

Ane da

NOTICIAS

Suscríbete aquí:

✉ comercial@aneda.org

"La revista de tu asociación"

in   
@Anedavending

Innovación, tendencias y oportunidades en el sector

Descubre todo en el interior

Septiembre ■ N° 166



Datos estadísticos:
Ibérica 2º trimestre 2026
Pag 26

Entrevista a:
**Juan Luís
Hernández**
Pag 18



Te presentamos...

Boost inc

Pag 22

Índice

 4	 10	 18	 22	 46	 52	 56
La voz del experto	Asociación 	Entrevista a: Juan Luís Hernández	Te presentamos	Notas de prensa	Internacional	Hazte socio – Nuevos socios

Índice

 26	 28	 38	 60	 64
Datos estadísticos	Estudios, tendencias y mercados	Curiosidades y reflexiones	Relaciones Institucionales	Noticias de empresa

La Listeria: Qué es y cómo protegemos TU COMIDA CASUAL FOOD en Ñaming

Quando compramos un sándwich listo para comer, una ensalada fresca o cualquier producto de Casual food, buscamos dos cosas: que esté rico y que sea cómodo. En Ñaming, nuestra misión es facilitar la hora de comer de nuestros consumidores con alimentos seguros, ricos y equilibrados en cualquier momento y lugar. Sin embargo, detrás de ese gesto tan sencillo como abrir un envase, hay un trabajo invisible, riguroso y constante para proteger tu salud de un enemigo microscópico: la bacteria *Listeria*.

Desde el departamento de Calidad y Seguridad Alimentaria, quiero explicarte de forma muy clara qué es este microorganismo, por qué en la industria lo vigilamos tanto y cómo aplicamos nuestra tecnología y experiencia para garantizar que disfrutes de tu comida con total tranquilidad.

1. ¿Qué es la Listeria y por qué es tan "rebelde"?

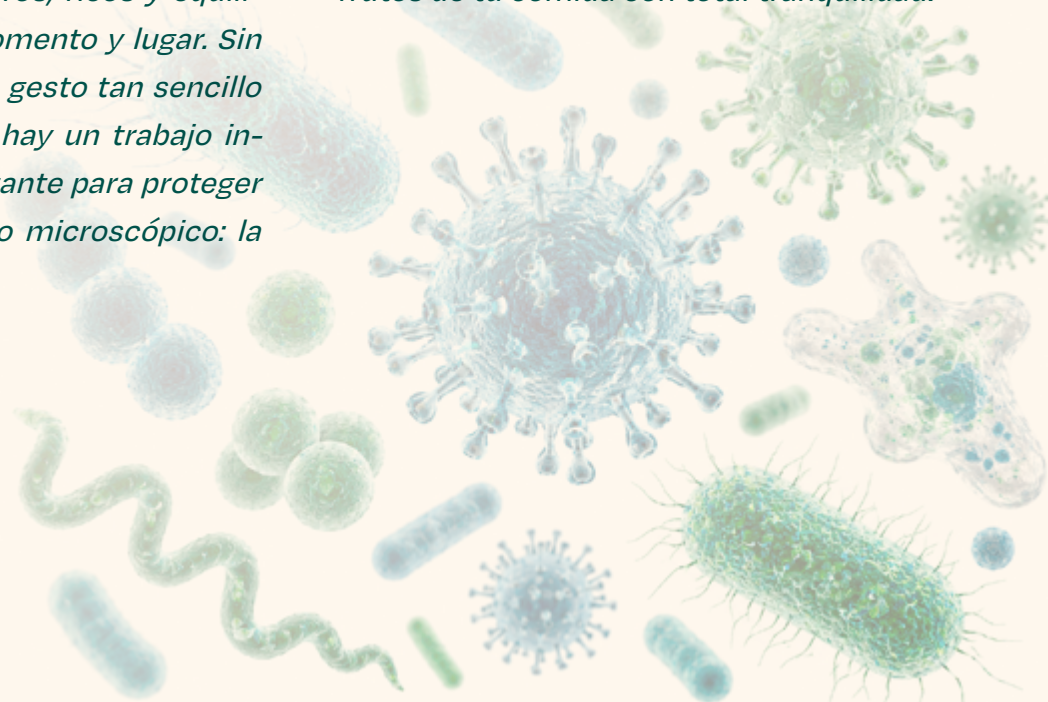
La *Listeria monocytogenes* es una bacteria que habita de forma natural en el medio ambiente: en el suelo, en el agua y en el campo. A diferencia de otros microorganismos comunes (como la *Salmonella*), la *Listeria* posee características particulares que la convierten en un reto crítico para el sector de los alimentos listos para el consumo:

- **Le encanta el frío:** Mientras la mayoría de las bacterias se quedan "dormidas" dentro de la nevera, la *Listeria* sigue creciendo y multiplicándose a temperaturas de refrigeración (entre 2 °C y 4 °C).
- **Es experta en esconderse:** Se adhiere a las superficies de acero, plásticos o tuberías creando una película protectora invisible (llamada biofilm) que la vuelve muy resistente a las limpiezas convencionales.
- **Es invisible para los sentidos:** Un alimento contaminado no huele mal, no cambia de color ni pierde sabor. Se ve perfectamente normal.

Esto es especialmente importante en productos que no requieren un cocinado previo por parte del consumidor (como nuestros sándwiches). Al no pasarse por la sartén o el microondas antes de comerlos, no existe un paso de calor en el hogar que destruya la bacteria, por lo que el control en nuestra fábrica debe ser absoluto.

2. Marco legal: Tolerancia cero

La normativa de la Unión Europea es extremadamente estricta en materia de seguridad alimentaria. Siguiendo el Reglamento (UE) n° 2024/2895, las empresas debemos realizar análisis constantes para asegurar que ningún producto llegue al mercado superando los límites microbiológicos permitidos. Las directrices exigen demostrar científicamente que el producto es seguro durante toda su vida útil o garantizar la ausencia total de la bacteria antes de que el alimento salga de nuestras instalaciones.



3. El "Escudo Ñaming": ¿Cómo la combatimos en nuestras instalaciones?

En Ñaming no dejamos la seguridad al azar. Para neutralizar este peligro, hemos diseñado una estrategia de prevención integral basada en tecnología avanzada y protocolos estrictos:

- **Salas limpias y control de accesos:** Nuestras plantas de producción funcionan bajo un concepto similar al de un entorno sanitario. El acceso está restringido y controlado, y el montaje de los productos se realiza en salas limpias aisladas para evitar cualquier tipo de contaminación cruzada desde el exterior.

- **Limpieza extrema (7 veces al día):** No nos limitamos a limpiar al acabar el turno. Higienizamos nuestras líneas de producción en cada cambio de producto y al final de la jornada, alcanzando una frecuencia de unas 7 veces al día. Esto rompe cualquier intento de la bacteria de asentarse o crear un biofilm.

- **Más de 4.000 análisis al año:** La ciencia es nuestra mejor aliada. Realizamos más de 4.000 análisis anuales en nuestro plan de control microbiológico para verificar de forma matemática la seguridad de lo que producimos.

- **Plan de Control Ambiental y medición de entornos:** No solo buscamos la bacteria en el producto final. Evaluamos constantemente el aire y las superficies mediante mediciones de ambientes en los equipos, tuberías, suelos y puntos más críticos. Si detectamos un indicador de alerta en un desagüe, actuamos de inmediato mucho antes de que pueda acercarse a los alimentos.

- **Vigilancia en ingredientes y procesos críticos:** Monitorizamos al milímetro cada fase de la cadena. Desde la recepción de materias primas críticas (como vegetales frescos o proteínas) hasta el control riguroso de la temperatura, garantizando que la cadena de frío jamás se interrumpa.

4. Riesgos para la salud: ¿A quién afecta la Listeriosis?

La infección causada por esta bacteria se denomina listeriosis. Es una enfermedad poco común pero que presenta una tasa de mortalidad elevada en colectivos específicos, por lo que su prevención es una prioridad de salud pública:

- **Población general sana:** Suele cursar de forma asintomática o manifestarse como una gastroenteritis leve (fiebre, dolor de estómago o malestar muscular) que remite en unos días.

- **Grupos de riesgo (Población sensible):** La bacteria se vuelve muy agresiva en personas con el sistema inmunitario debilitado, ancianos y, de manera muy especial, en mujeres embarazadas, donde puede causar complicaciones graves para el feto, incluso si la madre apenas presenta síntomas.

Conclusión

La Listeria es un riesgo vivo en el mundo de la alimentación fresca, pero es un riesgo que se puede controlar con rigor, inversión y cultura de seguridad alimentaria. En Ñaming, nuestra responsabilidad como profesionales de la calidad es adelantarnos al peligro. Nos esforzamos cada día en cuidar cada análisis, cada desinfección y cada proceso para cumplir nuestra promesa: que comer bien, equilibrado y fuera de casa sea, ante todo, una experiencia totalmente segura para ti y los tuyos.



ñaming

CASUAL FOOD
FRESCO, RICO Y
EQUILIBRADO

La Listeria:
Qué es y cómo protegemos
TU COMIDA CASUAL FOOD



Berta Fernández Alegre
Directora de Calidad

Directora de
Calidad en Ñaming

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**



Kaiku
NAM

UN DESAYUNO
COMPLETO
PARA DÍAS
COMPLETOS



NUEVO



Kaiku
MATCHA LATTE

**EL MATCHA LATTE
NO ES NUEVO,
BEBERLO CUANDO
QUIERAS, SÍ.**

NUEVO

El mejor café
solo con
pulsar un
botón.



Descubre
nuestra nueva
línea Vending

Special Vending

CAFESCANDELAS.COM



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

**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	(415 ml)

VENDING

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

La nueva Junta Directiva celebra su primera reunión de trabajo

La sesión del 24 de julio marcó el inicio de una nueva etapa.

La recién elegida **Junta Directiva** celebró su primera reunión de trabajo, convocada por el presidente, Juan Luis Hernández, en formato telemático.



Miembros de la Junta Directiva en la Asamblea Julio 2026

El encuentro sirvió para dar inicio al **nuevo mandato** y establecer las líneas generales de actuación que marcarán la actividad de la organización en los próximos meses. Esta primera toma de contacto permitió además **reforzar el conocimiento mutuo entre los integrantes de la junta** y sentar las bases de una etapa que estará marcada por el trabajo conjunto y la participación activa.

Durante la sesión, los miembros de la junta **compartieron impresiones y propuestas** de cara al nuevo mandato, en un clima de colaboración y participación que reflejó el compromiso de todos sus integrantes con la organización. La reunión puso de manifiesto la voluntad común de seguir impulsando los objetivos de la entidad, manteniendo una comunicación fluida y una dinámica de trabajo orientada a la mejora continua.

Nuevos miembros de la Junta Directiva con el Presidente de ANEDA

Con este primer encuentro, la nueva Junta Directiva inicia oficialmente su actividad, reafirmando su **compromiso con el crecimiento** de la entidad, la defensa de **los intereses** de sus asociados y el **impulso de iniciativas** que contribuyan al desarrollo y fortalecimiento del sector. La sesión concluyó con una visión compartida sobre la importancia de afrontar esta nueva etapa desde el diálogo, la cooperación y la búsqueda de valor para el conjunto de la organización.



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

AGILY
El secreto de tu éxito, hoy y mañana

Bianchi Vending



¡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.



ñaming

ENSALADAS

Nuevo envase · Nuevas recetas · Máxima frescura



CONTIENE SALSA / CONTÉM MOLHO



DESCUBRE TODOS
NUESTROS PRODUCTOS
EN N-AMING.ES



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

PICAR SIN PECAR

PARA DEVORAR ESTA REVISTA

✓ Ingredientes naturales
✓ Horneados



ES RICO, ES BUENO **snatt's**

La combinación
que mejora la
sostenibilidad

rhea ESG




rhFS1.touch21,5
saphirh T10

Ahorro energético

Diseño modular y flexible

Materiales reciclables

BioCote

rhea apliven

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

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

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

CAFFIER
COFFEE ROASTER

NOVEDADE

EL CAFÉ QUE COMBINA CON EL VENDING



vendin GO

Desde 1981
Antonio Font

ilstant

preparados solubles para el vending

leches **capuccinos** **chocolates** **infusiones**

café

CERO COMBUSTIBLES FÓSILES

FÁBRICA LIBRE DE EMISIONES CO₂

No utilizamos combustibles fósiles

www.ilstant.com

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

ANEDA estrecha lazos en Burgos

Una jornada de diálogo con empresas e instituciones burgalesas.

Durante el mes de julio, y continuando con la **ronda de visitas** que ANEDA viene realizando a empresas asociadas y entidades de referencia, la directora general, **Yolanda Carabante**, se desplazó a

Burgos para desarrollar una intensa agenda de **reuniones institucionales** orientadas a fortalecer la colaboración con el tejido empresarial e institucional y seguir dando visibilidad al sector de la distribución automática.

Acompañada por **Ana García**, miembro de la Junta Directiva de ANEDA, y por representantes de **Burvending**, empresa asociada de la organización en la provincias, se mantuvieron diversos encuentros con instituciones y organizaciones empresariales de referencia para compartir la realidad, los retos y las oportunidades del sector de la distribución automática.

La agenda comenzó con una reunión en **FAE Burgos**, donde la delegación de ANEDA fue recibida por su presidente, **Ignacio San Millán**, y su secretaria general, **Emiliana Molero**.

Posteriormente, tuvo lugar un encuentro en la **Cámara de Comercio** de Burgos con su presidente, **Antonio Miguel Méndez Pozo**, y representantes de la institución, en el que se abordaron distintos aspectos relacionados con la actividad empresarial y el fortalecimiento de la colaboración entre organizaciones.



La jornada concluyó con una visita a la **Fundación Caja de Burgos**, donde los representantes de ANEDA pudieron intercambiar impresiones con responsables de la entidad y conocer algunas de las iniciativas que impulsan en el ámbito económico y social de la provincia.



Durante los encuentros, la representación de ANEDA estuvo también acompañada por **Francisco Javier Sancho**, miembro del Consejo Regulador del certificado AQS (ANEDA Quality System), aportando la visión empresarial y la experiencia del sector de la distribución automática.

Asimismo, las reuniones celebradas en **FAE Burgos** y en la **Cámara de Comercio** contaron con la participación del delegado territorial de la Junta de Castilla y León en Burgos, Roberto Saiz Alonso, reforzando el carácter institucional de la jornada y favoreciendo el diálogo entre el ámbito empresarial y las administraciones públicas.

Desde ANEDA se valora muy positivamente la acogida recibida por todas las entidades visitadas.

Este tipo de encuentros permite **reforzar relaciones, generar nuevas oportunidades** de colaboración y seguir acercando la realidad de la distribución automática a los principales agentes económicos e institucionales.

La asociación continuará impulsando iniciativas que contribuyan a fortalecer la presencia y el reconocimiento del sector, promoviendo espacios de diálogo y cooperación que favorezcan el desarrollo, la innovación y la competitividad de las empresas asociadas.

ANEDA da voz al vending en Food Service Institute

La distribución automática, protagonista del diálogo

Invitada por **Food Service Institute**, la **directora general de ANEDA** participó recientemente en un almuerzo-coloquio concebido para acercar a los asistentes la realidad de distintos sectores de actividad a través de la experiencia y visión de sus representantes.

En esta ocasión, el vending ocupó el centro de la conversación en un formato cercano y participativo, que permitió compartir conocimiento, **resolver dudas e intercambiar impresiones** con profesionales interesados en conocer mejor un sector que forma parte de la vida cotidiana de millones de personas.

Durante el encuentro se abordó el papel de la distribución automática en la sociedad, su presencia en múltiples entornos y la importante contribución que realiza a través de una **amplia cadena de valor** formada por fabricantes, operadores, proveedores, empresas tecnológicas, compañías logísticas y otros profesionales que trabajan cada día para ofrecer un servicio accesible, seguro y de calidad.

Las preguntas y reflexiones planteadas por los asistentes dieron lugar a un **enriquecedor diálogo** que permitió acercar la realidad del sector desde una perspectiva práctica y cercana, contribuyendo a un mayor conocimiento de la actividad y de su aportación económica y social.

La **participación de ANEDA** en este tipo de iniciativas refuerza su compromiso con la representación y promoción de la distribución automática, favoreciendo espacios de encuentro que ayudan a incrementar la visibilidad y el reconocimiento de un sector que todavía tiene un amplio margen para darse a conocer.

Desde ANEDA se agradece a **Antonio Manuel Agustín**, fundador de Food Service Institute, y a **Javier Rueda**, secretario general de la entidad, la invitación y la confianza depositada en la asociación para trasladar la visión del sector. Asimismo, se agradece el interés y la participación de todos los asistentes, cuyas preguntas y aportaciones enriquecieron una jornada que permitió poner en valor la realidad y el futuro de la distribución automática.

Este tipo de encuentros contribuyen a que cada vez más profesionales conozcan de cerca el trabajo de las empresas y personas que hacen posible el vending, reforzando la visibilidad y el reconocimiento que merece un sector esencial para millones de usuarios.



Entrevista



Juan Luís Hernández

Presidente de Aneda

«Tenemos que anticiparnos a los cambios que está viviendo el sector»

Juan Luis Hernández inicia un nuevo mandato al frente de ANEDA con la mirada puesta en los principales desafíos de la distribución automática. Hablamos con él sobre el nuevo equipo que le acompaña, las necesidades de las empresas y cuestiones clave como regulación, talento, tecnología, sostenibilidad y nuevos modelos de negocio.



1.- Usted ha insistido en que quiere estar todavía más cerca de las empresas. ¿Qué necesita hoy un operador de vending de una asociación como ANEDA?

Vamos a **impulsar los encuentros del sector**, sin ir más lejos el 25 de Septiembre tenemos el primero en Galicia, no solo buscamos estar con los socios y saber de primera mano sus necesidades, **necesitamos “mover” el sector** y llegar con nuestro mensaje a todos aquellos que independientemente de su tamaño quieran sumarse a ANEDA

Creo que necesitan en un gran mayoría sentirse **escuchados** y, sobre todo, **representados**. Las empresas viven el día a día del sector y son quienes mejor conocen tanto las dificultades que aparecen como las oportunidades que se están generando.

Nuestro papel debe ser **mantener una comunicación constante** con ellas, recoger esas inquietudes y trabajar sobre ellas. Queremos que ANEDA sea una herramienta útil para el asociado, independientemente de su tamaño, y que encuentre en la asociación apoyo, información, formación y una voz común ante las instituciones.

2. En este nuevo mandato estará acompañado por una nueva Junta Directiva. ¿Qué destacaría del equipo que le acompaña?

Experiencia al más alto nivel y visión general del sector además de un **aumento femenino**, eso buscaba y creo que lo hemos conseguido

Son profesionales que conocen muy bien la distribución automática y que van aportan **experiencias y perspectivas diferentes y muy enriquecedoras**.

Esa diversidad nos permite tener una **visión más amplia del sector**. Espero una Junta activa, cercana a los asociados y con muchas ganas de trabajar.

3.- Ha situado la adaptación normativa entre los principales desafíos del sector. ¿Le preocupa que determinadas regulaciones no tengan suficientemente en cuenta las particularidades de la distribución automática?

Ahora mismo creo que es el gran problema del sector la **extremada regularización**, y la sensación de que todas las administraciones independientemente de cual sea, quieren ser los “salvadores de la patria”, y esto nos puede hacer daño.

Es fundamental que **las administraciones conozcan bien cómo funciona nuestro sector**. La distribución automática tiene unas características propias y, cuando se desarrolla una nueva normativa, es importante que esa realidad sea tenida en cuenta.

Por eso queremos **seguir reforzando el diálogo institucional**. Nuestra labor consiste también en anticiparnos, informar a las empresas y trasladar a las administraciones las necesidades del sector.

Quiero aprovechar para transmitir el tremendo **esfuerzo y trabajo** que se está desarrollando, y que no se ve, para intentar conseguir que se nos tenga en cuenta en las regularizaciones a las que nos quieren someter.

4.- Otro de los retos que ha destacado es la atracción de talento. ¿Qué nuevos perfiles profesionales va a necesitar el vending?

El sector está evolucionando y eso implica también una **evolución de los perfiles profesionales**. Seguiremos necesitando personas con un gran conocimiento operativo y técnico, pero cada vez cobran mayor importancia lo relacionado con la digitalización, la tecnología, la gestión de datos y las nuevas formas de comunicarnos con el consumidor.

Además de **atraer nuevo talento**, tenemos que desarrollar el que ya existe dentro de nuestras empresas. De ahí nuestra apuesta por herramientas como el **Espacio Formativo ANEDA y el Campus 24/7**. La formación continua será cada vez más importante para seguir profesionalizando el sector.

5.- Telemetría, pagos digitales, inteligencia artificial, análisis de datos, gestión remota... ¿estamos ante uno de los mayores procesos de transformación tecnológica que ha vivido el vending?

La **innovación** siempre ha formado parte de la distribución automática, pero es evidente que estamos viviendo una evolución muy rápida.

Yo diría que o te has subido al carro **tecnológico**, o lo vas a tener muy mal para subsistir en este sector, gracias a la tecnología podemos tener información y mejorar la gestión y logística además de otras muchas cosas, y sin olvidar ofrecer al consumidor una experiencia cada vez más sencilla.

Lo importante es que esa **tecnología** aporte valor real. No se trata de incorporar innovación simplemente porque exista, sino de **utilizarla para que las empresas mejoren y dar mejor servicio y experiencia al usuario**.

Os animo encarecidamente y desde aquí **nuestro apoyo y ayuda** para quien nos necesita en este camino, que es de vital importancia

6.- La sostenibilidad es otra de las prioridades que ha señalado. ¿Cómo puede compatibilizar el sector las nuevas exigencias medioambientales con la competitividad de las empresas?

No queda otra, nos podrá gustar más o menos pero la **sostenibilidad** esta aquí, y tiene toda la pinta en que ha venido para quedarse, debe formar parte de la **evolución de nuestras empresas** y debemos seguir avanzando en esa dirección. El reto está en hacerlo de una forma viable para las empresas, "cuestión difícil" y otro reto a tener en cuenta.

Si trabajamos conjuntamente entre todos: **operadores, fabricantes, proveedores y distribuidores y las administraciones**, será más fácil encontrar soluciones que permitan avanzar en sostenibilidad.

7.- Uno de sus objetivos es dar mayor visibilidad a la distribución automática. ¿Cree que el público conoce realmente todo lo que existe detrás de una máquina de vending?

Tenemos una gran oportunidad para explicar mejor todo lo que hay detrás de la distribución automática. El consumidor ve la máquina, el punto de venta, pero detrás existe **tecnología, logística, servicio técnico, gestión, innovación, seguridad alimentaria** y un importante tejido empresarial y profesional.

Dar visibilidad a esa realidad es una de nuestras líneas de trabajo.

8.- Pongamos la mirada en 2030. ¿Cómo le gustaría que fuera entonces el vending y qué papel debería haber desempeñado ANEDA en esa transformación?

Lo primero y más importante me gustaría encontrarme con un sector **RENTABLE**, y por supuesto más profesionalizado, innovador, sostenible y reconocido. Un sector capaz de atraer talento y aprovechar todas las posibilidades que ofrece la tecnología sin perder de vista algo fundamental: ofrecer un buen servicio al consumidor.

Y me gustaría que **ANEDA** hubiera contribuido a ese camino siendo un **punto de unión para las empresas**, escuchándolas, representándolas y ayudándolas a afrontar los cambios.

Como he señalado anteriormente, la fuerza de un sector está en su **capacidad para trabajar juntos**. Creo que esa idea debe acompañarnos también durante los próximos años.

Boost inc: tecnología y pasión para liderar la era del unattended retail

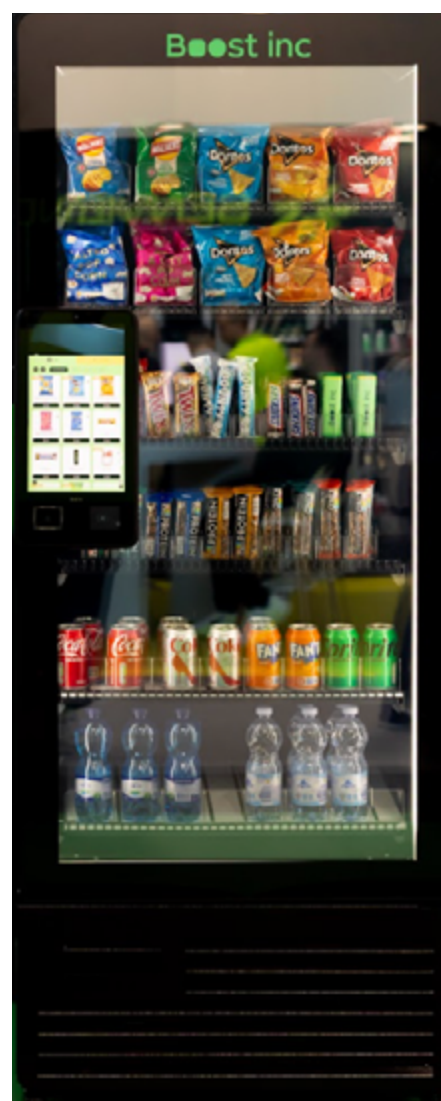
¡En Boost inc estamos entusiasmados de formar parte de Ane da! Nuestra vinculación con el mercado español no es nueva: en nuestra etapa previa en Selecta, Pascal Uffer, Tijs van Bladel y otros en el equipo ya tuvimos el privilegio de trabajar codo con codo con la industria local, impulsando la agenda de innovación desde los pagos cashless y la telemetría hasta la llegada de los primeros micromarkets e iluminación de smart fridges. Tras haber construido de cero Boostbar en Suiza (nuestra propia operación de conveniencia sin personal), hoy nos emociona volver a España para **apoyar a los operadores locales en su mayor reto: escalar el comercio no atendido con rentabilidad.**

Te presentamos...

Boost inc



Pascal Uffer, Founder & CEO



El "Android" de la industria del vending

No somos una empresa tradicional de hardware ni una simple firma de software. Boost inc es la **plataforma tecnológica y el sistema operativo del unattended retail**. Diseñamos un ecosistema integral que **conecta hardware inteligente, pasarelas de pago y telemetría** bajo una misma arquitectura cloud: nuestra plataforma Vendlive. Actuamos como el "Android" del sector, permitiendo que cualquier máquina, smart cooler o terminal de autoservicio funcione de manera integrada, personalizada y conectada directamente con el ERP del operador.

Un equipo con el vending en el ADN

Detrás de nuestra tecnología no hay teóricos, sino un **equipo apasionado por el vending** y la excelencia operativa:

Experiencia real de campo: Nuestro Co-Fundador y CEO, **Pascal Uffer**, fue COO de Selecta a los 31 años, liderando algunos de los despliegues telemáticos y de micromarkets más grandes del continente. Junto a él, Tijs van Bladel y muchos otros miembros clave del equipo comparten ese mismo trasfondo en los mayores operadores de Europa.



Probablemente escalable:

Antes de ofrecer nuestra tecnología a terceros, hemos fundado a **Boostbar** (2020-2021) en Suiza, un **operador de servicio completo** basado 100% en maquina de café table top y el unattended retail (smart fridge, freezer & micromarkets, que tras cinco años gestiona más de 1.250 puntos de venta creados desde cero.

Talento multidisciplinar:

Combinamos la **herencia de los grandes operadores europeos con ingenieros de software** de primer nivel, expertos que han desplegado decenas de miles de checkouts en retail e innovadores técnicos que vienen hasta desde el mundo de la Fórmula 1.



Una cultura impulsada por la energía y la colaboración

Incluso tras nuestra transformación de empresa **“start up”** operadora a compañía tecnológica internacional, mantenemos el espíritu ágil y ambicioso con el que nacimos durante la pandemia. Nos mueve una cultura de alto rendimiento donde el talento se combina con la autenticidad, la diversión y un rechazo frontal al status quo. Creemos firmemente en el **poder de las alianzas estratégicas con fabricantes, marcas y, sobre todo, con los operadores.**

No venimos a enseñar a gestionar el vending tradicional —una disciplina que los operadores españoles dominan desde hace generaciones—, sino a **aportar las herramientas, la experiencia y el respaldo tecnológico** necesarios para transformar la trastienda operativa, eliminar la fricción de los proyectos piloto y escalar la venta no atendida hacia un futuro rentable.



Preparando a los operadores para el éxito: cómo escalamos el unattended retail

Tras nuestra trayectoria como operadores y nuestra experiencia desarrollando soluciones para la venta desatendida, **nuestro objetivo hoy es ayudar a los profesionales del sector** a dar el siguiente paso: escalar el unattended retail de forma rentable, sencilla y sostenible.

Esta relación con el mercado español tiene también un componente especial para **Tijs van Bladel**, quien participó hace siete u ocho años en la introducción de los micromarkets en España como operador. Esa experiencia previa le permite **comprender de primera mano los retos del sector** y contribuir actualmente al desarrollo de numerosos proyectos de venta desatendida.

El sector en España atraviesa un momento decisivo. La **transformación de los espacios de trabajo**, junto con la necesidad de mejorar la rentabilidad y diversificar la oferta, está impulsando la evolución hacia smart coolers, micromarkets y soluciones de vending digital. Sin embargo, el verdadero reto ya no es la tecnología, sino la capacidad de integrarla con éxito en la operativa diaria.

Muchos proyectos piloto encuentran dificultades a la hora de escalar. En la mayoría de los casos, **el problema no está en la tecnología ni en las pérdidas, sino en la operativa de gestión:**

- **Procesos de reposición** que alteran las rutas habituales.
- **Falta de integración** con los sistemas ERP o VMS existentes.
- **Infraestructuras de pago complejas** y difíciles de gestionar.

Cuando la operativa se complica, el crecimiento se frena. Por eso, en Boost Inc. trabajamos para eliminar estas barreras y **facilitar una transición eficiente hacia modelos de venta más modernos y rentables.**

El puente entre la operativa y la tecnología

Nuestra experiencia gestionando más de **1.000 puntos de venta en oficinas, hospitales y hoteles** nos ha permitido desarrollar soluciones pensadas desde la realidad del operador. Con Vendlive, hemos creado una plataforma que integra telemetría, pagos y sistemas de gestión en un único entorno, simplificando el control y la administración de cualquier parque de máquinas.

Compact Range: innovación con foco en la rentabilidad

Sabemos que muchos operadores buscan **modernizar su oferta** sin asumir inversiones desproporcionadas. Por ello hemos desarrollado la gama Compact Range, diseñada para acercar las ventajas del smart retail a cualquier operador:

Compact Cooler

Frigorífico inteligente con pantalla táctil y cámaras con IA que no requiere calibración por peso ni producto, optimizando el espacio disponible y reduciendo el mantenimiento.

Compact Checkout

Terminal de autoservicio que permite implantar micromarkets de forma rápida y sencilla, integrando pagos y programas de fidelización.

Compact Screenkit

Una solución que **digitaliza máquinas de vending tradicionales**, incorporando funcionalidades inspiradas en las neveras inteligentes y nuevas opciones de interacción con el consumidor.

El futuro de la venta desatendida no pasa por complicar la operativa, sino por simplificarla. Con las herramientas adecuadas, **la tecnología se convierte en una oportunidad real** para ganar nuevas ubicaciones, mejorar la experiencia del usuario y crecer de forma rentable.

Boost inc



Tijs van Bladel, Sales Manager

Puedes contactar con:

Tijs van Bladel, Sales Manager @ Boost inc
Tijs@boostinc.com / +41 76 519 85 20 (whatsapp)

Ibérica 2º trimestre 2026



Cifras y volúmenes

IBÉRIA 2º TRIMESTRE 2026



8

Compañías han participado en este estudio

5.102

Máquinas han sido **vendidas** en este trimestre

Decrecimiento
14,25%

Respecto al mismo trimestre del 2025

Decrecimiento

2,75%

Respecto al trimestre anterior

PORTUGAL

Retrocede
15%

en comparación con el mismo trimestre del año anterior.



Análisis datos

IBÉRIA 2º TRIMESTRE 2026



POR PRIMERA VEZ MADRID ES LA COMUNIDAD CON MAYOR VENTA
773 Unidades (Aprox: 15% del mercado)

EL 48,35 % DE LAS VENTA DE MÁQUINAS SE HA REALIZADO EN ESTE TRIMESTRE EN:
Madrid, Cataluña, Andalucía y Valencia

UNIDADES:
638 máquinas vendidas por empresa / trimestre

LAS VENTAS EN ANDALUCIA HAN CRECIDO UN SIGNIFICATIVO 30%.

LAS MÁQUINAS DE CAFÉ SIGUEN REPRESENTANDO MÁS DEL 72,15% DE VENTA DE MÁQUINAS, Y SE ESTABILIZA EN CUANTO A CUOTA.

PORTUGAL

Retrocede nuevamente, en esta ocasión un 15%, comparado con el mismo trimestre del año anterior.

El cacao y chocolate alcanza los 2.323 millones de euros de consumo en España, un 10,3% más que en 2024

Con 6.994 empleos directos, es también la categoría que más empleo genera dentro del sector.

| Fuente: produlce.com |

El 13 de septiembre, Día Mundial del Chocolate, llega en un momento relevante para la categoría. Según el Informe Anual del Sector Dulce en España 2025 elaborado por Produlce, la categoría de cacao y chocolate alcanzó el pasado ejercicio un valor de consumo de 2.323 millones de euros, un 10,3% más que en 2024. La facturación nacional creció hasta los 2.146 millones de euros (+12,3%).

Mucho más que tabletas

Hablar de chocolate en España es hablar de mucho más que tabletas. Aunque éstas siguen siendo el formato con mayor peso, con un 31,3% del valor de las ventas, el consumidor español reparte cada vez más su gasto entre el cacao soluble y a la taza (23,0%), los snacks (19,0%), los bombones (13,6%) y las cremas de untar (13,1%), un mix que confirma la madurez y variedad de la categoría.

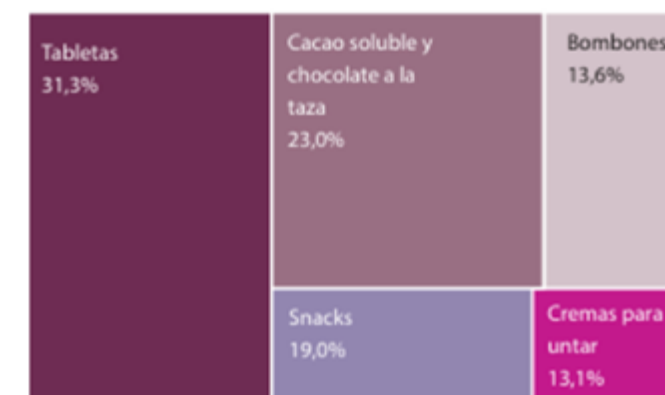
diverso, innovador y profundamente arraigado en nuestra sociedad, que sigue apostando por la innovación, la internacionalización y el desarrollo sostenible para seguir ofreciendo al consumidor productos de calidad”.

Cacao y chocolate, nueva líder en exportaciones del dulce

En el plano internacional, el cacao y chocolate se situó en 2025 como la primera categoría exportadora del sector del dulce, con 858 millones de euros en ventas al exterior, un 35,7% más que en 2024. Esta cifra supone más del 30% del total exportado por la industria del dulce (2.658 millones de euros), lo que sitúa a la categoría por delante de caramelos y chicles, así como de galletas, pastelería y bollería, y turrones y mazapanes.

Principales magnitudes y progresión (2023-2025)

Principales Magnitudes	Millones de €					Toneladas métricas (miles)				
	2023	2024	2025	%24/23	%25/24	2023	2024	2025	%24/23	%25/24
Facturación Total	1.849,8	1.911,8	2.146,3	3,3%	12,3%	218,3	203,7	206,2	-6,7%	1,2%
Mercado Interior (a)	1.284,6	1.282,4	1.288,4	-0,2%	0,5%	112,6	100,3	95,7	-10,9%	-4,6%
Exportaciones	565,3	632,3	857,8	11,9%	35,7%	105,6	103,4	110,5	-2,1%	6,8%
Importaciones (b)	674,3	823,8	1.034,5	22,2%	25,6%	133,0	135,7	135,5	2,0%	-0,1%
Consumo Aparente (a+b)	1.958,9	2.106,2	2.323,0	7,5%	10,3%	245,7	236,0	231,2	-3,9%	-2,0%

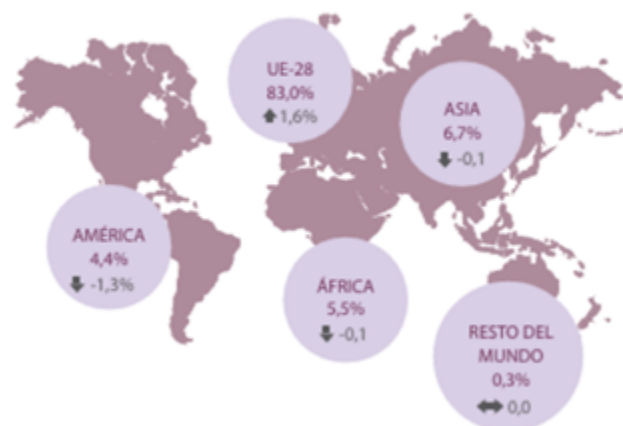


Asimismo, el mercado exterior muestra cambios relevantes en el Top 3: aunque Francia continúa liderando con 212 millones de euros, prácticamente duplicando sus compras desde 2023, Portugal se consolida en segunda posición con 150 millones de euros, combinando fuertes avances con un mayor equilibrio valor-volumen que refuerza su carácter estratégico para la industria española. En tercer puesto aparece Alemania (63 millones de euros), que muestra, junto a Países Bajos (6º), una evolución especialmente positiva y equilibrada, consolidándose ambos como mercados prioritarios para el crecimiento exterior de la categoría.

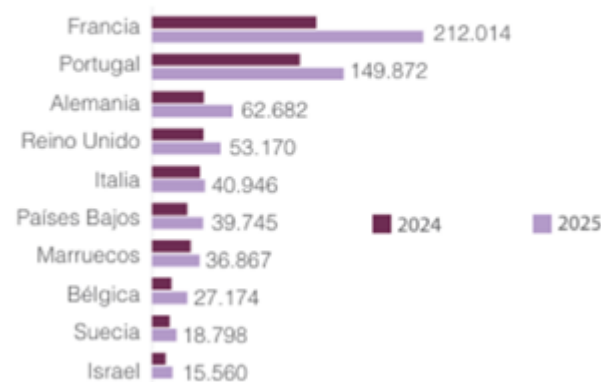
Rubén Moreno, secretario general de Produlce, resume así el momento que atraviesa el sector: “La industria española del dulce ha demostrado, un año más, su fortaleza y su capacidad de adaptación en un entorno cada vez más exigente. El cacao y el chocolate son un buen reflejo de ello: un sector

Por su parte, Reino Unido se sitúa como cuarto destino con 53 millones de euros, seguido de Italia (41 millones) y Marruecos (37 millones), mercados que completan una cartera exportadora cada vez más diversificada para la categoría.

Mapa exportaciones (% sobre mundo)



Principales destinos (exportaciones) miles de €



Importaciones: liderazgo europeo y nuevos actores en alza

Las importaciones de cacao y chocolate alcanzaron en 2025 los 1.034 millones de euros, un 25,6% más que en 2024, con una fuerte concentración en la Unión Europea (99,4% del total). Alemania (238 millones), Francia (210 millones) e Italia (168 millones) lideran el suministro a España, manteniendo Alemania su liderazgo con un comportamiento especialmente equilibrado entre valor y volumen en el último ejercicio.

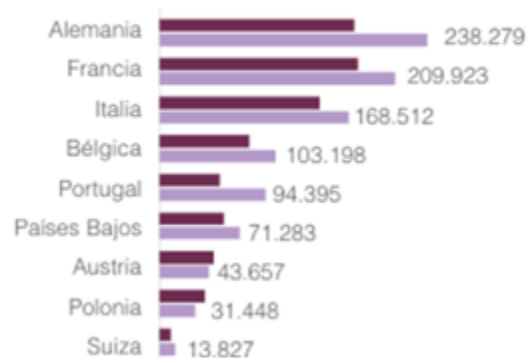
Por detrás, Bélgica consolida la cuarta posición con 103 millones de euros, en clara progresión, mientras que Portugal, Países Bajos y Austria conforman un bloque intermedio con ventas entre 40 y 95 millones. Destaca especialmente el dinamismo de Portugal, que prácticamente triplica sus ventas hacia España desde 2023, y el de Austria y Polonia, que también muestran una clara progresión en este periodo.

| Fuente: produlce.com |

Mapa importaciones (% sobre mundo)



Principales orígenes (importaciones) miles de €



Empleo estable en el sector, especialmente en mujeres y jóvenes

Además, el sector del cacao y chocolate tiene un importante impacto en el empleo en España, con 6.994 empleos directos en 2025, lo que supone un incremento del 1,2% respecto al año anterior. Con esta cifra, la categoría se consolida como la mayor empleadora del sector del dulce.

La estabilidad laboral sigue siendo una seña de identidad de la categoría, que mantiene elevados niveles de contratación indefinida pese al complejo contexto internacional del ejercicio. Esta solidez se refleja especialmente en colectivos clave: las mujeres representan el 57% del empleo, con un peso creciente en la estructura laboral del sector; por su parte, más de ocho de cada diez jóvenes cuentan ya con contrato fijo, reflejo del fuerte aumento de la contratación indefinida juvenil registrado en 2025.

Este perfil sitúa a la categoría como un motor de empleo de calidad, con capacidad de generar oportunidades sostenidas y con un peso creciente de la mujer en la estructura laboral del sector.

Huhtamaki



Creemos que la innovación es clave para un futuro más sostenible

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



Nestlé
Nesquik

ALL NATURAL

LECHE CON CACAO

100%
INGREDIENTES
NATURALES

-50%
AZÚCARES
AÑADIDOS*

92%
DE LECHE

✓ SIN GLUTEN



A través de Nestlé Cocoa Plan trabajamos para mejorar la calidad de los productos de 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

Nestlé
PROFESSIONAL

DESATA EL sabor

PROPORCIONA UN SABOR Y EXPERIENCIA INIGUALABLE

SABORES MÁS AFRUTADOS Y DIVERTIDOS

masca y fluye

BIBO

DISTINGUE, DIGITALIZA, EVOLUCIONA

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

GM GLOBAL SOLUTIONS

GMBOS
4.0 Más inteligente

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

El 80% de los españoles ha cambiado su forma de disfrutar del verano: valoran más los planes sencillos, no renuncian a cuidarse en vacaciones y eligen más bebidas refrescantes

Tres de cada cuatro españoles consideran que la compañía es lo más importante para disfrutar en esta época del año y lo priorizan al destino

| Fuente: refrescantes.est |

Turismo, sol y playa siguen siendo los símbolos del verano en España. Sin embargo, en los últimos años, ha ido cambiando la forma en la que los españoles disfrutan de esta época del año y la mayoría reconocen que, por encima de grandes viajes y experiencias, **hoy valoran más los planes sencillos**, en los que lo importante es pasar tiempo con amigos y familia.

Otro de los cambios muestra un mayor interés por el bienestar físico y emocional: los españoles quieren disfrutar de una forma más consciente y buscando momentos de relax y desconexión. Esta tendencia también se refleja en los hábitos de consumo, las bebidas refrescantes ganan peso en los planes y las celebraciones del verano porque permiten disfrutar sin consumir alcohol.

Así se desprende del 'Barómetro **¿cómo disfrutan los españoles del verano?**' elaborado por Alpha Research para la Asociación de Bebidas Refrescantes.

Este verano importa más 'con quién' que 'a dónde'. Según el estudio, el 77% de los españoles afirma que **ha cambiado su forma de disfrutar del verano**. Entre quienes perciben este cambio, el principal motivo es que ahora valoran más los planes sencillos donde lo importante es compartir tiempo con amigos y familia (35%).

Esta evolución también se refleja en aquello que realmente determina que un plan sea memorable. Para tres de cada cuatro españoles (75%), **la compañía es el factor más importante** para disfrutar del verano, muy por delante del destino (52%). Entre los jóvenes de entre 18 y 29 años esta idea es todavía más evidente: el 82% señala que compartir esos momentos con otras personas es lo que más contribuye a disfrutarlos.

Aunque **viajar continúa siendo el plan preferido para el verano** (63%), los españoles también sitúan entre sus opciones favoritas el terrazo con amigos o familia (53%). De hecho, compartir un refresco en una terraza se posiciona como el momento favorito del verano para el 41% de los españoles, reflejando el valor creciente que se da a los pequeños placeres cotidianos y las experiencias compartidas.

Disfrutar y celebrar con los cinco sentidos

Esta evolución de **los hábitos de ocio también se refleja en la forma de consumir**. Cada vez más españoles buscan disfrutar del verano de una forma más consciente. De esta manera, el 55% de los españoles afirma haber reducido su consumo de alcohol en los últimos años, optando por las bebidas refrescantes como la mejor opción para disfrutar y celebrar (57%).



“Estos resultados muestran que la forma de entender el disfrute y el ocio están cambiando en nuestro país. Los españoles quieren disfrutar plenamente del verano y del tiempo que comparten con amigos y familia. Además, valoran poder elegir y tener opciones de consumo que se adapten a cada ocasión sin dejar a nadie fuera. La amplia variedad que ofrecen las bebidas refrescantes y su carácter sin alcohol y refrescante hacen que encajen 100% con este estilo de vida”, señala **Beatriz Blasco**, directora general de la Asociación de Bebidas Refrescantes.

Así, las bebidas refrescantes se consolidan como grandes aliadas en los momentos de ocio y celebración. Más del 80% de los españoles considera que forman parte de estos momentos, mientras que el 63% percibe que hoy tienen más presencia que hace unos años. Una tendencia a la que también contribuye el aumento de las temperaturas, **el 23% afirma consumir más bebidas refrescantes** por su componente sin alcohol y su carácter refrescante para combatir el calor, un porcentaje que asciende al 30% entre los jóvenes de 18 a 29 años.

¿Qué son las bebidas refrescantes?

Las bebidas refrescantes son las bebidas frías, sin alcohol y con base de agua que por su propia naturaleza son refrescantes, y conforman una categoría diversa y en constante evolución que ofrece al consumidor **posibilidad de elección en cada momento**.

Con más de 2.000 referencias, la categoría incluye **refrescos, gaseosas, bebidas de té, bebidas isotónicas y deportivas y aguas enriquecidas**, entre otras. Esto hace posible que se adapten a todos los consumidores, necesidades, momentos y estilos de vida. Además, existen opciones sin calorías de todas las variedades y actualmente más del 50% de las bebidas refrescantes que se comercializan en España son opciones sin calorías o bajas en calorías.

Metodología

El Barómetro ‘¿Cómo disfrutan los españoles del verano?’ ha sido elaborado por Alpha Research para la Asociación de Bebidas Refrescantes mediante una encuesta online realizada entre el 14 y el 21 de julio de 2026 a una muestra representativa de 1.000 personas de entre 18 y 70 años residentes en España. El margen de error es de $\pm 3,16\%$, para un nivel de confianza del 95,5%.

Sobre la Asociación de Bebidas Refrescantes

Es la **organización empresarial** que representa a la industria de las bebidas refrescantes en España desde 1977. Agrupa a la mayoría de las empresas dedicadas a la elaboración y comercialización de bebidas frías sin alcohol y con base agua que por su propia naturaleza son refrescantes y conforman una categoría diversa y en constante evolución para ofrecer al consumidor capacidad de elección en cada momento.

Esta industria tiene una relevante contribución en España, aporta **11.600 millones de euros a la economía nacional** y genera más de 200.000 empleos a través de su cadena de valor.

La **Asociación de Bebidas Refrescantes** forma parte de la Federación de Industrias de Alimentación y Bebidas (FIAB) que representa al conjunto del sector agroalimentario en España y a su vez está integrada en la Confederación Española de Organizaciones Empresariales (CEOE). A nivel europeo, es parte de la federación europea que agrupa las asociaciones de bebidas refrescantes (UNESDA)





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.





100 años contigo



¡Vive un sabor mágico, ven al mundo Haribo!

@F2S



made in Italy

CALIDAD QUE DURA EN EL TIEMPO

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



F2S

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

madrid machine

Distribuidor Oficial para España
MFM - Madrid Fas Machine
C/Prta Sur, 6 - Sector B
28010 Torreladuna de Arzob. - MADRID
T: 91 478 0400 - F: 91 478 0401
www.madridmachine.es
javier.garcia@madridmachine.es



Vending



La alternativa más saludable,
práctica y de calidad para Vending

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



ESPECÍFICOS PARA
VENTA AUTOMÁTICA

- Listos para cargar.
La máquina no necesita adaptación.
- Fácil manipulación y conservación.
No necesitan frío.
- Sin merma. 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. - Peraltas s/n - 31330 Villanueva (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



V2V
FACTORY

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 entor-
nos 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

Nueva imagen. Mismo gran sabor.



Coca-Cola Zero Azúcar

Marca registrada de The Coca-Cola Company.

Domino's Pizza apuesta por el vending para impulsar su crecimiento y explorar nuevos momentos de consumo

Despliega dos máquinas en Madrid que ofrecen pizzas horneadas en tres minutos durante las 24h horas del día

| Fuente: reasonwhy.es |

Bajo el concepto "Horno 24/7", Domino's Pizza ha puesto en marcha sus **primeras máquinas de vending en España**, que ofrecen pizzas horneadas en tres minutos durante las 24 horas del día los siete días de la semana. Se trata de un formato complementario a su red de restaurantes y con el que aspira a ampliar su disponibilidad y el acceso de los consumidores a su producto.

Tal y como explica la marca, operada por el grupo Alsea en nuestro país, el "Horno 24/7" funciona como una **extensión directa de las tiendas de Domino's**, ya que las pizzas se elaboran en un obrador de proximidad siguiendo las mismas recetas, procesos y estándares de calidad que los establecimientos físicos. No obstante, el horneado de la pizza se realiza en la propia máquina en el momento de la compra, lo que permite ofrecer una pizza recién hecha en menos de tres minutos a una temperatura superior a los 80 °C y cumpliendo con los controles y estándares de seguridad alimentaria.

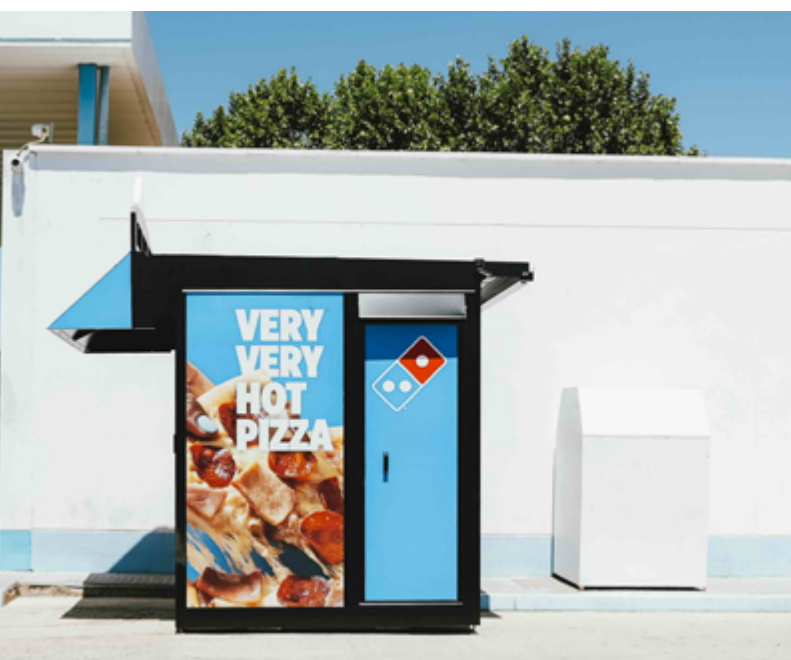
La marca asegura que este formato de venta mantiene **la experiencia de producto acorde a sus estándares habituales**, una pizza con el mismo sabor y frescura que los consumidores encontrarían en cualquier tienda Domino's. El catálogo de las máquinas integra las que, según la compañía, son las referencias preferidas del consumidor, como las icónicas pizzas 4 Quesos, Pecado Carnal, Jamón y Queso y Barbacoa.

De momento, Dominos Pizza ha desplegado **dos máquinas de vending**, ambas en la Comunidad de Madrid: una de ellas se encuentra en una estación de servicio de Moeve en Carabanchel (Av. de los Poblados, 118) y otra en una estación de servicio de Ballenoil en Pozuelo (M-515, KM 2). Según expone la marca, las dos aperturas consolidan su presencia en la región y fortalecen su modelo de venta integrado.



Además, las máquina estarían integradas en **Uber Eats** permitiendo a la cadena extender la cobertura y el alcance de su servicio a nuevos momentos de consumo, especialmente aquellos ligados a franjas de madrugada o de la mañana y que quedan fuera del horario habitual de las tiendas.

“Con el “Horno 24/7” llevamos la experiencia Domino’s a lugares y momentos donde antes no llegábamos”; ha comentado Jesús Navarro, Director General de Domino’s Pizza en España. "Hablamos de una nueva forma de acercar la marca a nuestros clientes, con un formato que se adapta a sus necesidades y les permite disfrutar de nuestras pizzas recién horneadas con la máxima calidad, como en cualquiera de nuestras tiendas".



Domino's Pizza asegura que el despliegue del vending forma parte de un proyecto estratégico de diversificación para amplificar su ecosistema de venta y abrir nuevas oportunidades de crecimiento en el mercado español. Las nuevas máquinas servirán para ampliar su presencia y capilaridad, así como para responder a las **demandas de un consumidor cada vez más dinámico**.

Con todo, no se trata de la primera máquina de vending para pizzas que se instala en Madrid o España, ya que este formato se ha extendido a lo largo de los años. Pero sí supone una de las **primeras exploraciones de la fórmula para una de las grandes cadenas de pizzerías de nuestro país**. La apuesta de Domino's Pizza supone una traslación a España de las máquinas puestas a prueba por la cadena en Lyon, Francia, en 2023.



Hielo al momento: la máquina expendedora que quiere revolucionar su distribución

Boreal Ice Vending ha patentado un dispositivo de venta automática que permite a los consumidores fabricar y comprar este producto al instante y en cualquier lugar

Alberto Angulo (Quintanar de la Orden, Toledo, 29 años) empezó hace tres años a pensar en crear una compañía basándose en una idea simple. "Si se termina el hielo, se acaba cualquier fiesta o reunión social", señala entre risas. Tras analizar la cadena de distribución de este producto, que

califica de "muy compleja", decidió fundar en 2025 **Boreal Ice Vending**, una empresa que ha patentado una máquina expendedora que se conecta a la red eléctrica y, con agua potable, fabrica hielo que los consumidores pueden comprar al momento en el lugar en el que se instale este dispositivo.

| Fuente: elpais.com |

Angulo relata que el camino para crear esta compañía **no ha sido tan sencillo como esperaba**. Encontró dificultades para reunir el capital suficiente para poder aterrizar su idea y diseñar el primer prototipo de máquina expendedora de hielo, para lo que contó con ayuda del Centro Tecnológico de Castilla-La Mancha.

Pero estaba convencido de que su idea tendría éxito porque **había estudiado previamente el mercado**. En España el hielo se produce en centros industriales, se almacena en naves refrigeradas, se distribuye en camiones a los puntos de venta y se guarda manteniendo la cadena de frío hasta que llega al consumidor. El fundador de Boreal Ice Vending destaca que con su máquina expendedora se "elimina esta cadena ineficiente" y se logran "beneficios" como **"la reducción de la huella de carbono, al eliminarse casi por completo el transporte en camiones"**.

Sin embargo, señala el fundador, su modelo de negocio no se basa en vender estas máquinas, sino en **comercializar hielo**. Así, firma un contrato con un cliente al que cede una máquina con el compromiso de que venda una cantidad mínima al año. Los beneficios obtenidos se reparten entre la compañía y **Boreal Ice Vending**, cuyos porcentajes "varían en función de si se superan unos determinados niveles de venta o de la duración del contrato", afirma Angulo.

De momento, destaca el empresario, sus principales clientes son **campings y puertos náuticos en España**, lo que le ha permitido obtener una facturación de unos 200.000 euros el año pasado. No contó con beneficios y gran parte del dinero obtenido de las ventas se ha destinado a **"inversión en I+D, para mejorar el diseño y funcionamiento de la máquina expendedora"**. A partir de este mes, la compañía empezará a producir en serie y Angulo afirma que su intención es "realizar el 100% del proceso en España", sin externalizar ninguna fase a otros países.

El proceso de funcionamiento de la máquina expendedora es "sencillo", cuenta Angulo. El cliente selecciona en la pantalla táctil los kilos de hielo que quiere, paga solo con tarjeta, ya que **no admite dinero en efectivo**, ubica su recipiente bajo el dispensador y obtiene el producto al momento. También asegura que los objetivos a medio y largo plazo de Boreal Ice Vending son **"diversificar la cartera de clientes para llegar a supermercados, gasolineras, centros deportivos, urbanizaciones o cruceros"**, así como **expandirse** "en tres o cinco años" a países como Portugal, Francia, México o Colombia.



Propietario de un servicio de vending en Castelló denuncia el robo de un ladrón reincidente: "Se ha especializado en estas máquinas"

El autor forzó de madrugada una máquina de venta automática de un establecimiento de la calle Segarra Ribes y sustrajo unos 400 euros y productos valorados en otros 100; los daños ascienden a 1.500€

| Fuente: elperiodicomediterraneo.com |

El propietario de un establecimiento de máquinas de venta automática de Castelló ha denunciado ante la Policía Nacional un robo cometido durante la madrugada del jueves al viernes en su negocio, situado en el número 4 de la calle Segarra Ribes. El responsable asegura que, tras revisar las imágenes de las cámaras de seguridad y compararlas con otras grabaciones de hechos similares -este periódico ha tenido acceso a esas grabaciones-, el presunto autor sería una **persona reincidente que ya estaría identificada por la Policía**.

El robo comenzó a las 00.49 horas y se prolongó hasta aproximadamente la 1.26. El propietario descubrió lo ocurrido posteriormente, cuando acudió al establecimiento para reponer las máquinas y comprobó que una de ellas estaba abierta y había sido vaciada. Al revisar las cámaras de seguridad observó cómo un varón **manipulaba la máquina expendedora y conseguía forzarla utilizando objetos metálicos con los que hacía palanca**. En esta ocasión, según explica el denunciante, el autor actuó acompañado de otro hombre.

El balance económico del robo es importante. El propietario calcula que el ladrón se llevó alrededor de 400 euros en efectivo del interior de la máqui-

na, además de productos por un valor aproximado de otros 100 euros. A esta cantidad se suman los **desperfectos causados para acceder al interior**: los daños que presenta la puerta están valorados en unos 1.500 euros.

"Tengo el negocio desde marzo. La Policía me ha dicho que lo tienen identificado", explica el afectado, que señala que no sería la primera vez que el presunto autor actúa contra este tipo de establecimientos. La víctima ha tenido acceso a grabaciones de otros robos similares, comprobando que **se trata del mismo ladrón**.

"Se ha especializado en estos robos porque es muy difícil abrir estas puertas. Nunca imaginé que las podrían robar forzando la cerradura", afirma. El propietario **considera que la forma de actuar demuestra un conocimiento específico** de este tipo de máquinas y confía en que la investigación permita detener pronto al responsable.

El afectado señala además que existen diferencias entre las distintas actuaciones que ha podido observar en las grabaciones. Mientras que en el robo sufrido en su negocio de Castelló **el sospechoso estuvo acompañado por otro varón**, en otros episodios similares habría actuado en solitario.



Frit Ravich invertirá 115 millones para ampliar sus instalaciones en Cataluña y Madrid

El fabricante de patatas fritas y 'snacks' construirá una nueva fábrica en Maçanet de la Selva (Girona). Además, abrirá una plataforma logística para abastecer a la zona centro y sur de la Península

| Fuente: eleconomista.es |

Frit Ravich, empresa familiar especializada en la elaboración de patatas fritas y snacks, invertirá **115 millones de euros para ampliar sus instalaciones en Cataluña y Madrid**. La compañía liderada por Judith Viader proyecta una **nueva fábrica en Maçanet de la Selva (Girona)**, donde se halla la sede central del grupo, cuyas obras empezarán en 2027. En paralelo, la empresa abrirá una plataforma logística en Madrid para cubrir mejor la zona centro y sur de la Península.

Ambas actuaciones "permitirán reforzar la capacidad, la eficiencia y la competitividad de la empresa, así como impulsar **el reto de los 600 millones de euros de facturación**", como ha informado el fabricante en un comunicado. En 2025, Frit Ravich facturó 359 millones, un 8% más. Este crecimiento se debió tanto al buen comportamiento de sus marcas como a la ampliación de cartera de los productos de terceros.

Más capacidad productiva

La nueva planta, que se ubicará en una parcela adyacente a la actual sede, tendrá una **superficie aproximada de 33.000 metros cuadrados y se enfocará en la elaboración de patatas fritas y palomitas**, dos de las categorías estratégicas para el grupo. La actual fábrica, de 26.000 metros cuadrados, se centrará en la producción de frutos secos.

Este dimensionamiento industrial permitirá desarrollar un modelo "flexieiciente", concepto ideado por la propia empresa para definir su adaptación a los picos de demanda del mercado. De entrada, duplicará su volumen total de snacks al final de la década. En fases posteriores, las nuevas instalaciones prevén llegar a cuadruplicar la capacidad productiva de cara a 2050.

Frit Ravich contratará a **500 trabajadores** para su futura fábrica. De esta forma, alcanzará los 2.000 empleados en los próximos años.

Por ahora, la compañía ha completado los trabajos previos de construcción y el proyecto se halla actualmente en la fase del plan director. Para el diseño y la dirección del proyecto de ingeniería, arquitectura y sostenibilidad, Frit Ravich ha contratado a la firma Colomer-Rifà.

Plataforma logística

Por otro lado, el **nuevo almacén en Madrid** optimizará la operativa en la zona centro y sur y permitirá mantener el **compromiso de entrega en 24 horas**.

"Ambos proyectos reafirman la apuesta de la propiedad por la reinversión continua de los beneficios para asegurar un crecimiento sostenible, escalable y competitivo a largo término", concluye la empresa.



La calidad del vaso de papel, un factor clave que va mucho más allá del precio

La elección de un vaso de papel para vending, empresas u hostelería no debería reducirse únicamente a una cuestión de precio. Sergio de los Heros, Cofundador en "ARAGAMI" pone el foco en todos aquellos elementos que determinan la calidad y fiabilidad de un producto aparentemente sencillo, pero sometido a importantes exigencias en el uso profesional.

| Fuente: LinkedIn Sergio de los Heros |

Un vaso de papel puede pasar prácticamente desapercibido para el consumidor. Sin embargo, detrás de su correcto funcionamiento intervienen numerosos factores: desde la **materia prima** y el recubrimiento interior hasta la **rigidez**, la **formación del borde**, las **dimensiones** o su **compatibilidad con los sistemas automáticos de dispensación**.

Así lo explica Sergio D. en un artículo publicado recientemente en LinkedIn bajo el título «**Calidad en cada vaso de papel: qué hay detrás de un buen vaso para vending, empresas y hostelería**».

Uno de los aspectos sobre los que llama especialmente la atención es la importancia de la **regularidad del producto** cuando hablamos de grandes volúmenes. En sectores como el vending, no basta con que un vaso funcione correctamente de manera puntual: sus características deben **mantenerse de forma constante para garantizar un dispensado fiable**.

El artículo también aborda las distintas necesidades existentes según el destino del producto. Un vaso utilizado en una **máquina de vending no tiene exactamente las mismas exigencias** que uno destinado al café para llevar en una cafetería, una oficina o un establecimiento hostelero.

La elección entre **simple y doble pared**, el aislamiento térmico, el ajuste de las tapas, los materiales empleados o las posibilidades de personalización son algunos de los factores que entran en juego.

Calidad, sostenibilidad y coste real

Otro de los asuntos que plantea el artículo es la procedencia de las materias primas y su relación con la sostenibilidad. **Aragami** señala que trabaja con papel de pulpa virgen certificado PEFC procedente de fuentes sostenibles y con diferentes alternativas de recubrimiento en función de la aplicación.

La reflexión conduce además a una cuestión especialmente relevante para los compradores profesionales: **¿debe ser el precio unitario el principal criterio a la hora de seleccionar un vaso?**

La respuesta que plantea el autor invita a mirar más allá. Un producto que presenta irregularidades, problemas de dispensación, falta de rigidez o incompatibilidades con las tapas puede terminar **generando costes y problemas operativos** que no aparecen reflejados inicialmente en el precio de compra.

Materia prima, regularidad entre lotes, capacidad de suministro, formato, personalización y experiencia del fabricante forman así parte de una ecuación más amplia.

Una interesante reflexión sobre un **elemento cotidiano** que, especialmente en vending y hostelería, forma parte de un proceso en el que la fiabilidad se demuestra vaso tras vaso.



REPA refuerza su equipo directivo en las áreas de Ventas, Supply Chain y QSR

Mike Barrett es nombrado Group Chief Commercial Officer, Wolfgang Bremer asume el cargo de Vice President Supply Chain, Aneta Schulz es Vice President Digital Customer Experience y Simon Lopeman, Vice President QSR

REPA, distribuidor líder en Europa de recambios para equipos de hostelería y refrigeración, máquinas de café y vending, **refuerza su equipo directivo en cuatro áreas estratégicas** y reafirma así su compromiso de responder a las necesidades de servicios técnicos, cadenas de restauración rápida (QSR) y fabricantes de equipos originales (OEM) mediante una alta disponibilidad de

recambios, una gestión eficiente del inventario y entregas rápidas. **Mike Barrett** asume el nuevo cargo de Group Chief Commercial Officer A partir del 1 de octubre, Mike Barrett asumirá el cargo de Group Chief Commercial Officer, desde el que será responsable de la estrategia comercial en Europa, Reino Unido y los mercados internacionales en los que opera REPA.

Mike aporta la experiencia y los resultados obtenidos como Managing Director de Parts Town UK, empresa que forma parte de la familia REPA. Bajo su dirección, la compañía ha mejorado sus resultados y ha llevado a cabo un importante proceso de transformación, incluida la **integración con éxito de dos distribuidores líderes** de recambios en Reino Unido, que se han unido bajo una marca ampliamente reconocida en el mercado.



En un ámbito en el que REPA lleva décadas a la vanguardia, Aneta seguirá impulsando el compromiso de la compañía con la innovación para mejorar aún más la experiencia del cliente. Gracias a la amplia experiencia digital adquirida durante años en empresas líderes del sector, está liderando la evolución de la **oferta digital** de REPA en todos los puntos de contacto entre los clientes y la compañía.

Con una sólida trayectoria en la **creación de relaciones duraderas con servicios técnicos** y el desarrollo de alianzas estratégicas con fabricantes (OEM), en su nuevo cargo Mike Barrett aprovechará el amplio inventario de REPA, su extensa red de distribución, su experiencia técnica y su excelente servicio al cliente para aportar aún más valor a clientes y fabricantes en Europa y otros mercados, sin dejar de atender las necesidades específicas de cada mercado local.



REPA nombra a **Simon Lopeman** Vice President QSR para reforzar su apoyo a las cadenas de restauración rápida Simon Lopeman se ha incorporado recientemente a REPA y aporta una amplia experiencia en los sectores QSR y foodservice para reforzar el servicio a empresas que operan en entornos donde la rapidez es esencial.

Supply Chain: una nueva función estratégica liderada por Wolfgang Bremer como Vice President Para reforzar aún más las sinergias entre la gestión del inventario y la logística, REPA ha creado recientemente una nueva función a nivel de grupo, Supply Chain, liderada por Wolfgang Bremer como Vice President.



Con soluciones adaptadas a las necesidades de las cadenas de **restauración rápida** y bajo el liderazgo de Simon Lopeman como Vice President QSR, REPA seguirá consolidándose como un socio de confianza, garantizando que los recambios y consumibles esenciales para mantener sus equipos en funcionamiento estén disponibles rápidamente a través de un único proveedor.

Alexander Wiegand, CEO de REPA, comenta:

«Me alegra enormemente que Mike Barrett asuma esta nueva responsabilidad a nivel europeo. Su sólida trayectoria en la creación de relaciones profesionales duraderas y en el impulso del crecimiento comercial será clave para reforzar la posición de REPA en el mercado de los recambios y aportar todavía más valor a nuestros clientes y socios».

Con una **amplia experiencia internacional** en cadena de suministro, compras y gestión de operaciones, Wolfgang Bremer desempeñará un papel clave en el fortalecimiento de la cadena de suministro de REPA en todas las regiones. Su labor contribuirá a garantizar una coordinación fluida entre la planificación del inventario, las compras y la distribución, facilitando la entrega ultrarrápida del amplio inventario de recambios de REPA.



Aneta Schulz lidera la experiencia digital del cliente como Vice President Digital Customer Experience.

A principios de este año, REPA dio un importante paso adelante en su **estrategia digital** con el nombramiento de Aneta Schulz como Vice President Digital Customer Experience.

Wiegand añade: «También quiero dar una cálida bienvenida a Wolfgang Bremer, Aneta Schulz y Simon Lopeman. Su amplia experiencia en el sector y su demostrada capacidad de liderazgo reforzarán las competencias de REPA en cadena de suministro y experiencia digital, además de mejorar nuestro apoyo al segmento QSR. Juntos seguiremos facilitando el día a día de todos los operadores, haciendo que encontrar y recibir los recambios adecuados sea más sencillo y ayudándoles a maximizar el tiempo de funcionamiento de sus equipos».

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
13-15 oct	EVEX Viena - Austria vending-europe.eu/evex/
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
NOVIEMBRE	ANEDA EXPOCONGRESS España



Últimos preparativos para EVEX 2026

La cita será en Viena del 13 al 15 de octubre

La cuenta atrás para EVEX 2026 ya está en marcha. Organizado por la **European Vending Association (EVA)** y la **Austrian Vending Association (OVV)**, el encuentro se celebrará del 13 al 15 de octubre en Viena y volverá a convertirse en uno de los principales puntos de encuentro para las empresas y profesionales del sector de la distribución automática y el coffee service a nivel europeo.

El programa combinará **conferencias, exposición comercial, actividades de networking** y espacios de intercambio de conocimiento, ofreciendo a los asistentes la oportunidad de conocer las últimas tendencias e innovaciones que están marcando la evolución del sector.

Entre los contenidos previstos destacan la presentación del **nuevo Informe de Mercado de la EVA**, sesiones dedicadas a la innovación tecnológica, la robótica aplicada a la fabricación y la logística, así como diferentes actividades orientadas a analizar los retos y oportunidades que afronta actualmente la distribución automática.

Asimismo, los operadores tendrán un protagonismo especial en las jornadas, con contenidos centrados en el **futuro de los medios de pago**, las tendencias del mercado del café y workshops diseñados para fomentar el intercambio de experiencias y buenas prácticas.

La exposición comercial, abierta durante los días centrales del evento, permitirá a los asistentes descubrir **nuevos productos, soluciones y tecnologías**, además de establecer contactos profesionales.

EVEX 2026 coincidirá además con la celebración del 30.º aniversario de la **Austrian Vending Association (OVV)**.

El presidente de ANEDA, **Juan Luís Hernández**, acudirá a este encuentro internacional en Viena, donde mantendrá reuniones y encuentros con el resto de las organizaciones europeas.

La inscripción permanecerá abierta hasta el 6 de octubre. Asimismo, la EVA ha puesto a disposición de los asistentes una nueva aplicación móvil que permitirá consultar el programa, interactuar con otros participantes y aprovechar al máximo todas las oportunidades de networking que ofrece el evento.

Nos vemos en Viena



VITRO



UNA GAMA COMPLETA, CON UNA GRAN COMBINACIÓN DE TECNOLOGÍAS

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

AZKOYEN

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

CAPRIMO
ORIGINALE



CAPRIMO RENUEVA SU IMAGEN

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

LOS NUEVOS ENVASES...

- ✓ **Celebran nuestro amor por Italia**
Cada envase es un guiño a las tradiciones clásicas del diseño italiano, lo que confiere a Caprimo un look icónico a la altura de nuestro excepcional sabor.
 - ✓ **Destacan nuestros esfuerzos de sostenibilidad en el ámbito del cacao**
Todas nuestras bebidas de cacao y capuchinos en polvo se elaboran ahora con cacao sostenible, apoyando a *Cocoa Horizons*. Nuestro firme compromiso con el abastecimiento ético contribuye a mejorar los medios de subsistencia de los cultivadores de cacao y sus comunidades.
 - ✓ **Son reciclables**
Hemos rediseñado nuestros envases para hacerlos más sostenibles. El nuevo material mixto PO-foil es nuestro siguiente paso en el camino hacia un material de envasado totalmente sostenible en el futuro.
 - ✓ **Aclaran nuestra oferta**
Cada una de nuestras categorías de productos tiene un código de colores propio que facilita la navegación. Nuestros envases de bebidas de cacao en polvo y cafés muestran ahora también perfiles sensoriales claros.
- Todos los productos que conoce y tanto le gustan siguen siendo exactamente los mismos: la misma receta y el mismo sabor.

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.

n-andgroup.com/productos

ENGINE CONNECT
Conectividad 4G

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



Apple Pay, Mastercard, Google Pay, Samsung Pay, VISA

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.



Descubre nuestras

**NOVEDADES
NOVEDADES
NOVEDADES**



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

www.qualery.com



Water Experts
Coffee lovers

BWT
water + more



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

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

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



ath aplicaciones técnicas hidráulicas, s.l. • 661 558 777 • david.gasull@water-and-more.es | bwt-warm.com/es

Vendo
SANDEN

Somos SandenVendo



Proyecto Carbono Neutral
DESCUBRE NUESTRAS INICIATIVAS ECOLÓGICAS

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



ANEDA da la bienvenida a DATISA y KORESTRADE

La asociación continúa creciendo con dos nuevas incorporaciones: DATISA, como Miembro Colaborador, y KORESTRADE, empresa operadora de vending de Sevilla.

Dos perfiles diferentes que suman experiencia y conocimiento y con los que ANEDA gana representatividad en el sector.

DATISA, nuevo Miembro Colaborador

DATISA se incorpora a ANEDA como Miembro Colaborador, aportando su experiencia y conocimiento especializado a las empresas asociadas.

Su llegada nos permite seguir sumando colaboradores que aportan nuevas perspectivas y conocimiento, favoreciendo el intercambio de experiencias y la colaboración entre empresas.

[Más información: Software ERP para empresas | Datisa](#)



KORESTRADE se suma a ANEDA

También damos la bienvenida a **KORESTRADE**, empresa operadora de vending de Sevilla que se incorpora como nuevo asociado.

Su llegada suma la experiencia y la visión de una empresa que desarrolla su actividad directamente en el sector y que, a partir de ahora, pasa a formar parte de ANEDA. [Más información aquí.](#)

Con DATISA y KORESTRADE, ANEDA gana representatividad y continúa sumando empresas con perfiles, experiencias y conocimientos diferentes. Cada nueva incorporación contribuye a fortalecer la asociación, compartir experiencias y avanzar juntos ante los retos de la distribución automática.

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



www.sistiagalasa.com



@sistiagalasavg



@SistiagaLasaVG



Sistiaga Lasa Vending Group SL



Aquí, Café se dice Baqué



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

Contacto Comercial
946 215 610 · www.baque.com

Normativa y representación institucional: ANEDA, defendiendo los intereses del sector.

La actividad institucional de ANEDA continúa siendo una de las principales herramientas para defender los intereses de la distribución automática, anticipar cambios regulatorios e informar puntualmente a las empresas asociadas.

Durante los últimos meses, la asociación ha intensificado su labor de seguimiento normativo y relaciones institucionales ante diferentes iniciativas legislativas con potencial impacto sobre la actividad del sector.

Entre los asuntos más relevantes destaca el **trabajo desarrollado en relación con el proyecto de real decreto** sobre la venta de alimentos y bebidas en centros sociosanitarios y otras dependencias públicas. Gracias a las gestiones realizadas y al diálogo mantenido con las distintas administraciones implicadas, se han producido avances en la revisión de algunas de las medidas inicialmente planteadas. No obstante, ANEDA continúa trabajando para que la futura regulación tenga en cuenta las particularidades operativas de la distribución automática y minimice su impacto sobre las empresas del sector.

Paralelamente, **la asociación mantiene una estrecha coordinación con otras organizaciones empresariales** afectadas por esta normativa, reforzando posiciones comunes y trasladando a la Administración propuestas que permitan alcanzar soluciones equilibradas y viables.

Asimismo, ANEDA ha actuado de forma inmediata ante la reciente entrada en vigor en **Baleares** de la prohibición de venta de bebidas energéticas a menores. Desde el primer momento, la asociación se coordinó con los agentes de la cadena de valor para analizar las implicaciones de la medida y trasladar a las autoridades competentes las necesidades del sector en materia de **seguridad jurídica, operativa** y adaptación a la nueva normativa.

Por otro lado, la entrada en vigor del nuevo **Reglamento Europeo de Envases y Residuos de Envases (PPWR)** marca el inicio de una nueva etapa regulatoria con importantes implicaciones para numerosas actividades económicas. Consciente de la relevancia de este cambio, ANEDA está realizando un seguimiento permanente de su desarrollo y pondrá a disposición de los asociados información y herramientas que faciliten la comprensión de las nuevas obligaciones y su posible impacto en la actividad.

La **defensa de los intereses del sector ante las administraciones**, la participación en procesos regulatorios y la información continua a las empresas asociadas constituyen pilares fundamentales de la actividad de ANEDA. A través de esta labor de representación institucional, la asociación continúa trabajando para que la voz del vending sea escuchada en los procesos de decisión y para que las empresas dispongan de información rigurosa y actualizada sobre los cambios normativos que afectan a su actividad.

ANEDA seguirá manteniendo una presencia activa ante las instituciones y organismos competentes, **reforzando su papel como interlocutor de referencia** y acompañando al sector ante los retos regulatorios presentes y futuros.





NOVIEMBRE 2027 ASTURIAS



FANTA es una marca registrada de The Coca-Cola Company.
Las recetas de FANTA pueden variar a lo largo de Europa. Descubre más en <https://www.cocacola.es/fanta>

Eboca y la italiana CDA sellan un hermanamiento empresarial para compartir conocimiento y afrontar juntos el futuro del vending

Ambas compañías, referentes en sus respectivos territorios, inician una relación de intercambio cultural y empresarial entre Aragón y Friuli-Venecia Julia que pone a las personas, la innovación, la responsabilidad y el territorio en el centro.

EBOCA

Dos empresas. Dos países. Dos historias. Una visión compartida de futuro. Con esta filosofía, Eboca y CDA (Cattelan Distributori Automatici) han formalizado un hermanamiento cultural y empresarial que nace con un propósito poco habitual en el ámbito empresarial: **no hacer negocio juntas, sino aprender mutuamente.**

El acuerdo supone un nuevo paso en la relación iniciada el pasado mes de julio, cuando una representación de CDA visitó las instalaciones de Eboca en Huesca para conocer de primera mano su **cultura empresarial**, sus equipos y su manera de entender la evolución del sector del vending. Los días 2 y 3 de septiembre, el encuentro ha tenido continuidad en Italia, con la visita de Eboca a CDA.

Más allá de una relación comercial convencional, ambas compañías han decidido **construir un espacio permanente** de intercambio de experiencias, conocimiento y cultura empresarial, manteniendo al mismo tiempo su plena autonomía e identidad. El hermanamiento conecta dos territorios con una fuerte tradición empresarial: Aragón, en España, y Friuli-Venecia Julia, en Italia, y parte de una convicción compartida: **las diferencias entre empresas, mercados y territorios no tienen por qué representar una distancia**, sino que pueden convertirse en una oportunidad para aprender.

Cinco pilares para construir una relación a largo plazo

El acuerdo se articula alrededor de cinco grandes pilares: **personas, innovación, responsabilidad, territorio y futuro.**

Las **personas** ocupan el primer lugar, entendiendo que detrás de cada máquina, cada tecnología y cada servicio existen equipos y profesionales. Por ello, uno de los objetivos del hermanamiento será generar nuevas oportunidades de encuentro y crecimiento entre las personas de ambas compañías.

La **innovación** constituye otro de los puntos de conexión. CDA y Eboca quieren compartir experiencias e ideas para anticipar la evolución del vending y reflexionar conjuntamente sobre los retos que afrontará el sector en los próximos años.

La **responsabilidad y la sostenibilidad** forman también parte de la visión común. Ambas empresas entienden que una compañía no puede permanecer al margen de la sociedad y del territorio en el que desarrolla su actividad, y que generar valor empresarial implica también generar valor para las personas y las comunidades.

Precisamente **el territorio constituye otro de los elementos centrales del acuerdo.** Aragón y Friuli-Venecia Julia son realidades diferentes, pero ambas comparten una importante capacidad para crear empresas, relaciones y comunidades alrededor de ellas.



Por último, el hermanamiento **mira hacia el futuro**, entendiendo la **experiencia acumulada** durante décadas por ambas organizaciones como una herramienta para afrontar los cambios que vivirá el sector del vending.

Compartir para crecer

El acuerdo contempla la **realización de visitas** recíprocas, encuentros entre las personas de ambas compañías, intercambio de experiencias y espacios de diálogo sobre el futuro de la empresa y del sector.

La **relación parte de una premisa especialmente significativa**: el valor del hermanamiento no estará en lo que una empresa pueda obtener de la otra, sino en todo aquello que ambas puedan aprender juntas.

*"Dos empresas. Dos países. Dos historias.
Una visión compartida del futuro."*

Esta filosofía **resume el espíritu** de una iniciativa que pretende convertir una primera visita empresarial en una relación estable de conocimiento, amistad e intercambio, demostrando que la colaboración entre empresas también puede construirse desde valores compartidos y no únicamente desde objetivos económicos.

Para Eboca, el encuentro con CDA supone además una **oportunidad para seguir abriendo su cultura empresarial** a otras realidades europeas y contrastar su forma de entender el vending con la experiencia de una compañía italiana vinculada, como ella, a las personas, el servicio y su territorio.

CDA y Eboca mantendrán su autonomía y su propia identidad, pero compartirán a partir de ahora experiencias, conocimiento e ideas con un objetivo común: aprender de sus respectivas historias para ayudar a construir el futuro.

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



REPA

**ENCUENTRA.
RECIBE.
REPARA.**

¡RÁPIDO!

Tienes todos los recambios de Vending en un solo lugar

KIT DIGITAL

¡¡GRATIS!!

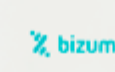
"TRAMITAMOS TU BONO, TU SÓLO COBRAS"

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

MUXUNAV

948-59.69.83

comercial@muxunav.com



¿Cómo aumentar las ventas un 30% y optimizar las rutas?

FAKO-M, uno de los principales mayoristas de bebidas de Alemania, logró mejorar su operativa y ventas gracias a la monitorización en tiempo real y creación de rutas con Televend.

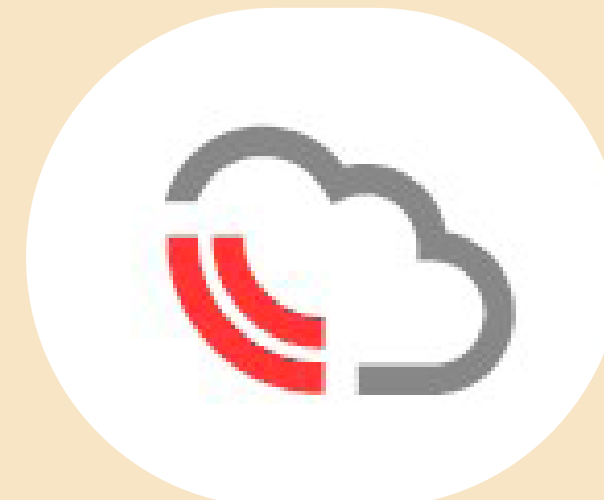
TELEVEND

NUESTRAS SOLUCIONES



TELEVEND BOX

Captura y gestiona las transacciones de las máquinas.



TELEVEND CLOUD

Monitorización en tiempo real la operativa diaria: ventas, stock, incidencias, rendimiento máquinas.

CASO DE ÉXITO: FAKO-M

Reto

FAKO-M necesitaba optimizar sus operaciones logísticas y mejorar la rentabilidad de su negocio mediante una mayor visibilidad en tiempo real de sus operaciones.

Solución

Con Televend Box y Televend Cloud, FAKO-M obtuvo monitorización en tiempo real de ventas, stock y actividad de toda la operativa diaria.

Hemos visto una mejora significativa en los tiempos de servicio, ahorros en nuestros costes de ruta y un aumento de las ventas del 30% durante el primer año". Michael Pauli, Gerente de Ventas_ FAKO-M Vending

Resultados y beneficios

-  **+30%** de ventas.
-  **Menor coste** logístico.
-  **Mayor eficiencia** operativa.
-  **Optimización** dinámica de Rutas
-  Mejora en la **fidelización** de los clientes.

televend
CONNECT TO EMPOWER

www.televend.com
sales@televend.com

Romana Rožić
romana.rozic@intis.hr | +385 91 2580 602
Mónica Martínez Villanueva
monica.martinez@intis.eu | +34 693245675

FAKO
VENDING

Ñaming invierte más de 150.000 euros anuales en control de laboratorio para reforzar su estrategia de seguridad alimentaria

ÑAMING

La compañía Ñaming, líder en la elaboración de sándwiches y soluciones listas para consumir ha reforzado su **compromiso con la transparencia** poniendo en valor el rigor científico que sustenta sus procesos de calidad.

La **empresa destina un presupuesto** anual de más de 150.000 euros a **analíticas de laboratorio** orientadas a asegurar la máxima robustez microbiológica en toda su gama de productos.

En una categoría como la del ready to eat, en la que los productos llegan al consumidor preparados para su consumo, el control microbiológico y el mantenimiento de la cadena de frío adquieren una especial relevancia. Por ello, Ñaming mantiene un **plan de vigilancia y prevención** que combina controles internos, analíticas externas y estudios específicos sobre el comportamiento microbiológico de sus productos.

Dentro de este plan de control técnico, destaca la **realización periódica de Challenge Tests** (ensayos de desafío). Estos complejos análisis permiten verificar con precisión matemática y experimental el comportamiento y la seguridad de los alimentos frente a patógenos como la *Listeria monocytogenes* a lo largo de toda su vida útil. Debido al rigor en el

diseño de estos ensayos para matrices complejas (productos multicomponente), **metodologías de este plan de control** desarrolladas junto al Centro Nacional de Tecnología y Seguridad Alimentaria (CNTA), que trabaja en colaboración con otros organismos nacionales y universidades de España, y han servido de ejemplo de referencia sectorial para este grupo experto de trabajo.

Esta sólida base científica, sumada a la **certificación internacional IFS Food** que avala sus instalaciones, permite a Ñaming asegurar el cumplimiento estricto de la legislación vigente y recrear con exactitud la cadena de frío comercial. Esta inversión continua se traduce directamente en un sistema de prevención dinámico y transparente, orientado a ofrecer la máxima confianza a sus clientes de la gran distribución y al consumidor final.

Una estrategia con la que Ñaming busca seguir creciendo en el mercado del casual food manteniendo una premisa fundamental: **ofrecer productos frescos, ricos y equilibrados**, respaldados por un sistema de calidad y seguridad alimentaria sólido y en constante evolución.

Visita su web



Susana García Román, finalista en los Premios ARAME 2026

La CEO de Automáticos Rogar opta al reconocimiento en **Creatividad e Innovación**.

AUTOMÁTICOS ROGAR

XXVII EDICIÓN
PREMIOS
arame • 2026

La CEO de Automáticos Rogar, **Susana García Román**, figura entre las finalistas de los **XXVII Premios ARAME 2026** en la categoría de Creatividad y/o Innovación, un reconocimiento que pone en valor la trayectoria y el trabajo desarrollado al frente de esta empresa familiar aragonesa con más de 40 años de experiencia en el sector.

Su apuesta por la **innovación, la calidad y la sostenibilidad** se ha materializado en iniciativas como la incorporación de cafés de alta gama, la creación de espacios diseñados para mejorar la experiencia de

pausa y el desarrollo de proyectos orientados a la reducción y reutilización de residuos.

La ganadora de esta categoría se dará a conocer el próximo **28 de septiembre**, durante la gala de entrega de los Premios ARAME 2026.

Las personas que deseen apoyar la candidatura de **Susana García Román** pueden participar en la votación a través de la publicación habilitada por la organización [AQUÍ](#)



Rheavendors Apliven refuerza su estrategia comercial con la incorporación de Francisco Villar

RHEAVENDORS APLIVEN

Rheavendors Apliven continúa reforzando su presencia en el mercado con el inicio de una nueva colaboración comercial con **Francisco Villar**, profesional con una dilatada trayectoria en desarrollo de negocio, gestión de clientes estratégicos y un profundo conocimiento de los mercados del café profesional, HORECA y foodservice.

A lo largo de su carrera, Francisco ha desarrollado una **amplia experiencia en el ámbito comercial**, la gestión de grandes cuentas y la generación de nuevas oportunidades de negocio, construyendo relaciones sólidas y duraderas con clientes y partners del sector.

A esta trayectoria se suma un conocimiento especializado del ecosistema del café, el agua y la calidad de bebida, que aporta una visión integral de los distintos factores que intervienen en la experiencia final de consumo y de la relación entre producto, equipamiento, servicio y necesidades del cliente.

En el marco de esta nueva colaboración, Francisco contribuirá al desarrollo de **nuevas oportunidades de negocio**, al fortalecimiento de la relación con clientes estratégicos y a la apertura de nuevos mercados y segmentos, trabajando conjuntamente con el equipo de Rheavendors Apliven.

Esta colaboración supone un nuevo paso en nuestra **estrategia de crecimiento** y en nuestra voluntad de seguir sumando experiencia, conocimiento y capacidad comercial, ampliando nuestra presencia en el mercado y generando nuevas oportunidades junto a nuestros clientes y partners.

Estamos convencidos de que esta nueva etapa contribuirá positivamente al **desarrollo de nuestros proyectos presentes y futuros**.





ElPozo unifica todo su compromiso deportivo bajo el universo 'ElPozo Sports Universe'

La compañía, que lleva más de 40 años impulsando los valores del deporte, crea un concepto que integra todas sus alianzas deportivas

ElPozo Alimentación consolida su apuesta por el deporte como uno de los pilares de su estrategia de marca. Tras más de 40 años alimentando el espíritu deportivo, la compañía ha creado **'ElPozo Sports Universe'**: Alimentamos lo que te mueve', un ecosistema que reúne bajo una misma identidad todas sus alianzas deportivas y refuerza los valores que comparte con ellas, tales como **el esfuerzo, la constancia y el espíritu de superación.**

Con este nuevo concepto, ElPozo Alimentación une **más de cuatro décadas apoyando el deporte.** 'ElPozo Sports Universe' integra a deportistas de élite, equipos, competiciones e iniciativas deportivas que pasan a formar parte de un universo que representa una misma forma de entender el compromiso y la búsqueda de la excelencia.

EL POZO

Con el lanzamiento de **'ElPozo Sports Universe'**, la compañía refuerza una estrategia que une deporte, salud y alimentación, y contribuye a la promoción de estilos de vida activos y equilibrados. Este espacio, que incorporará diferentes activaciones de manera gradual, se reforzará en esta primera fase con distintos contenidos en redes sociales, **trabajando de forma colaborativa con los deportistas y equipos.**

Una historia unida al deporte

La relación de ElPozo con el deporte **comenzó en 1989 con la creación de ElPozo Murcia Fútbol Sala**, uno de los proyectos más emblemáticos de la compañía. Desde entonces, ha construido una red de colaboraciones que hoy reúne a algunos de los grandes referentes del deporte.

Entre ellos destaca el tenista Carlos Alcaraz, embajador de la marca, junto a pilotos como Pedro Acosta, Fermín Aldegue, Álvaro Carpe, Máximo Quiles y Ana Carrasco. A estas alianzas se suma el reciente acuerdo con la Selección Española de Fútbol, tanto masculina como femenina, una colaboración que permanecerá hasta 2030 y que ha arrancado acompañando a La Roja en su camino como campeones del mundo.

ElPozo también mantiene su apoyo a clubes como **UCAM CB Murcia y Valencia Basket**, impulsa el deporte paralímpico a través del Plan ADOP, promueve iniciativas de deporte inclusivo y mantiene su compromiso con el deporte femenino mediante el patrocinio del FC Alhama ElPozo. Su apuesta por el talento emergente incluye el respaldo a jóvenes promesas del tenis como Leyre Romero y Aaron García. Además, la compañía colabora con disciplinas como el pádel, a través de la Liga Lapi y la Premiere Padel.

La estrategia deportiva de la compañía tiene además una proyección internacional, con patrocinios vinculados al **rugby, ciclismo, senderismo y hockey hielo** en países como Francia, Estonia y los países bálticos.

El compromiso con el deporte y la salud trasciende además el ámbito del patrocinio. ElPozo Alimentación **promueve la actividad física y los hábitos saludables** entre sus más de 5.000 empleados, una labor que le ha valido el reconocimiento como Empresa Europea del Deporte y la Salud, siendo la primera empresa alimentaria en obtener la distinción Oro.

[Visita su web](#)

Imagen de los distintos embajadores de ElPozo Alimentación, unidos bajo el proyecto ElPozo Sports Universe.



CAFFIER UN CAFÉ QUE COMBINA CONTIGO

¿Qué hace que un café sea bueno?
Para nosotros, la respuesta es sencilla:
un buen café es el que combina contigo.

vendinGO

De esa idea renace Caffier, con una oferta completa de blends Vending Edition para que elijas lo que tu cliente va a sentir en cada momento de consumo.

Un café que combina contigo

Creemos que cada café es una **forma de expresión**. Cada uno, con su esencia, nos transmite una sensación. Para nosotros no hay mejores ni peores, hay el que combina contigo.

En Caffier **eliges el sabor adecuado para cada estado de ánimo**. Porque hay un blend que transforma cada momento en algo inolvidable.

Un café pensado para el vending

Del lado de quien lo bebe hay un deseo de reencontrar cada día ese mismo **sabor familiar**, sin sorpresas ni variaciones. Pero no todos buscan el mismo sabor.

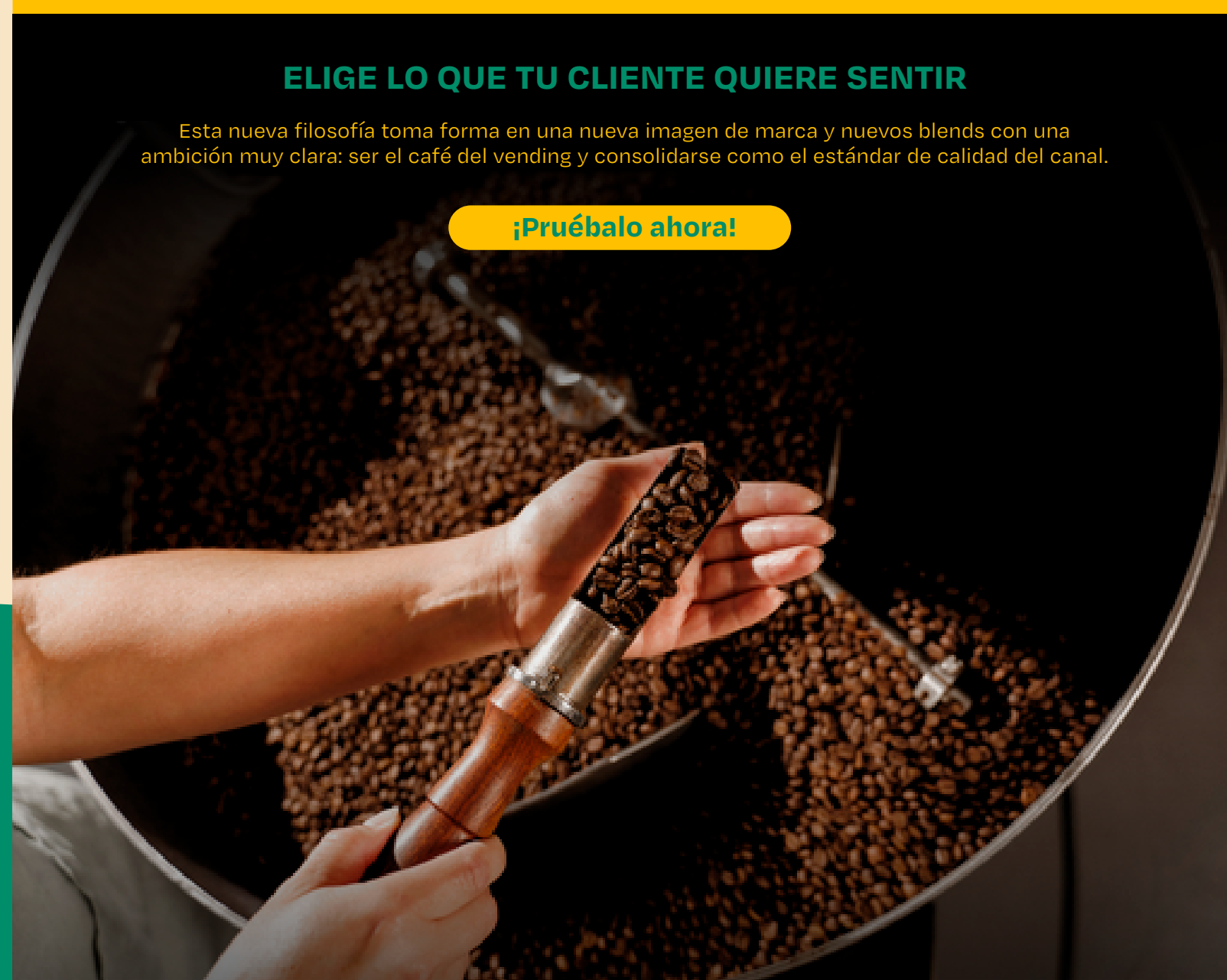
Del lado de quien lo sirve, los operadores necesitan **simplicidad** y una gama con perfiles reconocibles y estables.

Ahí es donde entra Caffier, con blends que aseguran **consistencia** y que, a la vez, permiten adaptar la oferta al perfil de cada público sin riesgo ni complejidad.

ELIGE LO QUE TU CLIENTE QUIERE SENTIR

Esta nueva filosofía toma forma en una nueva imagen de marca y nuevos blends con una ambición muy clara: ser el café del vending y consolidarse como el estándar de calidad del canal.

¡Pruébalo ahora!





ENERGÍA

magma

Poderoso e intenso como el magma que corre en las profundidades de la tierra

NOSTALGIA

ambar

Rico y elegante como el ámbar, que sorprende por su versatilidad



CONFORT

aura

Delicado y aromático, un café que da aura a cada momento

FELICIDAD

nirvana

Aromático y armonioso, eleva tu estado de ánimo



El sabor comienza con la calidad de cada ingrediente

TODOS NUESTROS PRODUCTOS ESTÁN ELABORADOS CON INGREDIENTES DE PRIMERAS MARCAS.

100% CALIDAD

sandwichlm.com

PROMOCIÓN DE PRIMAVERA

840€

1495€

1295€

1195€

NFD ECO

NFD PREMIUM

NFD STANDARD

Más información sobre los detalles: Felipe Vanegas, Director comercial, info@nfdberica.es, Móvil: (+34) 910 189 953, www.nfdberica.es

ENVÍO GRATIS

Envío gratuito para todos los pedidos de 10 unidades o más

ERA VENDING

Fabricación

NOVEDAD!

PREMIUM EDITION

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

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

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

Características Principales

- Exterior:** teclado selección de producto, entrada de monedas antilíquidos y tapa de recogida de producto, todo en acero inoxidable 304 a prueba de quemaduras de mecheros. Cúpula aluminómica de grandes dimensiones con fondo azul.
- Interiores:** paredes interiores de la máquina en hoja de acero inoxidable 304. Bandejas de productos espirales, separadores, guías de latas, todo en acero inoxidable 304. 7 cajones extraíbles para almacenar productos.
- Iluminación:** iluminación por 3 tiras de led con menos consumo y máxima duración, así como mayor respeto por el medio ambiente.
- Refrigeración:** hasta 3 °C con temperatura estratificada y seguridad de frío, que impide la venta de productos conestibles si superan dicha temperatura.
- Sensor:** sensor de caída de producto de última generación.
- Software:** nuevo software 2011 con múltiples opciones.
- Sistemas de pago y comunicación:** máquinas condisuanzas para conectar módulos de telemetría, balanzas y tarjetas de monederos.

PREMIUM MOXI	PREMIUM MEDIUM	PREMIUM MINI
Dimensiones (mm): 1.800 x 1.000 x 850	Dimensiones (mm): 1.800 x 800 x 850	Dimensiones (mm): 1.800 x 700 x 850
PESO: 380 Kg.	PESO: 300 Kg.	PESO: 250 Kg.
CAPACIDAD MÁXIMA: 900 productos	CAPACIDAD MÁXIMA: 750 productos	CAPACIDAD MÁXIMA: 400 productos

¡Pidanos presupuesto, se sorprenderá!

Grupo de empresas La Era de la Venta Automática
Polígono de Aslpo C/B parcela 33, Naves 1 y 8
33428 Llanera - Principado de Asturias - España
info@eraventa.com
www.eraventa.com

Teléfono Ventas
902 431 668

Teléfono Servicio Técnico
902 830 082

el SNACK IDEAL para cualquier MOMENTO

NUEVO NOVO

Qé

Palmera Choco 80 gr

Caña Choco 75 gr

Aneda

NOTICIAS

"La revista de tu asociación"



25 septiembre Lugo
Encuentro de Cercanía en Cafés Candelas.

SUSCRÍBETE
y recibe la revista cada mes:

✉ comercial@aneda.org

in   
@Anedavending

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