rutina diaria.

La iniciativa nace de una colaboración entre las oficinas de VML Países Bajos y VML India, con un enfoque que **prioriza la pausa sobre la inmediatez**. Más que ofrecer un producto, la máquina propone una experiencia distinta: desacelerar, aunque sea por unos instantes, en un entorno donde el tiempo parece no detenerse.

KitKat pone una pausa en medio del ritmo acelerado

Instalada en uno de los centros comerciales más concurridos de **Hyderabad**, la máquina rompe con la lógica habitual de consumo rápido. En lugar de entregar el producto de forma inmediata, transforma la interacción en un momento breve pero significativo, pensado para desconectar del ajetreo cotidiano.

«Vivimos en una cultura que valora cada vez más la velocidad, especialmente en la India, donde incluso nuestros descansos son cada vez más cortos», dijo Gopichandar J, director de confitería. «Las máquinas expendedoras generalmente se construyen para la comodidad e inmediatez. Con esto, queríamos explorar si incluso una pequeña pausa podría sentirse significativa: un simple descanso de KitKat, experimentado de manera un poco diferente».

En ese sentido, la propuesta no solo busca entregar un snack, sino **replantear la relación con el tiempo**. La pausa se convierte en el verdadero valor de la experiencia, alineándose con el histórico mensaje de la marca: tomarse un break.



Una experiencia que transforma la espera

A diferencia de una máquina convencional, aquí el producto no aparece en segundos. Tras insertar una moneda, el **KitKat** inicia un recorrido visual a través de distintas escenas inspiradas en la vida cotidiana en la India: desde un viaje en tren de juguete hasta una procesión festiva, pasando por una noria, un camión icónico y un tranquilo trayecto por el río.

«Mientras que la máquina expendedora promedio saca un bocadillo en tres segundos, la nuestra da un paseo lujoso sin ninguna prisa», explicó Kalpesh Patankar, director creativo de VML India. «Durante toda la duración del viaje del KitKat, se invita a la gente a hacer lo que casi nunca hace: tomar un descanso. Para ver. Sonreír. Simplemente ser».

«Todo hoy en día tiene que ver con la velocidad, con la multitarea y con marcar cosas de una lista. Pero, ¿qué pasó con tomarse un momento para sí mismo, para tener un descanso? Creamos la máquina expendedora para permitir a las personas un momento de asombro sin culpa en un mundo que lo necesita más que nunca», agregó Bas Korsten, director creativo global, innovación y director creativo de EMEA.

El Tormes estrena una nueva máquina expendedora

Crea carcassas personalizadas para el móvil en apenas 3 minutos

El Centro Comercial amplía su oferta de servicios con una **propuesta innovadora, creativa** y totalmente personalizada. Desde hoy, los visitantes de El Tormes pueden disfrutar de CoverMe, una sorprendente máquina expendedora ubicada en la planta primera, que permite crear e imprimir carcassas personalizadas para el móvil en tan solo 3 minutos.

Esta nueva incorporación **combina tecnología, diseño y rapidez**, ofreciendo a los clientes la posibilidad de llevar su estilo personal directamente en su teléfono. Con CoverMe, los usuarios pueden imprimir fotos directamente desde su móvil, crear diseños únicos gracias a un editor de imágenes integrado y/o inspirarse con opciones creativas disponibles en pantalla.

La máquina cuenta con **compatibilidad para 77 modelos diferentes de carcassas**, adaptándose a una amplia variedad de marcas y dispositivos. Dispone de **múltiples formas de pago** para mayor comodidad aceptando metálico, tarjeta de crédito y NFC (pago con el móvil). Además, su interfaz multilingüe y su funcionamiento intuitivo hacen que cualquier persona pueda utilizarla fácilmente.

¡Disfruta de tu nueva carcassa personalizada!

| Fuente: cuestionsaber.com |

Personalizar la carcassa es rápido y sencillo:

1. Escanea el **código QR** que aparece en la pantalla.
2. Selecciona el modelo de tu móvil.
3. Sube tu foto o crea tu propio diseño con el editor.
4. Realiza el pago de forma rápida y segura.



NOVEDADES NATURALMENTE SABROSOS



www.rocket.vending-go.com



Soluciones que conectan, integran y transforman la operación.

En un sector en plena evolución, la capacidad de **conectar tecnología, operación y experiencia de usuario** se ha convertido en un factor decisivo.



Con más de una década desarrollando tecnología para operadores, V2V Factory integra todos los elementos del ecosistema de venta desatendida en una única plataforma digital.



Desde la gestión remota y la monitorización en tiempo real hasta la integración de pagos y la optimización operativa, su tecnología permite a los operadores adaptarse a nuevos entornos de consumo de forma eficiente y escalable.



Sus soluciones dan soporte a diferentes modelos de negocio, desde la operación tradicional hasta Coffee Corners, Micromarkets y Smartfridges.

Infraestructura tecnológica para un vending más conectado, eficiente y preparado para el futuro.

www.v2vfactory.tech



Nuevas chocolatinas



¡NUEVOS!

DESCUBRE LA
#PLACEROSOFÍA

EN LO QUE DURA
UNA BOLSA DE MIOS!

La industria de pagos avanza hacia la supervisión continua como nuevo estándar de seguridad

El aumento de los pagos digitales a través de terminales conectados, quioscos y dispositivos IoT está transformando el ecosistema financiero, pero también ampliando de forma significativa la superficie de ataque. En este contexto, la llegada de PCI-DSS v4.0.1 marca un cambio de paradigma hacia la supervisión continua y la detección en tiempo real.

| Fuente: Wireless Logic |

La imparable expansión de los **pagos digitales** a través de terminales de punto de venta (TPV), puntos de recarga de vehículos eléctricos, tiqueteras de autobuses, comercios desatendidos o sistemas inteligentes de venta de billetes, entre otros, está transformando el ecosistema de pagos. Sin embargo, este crecimiento también está ampliando la superficie de ataque y elevando el nivel de sofisticación del fraude.

En este contexto, la llegada de PCI-DSS v4.0.1 marca un punto de inflexión: **el cumplimiento deja de basarse en auditorías periódicas para exigir una supervisión continua**, demostrable y basada en pruebas en todos los terminales de pago. Según Mastercard, se estima que las pérdidas mundiales por fraude podrían alcanzar los

362.000 millones de dólares en 2028, reflejando la creciente industrialización de la ciberdelincuencia en el comercio digital.

Nuevo escenario de seguridad en pagos digitales

La tecnología puede ayudar a reducir el riesgo que asumen los ecosistemas de pagos digitales conforme avanza la adopción de dispositivos conectados. Si bien la expansión de dispositivos IoT de pago contribuye a **ampliar la superficie de ataque y puede generar lagunas de visibilidad**, existen sistemas para la detección de anomalías y amenazas (ATD) que permite la detección de riesgos en tiempo real. *“Nuestra plataforma de detección de anomalías y amenazas basada en IA está especialmente diseñada para ayudar a fabricantes e integradores a proteger su red de activos distribuidos”, explica Xabier Olea, Director Técnico de Wireless Logic España. “Pero hoy no basta con proteger: es imprescindible demostrarlo. Por eso, incorporamos capacidades avanzadas de reporting que permiten agilizar los procesos de auditoría.”*



En este sentido, PCI-DSS v4.0.1 sustituye las auditorías puntuales por supervisión continua basada en evidencias, de manera que ayuda a proteger mejor los sistemas gracias a la propia tecnología y a la automatización.

Del cumplimiento al aseguramiento continuo

PCI-DSS (Payment Card Industry Data Security Standard) es el marco global para proteger los datos de pago. La versión 4.0.1 introduce un cambio estructural: no basta con **implementar controles, sino que las organizaciones deben demostrar supervisión continua**, detección en tiempo real y capacidad de respuesta efectiva. Algo que, más allá de la importancia que tendrá para la continuidad operativa de la propia empresa, se convierte en una obligación legal a la luz de nuevas legislaciones como la Ley de Ciberresiliencia, que entró en vigor en 2024 y que a partir de septiembre de este año contemplará obligaciones de información para empresas y organismos.

La pregunta clave para los equipos directivos ya no es si se cumple la normativa, sino si la organización puede detectar **amenazas de forma temprana, automatizar evidencias y demostrar garantía continua antes de que ocurra un incidente**. Y es que el incumplimiento puede implicar multas, daños reputacionales y pérdida de relaciones con entidades financieras, lo que eleva la presión sobre las organizaciones para adoptar capacidades avanzadas de monitorización. Pero también supone una amenaza continua de disrupción en el funcionamiento normal de la empresa en caso de sufrir un ataque, que puede ser prevenido gracias a un nuevo marco de protección integral implementado de la mano de partners de conectividad que, como Wireless Logic, pueden diseñar propuestas de valor centradas en cada cliente y construidas en torno a la ciberseguridad.

El riesgo oculto en la infraestructura de pagos moderna

Los terminales actuales presentan características que incrementan el riesgo, ya que están distribuidos de forma global, de manera que se someten a distintos niveles de riesgos según su ubicación, y operan sobre redes móviles de muy diversa naturaleza. Además, suelen ser **entornos desatendidos, lo que incrementa el riesgo de ataque**, y están fuera del perímetro tradicional de IT, a pesar de gestionar datos sensibles.

Esto genera una **brecha crítica de visibilidad**, como aseguran desde Wireless Logic, proveedor global líder en conectividad IoT. *“Entre las amenazas emergentes destacan el intercambio de SIM, la manipulación de firmware y el movimiento lateral desde dispositivos comprometidos. Las herramientas de seguridad tradicionales, diseñadas para entornos corporativos, no cubren eficazmente estos escenarios, dejando puntos ciegos en la red”*, confirma Olea.

ATD: una respuesta alineada con PCI-DSS v4.0.1

En este contexto, se hace evidente la necesidad de contar con herramientas que ayuden a los fabricantes a adaptarse a este nuevo escenario normativo y regulatorio. La plataforma ATD (Anomaly & Threat Detection) de Wireless Logic proporciona capacidades clave para cumplir con los nuevos requisitos, ya que permite **supervisar el comportamiento de los dispositivos** directamente desde la red, detectar anomalías casi en tiempo real y generar informes automatizados listos para auditoría.

“Entre sus principales capacidades destacan la supervisión continua de dispositivos conectados, la detección de patrones anómalos y actividad sospechosa, la automatización de alertas y respuesta, y la generación de evidencias estructuradas para auditoría”, menciona Olea.

ATD contribuye de forma directa a **varios requisitos críticos de PCI-DSS**, especialmente en áreas como control de red, protección de datos en tránsito, registro y monitorización, validación de controles y gobernanza, por lo que ofrece recursos para la gestión de amenazas y la visibilidad operativa, contribuyendo al cumplimiento de las nuevas normativas sobre ciberresiliencia y ciberseguridad.

Una nueva realidad: la seguridad como infraestructura

En un entorno donde el fraude sigue creciendo, el cumplimiento ya no es un ejercicio puntual, sino una capacidad operativa continua que exige monitorización y adaptación en tiempo real. Dos factores que contribuirán a **reducir la exposición al fraude**, permitirán acelerar la respuesta ante incidentes y mejorarán la gobernanza empresarial gracias a un marco que automatiza el cumplimiento normativo, mientras protege el ecosistema digital de cada organización.

En el nuevo y cambiante ecosistema de pagos conectado, la seguridad deja de ser un complemento para convertirse en infraestructura crítica y elemento diferenciador, por lo que contar con un partner de confianza con capacidad para desplegar soluciones enfocadas a la protección desde su planteamiento y diseño supondrá un valor añadido que permitirá a cada empresa ganar resiliencia y competitividad sin tener que renunciar a la conectividad distribuida.



Lanjarón presenta “De lo más alto a lo más hondo”, su nueva campaña que retrata el viaje del agua desde Sierra Nevada hasta las emociones

Creada por VML THE COCKTAIL y producida por Apartamento y WPP Production, la pieza conecta la pureza y el carácter del agua de Sierra Nevada con el sentimiento y la expresividad de una bailaora en pleno ensayo

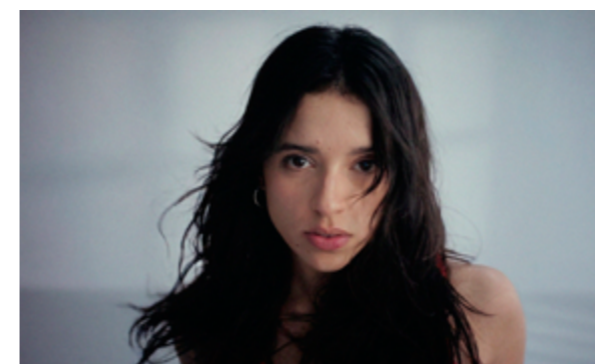
| Fuente: VMLthecocktail/|

El agua Lanjarón nace en Andalucía, en el Pico Veleta (3.396 m), uno de los puntos más altos de Sierra Nevada y Reserva de la Biosfera. Su pureza, fruto de este enclave inhóspito, es el eje de la campaña De lo más alto a lo más hondo.

La pieza recorre **el viaje del agua hasta llegar a nuestro cuerpo y nuestras emociones**, manteniendo el mismo carácter salvaje con el que brotó. Una idea poética que contrapone la altura del origen del agua Lanjarón con su capacidad de llegar a lo más hondo de las personas, una expresión profundamente arraigada en Andalucía que evoca las emociones más auténticas e intensas, vinculadas al cante jondo.

Con esta campaña, la marca busca **reforzar su relevancia y conexión** con los consumidores a través de un territorio de comunicación más cercano, auténtico y alineado con su origen, poniendo en valor aquello que la hace única: su procedencia, su esencia y su vínculo emocional con el territorio.

Margaux Givré, brand manager en Lanjarón, apunta “De lo más alto a lo más hondo es una campaña que nos permite reforzar lo que define a Lanjarón: un origen extraordinario en Sierra Nevada, una personalidad con carácter y un vínculo cultural auténtico con nuestra tierra. Volvemos a hablar desde lo que nos hace únicos para reconectar con los consumidores de una manera más cercana”.



La narrativa visual traza paralelismos entre la **naturaleza de Sierra Nevada y la coreografía de una bailaora de flamenco contemporáneo**, uniendo la fuerza de la montaña con la intensidad del gesto, y el fluir del agua con la expresividad del baile. La idea juega además con el hecho de que el cuerpo humano está formado en gran parte por agua, convirtiendo el sudor y las lágrimas de la bailaora en una manifestación de esta conexión. Una forma de mostrar cómo las emociones más honestas afloran cuando el agua que llevamos dentro se hace visible.

La música actúa como un elemento narrativo clave. La pieza cuenta con una composición original creada para acompañar cada movimiento y potenciar la atmósfera emocional del relato, transitando entre momentos de pureza, y otros de fuerza y carácter, reflejando la riqueza natural de la montaña y la personalidad del agua Lanjarón.

Albert Xifra, director creativo en VML THE COCKTAIL, comenta: “*teníamos claro que debíamos poner en valor el origen único de Lanjarón. Con el concepto De lo más alto a lo más hondo hemos podido hacerlo, conectando el universo inhóspito, misterioso y lleno de carácter de Sierra Nevada con el de las emociones más profundas, desde una mirada contemporánea y vinculada a la cultura andaluza*”.

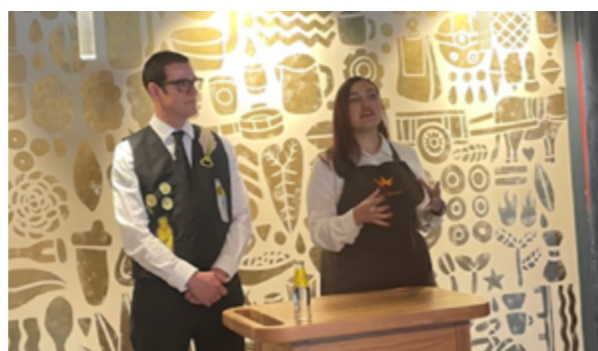
La autenticidad ha sido una premisa fundamental durante todo el proyecto. Por ello, la campaña cuenta con **Teresa Garzón** como protagonista, reconocida actriz y bailaora granadina, cuya interpretación aporta verdad, arraigo y sensibilidad a una historia que, sin duda, llegará de lo más alto a lo más hondo.



VER AQUÍ



Starbucks y Schweppes crean “Coffee Tonic”, una nueva categoría de café frío para impulsar el consumo experiencial



La alianza entre ambas marcas da lugar a una **línea exclusiva de bebidas disponibles entre mayo y agosto en las tiendas Starbucks de España y Portugal**, con una propuesta que combina café de especialidad, tónica premium y preparación artesanal en el punto de venta.

Starbucks y Schweppes han unido fuerzas para lanzar **“Coffee Tonic”**, una nueva categoría de bebidas frías que fusiona café de especialidad y tónica premium con el objetivo de transformar el consumo de café frío en el mercado español. La propuesta estará disponible desde mayo hasta agosto en la red de cafeterías Starbucks de España y Portugal y responde al auge de las bebidas frías, ligeras y vinculadas a experiencias de consumo más sofisticadas.

La iniciativa supone la **primera alianza estratégica entre Starbucks®**, primer distribuidor y tostador de café del mundo y marca operada por Alease en España desde 2018, y Schweppes, líder en el segmento de tónicas y mixers premium y creador de la primera bebida carbonatada de la historia. Ambas compañías buscan posicionarse en la intersección entre la cafetería de especialidad y la coctelería premium para abrir nuevas ocasiones de consumo y franjas horarias inéditas en el sector.

Según explican las compañías, **el consumidor actual demanda propuestas más versátiles y experienciales**, en línea con nuevas formas de ocio y socialización. En este contexto, Coffee Tonic nace como una apuesta por redefinir el papel del café más allá de los formatos tradicionales.

La propuesta se apoya en la **calidad del producto** como principal elemento diferenciador. Starbucks destaca que solo el 3% del café mundial reúne los estándares necesarios para ser catalogado como café Starbucks. Sobre esta base, Schweppes aporta su característica burbuja fina y duradera, además de frescor, complejidad aromática y un ligero amargor que, según ambas marcas, transforma el café en una bebida más expresiva y sofisticada.

La gama estará formada por **tres bebidas frías elaboradas con café y matcha** combinados con Schweppes. La preparación se completará en el momento de la entrega por los baristas de Starbucks para preservar la burbuja de la tónica, el aroma del café recién extraído y el equilibrio de sabores.

Antonio Romero, director general de Starbucks Iberia, señala que “esta colaboración es un paso más en nuestra misión de evolucionar el papel del café en la cotidianidad de nuestros clientes”. Asimismo, destaca que “el éxito de la plataforma **Coffee Tonic** reside en la calidad de su origen; hablamos de un café que pasa unos estándares de calidad muy elevados, cultivado bajo sombra y con matices desde lo cítrico a lo terroso, junto a la legitimidad de la burbuja de Schweppes, que dan lugar a una categoría que hasta hoy no existía”.

Por su parte, **Mario León**, director de Marketing de Suntory Beverage and Food Iberia, afirma que **“esta alianza representa un paso natural en la evolución de Schweppes como marca impulsora de tendencias en mixología”**. En este sentido, subraya que la marca lleva años ampliando el territorio de la tónica más allá del gin-tonic, explorando nuevas combinaciones y momentos de consumo. **“El café, por su perfil aromático y su creciente protagonismo en el ocio diurno, es un aliado perfecto para seguir desarrollando nuevas ocasiones de consumo más sofisticadas y contemporáneas”**, añade.

León también pone en valor el papel del canal retail en esta estrategia y asegura que Starbucks es **“el socio ideal”** para desarrollar esta propuesta, gracias a la unión de dos marcas referentes en sus respectivos segmentos y a una ejecución artesanal en el punto de venta orientada a elevar la experiencia del consumidor.

Los nuevos Coffee Tonic tendrán un precio medio de 5,50 euros y estarán disponibles en **edición limitada** entre mayo y agosto. Según las compañías, esta ventana temporal responde a una estrategia de estacionalidad diseñada para maximizar el impacto durante los meses de mayor demanda de bebidas frías, optimizar la cadena de suministro y reforzar el efecto de exclusividad de la propuesta.

Con este lanzamiento, **Starbucks y Schweppes** buscan consolidar una nueva vía de innovación dentro del café frío, apoyada en la calidad del producto, la diferenciación experiencial y la evolución de los hábitos de consumo en hostelería.

EPS: el estándar que impulsa el pago electrónico en el vending

Conectividad, compatibilidad y confianza en cada transacción

La **Especificación de Pago Electrónico (EPS)**, desarrollada por la **EVA** (European Vending & Coffee Service Association), define las reglas de comunicación entre máquinas expendedoras, dispositivos de pago y sistemas de gestión o telemetría.

Este estándar técnico establece un conjunto mínimo de requisitos que garantizan la **compatibilidad entre equipos y soluciones de pago electrónico**, facilitando la integración y el buen funcionamiento dentro del ecosistema vending.

Además, los fabricantes de terminales pueden declarar su **cumplimiento con la EPS**, lo que permite a las empresas operadoras identificar con seguridad aquellos productos capaces de funcionar correctamente en entornos de vending.

Descubre todos los productos compatibles:

<https://lnkd.in/eKMPCaQG>

En un sector en constante evolución, la EPS se consolida como un pilar clave para avanzar hacia un vending más digital, interoperable y centrado en el usuario.



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



Consumo aprobará la mención "sin fuentes de fructosa" para el etiquetado de alimentos

La Aesan propondrá que en el etiquetado de un alimento pueda figurar la mención "Sin fuentes de fructosa", como ya ocurre con la mención 'Sin lactosa'.

La **Agencia Española de Seguridad Alimentaria y Nutrición (Aesan)** ha confirmado a Efeagro que ultima un documento para proponer que en el etiquetado de un alimento pueda figurar la mención "**Sin fuentes de fructosa**", de forma voluntaria, "de manera similar a como figura actualmente la mención 'Sin lactosa' en muchos alimentos".

La fructosa es un azúcar que se encuentra de manera natural en frutas, hortalizas y en la miel.

También existen múltiples **precursores metabólicos de la fructosa** que se utilizan por sus propiedades edulcorantes, tales como la sacarosa (azúcar de mesa), la tagatosa, el sorbitol y otros polialcoholes y en los jarabes de glucosa hidrogenados, de ágave o de arce, según la Aesan, dependiente del Ministerio de Derechos Sociales, Consumo y Agenda 2030.

Esta semana, el subdirector general de Gestión de la Seguridad Alimentaria de la Aesan, **Victorio José Teruel**, durante la asamblea de la Asociación Española de la Industria de Panadería, Bollería y Pastelería (Asemac), avanzó que esperan que esta mención sea aprobada "en la próxima comisión institucional de la agencia".



Explicó que la Aesan ya le ha hecho llegar un borrador de la propuesta a la Federación de Industrias de Alimentación y Bebidas (FIAB) para que transmita las observaciones de sus asociados respecto a dicha mención, cuya utilización será "**de carácter voluntario**".

Desde la Aesan han informado de que el pasado 10 de marzo se aprobó un **informe del comité científico** de la agencia "sobre la intolerancia hereditaria a la fructosa (IHF) o déficit de aldolasa B y la malabsorción o intolerancia intestinal de fructosa".

La **IHF** es una "enfermedad rara pero grave" y la malabsorción de fructosa, "una patología que cursa con síntomas similares a los que sufren las personas con intolerancia a la lactosa y cada vez más frecuente en nuestra sociedad, con una prevalencia estimada de un 20 %", han apuntado.

El informe concluye que, para **mejorar la salud y el bienestar** de las personas con IHF y con malabsorción, es importante "facilitar información sobre la fructosa y sus fuentes en el etiquetado de los alimentos", para permitir que las personas afectadas por estas intolerancias, puedan elegirlos "de una manera segura".

También, "educar y concienciar a las personas consumidoras, los profesionales sanitarios y la industria alimentaria sobre los riesgos para la salud de estas patologías", y "llevar a cabo una **adecuada orientación dietética** personalizada por profesionales sanitarios competentes en el ámbito de la nutrición".

El estudio apuesta por que se realicen "**tareas de investigación que permitan comprender los mecanismos y el tratamiento de estas afecciones**".



ANEDA con sus socios en Venditalia 2026

Innovación y proyección internacional

Venditalia 2026 ha cerrado su edición en Rímini con un balance muy positivo, consolidándose como uno de los **principales encuentros internacionales** del sector del vending y la distribución automática.

La feria ha estado marcada por el **networking**, la presentación de novedades y una destacada afluencia de visitantes, con un crecimiento significativo en los primeros días y una participación internacional cercana al 40%.

En este contexto, ANEDA ha estado presente acompañando a sus empresas asociadas, reforzando su **compromiso de cercanía y apoyo** en uno de los grandes escaparates del sector. Durante la visita a la feria, la Asociación ha tenido la oportunidad de compartir momentos y mantener encuentros con sus socios expositores, poniendo en valor su papel protagonista dentro del ecosistema internacional del vending.



Las conversaciones, el intercambio de impresiones y la posibilidad de conocer de primera mano las **innovaciones** presentadas han vuelto a demostrar la importancia de estos espacios para el desarrollo del sector. Además, como es habitual en este tipo de citas, ha sido también un placer coincidir con numerosos asociados visitantes, en un entorno que favorece el diálogo, la **generación de sinergias** y el **fortalecimiento de relaciones profesionales**.

Según informa la organización, Venditalia ha reunido en esta edición a **más de 300 marcas expositoras**, entre ellas un importante número de nuevas empresas, ocupando una superficie de 30.000 m² distribuidos en varios pabellones. La feria ha ofrecido una visión global de toda la cadena de valor del vending, desde **productos y servicios hasta soluciones tecnológicas y sistemas de pago**, reflejando la evolución constante del sector y su capacidad de adaptación a los nuevos hábitos de consumo.





Innovación, digitalización y nuevos retos del sector

Más allá de la actividad expositiva, esta edición ha puesto claramente el foco en la **transformación del vending** hacia un modelo cada vez más digital, inteligente y orientado al usuario. Tecnologías vinculadas a la automatización avanzada, la gestión remota y la personalización de la experiencia están cobrando un papel protagonista en la evolución del canal.

La **conectividad entre máquinas, sistemas y plataformas de gestión**, con la presentación exclusiva de **EVA SmartLink**, se posiciona como uno de los grandes facilitadores del cambio, permitiendo optimizar operaciones, mejorar la eficiencia y ofrecer un servicio más adaptado a las necesidades del consumidor actual.



Asimismo, el sector continúa avanzando en ámbitos clave como la diversificación de la oferta, la **incorporación de soluciones** en nuevos entornos —como hospitality o espacios híbridos— y la mejora constante de la experiencia de compra, donde la facilidad de uso y los sistemas de pago juegan un papel cada vez más determinante.

La innovación también viene impulsada por el dinamismo de **nuevas empresas y propuestas emergentes**, que aportan ideas frescas y contribuyen a acelerar la transformación del vending, consolidándolo como un **canal moderno, flexible y en plena evolución**.

En paralelo, cuestiones como la **sostenibilidad**, la eficiencia operativa y el uso estratégico del dato se consolidan como prioritarias, marcando la hoja de ruta de un sector que apuesta por crecer de forma responsable y adaptada a los desafíos regulatorios y sociales.

Desde ANEDA, se ha querido trasladar su reconocimiento y desear mucho éxito a todas las empresas asociadas presentes como expositoras, que han mostrado el **talento, la innovación y el compromiso** del vending español en un entorno altamente competitivo y global.

Durante los días de feria, los representantes de ANEDA también han mantenido reuniones con distintas organizaciones y con algunas empresas interesadas en el mercado español, reforzando el diálogo institucional y el trabajo conjunto para seguir **impulsando el desarrollo del sector de la distribución automática**.

Asimismo, algunos miembros de la Junta Directiva acudieron invitados a la cena de gala celebrada el día 6, un encuentro que tuvo lugar en los jardines del recinto, donde se compartieron **momentos de networking con la organización y los expositores** en un ambiente cercano y distendido.

Cabe destacar igualmente el excelente trabajo de la organización del evento y, de manera especial, la colaboración con **CONFIDA** – Associazione Italiana Distribuzione Automatica, cuya confianza y coordinación con ANEDA continúan siendo clave para **fortalecer la relación entre ambos entornos sectoriales**.

Venditalia 2026 ha vuelto a demostrar su capacidad para **reunir a operadores, fabricantes y profesionales** de todo el mundo, generando oportunidades de negocio y espacios de reflexión sobre el futuro del sector.

ANEDA continuará acompañando a sus socios en estos puntos clave de encuentro, donde se construyen relaciones, se comparten ideas y se impulsa el crecimiento del vending.

[Ver video resumen](#)



Calendario de ferias y eventos

Vending, horeca y food service (2026-2027)


2026 (enero-mayo)

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

9 de julio

Asamblea General Ordinaria ANEDA - Madrid-

2026 (septiembre-diciembre)

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

2027

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



Si formas parte del sector del vending, debes formar parte de la familia Aneda

¡Somos tu asociación!

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

¡Conócelas aquí!

Contacta en: comercial@aneda.org

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

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

Hazte socio... lo agradecerás

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



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



Máquinas Vending Sin Frío+ Locker

Descubre nuestras

**NOVEDADES
NOVEDADES
NOVEDADES**

TECMA 660 SF 22"
TOUCH + 27S LOCKER

TECMA 660 SF 5" + 27S
LOCKER



Water Experts
Coffee lovers



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



Qualery
NATURALMENTE

COFFEE MILK COCOA BLEND

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

www.qualery.com

Vendo
SANDEN

Somos SandenVendo

Proyecto Carbono Neutral
DESCUBRE NUESTRAS INICIATIVAS ECOLÓGICAS

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



El Certificado AQS: un sello que refuerza la calidad y el compromiso del sector

Un estándar propio que suma al sector

El sector del vending sigue dando pasos importantes hacia su **profesionalización**, y una de las mejores muestras de ello es el impulso del certificado AQS (*Automated Quality Standard*), un sello propio que pone en valor el compromiso real de las empresas con la calidad y la mejora continua.

Contar con un distintivo como AQS no es solo una cuestión de reconocimiento, sino una forma de demostrar, de manera clara, que se trabaja bajo estándares exigentes en aspectos clave como el **servicio, la seguridad alimentaria o la gestión operativa**. En definitiva, es una forma de reforzar la confianza en el canal y en las empresas que forman parte de él.

Si quieres más información sobre el certificado AQS y cómo obtenerlo, te animamos a ponerte en contacto con nosotros en: comercial@aneda.org

El Consejo Regulador del AQS, liderado por su presidenta **Susana Lorenzo**, está trabajando activamente para seguir impulsando este certificado, manteniendo reuniones y avanzando en nuevas líneas que permitan reforzar su alcance y adaptarlo a las necesidades actuales del sector. El objetivo es claro: **consolidar el AQS como un referente, hacerlo más visible y seguir sumando empresas comprometidas**.

En este camino, es fundamental destacar el papel de las empresas que ya cuentan con el certificado. Su implicación no solo mejora su propio posicionamiento, sino que contribuye a elevar el nivel de todo el sector y a trasladar una **imagen más sólida, moderna y fiable**.

Desde ANEDA queremos dar visibilidad a estas empresas y animar a muchas más a dar el paso. **Apostar por el certificado AQS es apostar por el futuro del sector.**

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



AVALADO POR:



Arbitrade.

áreaburvending
siempre cerca de ti

teika
EL BUEN VENDING

vending sierra morena

delikia
fresh

Degusta
Vending

venty

GALIA
VENDING

Herdicasa
Naturalmente vending

Horena
El gusto por el buen café

IPARVENDING
GRUPO

lanuza
COFFEE & VENDING

ivsiberica.com

mediterránea

ODVENDING

sanven
restauración automática

serunion
VENDING

VendeMatic

Vending Colón

Vending Sierra
Automática

XéVENDING



ANEDA refuerza el diálogo institucional en defensa del sector

Reuniones estratégicas para abordar el impacto normativo y avanzar hacia soluciones viables



ANEDA mantiene una agenda activa de reuniones con administraciones e instituciones para avanzar hacia una regulación basada en datos, experiencia y colaboración.

Desde **ANEDA** continuamos desarrollando una intensa **agenda de reuniones estratégicas** con administraciones públicas e instituciones, con el objetivo de trasladar la preocupación del sector ante distintos desarrollos normativos que podrían tener un impacto significativo en su actividad.

En este contexto, uno de los principales focos de diálogo es el proyecto de Real Decreto actualmente en discusión, así como otras iniciativas regulatorias vinculadas, como las relacionadas con el **consumo de determinados productos** —entre ellos, las bebidas energéticas— y su posible regulación en determinados entornos.

El sector del vending, plenamente comprometido con la sostenibilidad, la promoción de hábitos de vida saludables y el estricto cumplimiento normativo, considera fundamental que cualquier marco regulatorio tenga en cuenta la realidad operativa y económica de las empresas, en su mayoría pymes, y el papel que desempeñan en la economía cotidiana.

Dentro de esta labor institucional, ANEDA ha mantenido recientemente un **encuentro con la Secretaría de Política Económica, Transformación Digital, Emprendimiento e Impacto Social**, así como con la Secretaría de Consumo y Comercio del CEF-PSOE, donde se han podido trasladar de primera mano las implicaciones reales y el impacto económico que estas propuestas pueden generar en el sector.

Estas reuniones, que forman parte de un trabajo continuo, permiten avanzar en un diálogo constructivo basado en **datos, experiencia y colaboración, fundamentales** para alcanzar una regulación eficaz, equilibrada y viable.

Desde ANEDA se quiere destacar especialmente la **receptividad, cercanía y disposición** al diálogo mostradas por los representantes institucionales en el último encuentro con CEF, elementos clave para seguir trabajando conjuntamente en soluciones que beneficien tanto al sector como a la sociedad en su conjunto



Integración o unificación: una reflexión sobre la evolución tecnológica de la venta desatendida

V2V FACTORY

La incorporación de tecnología en la venta desatendida ha puesto sobre la mesa un reto estructural ampliamente compartido por el sector: la **fragmentación de sistemas**. La coexistencia de múltiples plataformas como **pagos, telemetría, gestión** ha llevado a los operadores a buscar soluciones que permitan mejorar la eficiencia y simplificar la operación.

En este contexto, los modelos de integración han supuesto un avance relevante, facilitando la **conexión entre tecnologías antes independientes**. Sin embargo, este enfoque también plantea un escenario donde la gestión de múltiples sistemas continúa siendo necesaria, con el consiguiente impacto en complejidad operativa, tiempos de implementación y dependencia de distintos proveedores.

A partir de esta realidad, comienza a ganar protagonismo una evolución natural del modelo: la **unificación tecnológica**. Frente a la integración de partes, este enfoque propone plataformas concebidas como un único ecosistema, donde todas las funcionalidades operan de forma nativa e interconectada desde el origen.

Esta diferencia, aunque sutil en apariencia, puede tener un impacto significativo en la operación diaria. La **reducción de intermediaciones tecnológicas**, una mayor agilidad en la implantación y una **menor exposición a incidencias derivadas** de la interoperabilidad se configuran como elementos de valor en un entorno cada vez más exigente.

En este sentido, el debate no se sitúa únicamente en cómo integrar sistemas, sino en cómo avanzar hacia **modelos más simples, cohesivos y sostenibles en el tiempo**.

V2V Factory y la simplificación del ecosistema

En línea con esta evolución, V2V Factory apuesta por un **modelo unificado**, donde conectividad, telemetría y pago forman parte de una misma plataforma.

Este enfoque permite **reducir la complejidad** operativa desde el origen y ofrecer a los operadores una alternativa orientada a la eficiencia, la rapidez de implementación y la disminución de dependencias tecnológicas.

La evolución del sector hacia soluciones más cohesionadas refleja un cambio de enfoque: no solo conectar sistemas, sino diseñarlos para funcionar como uno solo.





FERIA VENDITALIA



FINI



Desde **The Fini Company**, como fabricantes de golosinas con una sólida trayectoria internacional, queremos compartir nuestra experiencia en Venditalia, uno de los principales encuentros europeos para el sector del vending.

Nuestra participación en esta edición ha sido especialmente positiva y enriquecedora. La feria nos ha brindado una excelente oportunidad para **reforzar nuestra presencia en el canal**, afianzar nuestra marca y seguir posicionándonos como un partner de confianza en soluciones de impulso adaptadas al vending.

Tuvimos la ocasión de no solo dar a conocer nuestros productos, sino que también le dimos una **especial relevancia al formato vending** y a nuestras novedades de este año que están siendo todo un éxito.

Además, ha sido un espacio ideal para **compartir tendencias, intercambiar ideas con otros operadores y proveedores del sector**, y conocer de primera mano las demandas cambiantes del consumidor.

Sin duda, nuestra presencia en Venditalia marca un **nuevo impulso en nuestra estrategia de crecimiento**, consolidando relaciones, abriendo nuevas puertas y reafirmando nuestro compromiso con el sector.



Automáticos Rogar, la calidad de Lavazza y el foco en la personalización

Entrevista a Susana García, CEO de la compañía, en Vino a Contar del Club Cámara Zaragoza.

Con más de 40 años de experiencia en el sector de las máquinas expendedoras, Automáticos Rogar ha logrado transformar un servicio cotidiano en una experiencia única para las empresas y sus empleados. A través de un enfoque innovador y sostenible, la compañía

ofrece soluciones de vending personalizadas que van más allá de las tradicionales bebidas y snacks. Entre sus propuestas destacan los cafés de alta calidad, creados a medida para cada cliente, y su apuesta por la sostenibilidad, con productos que minimizan los residuos.

AUTOMÁTICOS ROGAR

Automático Rogar es una empresa aragonesa con más de 40 años en el negocio de las máquinas de vending. ¿Qué servicios ofrecéis a las empresas?

Somos una empresa aragonesa con más de 40 años de experiencia, principalmente en **Zaragoza y Huesca**. Proporcionamos servicios a través de máquinas expendedoras, tanto pequeñas para colectividades de 20 empleados como grandes para empresas de hasta 3,000 o 4,000 empleados. Lo que ofrecemos en los espacios de nuestros clientes es crear un área atractiva y sensorial donde los empleados puedan disfrutar de bebidas calientes, frías y snacks.

Desde hace unos 4 o 5 años, también ofrecemos fuentes de agua como parte de nuestra apuesta por la **sostenibilidad**, desarrollando productos con un mínimo residuo. Además, reciclamos cápsulas de café y pozos de café. Nuestro objetivo es ofrecer un servicio integral que cubra todos los aspectos del vending.

Además de la variedad de productos, ¿cómo hacéis que el servicio sea personalizado para cada cliente?

Cuando un cliente nos contacta, lo primero que hacemos es analizar lo que ya tienen y cómo podemos mejorarlo. Trabajamos con productos de alta gama, como el café de **Café Lavazza**, del cual somos distribuidores en Aragón. Nuestro objetivo es ofrecer una experiencia única, probando diferentes blends de café y creando un área de descanso atractiva para que los empleados disfruten de su breve pausa de una forma cómoda y placentera.

¿Habéis abierto un showroom para que los clientes puedan experimentar todo esto?

Sí, hemos abierto un showroom, que es un espacio sensorial y atractivo que funciona como un laboratorio. En este espacio, invitamos a nuevos clientes y a los que ya llevamos años trabajando, para que personalicen su propio **blend de café**. Ofrecemos variedades como 100% arábica, diferentes orígenes como **Colombia o Brasil**, y blends con más robusta, siempre utilizando **café 100% natural**.



Además, queremos promover los **beneficios del café para la salud**, siempre ofreciendo un producto de calidad. Esto es lo que nos ha permitido crecer y recibir el reconocimiento de nuestros clientes.

Un servicio diferencial que impacta en el bienestar de las empresas

¿Cómo puede convertirse esa pausa para el café en una herramienta para las empresas, por ejemplo, para retener talento?

Lo primero es asegurarnos de que el café que ofrecemos sea de calidad. Cuando nos reunimos con empresas, les explicamos que el bienestar de sus empleados es fundamental. Un **café de calidad** puede ser un valor añadido que haga que los empleados disfruten de su pausa. Muchas empresas nos piden que subvencionemos el café porque reconocen que es una manera de mejorar la experiencia del empleado, lo que puede contribuir a retener talento. Queremos que cada pausa sea una **experiencia sensorial única**, algo que diferencie el café de vending tradicional de lo que se puede encontrar en un bar.

¿Qué diferencia vuestro servicio de los vending tradicionales?

La principal diferencia es que, a lo largo de los años, hemos dejado atrás la idea de que las máquinas expendedoras ofrecen un café de baja calidad. Nosotros nos diferenciamos por ofrecer **productos de alta gama, como café de especialidad**. Además, los clientes pueden elegir su propio blend de café, lo que no hacen otros vending tradicionales. También tenemos productos innovadores, como un café con sabor a galleta cookie, que es algo totalmente diferente y exclusivo que no se encuentra en otros servicios de vending.

Al final, todo esto forma parte de esa propuesta de valor 360 que ofrecéis.

Exactamente. Lo que hacemos es ofrecer algo único y diferente a lo que ofrece la competencia, trayendo nuevas experiencias que hacen que el pequeño **espacio de descanso en el trabajo se convierta en algo realmente especial**.



Haz click para ver la entrevista completa



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

FORMACIÓN ESPECIALIZADA PARA UN SECTOR EN EVOLUCIÓN



El futuro de la venta **desatendida** no solo depende de la tecnología, sino de las personas que lo hacen posible.

TPC NetGrup desarrolla programas formativos orientados a las necesidades reales del operador, abarcando desde la gestión operativa hasta la dirección estratégica.

Con una amplia trayectoria en el sector y una comunidad consolidada en más de 1000 **profesionales formados**, sus programas contribuyen a mejorar la **eficiencia**, la **calidad del servicio** y la **capacidad de adaptación** de las organizaciones.

Visítanos en nuestro website para obtener ventajas exclusivas para empresas asociadas a ANEDA.

www.vendingschool.net

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

Tienes todos los recambios de Vending en un solo lugar

KIT DIGITAL

¡¡GRATIS!!

"TRAMITAMOS TU BONO, TU SÓLO COBRAS"

COBRA CON EL KIT DIGITAL



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

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



TELEMETRÍA INCLUIDA
DURANTE UN AÑO



948-59.69.83

comercial@muxunav.com



Las nuevas ensaladas de Ñaming llegan al vending con más frescura, practicidad e impacto visual

ñaming®

NUEVAS ENSALADAS

Nuevo envase · Nuevas recetas · Máxima frescura

El consumidor del canal vending y convenience busca cada vez más **soluciones rápidas, frescas y listas para consumir**, pero sin renunciar a la calidad ni a una experiencia de producto atractiva. En este contexto, Ñaming **presenta la renovación completa de su gama de ensaladas refrigeradas**, una propuesta diseñada específicamente para responder a las nuevas demandas del mercado y **optimizar el rendimiento en el punto de venta**.

La nueva gama llega con un envase totalmente renovado, más visual, práctico y funcional. El nuevo packaging destaca por su **diseño moderno y de alto impacto visual**, pensado para mejorar la visibilidad en lineales refrigerados y máquinas vending, además de optimizar la exposición del producto desde todos los ángulos. También incorpora un formato apilable y un envase **PET 100% reciclado**, alineado con las tendencias actuales de sostenibilidad y eficiencia operativa.



Pero la renovación va mucho más allá de la imagen. Ñaming ha **mejorado las recetas** para ofrecer una experiencia más completa, equilibrada y adaptada a los nuevos hábitos de consumo.

Las nuevas ensaladas incorporan **ingredientes frescos y de primera calidad, toppings crujientes y proteínas**, manteniendo siempre una excelente textura y apariencia durante toda su vida útil.

La gama está compuesta por dos referencias estratégicas para el canal convenience y vending: **César y New York.**

Dos recetas reconocibles y de alta rotación que permiten cubrir diferentes perfiles de consumidor dentro del lineal refrigerado.



AGILY
El secreto de tu éxito, hoy y mañana

Bianchi Vending
DESIGN YOUR BUSINESS

¡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

VELARTE

Sin azúcares añadidos

Apto para vegetarianos

Horneadas

Ingredientes naturales

AQS
ANEDA -QUALITY SYSTEM-

CALIDAD CERTIFICADA

AVALADO POR:
EUROPEAN VENDING & COFFEE SERVICE ASSOCIATION

Desde 1981
Antonio Font

ilstant

preparados solubles para el vending

leches, capuccinos, chocolates, infusiones

cafés

CERO COMBUSTIBLES FÓSILES

FÁBRICA LIBRE DE EMISIONES CO2

No utilizamos combustibles fósiles

www.ilstant.com

Vendo Legend Line: un tributo a nuestro pasado, una promesa para el futuro del vending

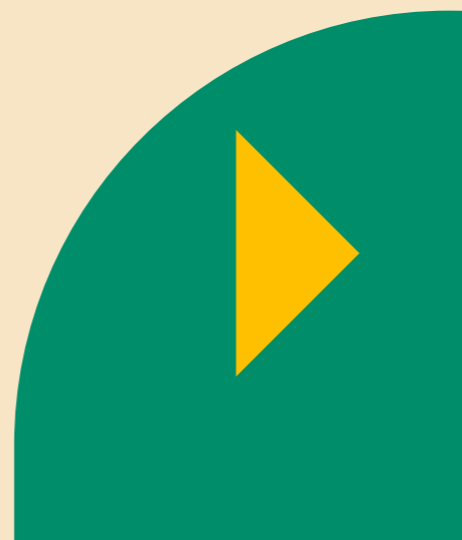
Una línea definitoria de visión e identidad, donde el legado de un icono se encuentra con el poder de la innovación.

SANDENVENDO

De esta visión surge **Vendo Legend®**: la nueva línea premium de SandenVendo, presentada en Venditalia 2026 en Rímini. Más que una nueva gama de productos, es una declaración de intenciones: celebrar un legado icónico mientras se establecen nuevos estándares para la venta automática contemporánea.

Durante casi 90 años, SandenVendo ha contribuido a moldear el mundo de la distribución automática, destacándose por su capacidad de **combinar la excelencia en ingeniería con una identidad de diseño distintiva.**

Con Vendo Legend®, este legado adquiere una nueva forma: **una gama orientada al futuro profundamente conectada con sus raíces.** También marca un hito especial: el 60º aniversario de las operaciones europeas de SandenVendo y su planta de fabricación en Italia.



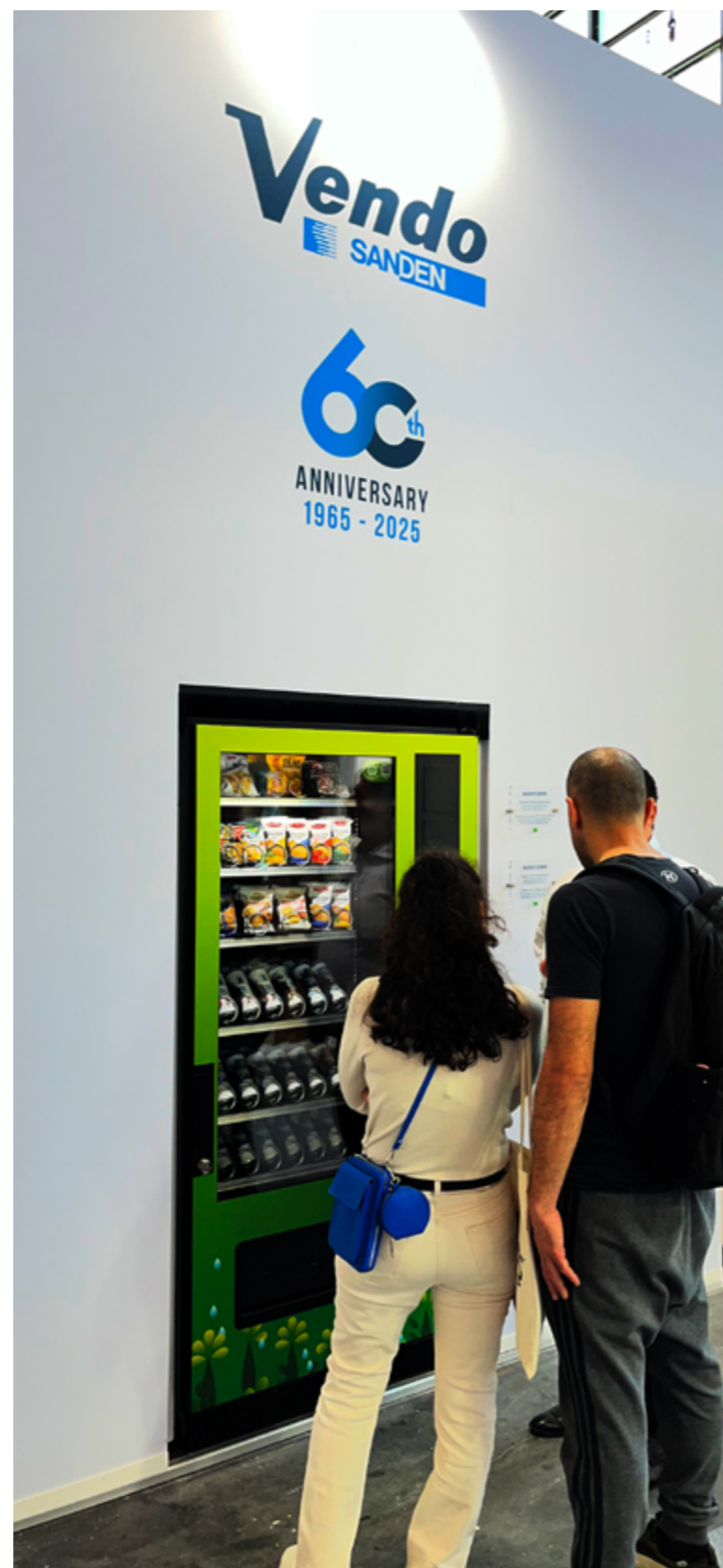
Cada detalle de la línea Vendo Legend® ha sido diseñado para evocar el encanto de las históricas máquinas Vendo, reinterpretadas a través de un lente contemporáneo. **Líneas limpias, proporciones equilibradas y una identidad visual fuerte** restauran el carácter inconfundible de una marca que ha hecho historia en el vending.



Pero Vendo Legend® no se trata de nostalgia. Es la memoria transformada en visión, la estética convertida en valor. Su diseño registrado **refuerza el posicionamiento premium** de la gama y se dirige a entornos donde la imagen es una parte esencial de la experiencia.

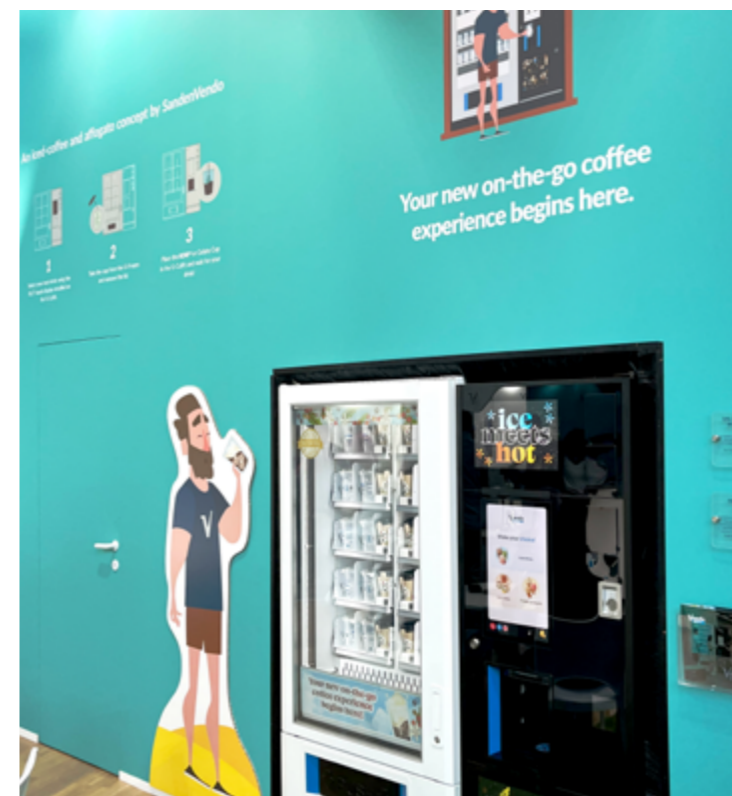
Detrás de su icónica apariencia, Vendo Legend® integra las tecnologías más avanzadas de SandenVendo. Cada modelo se construye en torno a un equilibrio preciso de consistencia estética, solidez estructural e inteligencia digital, ofreciendo un **alto rendimiento y una operación fiable**. La conectividad inteligente es uno de los pilares de la gama: la integración de IoT con interfaces táctiles de 10" y 18,5" permite un control avanzado y una experiencia de usuario intuitiva.

Al mismo tiempo, la **sostenibilidad** se traduce en soluciones concretas. El sistema de refrigeración de alta eficiencia utiliza el refrigerante natural R290, con un GWP de 3, mientras que el consumo de energía se optimiza mediante **tecnologías avanzadas de aislamiento y iluminación LED** diseñada para reducir el impacto energético. La iluminación LED continua proporciona una iluminación uniforme y difusa, creando un efecto de luz plana de alta calidad sin puntos calientes visibles.



Vendo Legend® está disponible como una gama completa, diseñada para satisfacer las necesidades de un mercado cada vez más avanzado: G-Drink, G-Snack, G-Caffè, Brain y G-Snack Evolution forman una oferta integral capaz de adaptarse a diferentes entornos y modelos de consumo.

Cada solución está diseñada para ubicaciones premium, donde la estética, la funcionalidad y el valor de la marca deben coexistir armoniosamente. Oficinas, hoteles, espacios públicos y **entornos minoristas modernos** se convierten en el escenario ideal para una línea que transforma la venta automática en una experiencia.



Vendo Legend® también es una elección responsable.

Diseñada para garantizar un **largo ciclo de vida** del producto, la línea refleja el compromiso de SandenVendo con un modelo industrial más sostenible, combinando innovación tecnológica con respeto al medio ambiente.

Con esta nueva gama, SandenVendo no simplemente celebra su pasado: lo utiliza como **base para construir el futuro**. Porque ser Leyenda hoy significa continuar evolucionando, mientras se permanece fiel a lo que hizo grande a la marca.



vendingGO professional lanza una nueva gama de solubles con bebidas vegetales

Una línea completa de productos adaptados a las tendencias de consumo.

vendingGO

Con la creciente demanda de productos especializados y opciones más saludables, vendingGO Professional surge como una propuesta innovadora que combina la tradición de productos ya conocidos con las últimas tendencias del mercado alimentario, como los productos de origen vegetal, estableciendo nuevos estándares en el mercado profesional.

Una gama especializada que marca la diferencia

La línea **vendingGO Professional** ha sido meticulosamente desarrollada para satisfacer las exigencias específicas del vending actual. Esta gama de productos solubles representa la evolución natural del sector, donde cada formulación ha sido pensada para ofrecer resultados excepcionales.

Los productos destacan por su calidad: el **Cocoa GO!** Chocolate ofrece un sabor intenso y auténtico que transforma cada taza en una experiencia memorable, mientras que el último lanzamiento, el **Caramel GO!** Cappuccino introduce notas dulces y aromáticas que conquistan al paladar más exigente. Ambas referencias están formuladas para garantizar una disolución perfecta y un sabor consistente.

El futuro ya está aquí: innovación plant-based

En este panorama surge un nuevo paradigma que consolida a **vendingGO** como pionero del sector.

Las últimas novedades marcan esta tendencia: la **Bebida vegetal de avena soluble** y la **Bebida vegetal soluble con cacao** no son simples alternativas, sino productos revolucionarios que redefinen las posibilidades del vending con una propuesta 100% vegetal.

A base de plantas: más que una tendencia, una necesidad

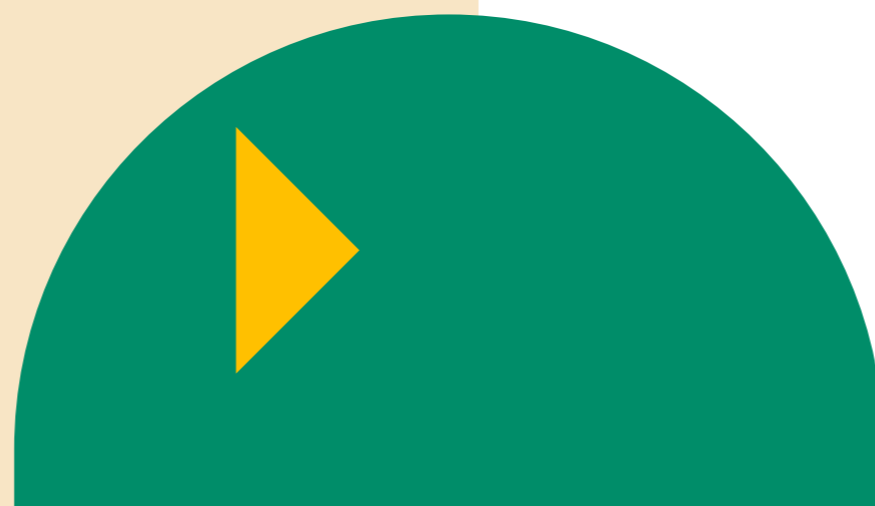
El **73%** de los millennials están dispuestos a pagar más por productos sostenibles y el **42%** de la población busca reducir su consumo de lácteos. El vending no puede ignorar esta realidad.

Inclusividad: Aptas para intolerantes a la lactosa, veganos y vegetarianos

Estabilidad: Mayor vida útil sin necesidad de refrigeración.

Sostenibilidad: Menor huella de carbono que los productos lácteos

Versatilidad: Adaptables a diferentes perfiles nutricionales



Visión y filosofía de vendinGO Professional

La premisa es clara: el vending merece productos de alta calidad.

"No concebimos el vending como un canal de segunda categoría nuestro objetivo es elevar la experiencia del consumidor a través de productos formulados específicamente para este canal."

Esto se traduce en cada detalle: desde la granulometría optimizada hasta la estabilidad organoléptica que garantiza el mismo sabor en la primera y en la última taza del día.

Innovación respaldada por la experiencia técnica

Detrás de cada producto de **vendinGO Professional** hay un equipo multidisciplinar de tecnólogos alimentarios y especialistas en vending dedicados a la **I+D**. Su metodología combina pruebas exhaustivas, análisis de estabilidad y estudios sensoriales para garantizar que cada producto mantenga sus características organolépticas y funcionales durante todo su ciclo de vida comercial.

Performance y calidad: los pilares fundamentales

La excelencia de **vendinGO Professional** se mide en dos dimensiones: performance técnico y calidad sensorial. En lo técnico, los productos están formulados para garantizar:

- *Compatibilidad con diferentes máquinas*
- *Productos estables y con un rendimiento constante*



- *Equilibrio perfecto entre sabor, cremosidad y textura*

- *Disolución instantánea, sin formación de grumos*

Pero la verdadera diferencia está en la taza. vendinGO Professional no busca simplemente cumplir estándares, busca superarlos, convirtiendo cada dispensación en una experiencia que fideliza al consumidor y añade valor al operador. En un sector en constante evolución, apostar por calidad no es una opción, es una ventaja competitiva.



Queremos ser **tu fábrica** de solubles



PREPARADOS ALIMENTICIOS SIMAT, S.L.
info@simat.es // T. +34 937 712 311 - M. +34 626 638 036

Automated TransActions

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

Las soluciones más avanzadas al servicio de nuestros clientes:

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



www.automated-transactions.es

MAKING VENDING



DISTRIBUIMOS LOS MEJORES PRODUCTOS PARA TI



Máquinas vending



Productos de calidad



Recambios y servicio técnico



Aquí, Café se dice Baqué



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

Fuze Tea impulsa el crecimiento a doble dígito del 'Té RTD' en España y marca un punto de inflexión en la categoría

El crecimiento se mantiene en 2026, con incrementos cercanos al 20% en el arranque del año, confirmando un cambio de ciclo en la categoría

Fuze Tea

El té listo para beber (RTD) vive en España su mayor impulso en años y la categoría ha entrado en una fase de expansión a doble dígito, impulsada por la mayor activación del mercado.

Los datos reflejan esta tendencia en 2025, el **'Té RTD' creció un 18 % en volumen y en valor en el canal de Alimentación Moderna**.¹ Esta tendencia se consolida en 2026, con crecimientos cercanos al 20%, tanto en valor como en volumen en el arranque del año.

En palabras de **Cristina García**, directora Foodservice y Restauración en Worldpanel by Numerator: *"Cada vez más hogares incorporan el 'Té RTD' a su compra habitual y, una vez entra en el hogar, aumenta rápidamente su frecuencia y su intensidad de consumo. Esto explica que la categoría esté consolidándose como una elección recurrente dentro del repertorio de bebidas"*.

Todo ello refuerza la ambición de CCEP de **duplicar el valor de la categoría de té RTD** en España de aquí a 2030.

Más hogares, más frecuencia y mayor consumo: el cambio estructural de la categoría

Detrás de este crecimiento hay un cambio profundo en el **comportamiento del consumidor**. La categoría no solo está creciendo en volumen, sino también en base de compradores y en recurrencia de consumo.

El 'Té RTD' alcanzó, en 2025, una penetración del 36,2 % de los hogares (+9,1 % respecto al año anterior). Además, la compra media creció un 10,4 %, impulsada principalmente por una mayor frecuencia de compra (+11,1 % respecto al año anterior).⁴ "Este comportamiento convierte al 'Té RTD' en la categoría que más penetración gana y la de mayor crecimiento dentro del total de Bebidas. Dentro del universo de refrescos, destaca claramente como el principal motor de ganancia de penetración, lo que supone un hito relevante en el contexto actual del mercado", ha explicado **Cristina García**.

El papel de Fuze Tea en el crecimiento de la categoría

En este contexto, Fuze Tea está desempeñando un papel clave como uno de los principales motores de esta transformación. Tras el lanzamiento de **Fuze Tea Sabor Original** en el último trimestre de 2024 y su consolidación, desde el 1 de enero de 2025, como única marca de té RTD de Coca-Cola en España, la marca ha contribuido a dinamizar la categoría y a ampliar su relevancia entre los consumidores. Fuze Tea ha logrado posicionarse como la primera marca de fabricante. En el arranque de 2026, Fuze Tea ya está presente en más de 3,1 millones de hogares en España.

Más allá de la penetración, destaca la **calidad de su base de compradores**: el 43,2 % de los hogares que consumen Fuze Tea repite compra⁴. Esta combinación de captación y recurrencia indica que la marca no solo está contribuyendo a atraer nuevos consumidores, sino también a consolidar hábitos de consumo a medio plazo.



“El crecimiento de la categoría se apoya de forma clara en las marcas de fabricante, que concentran el 70 %4 del crecimiento total y refuerzan su peso frente a la marca de distribución. En este marco, Fuze Tea está contribuyendo a consolidar el papel del ‘Té RTD’ dentro del lineal, impulsando su visibilidad, dinamismo y capacidad para captar nuevos consumidores y aumentar la frecuencia de compra”, afirma **Javier Murga**, Associated Director Category Management Fuze Tea en Coca-Cola Europacific Partners.

Una categoría más transversal

Más allá del aumento de compradores y de la frecuencia de consumo, el crecimiento del ‘Té RTD’ refleja también un cambio en su perfil de consumo. La categoría está ampliando su alcance y ganando relevancia en segmentos donde históricamente tenía menor presencia. Si tradicionalmente tenía una mayor penetración entre los **jóvenes**, ahora, destaca el avance en hogares **mayores de 50 años**, donde la categoría crece en 3,8 puntos porcentuales, lo que confirma su capacidad para romper barreras tradicionales de edad y consolidarse como una opción cada vez más transversal dentro del mercado de bebidas.

Además, **Fuze Tea** mantiene una fuerte conexión con los consumidores más jóvenes. El 12,9 % de su volumen procede de hogares menores de 35 años, un 21 % por encima de la media de la categoría. Esta capacidad de conexión se refuerza a través de su portfolio: variedades como **Fuze Tea Té Verde -Maracuyá**, uno de los sabores con mayor crecimiento, concentran el 50 % de su volumen en hogares menores de 49 años, un 25 % por encima del promedio de la categoría.

Esta evolución en el perfil de consumo está directamente vinculada a los drivers que están impulsando la categoría, donde el **sabor y la innovación** desempeñan un papel determinante en la elección del consumidor y en su capacidad para atraer nuevos perfiles.

“Contar con un portfolio amplio y diverso es clave para desarrollar la categoría, ya que permite conectar con perfiles de consumidor distintos y reforzar su presencia en nuevos momentos de consumo. En esta línea, Fuze Tea continúa ampliando su propuesta y en breve lanzamos una nueva variedad única en el mercado: **Fuze Tea Té Verde-Lima Menta**, una opción especialmente refrescante pensada para el verano”, afirma **Elena Baz**, Directora de Marketing Stills de Coca-Cola Iberia.

Capilaridad y despliegue comercial: claves para escalar la categoría

El crecimiento de Fuze Tea en España se apoya en la estructura y capilaridad de Coca-Cola Europacific Partners, con 58 delegaciones comerciales y más de 400 distribuidores que garantizan una amplia cobertura en todo el territorio.

“El despliegue de Fuze Tea ha sido exitoso: en 2025 estábamos presentes en más de 150.000 clientes de Horeca y cerca de 50.000 de Conveniencia. Esta implantación, junto con una estrategia adaptada a cada canal y una fuerte capilaridad, nos ha permitido no solo ampliar la distribución, sino también activar la categoría y acelerar la adopción de la marca”, explica **Murga**.

Esta presencia en los canales ‘fuera del hogar’, unida a la **activación de la marca**, ha sido determinante para construir el reconocimiento de Fuze Tea. Cuando el consumidor se encuentra la marca en el lineal de su supermercado, ya la reconoce, la ha probado o la ha visto en otros contextos de consumo. Esa combinación entre activación ‘fuera del hogar’ y visibilidad en el punto de venta es uno de los principales motores que está impulsando las ventas en Alimentación Moderna.

Además, el retail está apostando claramente por la categoría, algo que se refleja en una **mayor disponibilidad y en un incremento del espacio en el lineal**. Esta apuesta refuerza la visibilidad y el acceso del consumidor al té RTD.

fuze tea®

@FAS
made in Italy

CALIDAD QUE DURA EN EL TIEMPO

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

FAS **madrid machine**

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

Distribuidor Oficial para España
MPE: Madrid Fas Machine
C/Plaza Sur, 5 - Sector 8
28000 Torremolinos de And. MÁLAGA
T: 952 474 6207 - F: 952 474 614
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. - P.º de la Unión - 31330 Villalba (Navarra) - Tel. 948 843 360 - vending@grupian.com

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

CUPERNICAN

HoReCa
Vending
Take away

SNOBIE BOBBIE

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

Las bebidas vegetales aceleran en el canal Horeca con un crecimiento del 20% en los últimos dos años

Vivesoy se ha convertido en una de las principales marcas del canal Horeca con un crecimiento de más del 30% en facturación, en los dos últimos años, y una capilaridad que ya supera los 14.500 establecimientos de hostelería en todo el país.

PASCUAL

La categoría de bebidas vegetales acelera en el canal Horeca con un crecimiento del 20% en los últimos dos años, alcanzando un 14,2% de penetración. Este crecimiento confirma que cada vez **más establecimientos incorporan bebidas vegetales en sus cartas**, con un incremento muy significativo de las ocasiones de consumo en la combinación de café con bebida vegetal, +13,5%4 en el último año.

Mientras cerca de 1 de cada 2 hogares (43%) ya consume bebidas vegetales, en hostelería es una categoría que tiene todavía mucho recorrido por delante de la mano de las nuevas bebidas baristas de soja, avena o almendra pensadas para combinar con café. De la misma manera que la **leche de origen animal** se puede encontrar en cualquier cafetería, bar o restaurante del país; es cuestión de tiempo que las bebidas vegetales alcancen todos estos establecimientos dado su crecimiento.

La categoría de bebidas vegetales ha superado el 14% de penetración en el canal Horeca a cierre del año 2025.

Un crecimiento de la categoría que ha liderado, en 2025, la *“revolución de la almendra”*, impulsada tanto por su perfil nutricional como por la afinidad del consumidor a su sabor. Una variedad que se ha convertido en la principal fuente de litros incrementales tanto en retail5 como en hostelería, donde las bebidas vegetales, que no son ni avena ni soja, han experimentado un fuerte crecimiento en el último año*.

En este contexto, **Vivesoy se ha convertido en una de las principales marcas del canal Horeca** con un crecimiento de más del 30% en facturación, en solo dos años, y una capilaridad que ya supera los 14.500 establecimientos de hostelería en todo el país.



Además, la marca de **bebidas vegetales del Grupo Pascual** ha querido apuntalar su liderazgo en el canal ampliando su gama barista con la variedad de almendra, un producto pensado para ofrecer una experiencia superior en la combinación de la bebida de almendra con el café.

La nueva bebida Vivesoy Almendra Barista ha sido diseñada por los baristas de la compañía, como **Diego Campos**, junto al equipo de I+D de Vivesoy, obteniendo un producto capaz de ofrecer al hostelero un resultado excelente en el manipulado de la bebida de almendra para un preparado profesional de café.

"Vivesoy almendra barista es una bebida muy consistente a diferentes temperaturas, que permite a los hosteleros cremar con facilidad y, gracias a su elasticidad, pueden dibujar diferentes figuras con la bebida para que la presentación esté siempre cuidada de cara a los clientes", apunta Diego Campos, barista del Grupo Pascual.

Vivesoy se ha convertido en una de las principales marcas del canal Horeca con un crecimiento de más del 30% en facturación, en los dos últimos años, y una capilaridad que ya supera los 14.500 establecimientos de hostelería en todo el país.

Entre sus principales características, Vivesoy almendra barista proporciona una **cremosidad superior**, que hará que la combinación de café y la nueva bebida de almendra sea una experiencia totalmente nueva.

Además, la elasticidad de la crema sorprende y permite Latear sobre el café como si de una leche animal se tratara. Por último, el sabor único de la almendra de Vivesoy, en una **receta sin azúcar**, que potencia la experiencia sensorial respetando el sabor y los matices de un buen café.

De esta manera, **Vivesoy amplía su gama barista, que se suma a las bebidas de avena y soja** a su portafolio para hostelería, y se sitúa como una de las marcas de bebidas vegetales referentes en el Canal Horeca de nuestro país.

ElPozo King Upp renueva su patrocinio con #WARMUP2026 por tercer año consecutivo

Refuerza su presencia en el recinto de La Fica con escenario propio y una nueva 'King Home' más inmersiva y experiencial

EL POZO

ElPozo King Upp, la marca más joven de El Pozo Alimentación, patrocinará, por tercer año consecutivo, uno de los escenarios principales de **WARM UP Estrella de Levante**. Este festival de música de la Región de Murcia, uno de los más importantes del país, se celebra los días 1 y 2 de mayo en el recinto de La Fica, en Murcia.

ElPozo King Upp contará con un **escenario principal** al que dará nombre y en el que tendrán protagonismo los grupos y artistas nacionales e internacionales de la escena de la música indie pop y de las nuevas tendencias.

Como novedad en esta edición, la marca presentará un nuevo espacio '**King Home**', más espectacular y experiencial, diseñado para que los asistentes puedan disfrutar, interactuar y vivir de cerca el **universo ElPozo King Upp**.

Además, durante los dos días de festival, la mascota '**PerriKing**' estará presente animando y divirtiendo al público, repartiendo sorpresas y transmitiendo toda la **#ACTITUDKING** que caracteriza a la marca.

ElPozo King Upp mantiene así su apuesta por el territorio musical como parte esencial de su identidad, buscando conectar con un público dinámico y con ganas de vivir experiencias diferentes.

Con esta colaboración, la marca refuerza su compromiso con la **cultura y el talento musical**, contribuyendo a que el público disfrute del festival. ElPozo King Upp volverá a llenar de **#ACTITUDKING** el **#WARMUP2026**.



ElPozo King Upp patrocina uno de los escenarios principales de WARM UP Estrella de Levante.





El Pozo Alimentación refuerza su expansión internacional en China a través del circuito de hípica más prestigioso del mundo

La compañía participa como 'Official Ham Supplier' en el Longines Global Champions Tour de Shanghái, una de las citas deportivas y sociales internacionales más importantes

EL POZO

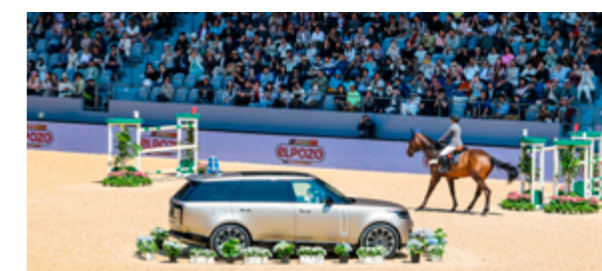
El Pozo Alimentación da un nuevo paso en su estrategia de expansión internacional en China con su participación como 'Official Ham Supplier' en el circuito de saltos hípicas más prestigioso del mundo, el Longines Global Champions Tour (LGCT) de Shanghái, celebrado este pasado fin de semana.

Este patrocinio estratégico refuerza la **presencia de la marca** en el mercado chino y la sitúa en uno de los eventos deportivos y sociales de mayor proyección internacional. El LGCT reúne cada año a los **mejores jinetes y caballos del mundo**, así como a un público selecto, alineado con los valores de calidad que definen a El Pozo Alimentación.

Durante el torneo, la compañía contó con un espacio propio dedicado a la alta gastronomía española. En esta zona, El Pozo ofreció una **experiencia gastronómica premium** a través de su marca Legado Ibérico, con la presencia del cortador de jamón, Roberto Arqués, durante todo el evento. Además, realizó **demonstraciones y degustaciones** en vivo dirigidas al público internacional, distribuidores y prescriptores del mercado asiático.

La participación en el **Longines Global Champions Tour** responde al objetivo de traspasar fronteras y posicionar a El Pozo Alimentación como **referente internacional en alimentación de calidad**, con productos elaborados bajo los más altos estándares de seguridad alimentaria. La marca llega para satisfacer la demanda del consumidor chino, que busca alternativas gourmet, saludables y con garantía de origen español.

Con este desembarco en uno de los eventos más relevantes del calendario social de Shanghái, El Pozo Alimentación consolida su **imagen de marca vinculada a la calidad, la innovación y la tradición gastronómica española**, y refuerza su apuesta firme por el mercado asiático.



Recinto donde se celebró el Longines Global Champions Tour de Shanghái.

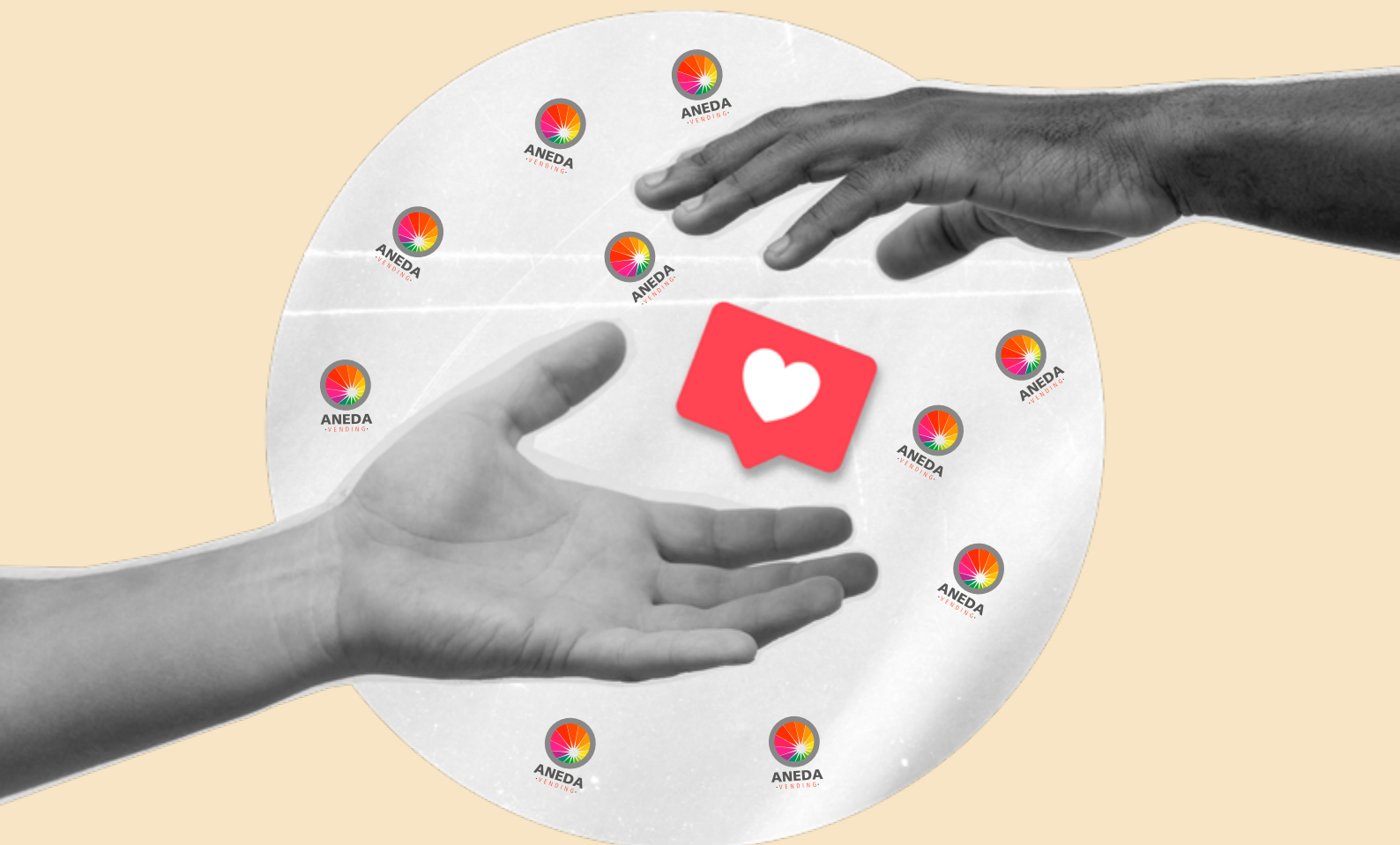
Equipo de la oficina de El Pozo en Shanghái, junto a invitados al evento.



Aneoda

NOTICIAS

"La revista de tu asociación"



PRÓXIMAS CITAS:

9 de julio

*Asamblea General Ordinaria en Madrid,
a partir de las 11h*

¡Seguimos con la nueva campaña!
#LaParadojaDelVending

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

in   
@Anedavending

SUSCRÍBETE

y recibe la revista cada mes:

 comercial@aneda.org

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