ISSN 2444-2534

# Aneda NOTICIAS

Suscríbete aquí:
comercial@aneda.org

"La revista de tu asociación"

@Anedavending

## Innovación, tendencias y oportunidades en el sector

Descubre todo en el interior

Octubre ▪ Nº 167



## La voz del experto

**Jesús Fernández**
MACROSISTEMAS
*Pag 4*

## Aneda impulsa el diálogo con el vending gallego en Cafés Candelas

*Pag 10*




## La voz del vending español llega al Vending Day de Coimbra

*Pag 16*



# Índice



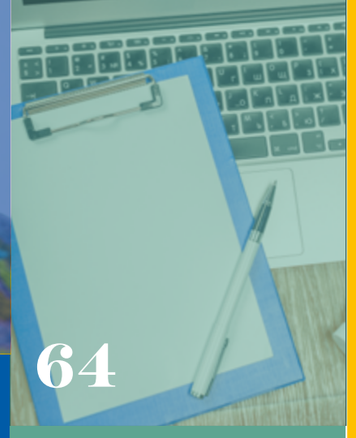
4
La voz del experto


10
Asociación


28
Análisis experto


52
Notas de prensa


58
Internacional


64
Normativas, relaciones laborales y economía


# Índice



32
Estudios, tendencias y mercados


46
Curiosidades y reflexiones


70
Hazte socio - Nuevos socios


72
Formación


74
Redes sociales

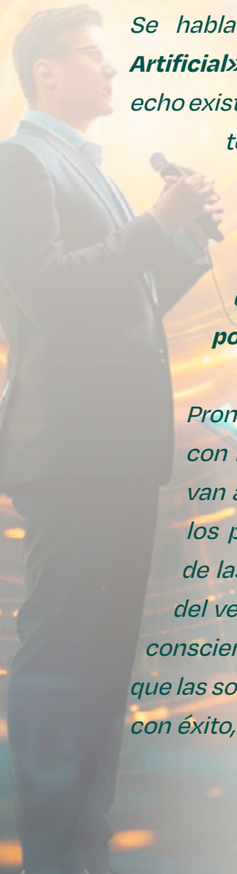

78
Noticias de empresa

La voz del experto



**Jesús Fernández**
MACROSISTEMAS

# ¿Cómo la inteligencia artificial puede mejorar sustancialmente tu negocio?



*Se habla tanto de la I.A. **«Inteligencia Artificial»** como una solución mágica, de echo existe la creencia popular que lo arregla todo simplemente "apretando un botón", pero no es tan sencillo como esto, sin embargo, **la IA es un motor de procesamiento de información increíblemente potente y rápido.***

*Pronto veremos que las soluciones con implementación de algoritmos I.A van a revolucionar la forma de realizar los procesos y la gestión del negocio de las empresas operadoras del sector del vending. Pero también debemos ser conscientes de lo que es necesario para que las soluciones basadas en I.A. funcionen con éxito, veamos.*

*Las soluciones I.A. necesitan alimentarse de forma automática de gran cantidad de datos, que sean fiables y que estén bien estructurados, y también que los resultados de los procesos I.A. se vuelquen automáticamente a los procesos de gestión. Tampoco es posible obtener el nivel de resultados adecuado que debería ser capaz de proporcionar la solución I.A., si tales datos se alimentan de varias fuentes de información (varios programas) que tengan estructuras de datos propias y diferentes, ello impedirá la coherencia y/o la sincronización de los datos de forma segura, también puede suceder que tales bases de datos no tengan la estructura adecuada para que los algoritmos I.A. puedan analizar y realizar la interpretación automática de los datos.*

*En resumen, debe tenerse en cuenta todos estos factores y sobre todo que la **sincronización de los resultados de la I.A.** con los procesos de gestión debe ser bidireccional, conseguirlo solo es posible si la solución I.A. está integrada o totalmente sincronizada con la base de datos del programa de gestión ERP.*

*Caso de no hacerlo de ese modo puede que realice un gran esfuerzo, gaste un buen dinero, pero no logrará aprovechar esta revolucionaria tecnología en aquello que puede cambiar sustancialmente su negocio.*

*Las **soluciones con implementación de algoritmos I.A** que cumplan los requisitos base antes citados, pueden aportar revolucionarias soluciones que permitirán automatizar, realizarse de forma más ágil y de forma mucho más eficiente los procesos operativos, que comentamos más adelante.*

*La IA, además puede cambiar de forma impresionante la **gestión y gobernanza del negocio,** ya que permite implementar avanzados Cuadros de mando, dotados de análisis automáticos de datos, de análisis automáticos de resultados, proponer recomendaciones que permiten controlar y gestionar el negocio de forma mucho más ágil, sencilla y eficiente, pero no se quede solo en tales cuadros de mando, aproveche la I.A. para mejorar sustancialmente los procesos operativos del negocio.*
*Cuando se enfoca de la forma antes citada, las aplicaciones prácticas en una empresa de vending se traducen en un **impacto positivo** directo en la cuenta de resultados.*



*Algunos de los procesos sobre los que puede impactar la implementación de algoritmos I.A:*

## *Optimización de los procesos operativos*

- ***Planificación automática de visitas:*** *En lugar de una planificación basada en la frecuencia fija de la visita a los Puntos de Venta, un sistema avanzado de Planificación automática con algoritmos I.A, no solo analiza las ventas, realiza la el cálculo proposición de las visitas a realizar en cada ruta siguiendo un proceso de análisis y propuesta en 3 pasos internos.*

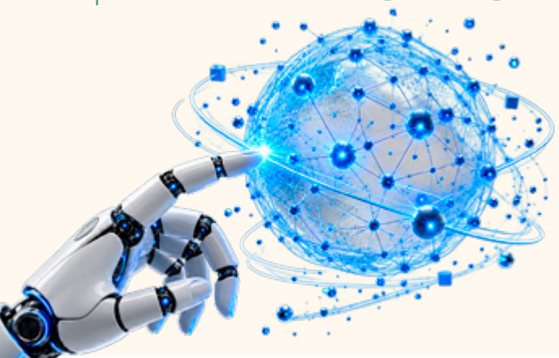
  ***1.- Crea una lista de Puntos de Venta*** *candidatos a ser visitados por orden de importancia, tendiendo en cuenta los siguientes factores, las ventas de cada productos desde la última visita, las medias de venta y la tendencias, la importancia del Punto de Venta, el stock de los productos en la máquina, el tiempo que lleva la maquina sin visitarse, la distancia y el hecho de que haya varios puntos de venta en el mismo centro del cliente.*

  ***2.- Teniendo en cuenta la capacidad horaria del reponedor,*** *reduce la lista a aquellas visitas que son posibles realizar con un margen de seguridad.*

  ***3.- Teniendo en cuenta la posición geográfica de cada punto de venta,*** *el tipo de maquina que tiene que reponer, y el horario en el que el cliente permite realizar la visita, el sistema propone la ruta física en el mapa en el orden que deben realizarse las visitas de cada ruta.*

*Si el sistema solo realiza parte de estos pasos y no tiene en cuenta todos estos factores, lógicamente no se lograrán todos los beneficios que puede aportar la I.A. en este proceso trascendente en un operador de vending, ya que su optimización permite incrementar la eficiencia y capacidad del reponedor, y además optimizar los procesos de preparación de los productos a cargar en los vehículos y reponer en las máquinas. VenCloud© realiza este proceso de esta forma, exíjaselo también a su proveedor tecnológico.*

- ***Optimización de los productos en cada punto de venta:*** *Conseguir maximizar las ventas en cada punto de venta, es el objetivo a conseguir. Los programas como* ***VenCloud©*** *que tienen implementados algoritmos de análisis basados en IA, analiza las ventas de cada punto de venta, tiene en cuenta las tendencias del mercado, y no solo clasifica cada producto en función de su importancia situado en cada punto de venta, sino que además recomienda cambios a realizar para alcanzar dicho objetivo.*



- ***Análisis automático de rentabilidad:*** *Es trascendente para la gestión apropiada del negocio, disponer de forma automática de una cuenta de explotación de cada punto de venta, de cada cliente, en la que se tenga en cuenta no solo los ingresos por las ventas u otro tipo de ingresos, sino el coste de las ventas, el pago de comisiones, el coste de las visitas realizadas y otros costes para conocer de forma mas exacta el nivel de rentabilidad.* ***VenCloud©*** *proporciona de forma automática dichas cuentas de explotación y avisa sobre aquellos puntos de venta que no han alcanzado el nivel de rentabilidad deseado.*

- ***Predicción de necesidades de compra:*** *Aplicar algoritmos I.A. a este proceso puede ayudar significativamente a optimizar la gestión de compras y stocks en el almacén. Para ello los algoritmos I.A. debe tenerse en cuenta el stock en el almacén/es, las predicciones de consumo (ventas previstas a realizar a través de las máquinas de vending), y los factores estacionales.*

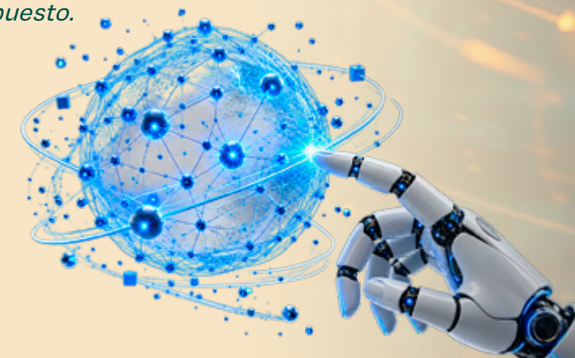
***VenCloud©*** *es la mejor base para implementar las soluciones de Inteligencia Artificial que necesita el negocio del Vending, ya que incorpora procesos de inteligencia artificial nativos, capaz de gestionar la complejidad de los procesos del Vending, y lo más importante, sin necesidad de realizar inversiones, simplemente pago por uso.*

*Existe la creencia errónea de que para beneficiarse de la IA es imprescindible tener telemetría instalada en todo el parque de máquinas.* ***Disponer de soluciones de Telemetría es recomendable pero no imprescindible.***

*Lo más importante es disponer del Audit electrónico de cada máquina, pero si no se dispone de Telemetría, puede obtenerse al Audit electrónico y* ***transmitirse mediante el dispositivo VenCloud© BT-PRO,*** *en la visita a la máquina por parte del reponedor, actuando en este sentido como una Telemetría portátil, pero con la ventaja de sin su coste mensual.*

*En los casos en los que no se disponga de un dispositivo de Telemetría la IA realiza los* ***cálculos en base a modelos de tendencia y predictivos,*** *basados en el historial de cada máquina, de este modo se puede aplicar la solución I.A. para todo el parque sin que se tenga que instalar telémetros en cada una de las máquinas, es una forma de empezar a sacarle partido cuanto antes e ir mejorando la alimentación de datos.*

*La* ***Inteligencia Artificial*** *ha venido a revolucionar la forma en la que se gestiona el negocio del Vending, para tener éxito en la implementación de esta nueva tecnología, es importante que se tenga en cuenta las recomendaciones que hemos expuesto.*



ELYTE VENDING Family

computer DESARROLLOS INFORMÁTICOS S.L.

Vending Solutions

Actualice su gestión de Vending, cambie a...

ELYTE



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

SOLICITE INFORMACIÓN

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

gullón

Celebra con nosotros
El Mayor Surtido
del Canal Vending







Kaiku ÑAM

UN DESAYUNO COMPLETO
PARA DÍAS COMPLETOS







Kaiku MATCHA LATTE

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

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.**




nocilla ColaCao

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




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

EUROCONSULTORES
ASESORÍA JURÍDICA EMPRESARIAL

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

FONT VELLA DA NUEVA VIDA A LAS BOTELLAS

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




RECICLAR
RECOGER
JUNTAR
CONVERTIR

JUNTOS CERRAMOS EL CÍRCULO

Font Vella

100% HECHA DE OTRAS BOTELLAS

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

Somos especialistas en la fabricación de vasos vending para dispensado automático




| HORECA | | VENDING | |
|---|---|---|---|
| 4 oz | (120 ml) | 5 oz | (150 ml) |
| 6,5 oz | (190 ml) | 6,5 oz | (190 ml) |
| 7,5 oz | (220 ml) | 8 oz | (240 ml) |
| 8/9 oz | (240 ml) | | |
| 12 oz | (350 ml) | | |
| 14 oz | (415 ml) | | |

# Aneda impulsa el diálogo con el vending gallego en Cafés Candelas




El encuentro, celebrado en Lugo e impulsado por el delegado regional **Antonio Correa,** combinó formación, visita a la fábrica, actualización normativa y un llamamiento a la unidad del sector

**ANEDA** reunió en las instalaciones de Cafés Candelas, en Lugo, a unos 40 profesionales y empresas del vending gallego.

Fue una **jornada de cercanía** pensada para escuchar a los asociados, compartir información de primera mano y reforzar los lazos entre las empresas de la región. La iniciativa, impulsada por el delegado regional de ANEDA, **Antonio Correa,** refleja la apuesta de la asociación por estar presente en todo el territorio y mantener el contacto directo con quienes forman el sector.

## Formación y visita a la fábrica

La jornada arrancó con la bienvenida a los asistentes y una **formación especializada sobre café,** el producto con mayor relevancia en el consumo fuera del hogar. Paralelamente, los participantes pudieron realizar visitas guiadas a las instalaciones de **Cafés Candelas,** organizadas en grupos, donde conocieron de primera mano las distintas fases del proceso productivo, desde la selección y el tostado del café hasta su envasado y distribución. Esta experiencia **permitió acercarse a la realidad industrial** de una de las compañías de referencia en Galicia y comprender el compromiso de la empresa con la **calidad, la innovación y la mejora continua**











## Nuevos asociados y la fuerza de la asociación

La parte institucional de la jornada comenzó con la intervención de **Antonio Correa**, delegado regional de ANEDA, quien dio la bienvenida a los asistentes y destacó la importancia de mantener una asociación cercana, activa y comprometida con las necesidades de las empresas del sector. Durante su intervención, recordó **el valor de formar parte de ANEDA** para estar informados, representados y acompañados ante los retos regulatorios y de mercado.

Posteriormente, **Datisa**, nueva empresa asociada a ANEDA, se presentó ante los asistentes y compartió unas palabras sobre su actividad y su incorporación a la asociación, mostrando su interés por contribuir al fortalecimiento y desarrollo del sector.



## Actualización normativa y unidad del sector

**Yolanda Carabante,** directora general de ANEDA, detalló las normativas en las que la asociación participa actualmente en representación del sector. Explicó el trabajo que se está realizando para que la voz del vending se tenga en cuenta en su desarrollo. Carabante insistió en la **importancia de estar unidos como sector:** cuanto mayor es la representación, mayor es la capacidad de influir y de defender los intereses de las empresas ante las administraciones.





**Ramón Alonso** en representación de Cafés Candelas, dirigió también unas palabras a los asistentes. **ANEDA entregó a la empresa una placa en agradecimiento** por su acogida y su implicación en la jornada.

## Un llamamiento a luchar juntos

La clausura corrió a cargo de **Juan Luis Hernández,** presidente de ANEDA. Hernández cerró el acto con un mensaje claro: el sector debe permanecer unido para luchar por los intereses de sus negocios, porque solo desde la unión es posible afrontar con garantías los retos del mercado.



## Networking y diálogo abierto

Tras la parte institucional, los asistentes compartieron un **cóctel-networking** que favoreció el contacto entre profesionales. Después hubo un espacio de diálogo abierto en el que plantearon sus inquietudes, analizaron retos comunes y pusieron sobre la mesa oportunidades de colaboración.

Con encuentros como el de Lugo, **ANEDA** reafirma su **compromiso con la cercanía, la información y la representación de sus asociados**. Su objetivo es un vending unido, bien informado y con una voz común ante los desafíos presentes y futuros.

Desde ANEDA queremos agradecer a Cafés Candelas su excelente acogida y colaboración en esta jornada, así como trasladar nuestra enhorabuena por el desarrollo de unas instalaciones que reflejan **la apuesta de la compañía por la calidad, la innovación y el crecimiento.** Estaremos encantados de volver para descubrir las nuevas instalaciones una vez finalizadas, un proyecto llamado a reforzar aún más la posición de la empresa como referente del sector.



# El Consejo de Dirección de Aneda define prioridades y coordina las próximas líneas de actuación

**Estrategia,y nuevos pasos para seguir avanzando**

El **Consejo de Dirección de ANEDA** ha celebrado una nueva reunión de trabajo para avanzar en la organización interna de la asociación y **definir las principales líneas de actuación** para los próximos meses.

Este encuentro forma parte de un proceso iniciado recientemente para integrar a los nuevos miembros de la **Junta Directiva** en el funcionamiento de la organización. De hecho, ya se han celebrado dos reuniones de trabajo con los nuevos integrantes, orientadas a facilitar el conocimiento de la **estructura interna de ANEDA, coordinar responsabilidades** y establecer una metodología de trabajo eficaz y participativa.

En la reunión, en la que participaron **Juan Luis Hernández,** presidente de ANEDA, y **Yolanda Carabante,** directora general, se revisaron los asuntos de mayor relevancia para el sector de la distribución automática, priorizando aquellos temas que requieren un seguimiento más inmediato por parte de la asociación. Las propuestas y conclusiones derivadas de estos trabajos serán trasladadas a la Junta Directiva para su **análisis e impulso,** reforzando así la participación activa de sus miembros.

Asimismo, se destacó el trabajo continuo que la directora general viene desarrollando junto a los **delegados regionales** para coordinar las actividades territoriales de ANEDA, definir agendas de trabajo y dar respuesta a las necesidades planteadas por las empresas asociadas en las diferentes comunidades autónomas.

Por otro lado, **Saúl González,** vicepresidente de Proveedores, informó sobre las primeras reuniones preparatorias de **Expocongress 2027,** cuya celebración está prevista en Oviedo en noviembre de 2027, conforme al acuerdo adoptado por los órganos de gobierno de la asociación. Los trabajos avanzan con el objetivo de presentar próximamente las primeras novedades y líneas estratégicas del evento, considerado una de las principales citas del sector.

Asimismo, los restantes miembros aportaron sus ideas y puntos de vista sobre los **principales retos y proyectos de la asociación,** favoreciendo una puesta en común de prioridades y objetivos.

ANEDA VENDING

**Con estas iniciativas, ANEDA continúa reforzando la coordinación interna, la participación de sus órganos de gobierno y la cercanía con los asociados, manteniendo el foco en los asuntos que más preocupan y ocupan a las empresas de la distribución automática.**



# La voz del vending español llega al Vending Day de Coimbra.

**El asociacionismo y la innovación centraron una jornada de referencia para el vending ibérico.**

ANEDA tuvo una destacada participación en el **Vending Day celebrado en Coimbra,** un encuentro que reunió a **profesionales, fabricantes, operadores, proveedores y representantes sectoriales de Portugal, España y Europa** para analizar los retos y oportunidades que marcarán el futuro de la distribución automática.

La presencia de la asociación española en esta cita puso de manifiesto el **creciente peso de ANEDA en el ámbito europeo** y su compromiso con la defensa de los intereses del sector más allá de las fronteras nacionales.

La directora general de ANEDA, **Yolanda Carabante,** fue una de las protagonistas del programa, compartiendo la experiencia de la asociación en representación empresarial, interlocución institucional y desarrollo sectorial.






## El asociacionismo, una herramienta estratégica para el sector

Uno de los momentos centrales de la jornada fue el panel **"Una sola voz",** centrado en la importancia del asociacionismo para fortalecer la industria del vending y mejorar su capacidad de representación ante los desafíos actuales.

La mesa reunió a tres de los principales referentes del sector europeo: **Erwin Wetzel,** director general de EVA; **Massimo Trapletti**, presidente de CONFIDA y de Bianchi Industry; y **Yolanda Carabante,** directora general de ANEDA.

Durante el debate, los tres ponentes coincidieron en que el sector necesita organizaciones fuertes, activas y representativas para afrontar con éxito cuestiones cada vez más complejas relacionadas con la **regulación, la sostenibilidad, la alimentación, la digitalización** o los cambios en los hábitos de consumo.

**Yolanda Carabante** explicó el trabajo que desarrolla ANEDA para acompañar a las empresas españolas, defender sus intereses y anticiparse a los cambios normativos que afectan a la actividad.

***"Las asociaciones son hoy más necesarias que nunca. Permiten transformar las inquietudes individuales en respuestas colectivas, generar conocimiento, representar a las empresas y ofrecer herramientas para afrontar los desafíos que surgen en el mercado."***





La **directora general** destacó además que compartir experiencias con otras organizaciones europeas permite identificar soluciones y buenas prácticas aplicables a diferentes mercados.

***"Los retos que afrontamos son cada vez más globales. Por eso es fundamental mantener una colaboración constante entre asociaciones y aprender de las experiencias que se están desarrollando en otros países."***

Por su parte, **Massimo Trapletti** compartió la experiencia italiana a través de **CONFIDA**, poniendo en valor el trabajo realizado para dar mayor visibilidad al vending y consolidar su papel dentro de la economía y la sociedad italiana. Asimismo, defendió la importancia de construir una imagen moderna e innovadora del sector y de mantener una interlocución continua con las administraciones.

La coincidencia entre los tres representantes fue clara: **la colaboración y el asociacionismo** constituyen elementos esenciales para afrontar el futuro de una industria cada vez más profesionalizada y exigente.

## Empresas asociadas a ANEDA, protagonistas del segundo panel

La jornada continuó con un segundo bloque dedicado a **experiencias empresariales, innovación y perspectivas de futuro,** donde varias empresas vinculadas a ANEDA tuvieron una destacada participación.

Entre los participantes se encontraba **Manuel Quelle, CEO de Delikia,** quien aportó la visión del operador y compartió la evolución de una de las compañías referentes del sector en la Península Ibérica. Su intervención puso el foco en la adaptación constante a las necesidades de los consumidores, la innovación en el servicio y la búsqueda de nuevos modelos de crecimiento.





En la misma línea, **Erwin Wetzel** aportó una visión europea de los desafíos que comparten las empresas de la distribución automática, destacando la necesidad de reforzar la cooperación entre asociaciones nacionales para que la voz del sector tenga una mayor capacidad de influencia ante las instituciones comunitarias.

También participó **Alexandre Peres, director general de Bianchi Vending Portugal,** quien analizó la evolución tecnológica de los equipos y la importancia de seguir desarrollando soluciones cada vez más eficientes, conectadas y adaptadas a las demandas del mercado.





Junto a ellos intervinieron **Airton Pedro, CEO y cofundador de vendinGO, y Diogo Simões, CEO y fundador de Elecctro,** que compartieron experiencias relacionadas con la transformación digital, la conectividad, los hábitos de consumo, las soluciones IoT y las nuevas oportunidades que la tecnología está generando en el ámbito de los servicios desatendidos.

Las diferentes intervenciones permitieron ofrecer una visión amplia de la realidad del sector, desde la **representación institucional** hasta la innovación empresarial, mostrando cómo fabricantes, operadores y proveedores trabajan conjuntamente para seguir impulsando el crecimiento de la distribución automática.








## Un encuentro para construir el futuro del vending

Además del programa de ponencias, la jornada contó con un **espacio de networking** que facilitaron el intercambio de experiencias entre profesionales de distintos mercados y favorecieron la creación de nuevas oportunidades de colaboración.

Para ANEDA, la participación en este encuentro supone un paso más en su estrategia de presencia internacional y de colaboración con las principales organizaciones europeas del sector. La experiencia compartida en Coimbra reafirma el valor del trabajo conjunto entre asociaciones, empresas y profesionales para afrontar los desafíos del presente y **aprovechar las oportunidades que ofrece el futuro.**




El éxito de convocatoria y la calidad de los debates celebrados durante el Vending Day refuerzan la necesidad de seguir **impulsando espacios de encuentro** que contribuyan a construir una industria más unida, innovadora, visible y preparada para responder a las nuevas demandas del mercado.

***Gracias a la organización por impulsar este encuentro y enhorabuena por el éxito***

La participación de ANEDA en el Vending Day refuerza la vocación internacional de la asociación y su compromiso con la cooperación entre los mercados europeos del vending. La asociación quiere compartir conocimiento y buenas prácticas con los países vecinos, en especial con Portugal, con el que el sector español mantiene una estrecha relación.

**Carabante** agradeció a la organización su confianza y su acogida, y felicitó a los promotores por impulsar un encuentro “con propósito” para el vending portugués.









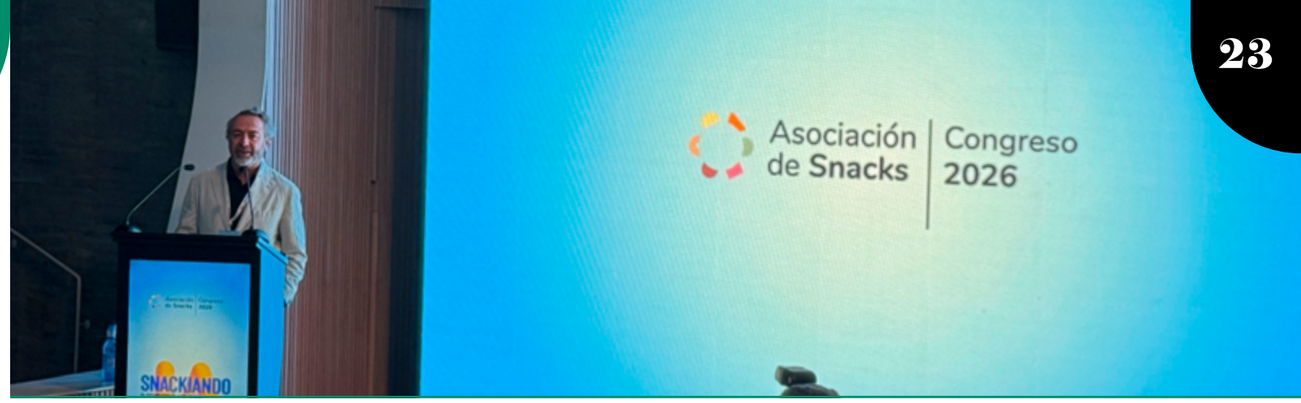





# Participación en el Congreso de Snacks 2026.

## Un encuentro centrado en el análisis del impacto de la inteligencia artificial en el sector

**La inteligencia artificial, la innovación y la evolución del consumidor protagonizan una edición marcada por el optimismo y la capacidad de adaptación de la industria.**




ANEDA asistió al **Congreso de Snacks 2026,** celebrado en Madrid bajo el lema **“SnackIAndo: el futuro empezó ayer”**, un encuentro que reunió a los principales actores de la industria para debatir sobre innovación, digitalización, sostenibilidad e inteligencia artificial aplicadas al negocio alimentario.

Durante la apertura, **Agustín Gregori, presidente de la asociación de snacks y presidente ejecutivo de Grefusa,** destacó la capacidad de adaptación y resiliencia de una industria que supera los 3.250 millones de euros de facturación y alcanza las 392.000 toneladas de producción, con un crecimiento superior al 1,5% en volumen, consolidándose como uno de los segmentos más dinámicos de la alimentación.

La jornada puso el foco en cómo l**a inteligencia artificial está transformando ámbitos** tan diversos como la previsión de la demanda, la logística, el conocimiento del consumidor, el desarrollo de producto o la eficiencia operativa. Los distintos ponentes coincidieron en que el verdadero desafío ya no es incorporar estas tecnologías, sino identificar dónde generan valor real y cómo integrarlas de forma práctica en las organizaciones.

Para ANEDA, la cita tuvo además un especial interés por la participación de compañías estrechamente vinculadas a la distribución automática y asociadas de nuestra organización. Empresas como **Frit Ravich, Grefusa y Risi,** entre otras, compartieron experiencias y reflexiones sobre los retos que afronta la industria alimentaria, permitiendo conocer de primera mano las tendencias que marcarán la evolución de la oferta de productos y los hábitos de consumo en los próximos años.

El congreso concluyó con una mirada al futuro de la organización. **Carmen Rico,** secretaria general de la asociación, anunció que la próxima edición del Congreso de Snacks se celebrará en 2028, coincidiendo con el **50 aniversario de la asociación**, una efeméride que servirá para poner en valor la evolución experimentada por el sector durante las últimas cinco décadas.

La presencia de ANEDA en este encuentro **refuerza el compromiso** de la asociación por seguir de cerca las tendencias que impactan en la alimentación fuera del hogar y en los canales unattended, fomentando el i**ntercambio de conocimiento entre fabricantes, operadores y resto de agentes de la cadena de valor.**



# Webinar específico de vending sobre las claves del nuevo Reglamento Europeo de Envases

**Aneda acerca a sus asociados información útil, práctica y a tiempo para afrontar los cambios normativos**

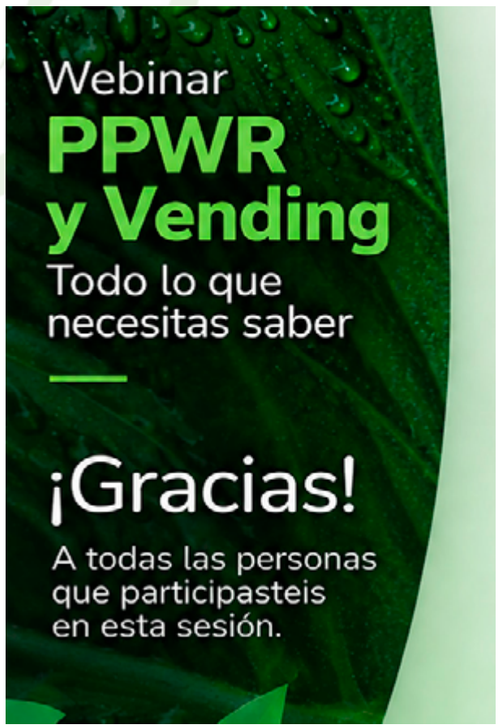
El pasado 23 de septiembre, **ANEDA** organizó junto a **Ecoembes** un webinar informativo sobre el Reglamento Europeo de Envases y Residuos de Envases (PPWR), una normativa ya aplicable desde el 12 de agosto y que marcará la gestión de los envases en toda la cadena de valor durante los próximos años.

La sesión reunió a más de una treintena de empresas del sector de la distribución automática interesadas en **conocer de primera mano las implicaciones de este nuevo marco regulatorio** y resolver dudas sobre su impacto en la actividad empresarial.

Durante el encuentro, los expertos de Ecoembes ofrecieron una **visión clara y práctica** de las principales novedades del reglamento, ayudando a las empresas a comprender las obligaciones que deberán afrontar en materia de sostenibilidad, reutilización, reciclabilidad y gestión de envases.

Más allá del contenido técnico, esta iniciativa refleja una de las **funciones fundamentales de ANEDA:** anticipar información de valor y proporcionar herramientas útiles a las empresas asociadas para facilitar su adaptación a un entorno normativo cada vez más complejo y exigente.

En un momento en el que la regulación evoluciona a gran velocidad, **disponer de información rigurosa, contrastada y accesible resulta clave para tomar decisiones con seguridad.** Por ello, ANEDA mantiene un compromiso permanente con el seguimiento legislativo y la transferencia de conocimiento, acercando a sus asociados expertos, recursos y espacios de análisis que les permitan prepararse con antelación ante los cambios que afectan a su actividad.
La elevada participación registrada en este webinar demuestra el **interés del sector por mantenerse actualizado** y pone de manifiesto la importancia de contar con una asociación que no solo represente sus intereses, sino que también acompañe a las empresas en su adaptación a los nuevos retos regulatorios.




Porque hoy, más que nunca, la **competitividad de las empresas** depende también de su capacidad para anticiparse. Y en ese camino, ANEDA continúa trabajando para que sus asociados dispongan de la información adecuada, en el momento preciso y con las máximas garantías.

Como complemento al webinar, ANEDA ha puesto a disposición de sus asociados un **documento práctico elaborada junto a Ecoembes,** diseñado para ayudar a las empresas a comprender el alcance de la nueva normativa, identificar sus obligaciones y adoptar las medidas necesarias para garantizar su cumplimiento.



MICROMIC®

Spare parts
for the
future...



Repuestos para
Vending de CALIDAD

TÜV SÜD

Empresa certificada
ISO 9001:2015
Nº 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

---

cpi

# 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

DESIGN YOUR BREW



¡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.




---







**Nuevo Ñaming PRO**
**Jamón cocido y Huevo**

- **Primera gama de sándwiches altos en proteína del mercado.**
- **Una gama consolidada, con una excelente acogida desde su lanzamiento.**

**Receta sencilla y en tendencia.**

PROTEIN

**Ñaming S.L.U**
**www.n-aming.es · clientes@n-aming.es · Tel. 976 866 380**
**Calle País Vasco nº5, Pol. Ind. El Zafranar 50550 Mallén (Zaragoza)**

---

# PICAR SIN PECAR
## PARA DEVORAR ESTA REVISTA

- Ingredientes naturales
- Horneados




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

---

## La combinación que mejora la sostenibilidad

rhea E S G

- Ahorro energético
- Diseño modular y flexible
- Materiales reciclables
- BioCote



rhFS1.touch21,5
saphirh T10

rhea apliven

BARCELONA
C/ de la Màquina, 10A
08850 Gavá
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

---

bitee

# NOVEDAD

## INNOVACIÓN EN CADA BOCADO, CAMBIA EL *CHIP*.




www.rocket.vendin-go.com

---

Desde 1981
Antonio Font

# ilstant

preparados solubles para el vending




**CERO COMBUSTIBLES FÓSILES**

**FÁBRICA LIBRE DE EMISIONES $CO_2$**

*No utilizamos combustibles fósiles*

**www.ilstant.com**

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

*Sergio Diaz, responsable Sector Non-Food en Ecoembes*

# El vaso de café ante la nueva normativa europea de envases: qué cambia para el vending

En vending, pocas cosas son tan rutinarias como **servir un café.** Y, sin embargo, ese gesto cotidiano es una de las mejores formas de entender cómo el nuevo **Reglamento europeo de envases (PPWR)** cambia las reglas del juego para el sector. Porque el PPWR no se limita a pedir "más reciclaje": introduce una nueva asignación de roles y responsabilidades que puede **convertir a un operador de vending,** sin darse cuenta, en **responsable legal de un envase tan simple como un vaso de café.**

La idea clave para el sector es sencilla: el PPWR obliga a dejar de mirar solo el vaso y empezar a mirar cómo llega ese vaso a tu negocio y bajo qué marca. Ahí es donde cambia todo. Para explicarlo mejor vamos a definir quién es quién en el sector vending con casos prácticos.

## El vaso es un "envase de servicio"

El PPWR considera "envases de servicio" aquellos diseñados y previstos para llenarse en el punto de venta y entregarse al cliente con el producto. En la práctica: vasos, bolsas o recipientes para llevar. Es decir, el vaso del café en vending entra de lleno en esta categoría.

Esto importa porque, a efectos del PPWR, cuando un operador entrega el vaso ya lleno al consumidor no es el "usuario final" del envase: **el usuario final es el cliente.** El operador actúa como distribuidor final del envase.

Y aquí aparece el primer cambio práctico: como distribuidor final, tu obligación no es solo "comprar vasos y usarlos". El PPWR te exige diligencia debida: **comprobar que el productor de esos vasos** está inscrito en el registro de productores y que el fabricante está identificado (en el propio envase o en la documentación que lo acompaña). El etiquetado armonizado se sumará a estas comprobaciones cuando sea exigible, a partir de finales del 2028.

## La pregunta decisiva: "¿qué papel tengo yo?"

El PPWR define roles que pueden coincidir o no en un mismo actor. Para un operador de vending, hay dos que conviene tener claros:

**Fabricante:** quien fabrica el envase o quien encarga su fabricación con su diseño o marca. Es el responsable de la conformidad técnica del envase y de la Declaración UE de Conformidad (DoC), basada en la documentación técnica.

**Productor:** quien, establecido en un Estado miembro, comercializa por primera vez en él el envase (en el caso del vaso, el envase vacío) o el producto envasado. Es quien asume en ese país las obligaciones de RAP: registro, declaración y contribución (p. ej., mediante adhesión a un SCRAP).

Es decir, un **mismo vaso puede ponerte obligaciones muy distintas** según si es genérico o personalizado, y según si lo compras en España, en la UE o fuera de la UE.

## Caso 1: compro vasos genéricos a un proveedor español

Imagina el escenario más habitual: compras vasos sin marca, estándar, a un proveedor establecido en España (fabricante, importador o distribuidor español).

En ese caso, el **Fabricante** está aguas arriba de ti: es quien fabrica el vaso o quien lo ha encargado con sus especificaciones o su marca. Y el **Productor en España** es tu proveedor, el primero que lo comercializa en el mercado español, sea fabricante, importador o distribuidor establecido aquí.

**¿Y el operador de vending? Actúa como distribuidor final. ¿Qué implica de forma práctica?**

No eres productor por ese vaso (en general), pero sí debes comprobar con diligencia que el proveedor está correctamente inscrito como productor cuando corresponda y el envase está identificado y etiquetado conforme a los requisitos aplicables.

Este **diseño del PPWR** tiene un propósito: no cargar automáticamente al pequeño establecimiento con obligaciones pensadas para quien pone envases en el mercado.

## Caso 2: Encargo vasos con mi marca a un proveedor español

Ahora vamos al escenario más típico cuando una empresa quiere **"elevar marca"**: vasos con logo, claim o diseño propio.

Si encargas vasos con tu marca o especificaciones propias a un proveedor en España, el **PPWR** puede convertirte en algo más que comprador. Si no eres microempresa, tú pasas a ser el Fabricante (por la "regla de marca") y también el Productor en España, porque eres el primero que comercializa ese vaso con tu marca en el mercado español.



Una decisión comercial (“quiero mi vaso con marca”) puede activar **obligaciones técnicas** y de RAP que antes no tenías. Por un lado, como Fabricante: evaluación de conformidad, documentación técnica y Declaración UE de Conformidad. Por otro lado, como Productor: **registro, declaración anual y contribución a la RAP en España.**

Este es el gran cambio cultural del PPWR para vending: la marca convierte un consumible en una responsabilidad.

**¿Y si soy microempresa?**

El PPWR contempla una regla específica para microempresas: menos de 10 empleados y facturación o balance anual de hasta 2 millones de euros.

Si una **microempresa encarga** envases con su marca a un proveedor establecido en el mismo Estado miembro (por ejemplo, en España), la norma traslada al proveedor los roles de Fabricante y Productor: **la microempresa queda como distribuidora,** con la diligencia debida del Caso 1.

Si el proveedor está en otro país de la UE, el traslado es solo parcial: la microempresa sigue siendo Fabricante y Productor en España, pero la evaluación de conformidad, la documentación técnica y la Declaración UE de Conformidad corresponden al proveedor. Si el proveedor está fuera de la UE, no hay traslado alguno.

## Caso 3: compro vasos genéricos fuera de España (UE o fuera de la UE)

Si compras **vasos genéricos** a un proveedor de otro Estado miembro, tú eres el primero que los comercializa en España y, por tanto, el Productor aquí, con la RAP que ello supone. Tu proveedor europeo no asume esa RAP por ti: solo sería Productor en España si vendiera directamente al usuario final, y no es el caso.

Si **importas vasos directamente de fuera** de la UE, eres además Importador (con obligaciones de verificación del fabricante extranjero y de identificación en el envase) y, de nuevo, **Productor en España.**

Llevado a la práctica se traduce en que comprar “más barato” fuera puede implicar más obligaciones: **registro, declaración, contribuciones y controles documentales.**

**Del “¿quién soy?” al “¿qué tengo que hacer?”**

La normativa europea establece el mapa de obligaciones en función de los roles. En el caso del Fabricante las obligaciones técnicas como evaluación de conformidad, documentación técnica y Declaración UE de Conformidad. Las asociadas al **Productor como registro, adhesión al SCRAP, reporte y contribuciones**. En el caso de los Importadores aquellas vinculadas a la verificación del fabricante extranjero y para los Distribuidores las relacionadas con la diligencia debida.





Con este enfoque, el primer paso es **identificar correctamente tu caso** (origen del vaso y si lleva marca) y aplicar las obligaciones del rol que corresponda.

## Anticiparse y acompañar al sector

El PPWR es aplicable con carácter general desde el 12 de agosto de 2026, aunque algunos requisitos técnicos, como el etiquetado armonizado o los criterios de reciclabilidad, llegan escalonados entre 2028 y 2030. El cambio real para el vending no es memorizar artículos: es tener claro tu rol en cada caso y asegurar que tu operativa está alineada.

La buena noticia es que este camino se puede hacer de forma guiada. Desde Ecoembes impulsamos la colaboración sectorial con herramientas para ayudar a las empresas a identificar roles y obligaciones como CirQlex para diagnóstico de roles y CircularCheck para apoyar la conformidad y la reciclabilidad.

Porque, a partir de ahora, el vaso de café no es solo un consumible: **es una pieza regulatoria.** Y gestionarla b ien es proteger tu negocio.

# El foodservice europeo crece un 1,4% pese a perder visitas y afronta un cambio generacional en el consumo

**El gasto en restauración crece en Europa pese al descenso de visitas, mientras las diferencias generacionales transforman los hábitos de consumo y abren nuevas oportunidades para el sector.**

*Fuente: restauracionnews.com*

El mercado europeo de foodservice mantiene el crecimiento en valor, pero los datos agregados esconden cambios relevantes en los hábitos de sus consumidores. **El gasto en los cinco principales mercados europeos —Reino Unido, Alemania, Francia, España e Italia— aumentó un 1,4%** en los doce meses finalizados en junio de 2026, mientras que las visitas descendieron un 0,7%.

**El incremento del 2,1% en el ticket medio** permitió que el mercado alcanzara un volumen de 361.200 millones de euros, según los datos presentados por Circana durante el European Foodservice Summit celebrado en Madrid.

Sin embargo, para la consultora, **esa relativa estabilidad esconde una transformación más profunda** relacionada con las diferencias de comportamiento entre generaciones.

"A primera vista, el mercado europeo de foodservice parece notablemente estable. El gasto sigue creciendo, las visitas apenas varían y los consumidores continúan saliendo a comer fuera. Sin embargo, esta aparente estabilidad resulta engañosa porque los comportamientos están evolucionando de forma diferente según la generación", explica **Edurne Uranga, Vice President Foodservice Europe de Circana.**

## La Generación Z pesa más en restauración que en población

Una de las principales conclusiones del estudio es que el peso demográfico de cada generación no coincide necesariamente con su importancia para el foodservice.

**La Generación Z** representa el 16% de la población de los cinco grandes mercados europeos, pero realiza un 39% más de visitas a establecimientos de foodservice de las que le corresponderían por su peso poblacional. Millennials y Generación X también presentan una actividad superior a la esperada, mientras que los Baby Boomers están infrarrepresentados.

La diferencia resulta todavía más evidente en la restauración de marca. Las cadenas concentran el 29% del **gasto total en restauración comercial,** pero su penetración alcanza el 40% entre la Generación Alpha y el 35% entre Generación Z y Millennials.



En la **Generación X** el porcentaje baja al 24% y entre los **Baby Boomers** se queda en el 16%.

Circana relaciona esta mayor afinidad de los consumidores jóvenes con factores como **inmediatez, personalización, digitalización y delivery,** ámbitos en los que los conceptos de marca pueden responder mejor a sus expectativas.

## Salud y conveniencia digital transforman el consumo joven

La investigación detecta también cambios en las prioridades alimentarias de la Generación Z. Un 12% practica ayuno intermitente, frente al 7% de la población general; el 24% presta especial atención al consumo de proteínas; un 20% prioriza productos ecológicos o naturales y un 13% afirma evitar el café.

En el caso de la **Generación Alpha,** Circana anticipa un peso todavía mayor de la conveniencia digital. Su cuota de consumo mediante delivery es ya 1,3 veces superior a la media de la población y siete veces mayor que la de los Baby Boomers.

## Los Millennials impulsan el consumo en solitario

Otra transformación afecta al tamaño de los grupos. Actualmente, casi el 60% de las ocasiones de consumo en foodservice corresponden a una o dos personas, mientras que las comidas en solitario representan aproximadamente un tercio de las visitas correspondientes a comidas principales.

Lejos de estar **protagonizado fundamentalmente por consumidores de mayor edad,** Circana identifica a los Millennials como principales impulsores del consumo individual. Además, cuando comen solos gastan alrededor de un 70% más por visita que cuando lo hacen en grupo.

El estudio apunta aquí a una **oportunidad para los operadores.** Quienes comen solos presentan una menor probabilidad de pedir categorías como pescado, marisco, pasta o noodles, lo que podría indicar que formatos, tamaños de ración y menús todavía no están suficientemente adaptados a esta ocasión de consumo.

## Los Baby Boomers, una oportunidad para las cadenas

En el extremo opuesto aparecen los Baby Boomers. Representan el 29% de la población, pero tienen una presencia proporcionalmente menor en foodservice y, especialmente, en restauración de marca.

Según **Circana**, una de las diferencias está en los momentos de consumo. Este grupo está infrarrepresentado durante la noche, pero cuando sale busca experiencias más prolongadas y muestra una mayor preferencia por almuerzos superiores a dos horas.

Las cadenas captan actualmente solo el **16,1% del gasto de los Baby Boomers,** frente al 29% que representan en el conjunto del mercado de restauración comercial. Para Circana, esta diferencia abre una oportunidad para desarrollar propuestas más pausadas y vinculadas a la socialización.
El análisis plantea así un escenario en el que **entender al consumidor** únicamente a través de grandes indicadores de tráfico y gasto puede resultar insuficiente.

*"La digitalización, el bienestar y la personalización pueden estar hoy más presentes en algunas generaciones, pero muchas de estas tendencias terminarán generalizándose",* concluye Uranga. Para Circana, la oportunidad estará en distinguir qué comportamientos responden realmente a una generación y cuáles anticipan cambios que acabarán extendiéndose al conjunto del mercado.



*Fuente: restauracionnews.com*












# El auge de los alimentos ecológicos choca con la desconfianza del consumidor: el 68% teme mensajes engañosos

**Un estudio de NSF revela que los menores de 35 años destinan casi un tercio de su cesta de la compra a productos ecológicos, aunque la mayoría de los consumidores mantiene ideas erróneas sobre su certificación y desconfía de algunos mensajes relacionados con este tipo de alimentos.**

*Fuente: www.retailactual.com*

El mercado de **productos ecológicos continúa ganando terreno en España,** especialmente entre las generaciones más jóvenes. Sin embargo, el crecimiento de esta categoría convive con una importante falta de comprensión sobre qué garantiza realmente la certificación ecológica y con una creciente preocupación por el posible uso de mensajes engañosos en torno a estos productos.



Según la investigación realizada por NSF, los menores de 35 años afirman que los **productos ecológicos** ya representan el 32% de su cesta de la compra, frente al 23% registrado entre los mayores de 55 años. De media, este tipo de productos supone el 25,8% de las compras alimentarias declaradas por los encuestados.

No obstante, el informe detecta una importante brecha entre la **percepción del consumidor y la realidad de la certificación ecológica.** El 76% de los españoles considera que los productos ecológicos están completamente libres de residuos de pesticidas, cuando la normativa regula el método de producción, pero no garantiza un resultado de ***"residuo cero".*** Asimismo, casi uno de cada tres consumidores cree que estos productos proceden exclusivamente de pequeñas explotaciones, pese a que empresas agrarias de cualquier tamaño pueden obtener la certificación.



La confusión también se extiende al etiquetado de productos ecológicos. Aunque los términos ***"eco"*** y ***"bio"*** están protegidos por la normativa europea y solo pueden utilizarse en productos certificados, apenas el 55% de los consumidores asocia "eco" con estándares oficiales y solo el 46% identifica correctamente "bio" como una denominación vinculada legalmente a la producción ecológica.

## La confianza, reto pendiente para marcas y retailers

El trabajo refleja además una paradoja relevante para fabricantes y distribuidores. Aunque dos de cada tres consumidores creen que los mensajes relacionados con productos ecológicos son verificados antes de llegar al mercado, el 68% teme que parte de la información utilizada para promocionarlos sea **engañosa.** Además, solo el 39% asegura confiar de manera general en las etiquetas ecológicas y casi la mitad considera que estas no explican con suficiente claridad qué aspectos han sido realmente verificados.



Para el retail, estos resultados ponen de relieve la **importancia de ofrecer información comprensible y transparente** en el punto de venta. La investigación señala que la certificación independiente sigue siendo un factor clave para generar confianza, especialmente entre las familias. De hecho, el 68% de los padres y madres afirma que la verificación por terceros aumenta su confianza en los mensajes asociados a productos ecológicos.

Desde NSF consideran que existe **una oportunidad para toda la cadena alimentaria,** desde productores hasta retailers, para mejorar la comunicación sobre qué implica realmente una certificación ecológica y qué garantías ofrece al consumidor.

Los resultados completos del estudio han sido presentados durante **Fruit Attraction 2026,** en una sesión dedicada a analizar las **creencias y expectativas de los consumidores españoles** respecto a los productos ecológicos.












# Récord de absentismo en España: las empresas pagan más de 17.000 millones por las faltas de sus empleados

**Las empresas españolas afrontan un coste cada vez mayor por el absentismo laboral, que ya alcanza el 7,6% de las horas pactadas. Más de1,5 millones de trabajadores no acudan cada día a su puesto de trabajo.**

*Fuente: www.retailactual.com*

El **absentismo laboral**, que afecta a miles de autónomos de nuestro país, continúa creciendo y ha alcanzado en los últimos meses niveles récord. Así, el último informe elaborado por Adecco Group Institute sitúa en el 7,6% el porcentaje de horas pactadas que se perdieron por absentismo durante el primer trimestre del año 2026. Esto, en cifras argumentadas en el mismo informe, supone que una media de **1,5 millones de trabajadores no acudieron cada día a su puesto de trabajo,** debido, en la mayoría de las ausencias, a una incapacidad temporal.

El problema tiene, además, una factura cada vez mayor para las empresas. **CEOE** calcula que el coste total del absentismo en España alcanzó los 33.000 millones de euros el año pasado, en 2025, después de haberse triplicado en una década. De esta cantidad, más de la mitad, unos 17.000 millones, fueron asumidos directamente por los autónomos y empresas. En ese sentido, **la organización empresarial reclama medidas para reducir el impacto de las bajas por contingencias comunes** y agilizar así los procesos de recuperación.

## Las bajas laborales obligan a las empresas a asumir cada vez más costes y reorganizar sus plantillas

Los datos de Adecco muestran hasta qué punto el absentismo se ha convertido en un **problema estructural para el mercado laboral español.** Y es que durante el primer trimestre de 2026 se perdió por este motivo el 7,6% de las horas pactadas, de las cuales el 5,9% correspondió a procesos de incapacidad temporal, que continúan siendo el principal componente del absentismo.

La cifra supone que cada día se ausentaron de su puesto una media de 1,5 millones de trabajadores. Ahora bien, el fenómeno no afecta de la misma manera a todos los sectores, y es la industria la que registró una **tasa de absentismo del 7,9%** al inicio del año, seguida de los servicios, con un 7,7%, mientras que la construcción se situó en el 6,3%.

En ese sentido, Adecco apunta a varios factores para explicar esta evolución. Uno de ellos es el envejecimiento de la población activa, ya que cada vez hay más trabajadores de mayor edad dentro de las plantillas y esto obliga a las empresas a afrontar una realidad laboral diferente, con **nuevas necesidades de adaptación y prevención.**



El informe también señala el **aumento de los problemas relacionados con la salud mental.** La ansiedad, la depresión y el llamado burnout, un estrés laboral crónico, se han convertido en factores relevantes dentro de la evolución del absentismo. Además, este tipo de procesos suelen tener una duración superior y presentar más recaídas que otras patologías físicas.

A estos factores, se suma la mayor exigencia física que soportan determinados trabajadores. De nuevo, según Adecco, **las enfermedades profesionales con baja aumentaron un 6,16%** durante 2025 y más del 80% de estos casos estuvieron relacionados con agentes físicos. En concreto, los movimientos repetitivos, las posturas forzadas y la sobrecarga física tienen especial incidencia en determinadas actividades industriales.

En relación con el informe, **Carlos Arcas,** director de Adecco Group Institute, considera que el mercado laboral está entrando en una nueva etapa, a la que hay que adaptarse. Porque el reto ya no consiste únicamente en reducir el absentismo, sino en adaptar las empresas a una realidad marcada por mayores problemas de salud, por lo que hay que introducir más flexibilidad, reforzar las políticas de salud laboral y modificar determinadas estrategias de organización del trabajo para afrontar esta evolución que, desde luego, parece imparable.

## Las empresas asumen 17.000 millones del coste del absentismo y reclaman soluciones

La evolución del absentismo laboral no significa, no obstante, que todas las ausencias puedan atribuirse a decisiones voluntarias de los trabajadores. De hecho, el propio presidente de la CEOE, **Antonio Garamendi,** ha reconocido que el absentismo tiene una dimensión sanitaria antes que económica. Durante la última jornada organizada por la patronal, señaló, en relación con esto, que detrás de cada baja médica hay una persona que necesita atención y una respuesta eficaz del sistema. Lo que no quita que haya que reclamar al Estado que se deba actuar ante el aumento de las bajas por contingencias comunes.

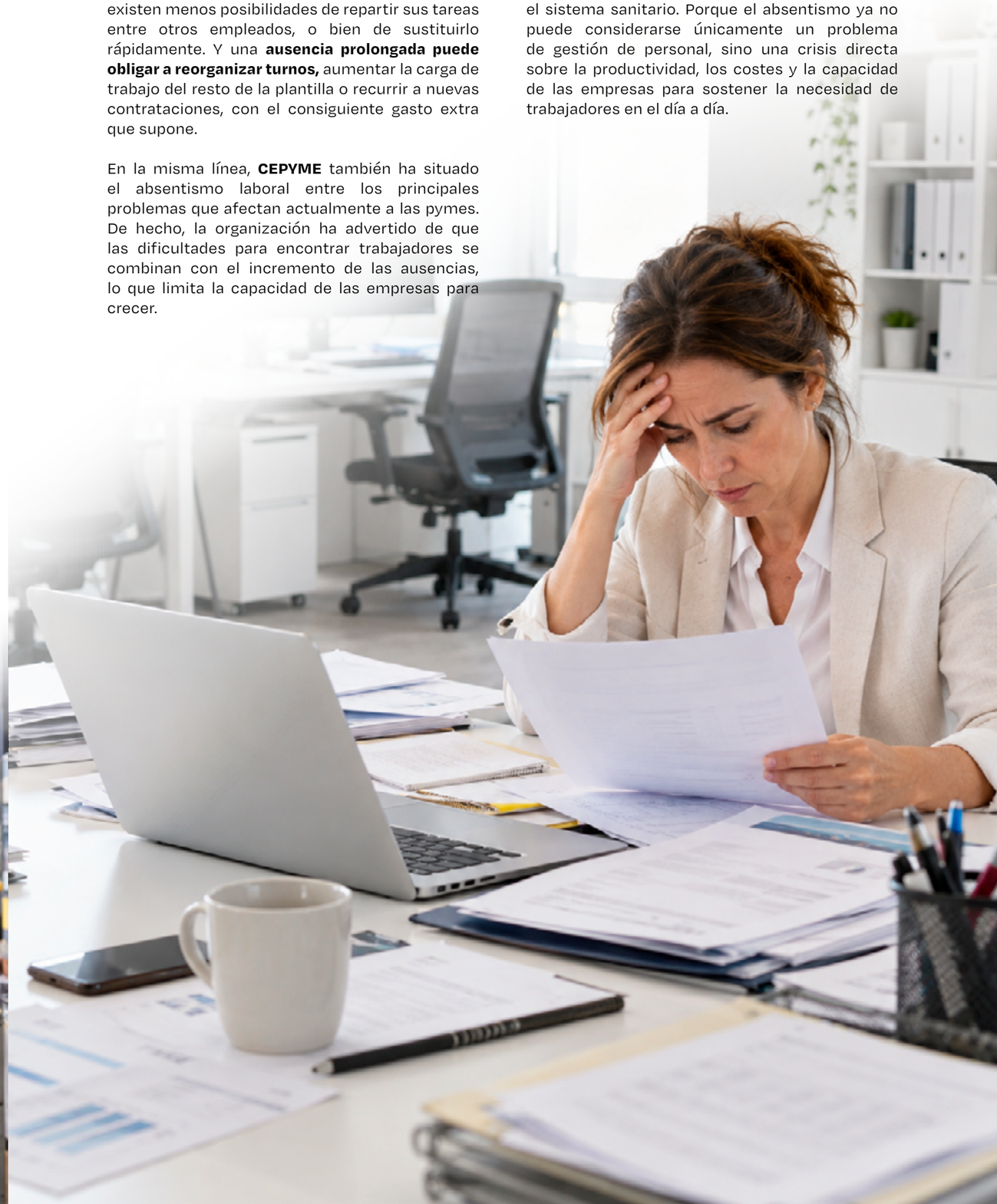
**CEOE** calcula que el coste total del absentismo ha alcanzado los 33.000 millones de euros a finales de 2025, una cantidad que incluye el impacto para las compañías y para el Estado. Además, también según los datos de la patronal de los empresarios, la cifra se ha triplicado en los últimos diez años.



Y, como siempre sucede, el impacto puede ser especialmente difícil de gestionar para las pequeñas y las medianas empresas. Porque cuando falta un trabajador en una plantilla reducida, existen menos posibilidades de repartir sus tareas entre otros empleados, o bien de sustituirlo rápidamente. Y una **ausencia prolongada puede obligar a reorganizar turnos,** aumentar la carga de trabajo del resto de la plantilla o recurrir a nuevas contrataciones, con el consiguiente gasto extra que supone.

En la misma línea, **CEPYME** también ha situado el absentismo laboral entre los principales problemas que afectan actualmente a las pymes. De hecho, la organización ha advertido de que las dificultades para encontrar trabajadores se combinan con el incremento de las ausencias, lo que limita la capacidad de las empresas para crecer.

Y ante el aumento constante en las cifras, ambas organizaciones, **CEOE y CEPYME,** reclaman una respuesta rotunda que combine las actuaciones de las empresas, las administraciones y también el sistema sanitario. Porque el absentismo ya no puede considerarse únicamente un problema de gestión de personal, sino una crisis directa sobre la productividad, los costes y la capacidad de las empresas para sostener la necesidad de trabajadores en el día a día.




fas
made in Italy
CALIDAD QUE DURA EN EL TIEMPO
24 meses de garantía sobre toda la gama de Distribuidores Automáticos.
www.facebook.com/Fas.vending
www.twitter.com/fas_vending
www.fas.it
madrid fas machine


CARRETILLA
Vending
PUNTO Saludable
La alternativa más saludable, práctica y de calidad para Vending
UNA AMPLIA GAMA DE ENSALADAS Y PLATOS LISTOS DE LA GASTRONOMÍA MEDITERRÁNEA
PUNTO DE VENTA SALUDABLE
ESPECÍFICOS PARA VENTA AUTOMÁTICA
Listos para cargar. La máquina no necesita adaptación.
Fácil manipulación y conservación. No necesitan frío.
Sin mermas. 1 año de caducidad.
Fácil y atractiva identificación del producto y la marca por el consumidor.
Gran variedad en la oferta.
Con la calidad y garantía de la marca Carretilla.
www.carretilla.info/vending
¡Apúntate a comer bien y sin esfuerzo!
IAN S.A.U.


Nueva imagen.
Mismo gran sabor.
Coca-Cola zero azúcar
Coca-Cola Zero Azúcar
Marca registrada de The Coca-Cola Company.


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 entornos de consumo de forma eficiente y escalable.
Sus soluciones dan soporte a diferentes modelos de negocio, desde la operación tradicional hasta Coffee Corners, Micromarkets y Smartfridges.
Infraestructura tecnológica para un vending más conectado, eficiente y preparado para el futuro.
www.v2vfactory.tech

# Día Internacional del Café 2026: Pumpkin Spice y otras bebidas que serán tendencia en octubre

**El 1 de octubre se celebró el Día Internacional del Café y octubre llega con nuevas formas de disfrutar esta bebida. El Pumpkin Spice vuelve como protagonista de la temporada**

*Fuente: nuevamujer.com*

**El Día Internacional del Café 2026** llega en plena temporada de otoño, cuando las bebidas calientes y los sabores especiados comienzan a ganar protagonismo.

Octubre es el momento perfecto para descubrir nuevas formas de disfrutar esta bebida. Entre las favoritas destaca el clásico **Pumpkin Spice Latte,** pero no es la única opción que marcará tendencia.

## Día Internacional del Café 2026: ¿por qué el Pumpkin Spice Latte es la bebida de otoño?

El Pumpkin Spice Latte se ha convertido en uno de los sabores más representativos del otoño.

Su combinación de **café, leche, calabaza y especias como canela, nuez moscada y clavo** crea una bebida reconfortante que cada año regresa a las cafeterías durante esta temporada.

Aunque su popularidad comenzó a crecer desde hace varios años, las redes sociales han ayudado a convertirlo en un auténtico símbolo de octubre.

Su **estética, aroma y sabor** también lo hacen protagonista de fotografías, videos y recetas caseras.

Para quienes prefieren preparar su café en casa, una alternativa sencilla es agregar un poco de puré de calabaza, canela y una mezcla de especias al café con leche.

También puede acompañarse con **espuma de leche** para conseguir una presentación más especial.

## Bebidas de café de otoño que serán tendencia en octubre 2026

Además del **Pumpkin Spice,** octubre trae otras combinaciones que pueden convertirse en favoritas entre quienes buscan darle un giro a su café.

El **caramel apple latte** mezcla café con notas dulces de caramelo y manzana, dos sabores relacionados con la temporada.

Otra alternativa es el maple latte, que utiliza jarabe de maple para aportar un toque dulce y cálido sin recurrir necesariamente a sabores de calabaza.

También destacan las bebidas con **canela, vainilla y chocolate.** Un latte de vainilla con canela puede ser una opción más sencilla para quienes buscan sabores otoñales, mientras que el mocha con especias ofrece una alternativa para quienes disfrutan combinar café y chocolate.

Las bebidas frías tampoco desaparecen durante octubre. El **iced coffee y el cold brew** pueden incorporar sabores de temporada, por lo que siguen siendo una opción para quienes todavía prefieren tomar café frío.



# Sabores y tendencias para celebrar el Día Internacional del Café

**El Día Internacional del Café** es una oportunidad para explorar más allá de la taza de café tradicional.

Durante octubre, las cafeterías y los consumidores suelen experimentar con **ingredientes que recuerdan al otoño,** desde especias hasta frutas y sabores dulces.

Entre las tendencias también pueden aparecer **bebidas con espuma fría, diferentes tipos de leche** y presentaciones más elaboradas. La personalización es parte importante de la experiencia, ya que permite adaptar una misma bebida a diferentes gustos.

El **Pumpkin Spice** puede ser el protagonista indiscutible de la temporada, pero las opciones no terminan ahí.














# Pizzacadabra inauguró en arguelles su nueva pizzería

**Pizzacadabra abrió el próximo 15 de octubre una pizzería automática en el barrio madrileño de Argüelles, concretamente en la calle Juan Álvarez Mendizábal, 55. El establecimiento permitirá comprar pizzas recién horneadas durante las 24 horas del día todo el año.**

*Fuente: elpais.com*

El sistema **conserva las pizzas en el interior** de la máquina y las hornea en el momento en que el cliente realiza el pedido. El **proceso dura aproximadamente tres minutos.** Dentro de la oferta se incluyen variedades clásicas y dos especialidades de la franquicia: **la manchega y la tartufata.**

## Un modelo de venta automática

La apertura estará gestionada por el franquiciado **Frederic Guallar.** Las pizzas se elaboran previamente en obrador, con fermentación en frío de 72 horas y estirado manual, antes de pasar al sistema de venta automática.

Por último, este concepto se apoya en tecnología de distribución automática de **pizza desarrollada por NeoAdial y distribuida en España por Neotecfoods.** Según la compañía, este modelo está presente en más de 3.000 ubicaciones en todo el mundo.



# Fini y Lacasitos vuelven a unir fuerzas con el lanzamiento de una chocolatina sabor besito

Tras el éxito del turrón lanzado en 2025 y del huevo de Pascua, ambas marcas dan un nuevo paso en una alianza que continúa explorando nuevas formas de unir sus productos más notorios.

Tras el éxito del turrón de las pasadas Navidades, Fini, **referente en el sector de las golosinas** en España, y Lacasitos vuelven a unir fuerzas para llevar una de sus combinaciones más sorprendentes a un nuevo formato. Las dos marcas presentan ahora una chocolatina individual que recupera la esencia de su primera colaboración, el turrón, y la adapta al consumo de impulso, en un formato de 21 gramos fácil de llevar y pensado para disfrutar en cualquier momento.

La nueva chocolatina combina **chocolate blanco con un relleno de crema de leche** con sabor a besito de fresa y nata, una de las referencias más reconocidas de Fini, con los icónicos Lacasitos. Una mezcla que vuelve a reunir dos marcas muy reconocibles dentro del mundo dulce y que lleva al canal de impulso una combinación que ya demostró su capacidad para conectar con el consumidor.

El lanzamiento supone, además, un nuevo paso en una colaboración que comenzó en la Navidad de 2025 con el **turrón de chocolate blanco, relleno sabor Fini Jelly Kisses y Lacasitos.** Tras la buena acogida de aquella primera propuesta, ambas marcas volvieron a encontrarse durante la pasada Semana Santa con el lanzamiento de un huevo de Pascua que integraba las mini fresas salvajes de Fini en su interior.

La nueva chocolatina se convierte así en el **tercer producto fruto de la colaboración entre Fini y Lacasitos** y supone la evolución de una alianza que comenzó ligada a momentos estacionales y que ahora da el salto a un formato pensado para el consumo cotidiano.







## Del éxito del turrón al formato on the go

Si el turrón trasladó la personalidad desenfadada de Fini y Lacasitos a uno de los productos más tradicionales de la Navidad, la nueva chocolatina busca hacer esa experiencia mucho más accesible y espontánea creando una propuesta dirigida a un **consumidor que busca nuevos sabores y formatos** prácticos sin renunciar al componente divertido y reconocible de sus marcas favoritas.

"El éxito del turrón nos confirmó que la unión de Fini y Lacasitos tenía mucho recorrido. Conseguimos juntar dos productos muy reconocibles y crear algo nuevo que sorprendió al consumidor. Con esta chocolatina queremos dar un paso más, trasladando esa combinación a un formato más cotidiano, fácil de llevar y de disfrutar en cualquier momento", sostiene **Antonio Felices,** director de Marketing EMEA/APAC de Fini.

Con este lanzamiento conjunto, **Fini y Lacasitos** consolidan una colaboración que continúa explorando nuevas oportunidades en sus respectivas categorías. Una alianza que evoluciona con nuevos formatos y ocasiones de consumo, manteniendo como punto de partida algunos de los sabores y productos más reconocibles de ambas marcas.

# Los empleados de Coca-Cola impulsan más de 80 acciones de voluntariado en toda España

La magia de Coca-Cola #voluntariado



## La iniciativa moviliza a más de 600 empleados de Coca-Cola Europacific Partners en España en más de 80 actividades desarrolladas junto a entidades sociales y medioambientales.

**Coca-Cola Europacific Partners (CCEP)** celebra del 13 al 23 de octubre la tercera edición de su Semana del Voluntariado, una iniciativa que reúne en torno a 550 empleados en más de 80 actividades sociales, formativas y medioambientales organizadas en colaboración con 55 entidades locales en más de 35 ciudades españolas.

La acción forma parte de **'La Magia de Coca-Cola',** el programa de voluntariado corporativo de Coca-Cola Europacific Partners, a través del cual los empleados pueden dedicar hasta dos jornadas laborales remuneradas al año a iniciativas de voluntariado que contribuyen al bienestar de las personas, los entornos y las comunidades locales.

### Datos clave

- Más **600** voluntarios
- **80** acciones previstas
- Junto a **55** Fundaciones y ONG
- **7.200** horas de voluntariado realizadas en 2025.
- Más de **35** ciudades españolas
- **2** jornadas remuneradas al año para realizar voluntariado.
- Más de **46.000** horas acumuladas desde 2019.

*Fuente: Coca-Cola*

Durante diez días, **los voluntarios participan en proyectos de inclusión social,** acompañamiento a personas en situación de vulnerabilidad, talleres de empleabilidad, ocio inclusivo, colaboración con comedores sociales, recuperación de espacios naturales, actividades de limpieza y actuaciones de protección de la biodiversidad, entre otras iniciativas diseñadas junto a organizaciones sociales y ambientales expertas.

*"La Semana del Voluntariado refleja cómo entendemos nuestro papel en las comunidades donde estamos presentes. Gracias al compromiso de nuestros empleados y a la colaboración con Fundaciones, y ONG locales, podemos apoyar iniciativas que generan impacto en las personas, en el entorno y en las localidades. Creemos que las mejores transformaciones comienzan cerca de casa, donde vivimos y trabajamos, y se construyen junto a quienes conocen las necesidades de cada comunidad",* señala **Esther Morillas,** vicepresidenta de **Asuntos Públicos, Comunicación y Sostenibilidad de CCEP Iberia.**

Impulsar el desarrollo de las comunidades locales El voluntariado corporativo forma parte del **compromiso de Coca-Cola Europacific Partners** con las comunidades en las que opera. La compañía cuenta con una presencia local arraigada en España, a través de sus fábricas y manantiales, centros logísticos, oficinas, red comercial, clientes y proveedores que hace que esté presente en todo el territorio. A través de sus empleados, ese vínculo se transforma también en acción directa, contribuyendo al bienestar social, la protección del entorno y el fortalecimiento del tejido local.

La Semana del Voluntariado es una muestra de cómo esa presencia se traduce también en **colaboración con organizaciones locales y en acciones** que generan valor más allá de la actividad de la compañía.

Con esta nueva edición de la Semana del Voluntariado, Coca-Cola Europacific Partners **reafirma su apuesta por impulsar iniciativas que fortalezcan el tejido social,** promuevan la prosperidad y contribuyan al desarrollo de las comunidades de las que forma parte.

### Un programa con impacto medible

Desde su puesta en marcha en 2019, 'La Magia de Coca-Cola' ha impulsado la participación de miles de empleados en proyectos sociales y ambientales en España y Portugal. El programa combina iniciativas promovidas por la propia compañía, que forman parte de sus **proyectos de sostenibilidad,** como las limpiezas de entornos acuáticos a través de su proyecto Mares Circulares, con propuestas impulsadas por entidades colaboradoras y por los propios empleados de CCEP, fomentando una participación cercana y adaptada a las necesidades de cada comunidad.

La **Semana del Voluntariado** se ha consolidado como uno de los principales momentos de movilización de este programa, junto con Comparte la Magia, la iniciativa solidaria de Navidad con la que Coca-Cola Europacific Partners y sus empleados participan en la preparación y reparto de comidas destinadas a personas y familias en situación de vulnerabilidad.

Solo en 2025, los empleados de la compañía dedicaron más de **7.200 horas a acciones de voluntariado.** Desde 2019, la cifra acumulada supera las 46.000 horas, reflejo del compromiso sostenido de los equipos con causas sociales y medioambientales.

# Pascual refuerza su apuesta por el café en cápsulas en oficinas y restauración

| *Fuente: restauracionnews.com* |

La compañía de café de Pascual ha puesto en marcha una **iniciativa para reforzar la presencia del formato monodosis** en los canales de oficinas (OCS) y restauración (Horeca). El proyecto plantea una nueva aproximación al consumo de café basada en la asociación de cada cápsula a un momento concreto del día, lo que permite al hostelero facilitar la elección del café y generar experiencias de consumo.

De esta forma, el foco se traslada del producto en sí a la experiencia de consumo, con el objetivo de responder a diferentes necesidades y **hábitos de los usuarios,** al tiempo que se genera una propuesta de valor diferenciada para el canal profesional. Entre los principales beneficios del proyecto destacan las ventajas del formato cápsula como la precisión en la dosis, la uniformidad en la extracción, la conservación de la frescura gracias al sellado hermético y la reducción del desperdicio al tratarse de porciones individuales. Asimismo, la solución **permite simplificar la preparación del café y reducir necesidades de espacio,** consumo energético y ruido en comparación con otros tipos de café.

Este proyecto está dirigido, principalmente, a **dos segmentos con elevado potencial de crecimiento.** Por un lado, las oficinas, donde la calidad del café se considera cada vez más un elemento de bienestar y fidelización para los empleados. Por otro, la restauración, un canal que mantiene una evolución positiva y en el que el café, pese a no ser habitualmente el negocio principal de los establecimientos, desempeña un papel relevante en la experiencia del cliente.

La compañía de café de Pascual prevé **extender el proyecto a todo el territorio nacional,** con el propósito de consolidar una **nueva oferta de café en cápsulas** orientada a la calidad del servicio, la eficiencia y la adaptación a las necesidades de cada punto de consumo.



# Calendario de ferias y eventos

## Vending, horeca y food service (2026-2027)

### 2026 (enero-mayo)

| FECHA | EVENTO |
|---|---|
| 15-17 ene | **VENDISTE**<br>Estambul - Centro de Exposiciones (Turquía) · en.vendistexpo.com |
| 20-30 ene | **GULFOOD**<br>Dubái - WTC + Expo City (EAU) · gulfood.com |
| 2-4 feb | **H&T: Salón de Innovación en Hostelería (FYCMA)**<br>Málaga - FYCMA (España) · fycma.com |
| 7-11 feb | **INTERGASTRA**<br>Stuttgart - Messe Stuttgart (Alemania) · messe-stuttgart.de |
| 9-11 feb | **HORECA Baleares Mallorca**<br>Mallorca - Velòdrom Illes Balears (España) · horecabaleares.com |
| 16-18 feb | **HIP**<br>Madrid - IFEMA (España) · expohip.com |
| 4-6 mar | **HORECA Baleares Ibiza**<br>Ibiza - FECOEV (España) · horecabaleares.com |
| 10-11 mar | **The CAMA Show**<br>Toronto - ICC (Canadá) · vending-cama.com |
| 13-17 mar | **INTERNORGA**<br>Hamburgo - Feria de Hamburgo (Alemania) · internorga.com |
| 17-19 mar | **HORECA Baleares Menorca**<br>Mahón - Recinto Ferial (España) · horecabaleares.com |
| 17-19 mar | **ENADA Primavera**<br>Rímini - Rimini Expo Centre (Italia) · en.enada.it |
| 23-26 mar | **ALIMENTARIA & HOSTELCO**<br>Barcelona - Gran Vía (España) · hostelco.com |
| 25 mar | **VENDEX Midlands**<br>Milton Keynes - Estadio MK (Reino Unido) · vend-ex.com |
| 9-11 abr | **Asia Vending & Smart Retail Expo**<br>Guangzhou - Poly World Trade Center (China) · asiavendingexpo.com |
| 13-16 abr | **Salón de Gourmets**<br>Madrid - IFEMA (España) · gourmets.net |
| 21-24 abr | **FHA Food & Hospitality Asia**<br>Singapur - Singapore Expo (Singapur) · feriasalimentarias.com |
| 22-24 abr | **The NAMA Show**<br>Los Ángeles, CA (EE.UU.) · thenamashow.org |
| 6-8 may | **VENDITALIA**<br>Rímini - Rimini Expo Centre (Italia) · venditalia.com |
| 11-14 may | **TUTTOFOOD**<br>Milán - Fiera Milano (Rho) (Italia) · tuttofood.it |
| 14-17 may | **The London Coffee Festival**<br>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**<br>Kuala Lumpur - MITEC (Malasia) · vendasean.com |
| 14-15 sep | **Auténtica Premium Food**<br>Sevilla - FIBES (España) · autenticapremium.com |
| 6-8 oct | **TIS - Tourist Innovation Summit**<br>Sevilla - FIBES (España) · tisglobalsummit.com |
| 13-15 oct | **EVEX**<br>Viena - Austria vending-europe.eu/evex/ |
| 20-23 oct | **IBERHORECA**<br>Sancti Petri, Chiclana (España) · iberhoreca.com |
| 2-4 nov | **Gastronomic Forum Barcelona**<br>Barcelona - Gran Vía (España) · gastronomicforumbarcelona.com |
| 2-5 nov | **EquipHotel Paris**<br>París (Francia) · equiphotel.com |
| 11 nov | **VENDEX North**<br>Doncaster - Hipódromo (Reino Unido) · vend-ex.com |
| 18-19 nov | **NAMA CTW**<br>Austin, Texas (EE.UU.) · namactw.org |
| 7-9 dic | **Host Arabia**<br>Riad - Riyadh Front (Arabia Saudita) · hostarabia.com.sa |



### 2027

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

# EVEX 2026 marca un nuevo impulso para la representación española en Europa

## Juan Luis Hernández se incorpora al Comité Directivo de la EVA

La incorporación del presidente de Aneda refuerza la participación de España en las decisiones que **definirán el futuro de la distribución automática europea.**

Al cierre de esta edición, EVEX 2026 ya se ha celebrado en Viena, reafirmando su posición como **uno de los encuentros de referencia** para la distribución automática y el coffee service europeos.

ANEDA ha estado representada en este importante foro internacional por su presidente, **Juan Luis Hernández,** cuya participación ha tenido una especial relevancia al haber sido elegido para formar parte del **Comité Directivo de la Asociación Europea de Vending y OCS (EVA).** Un nombramiento que refuerza la presencia y la capacidad de influencia del sector español en los órganos donde se debaten y definen las principales iniciativas que marcarán el futuro de la distribución automática en Europa.

Durante su estancia en Viena, **Juan Luis Hernández** ha mantenido encuentros y reuniones con representantes de asociaciones nacionales, operadores y empresas europeas, trasladando la visión y las inquietudes del sector español en asuntos estratégicos para la industria.
Debido a la coincidencia del evento con el cierre de esta revista, no ha sido posible incorporar un resumen detallado de las ponencias, reuniones y conclusiones de EVEX 2026.

En el próximo número ofreceremos una amplia **cobertura del encuentro**, así como de la incorporación del presidente de ANEDA al Comité Directivo de la EVA y de las principales **novedades y tendencias que marcarán la evolución del sector en Europa.**

















# CONFIDA convoca los Estados Generales de la Venta Automática 2026



**El sector italiano se reunirá en Roma para analizar los retos y oportunidades que marcarán el futuro de la distribución automática**

CONFIDA
Associazione Italiana Distribuzione Automatica

El próximo 11 de noviembre de 2026, Roma acogerá una nueva edición de los Estados Generales de la Venta Expendedora, una de las citas de referencia para la distribución automática en Italia.

Organizado por **CONFIDA,** el encuentro reunirá a representantes empresariales, operadores, fabricantes y profesionales del sector para debatir sobre la evolución del mercado, las tendencias de consumo, la innovación y los principales desafíos a los que se enfrenta la industria.

La jornada tendrá lugar en la sede de **Confcommercio,** donde se desarrollarán diferentes sesiones de análisis y reflexión sobre el presente y el futuro de la venta automática.

Cabe recordar que **ANEDA y CONFIDA,** asociación homóloga en Italia, mantienen una estrecha relación de colaboración. Ambas organizaciones comparten de forma habitual experiencias, información y buenas prácticas sobre cuestiones que afectan a la distribución automática en sus respectivos mercados.

Este tipo de encuentros contribuyen a enriquecer el conocimiento del sector y ponen de manifiesto la importancia de la cooperación entre asociaciones nacionales para abordar desafíos comunes relacionados con **la sostenibilidad, la innovación, los medios de pago, la digitalización** y la adaptación a los nuevos hábitos de consumo.

Desde **ANEDA** seguiremos con interés las conclusiones que se extraigan de esta cita, conscientes de que muchas de las cuestiones que hoy se debaten en Europa son compartidas por las empresas españolas de distribución automática y tendrán influencia en el desarrollo futuro de nuestra actividad.



# Verifactu retrasa su implantación hasta 2028

**ANEDA ha informado puntualmente a sus asociados sobre el nuevo calendario anunciado por el Ministerio de Hacienda**

El Ministerio de Hacienda ha anunciado un **nuevo aplazamiento de la entrada en vigor de Verifactu**, el sistema que regulará los programas de facturación, cuya implantación se prevé ahora para octubre de 2028. El objetivo es **coordinar su aplicación** con el calendario de la futura factura electrónica entre empresas.




Ante esta novedad, ANEDA trasladó de forma inmediata la información a sus asociados, manteniéndolos al día de aquellos **cambios normativos que pueden afectar a la gestión y actividad de sus empresas.**

En el caso de la distribución automática, conviene recordar que las ventas realizadas directamente al consumidor final a través de máquinas automáticas continúan **exentas de la obligación de emitir factura,** por lo que estas operaciones quedan fuera del ámbito de aplicación de Verifactu. No obstante, sí podrán verse afectadas otras facturas emitidas por las empresas operadoras en el desarrollo de su actividad.

Este nuevo aplazamiento ofrece un **margen adicional** para que las empresas planifiquen con mayor tranquilidad la adaptación de sus sistemas de gestión y facturación. Sin embargo, **la evolución normativa continúa avanzando** y hace más necesario que nunca disponer de información actualizada y fiable.

Por ello, ANEDA mantiene un **seguimiento permanente de los cambios legislativos** que afectan al sector, informando a sus asociados de forma ágil y práctica para que puedan anticiparse a las nuevas obligaciones y tomar decisiones con seguridad.

**Mantener informadas a las empresas, interpretar los cambios regulatorios y facilitar su adaptación forma parte del compromiso diario de ANEDA con el sector de la distribución automática.**



Normativas, relaciones laborales y economía

# Publicada la orden de la solución pública de facturación electrónica: obligatoria desde octubre de 2027 para empresas de más de 8 millones



El BOE del 5 de octubre publicó la **Orden HAC/1028/2026,** que regula la solución pública de facturación electrónica de la AEAT y desarrolla el **Real Decreto 238/2026,** de 25 de marzo, sobre facturación electrónica obligatoria entre empresarios y profesionales (B2B). Con su entrada en vigor, al día siguiente de su publicación, arranca la cuenta atrás:

- **6 de octubre de 2027:** empresas con un volumen de operaciones superior a 8 millones de euros.
- **6 de octubre de 2028:** resto de empresarios y profesionales.

La solución pública de la **AEAT** actuará como punto de entrada y salida y como repositorio de facturas. Se admiten plataformas privadas interoperables que remitan copia de cada factura a la solución pública. Los destinatarios deberán **comunicar el estado de la factura** (aceptación, rechazo y pago). Quedan fuera del sistema las facturas simplificadas (tickets), salvo las simplificadas «cualificadas» del artículo 7.2 del Reglamento de facturación.

**Interés para el vending:** las ventas al consumidor final en máquina, documentadas mediante ticket, quedan en principio fuera de la factura electrónica obligatoria. **Sí estarán dentro las facturas que el operador emite a empresas:** servicios de vending o café en oficinas, alquiler de máquinas, liquidaciones y comisiones con titulares de ubicaciones. También las facturas que recibe de fabricantes y proveedores. Conviene revisar ya el software de facturación y elegir entre la solución pública y una plataforma privada.

*Fuente:* *BOE-A-2026-20587. Orden HAC/1028/2026, de 2 de octubre*



# Nuevas obligaciones de información en las contrataciones laborales



## ANEDA mantiene informado al sector sobre los cambios normativos que afectan a la gestión de las empresas

Desde el **5 de octubre de 2026** está en vigor una **nueva regulación** que refuerza la información que las empresas deben facilitar a los trabajadores en el momento de su contratación.

La norma amplía el contenido que debe comunicarse sobre aspectos como las **funciones del puesto, la jornada, la retribución, la formación, el convenio colectivo aplicable o determinados procedimientos laborales,** entre otros elementos relacionados con la relación de trabajo.

Aunque estos cambios tienen un alcance general para todas las empresas, resulta especialmente importante que las compañías **revisen sus procedimientos de contratación** para garantizar su correcta adaptación a las nuevas exigencias.

ANEDA ha informado puntualmente a sus asociados sobre las **principales novedades** de esta normativa, proporcionando información práctica para facilitar su cumplimiento y resolver las dudas que puedan surgir en su aplicación.

El seguimiento permanente de la legislación sectorial forma parte del **compromiso de ANEDA** por ayudar a las empresas a anticiparse a los **cambios regulatorios** y desarrollar su actividad con la máxima seguridad jurídica.

Los asociados reciben **información más detallada, análisis específicos, documentación práctica y orientaciones** sobre aquellas novedades normativas que impactan directamente en la gestión diaria de sus empresas.

**Si eres asociado y no has recibido esta comunicación o deseas ampliar la información, puedes contactar a través del correo electrónico: comercial@aneda.org.**

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

AQS ANEDA ·QUALITY SYSTEM·

AVALADO POR: EUROPEAN VENDING & COFFEE SERVICE ASSOCIATION

Arbitrade. · áreaburvending · teika EL BUEN VENDING · vending sierra morena · delikia fresh · Degusta Vending · venty · GALIA VENDING · Herdicasa Naturalmente vending · Horena El gusto por el buen café · IPARVENDING GROUP · lanuza COFFEE & VENDING · ivsiberica.com · mediterránea · ODVENDING · sanven restauración automática · serunion VENDING · VendeMatic · VC Vending Colón · Vending Sierra · XéVENDING



Aneda NOTICIAS

Hazte socio
-
Nuevos socios

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

## ¡Somos tu asociación!

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

**¡Conócelas aquí!**

**Contacta en:** comercial@aneda.org

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

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

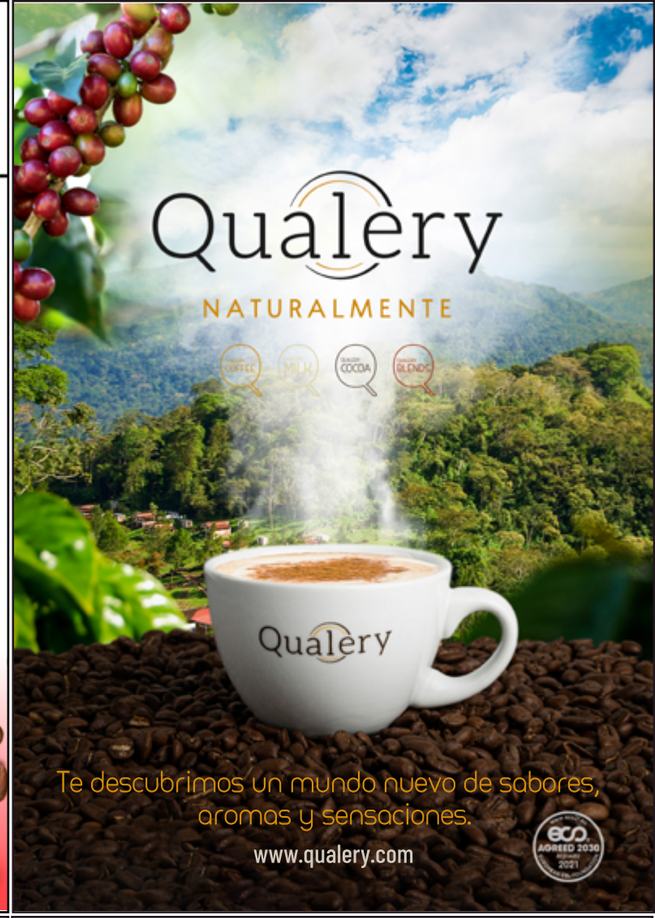
**Hazte socio...** lo agradecerás

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













# ANEDA impulsa la formación con el lanzamiento de su nueva plataforma

## Más de 50 profesionales ya participan en la primera acción formativa impulsada por la asociación

La **formación** es uno de los pilares sobre los que debe construirse el futuro de la distribución automática. Con este objetivo, ANEDA ha puesto en marcha su **nueva plataforma de formación,** una iniciativa creada para ofrecer contenidos específicos, actualizados y adaptados a la realidad de las empresas del sector.

El estreno de esta nueva herramienta ha comenzado con una excelente acogida. **Más de 50 profesionales** se han inscrito ya en el curso de Manipulación de Alimentos y Seguridad Alimentaria en Distribución Automática y Retail Automatizado, una formación diseñada específicamente para las particularidades de nuestra actividad, tutorizada por un formador acreditado y con certificado de aprovechamiento que permite acreditar la formación recibida por el personal.



Este lanzamiento representa un importante paso adelante en el compromiso de ANEDA con la profesionalización del sector. En un entorno cada vez más exigente, marcado por **nuevas normativas, mayores estándares de calidad** y una creciente demanda de especialización, la formación continua se convierte en una herramienta imprescindible para garantizar la competitividad de las empresas y la excelencia de los servicios prestados.

La nueva plataforma nace con vocación de convertirse en un **punto de encuentro para el conocimiento,** facilitando el acceso a contenidos prácticos y especializados para todos los profesionales de la distribución automática. Una herramienta que no solo responde a las necesidades actuales de las empresas, sino que contribuye a preparar al sector para afrontar con garantías los retos del futuro.

ANEDA quiere que esta iniciativa sea abierta, participativa y evolucione junto a las necesidades reales de las empresas. Por ello, invita a todos los profesionales a trasladar sus inquietudes, sugerencias y **necesidades formativas**, contribuyendo así a construir una oferta cada vez más útil y alineada con la realidad del mercado.

La gran respuesta obtenida en esta primera convocatoria demuestra que la formación ocupa un lugar cada vez más relevante en la agenda de las empresas y confirma el interés del sector por seguir avanzando en conocimiento, seguridad, calidad y profesionalización.

**Porque profesionalizar el sector es invertir en su futuro.** Y la formación es, sin duda, una de las mejores herramientas para conseguirlo. Con esta nueva plataforma, ANEDA refuerza su compromiso de acompañar a las empresas y a sus profesionales en ese camino de mejora continua, crecimiento y adaptación a los nuevos desafíos de la distribución automática.

La plataforma está abierta a todos los **profesionales de la distribución automática** que deseen seguir avanzando en su desarrollo profesional y en la mejora de las competencias de sus equipos.

La formación es una inversión en el futuro de las empresas y una **herramienta clave para seguir impulsando la profesionalización,** la calidad y la competitividad del sector. En ANEDA seguimos apostando por ofrecer recursos que ayuden a las empresas y a sus profesionales a afrontar con éxito los retos presentes y futuros de la distribución automática.

**PROFESIONALIZANDO HOY EL VENDING DEL MAÑANA**

Si desea conocer la **oferta formativa disponible** o recibir más información sobre los próximos cursos, puede contactar con nosotros:

**aneda@campus24x7.com**
**941 68 31 96**



# Síguenos.

# Cada seguidor ayuda a dar más voz al sector

ANEDA Noticias y las redes sociales de la asociación son herramientas al servicio de las empresas, sus proyectos y el conjunto de la distribución automática.

Cada noticia publicada, cada iniciativa compartida y cada logro difundido contribuyen a dar **mayor visibilidad a un sector innovador, cercano y esencial** en la vida cotidiana de millones de personas.

ANEDA Noticias se ha consolidado como el canal donde tienen cabida la **actualidad empresarial, la formación, la sostenibilidad, la innovación, la representación institucional y las iniciativas de las empresas asociadas.** Un espacio creado para informar, conectar y poner en valor el trabajo que desarrolla el sector.



Pero para que esa voz llegue más lejos, es fundamental seguir creciendo en alcance. **Cada nuevo seguidor, cada interacción y cada contenido compartido** ayudan a ampliar la difusión de nuestras noticias y a **reforzar la presencia de la distribución automática en el entorno digital.**

Además, los asociados disponen en ANEDA Noticias de una **plataforma para dar visibilidad a sus proyectos, inversiones, reconocimientos, eventos, lanzamientos e iniciativas empresariales,** contribuyendo a mostrar el dinamismo y la evolución constante del sector.

Por eso te invitamos a seguirnos y a compartir nuestros contenidos. Cuantas más personas conozcan la realidad de la distribución automática, mayor será la **visibilidad de nuestras empresas y más fuerte será la voz del sector.**

**ANEDA Noticias:** el escaparate de las empresas y la voz de la distribución automática.

**Gracias por seguir apoyando y participar activamente**

**Síguenos en @anedavending**

**Potenciaremos, daremos visibilidad y difundiremos las bondades de nuestro sector**

@Anedavending



VENDING | HORECA | PERSONALIZACIÓN

DESDE / SINCE 1979
Simat 4.0
INSTANT HOT&COLD SOLUBLE SOLUTIONS
www.simatsolubles.com

Queremos ser **tu fábrica** de solubles

CALIDAD Y SEGURIDAD ALIMENTARIA
REGULARIDAD Y HOMOGENEIDAD
GRAN GAMA DE SOLUBLES
INNOVACIÓN I+D+I
PRODUCTOS COMPETITIVOS




ACV

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

sistiaga



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

MARGEN RECUPERABLE EN TU RED

+ _ %

El margen que hoy se queda en tus espirales de snacks y frescos.
**Solo tus datos pueden calcularlo.**

Conectado a tu ERP y a tu telemetría, el Agente de Myma lo encuentra y lo recupera.

¿Cuál es tu número?

Escanea y escríbenos. Lo calculamos con tus datos y empiezas a recuperarlo con una prueba piloto.

myma

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

# 68 voluntarios de Herdicasa retiran 50 kilos de residuos de la playa de Verdicio

Cerca de 70 personas participaron en la cuarta edición de Mójate contra la Basuraleza, la iniciativa ambiental del Herdicasa que este año tuvo como escenario la playa de Verdicio. Entre trabajadores, jubilados y familiares completaron una recogida que se saldó con 50 kilos de residuos extraídos del arenal y un nuevo récord de asistencia para el proyecto.

**HERDICASA**

La playa de Verdicio fue el enclave escogido por Herdicasa vending, del **Grupo Díaz Carbajosa,** para la cuarta edición de su iniciativa ambiental, *«Mójate contra la Basuraleza»*, consolidada ya como una auténtica tradición dentro del calendario de la compañía. Este año, el buen tiempo y el éxito de campañas anteriores fueron decisivos para que cerca de 70 personas se animasen a sumarse a la actividad, la mayor cifra de asistentes desde el arranque de este proyecto hace 4 años.

La comida previa en donde se reunieron trabajadores, antiguos empleados de la compañía, compañeros jubilados y un buen número de familias con niños sirvió para conversar con calma, ponerse al día y dar la **bienvenida a quienes se sumaban por primera vez a la iniciativa.**

Ataviados con guantes y sacos de basura, los asistentes dedicaron la tarde a limpiar por completo la zona de baño que finalizó con un motín de 50 kilos. Los voluntarios extrajeron principalmente microplásticos y restos de tabaco, además de basura más voluminosa como botellas y metal de aparejos de arrastre.

Con este paso por Verdicio, que toma el relevo de las anteriores limpiezas en **Quebrantos, Xagó y Rodiles,** la iniciativa reafirma su propósito esencial: cuidar de nuestro patrimonio costero mientras se estrechan lazos humanos fuera de las instalaciones de trabajo. Una jornada redonda que dejó la playa más limpia y, sobre todo, la satisfacción de volver a coincidir con **calma, charlar sin prisas y compartir una causa común entre distintas generaciones.**









REPA
A Parts Town unlimited Company

# REPA Iberia inaugura su nueva tienda de recambios en Sevilla

Un punto de encuentro para los técnicos, con todos los recambios en un solo lugar

**REPA Iberia**

*A principios de octubre, **REPA Iberia** celebró la inauguración de su octava tienda de recambios, situada en la zona industrial de Sevilla.*

El acto contó con la asistencia de representantes de **servicios técnicos locales y expertos en recambios de REPA.** La nueva tienda facilita a los técnicos el acceso a las piezas que necesitan para reparar todo tipo de equipos de hostelería, refrigeración, café y vending.

Una tienda de **recambios en autoservicio** para agilizar las reparaciones Diseñada con un formato de «supermercado», la tienda reúne en un solo lugar los recambios que los técnicos necesitan para sus trabajos de mantenimiento y reparación sobre el terreno.

La nueva tienda se suma a los otros **siete establecimientos de REPA en España,** ubicados en Madrid, Barcelona —donde cuenta con dos tiendas—, Málaga, Mallorca, Valencia y Canarias. Abierta desde julio, la tienda de Sevilla ya ha recibido a numerosos técnicos que buscan recambios durante su jornada de trabajo.

**Formación técnica** de la mano de los fabricantes La tienda también acogerá sesiones de formación técnica impartidas por fabricantes de equipos originales (OEM) que colaboran con REPA. En estas sesiones, los técnicos podrán aprender a reparar y mantener correctamente los equipos, con los recambios originales disponibles en la propia tienda. Esta formación ayudará a mantener el rendimiento y prolongar la vida útil de hornos, lavavajillas, freidoras y cafeteras, entre otros equipos.

*«La inauguración de esta nueva tienda en Sevilla es una muestra tangible de nuestra cercanía a los técnicos»*, afirma **Jordi Romagosa,** director general de REPA Iberia, quien añade: *«Además de poder buscar y pedir recambios y accesorios a través de nuestras plataformas digitales, fáciles de usar, y contactar con nuestro equipo de Atención al Cliente y nuestros representantes comerciales por teléfono, chat o correo electrónico, con esta red de tiendas ofrecemos a los técnicos nuevos puntos de contacto para que puedan elegir la solución que mejor se adapte a sus necesidades de reparación».*

Visita su web



# ¿Conoces lo nuevo de Don Simón?




**Llega Don Simón PRO, con 20 g de proteínas listas para tomar.**







**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.**



bitee

# VERSE LAS NOVEDADES DE ESTE UNIVERSO



**Un universo que no tiene límites. Para los que no ven límites. Con sabor indulgente y el RD 315/2025 en mente.**

vendinGO





## Una marca que nace para el vending

***bitee*** nace para los espontáneos, para los atrevidos y está presente en todos los momentos, desde los más pequeños hasta los más grandes. Es la marca de la espontaneidad y del impulso, porque no siempre hace falta un plan, sobre todo para quien está en movimiento y no para.

El valor para hacerte oír, el estrés antes de una reunión importante, los nervios de la primera cita, de las pequeñas victorias a los grandes logros... ***bitee*** **te acompaña en todos ellos.**

Con un universo de snacks cada vez mayor, esta marca está pensada para todos los momentos y para todos los que la consumen. A los ***best-sellers,*** que ya tienen sus fans, se suman ahora las novedades.



## Las estrellas del universo *bitee*

Las estrellas de siempre siguen brillando: de los primeros productos, los **Waffles** y las **Crispy,** la gama fue creciendo hacia lo saludable pero indulgente, con las **Cookies de Granola,** y sumó también propuestas de pastelería, como las **Galletas Húngaras y los Croissants,** llegando incluso a las **Palomitas.**

La última novedad, recién salida del horno, que refleja bien este compromiso con la innovación para el vending, son las **Taro Chips,** un snack de taro en palitos con sabor mediterráneo.

## Recién salido del horno

2026 está siendo un año de evolución para la marca, y hay novedades en camino que conocerás en primicia aquí.

Casi a punto de salir del horno está el **Smash Cake,** un bizcocho de leche y miel en el que lo único esponjoso es, de verdad, la textura.

Los aros del vending también están a punto de llegar: las **Holly**, el snack que nunca falla, galletas crujientes con cobertura de chocolate blanco.

Después, las **Arigato**, sí, has leído bien, las lenguas de gato de bitee, galletas crujientes de canela, un snack práctico que llega al corazón y que vas a querer agradecer con un "arigato" a quien las saque de la máquina.

Y, por último...pero no menos importante, la novedad que te va a dejar **Nuts:** dos mixes de la misma gama, pero muy diferentes entre sí.

Uno, de frutos secos tostados en la dosis diaria recomendada, es un snack saludable y práctico que responde a una tendencia de consumo. El otro, un cocktail mix salado de frutos secos, perfecto como picoteo para compartir (o no).





## La marca que piensa en el RD 315

Detrás de la marca está **vendinGO,** un equipo que conoce las dificultades de los operadores en España y desarrolla productos pensados para cumplir con el Real Decreto 315/2025, sin renunciar a lo que hace especial a bitee.

Cada novedad es fruto de un trabajo exigente: además de cumplir la normativa, tiene que **funcionar en la máquina y conquistar por su sabor.** Lo mejor de todos los mundos, con productos que conquistan al consumidor y más oferta al operador.





## ¿Cuál será la próxima gran novedad?

Como todo universo que se precie, el de bitee tampoco entiende de límites, y lo que te hemos contado aquí es solo una parte de lo que está por venir.

Hay **ideas en marcha, sabores** que todavía no tienen nombre y sorpresas que preferimos guardar un poco más, así que mantente atento, porque la próxima gran novedad puede estar más cerca de lo que imaginas.

**Descubre el universo bitee**















# Microfilter Iberia: innovación y sostenibilidad en el tratamiento del agua para vending, café y hostelería

Más de 15 millones de filtros al año respaldan una apuesta global por la calidad, la eficiencia y la sostenibilidad.

MICROFILTER

En un sector donde la **calidad del agua** resulta determinante para garantizar la excelencia del servicio y la satisfacción del consumidor, Microfilter Iberia, marca registrada de H2O Direct, se ha consolidado como un referente internacional en soluciones de filtración de agua para los sectores del café, vending, hostelería y fuentes dispensadoras.

La compañía ofrece **soluciones personalizadas** basadas en algunas de las tecnologías de filtración más avanzadas del mercado. Su experiencia técnica y capacidad de fabricación en sistemas específicos para aplicaciones profesionales, junto con el desarrollo de tecnologías de carbón block y GAC (Granular Activated Carbon), le permiten responder a las necesidades más exigentes de operadores y empresas.

Con una producción que supera los 15 millones de filtros al año distribuidos en todo el mundo, **Microfilter ocupa una posición destacada en el mercado global** de la filtración de agua. Su apuesta por la innovación y la mejora continua se traduce en productos de alta tecnología que combinan rendimiento, fiabilidad y competitividad.

Además de su **liderazgo tecnológico,** la compañía mantiene un firme compromiso con la sostenibilidad. Su objetivo no solo es aportar valor a sus clientes mediante soluciones eficientes y rentables, sino también contribuir a la protección del medio ambiente a través de tecnologías que favorecen un uso más responsable de los recursos hídricos.
**Microfilter Iberia** cuenta con una sólida implantación en España y Portugal desde sus instalaciones de Rubí (Barcelona), desde donde garantiza un servicio logístico ágil que permite entregar sus productos en un plazo máximo de 48 horas.



Su **reconocimiento internacional** también queda reflejado en su participación activa en las principales asociaciones del sector. La empresa es miembro plenamente auditado de BWCA, EDWCA y AVA, además de formar parte de organizaciones como **EVA, NIVO, ANEDA, ACV, BSA y Watercoolers Europe.**

Gracias a su combinación de **innovación, experiencia, servicio y compromiso medioambiental,** Microfilter Iberia continúa posicionándose como un socio estratégico para las empresas que buscan optimizar la calidad del agua en sus operaciones y ofrecer a sus clientes la mejor experiencia posible.

***"Nuestra misión es proporcionar soluciones de filtración fiables, eficientes y sostenibles que ayuden a nuestros clientes a mejorar la calidad del agua y el rendimiento de sus equipos, generando valor para el negocio y para el entorno."***

MICROFILTER Iberia

## Microfilter Iberia - H2O Direct

## Rubí (Barcelona)

*Soluciones especializadas de filtración de agua para café, vending, hostelería y dispensadores de agua.*







**Contacto:**
**Pedro Riera**
*Country Manager Spain & Portugal*
*663 925 203*
*pedro.riera@h2odirect-europe.com*


Fundación J. García-Carrión

*El esfuerzo de una familia*




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

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





**FORMACIÓN ESPECIALIZADA PARA UN SECTOR EN EVOLUCIÓN**

TPC NETGRUP CONSULTING

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**

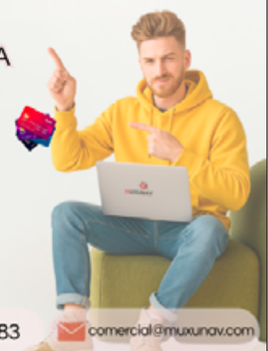


DIGITALIZA **¡GRATIS! HASTA 3 MÁQUINAS VENDING** CON NUESTRO SISTEMA **TELMARKT**

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

Pay · G Pay · bizum

TELEMETRÍA INCLUÍDA DURANTE UN AÑO



MUXUNAV

948-59.69.83

comercial@muxunav.com

# Ñaming presenta su nuevo sándwich PRO de jamón cocido y huevo

**La marca renueva su gama PRO con una receta sencilla y en tendencia, que combina sabores familiares en un formato listo para consumir.**

ÑAMING

Ñaming presenta **Ñaming PRO** de jamón cocido y huevo, una nueva referencia que incorpora a su gama de alto contenido en proteína. Con un aporte de 19 gramos de proteínas por unidad, este lanzamiento refuerza su propuesta de Casual Food para el consumo diario.

La nueva receta combina jamón cocido y huevo en un sándwich pensado para quienes buscan sabor, comodidad y aporte de proteínas. Una opción práctica para una comida rápida, una pausa entre actividades o un consumo fuera de casa.

## La proteína, una tendencia que impulsa la innovación alimentaria

El lanzamiento se enmarca en el creciente protagonismo de la proteína en la alimentación. Según el análisis de NIQ sobre el mercado alimentario español, publicado en abril de 2026, la **proteína figura entre los principales impulsores del crecimiento del sector.**

Con su gama PRO, Ñaming responde a esta tendencia con propuestas que **combinan aporte proteico, sabor y comodidad** en un formato listo para consumir.

## Una nueva receta para una gama consolidada

El nuevo sándwich se incorpora a Ñaming PRO, una gama que ha registrado una excelente acogida desde su lanzamiento. La referencia de jamón cocido y huevo se presenta en un formato individual de 180 gramos.

Este lanzamiento da continuidad a la apuesta de Ñaming por la **innovación en Casual Food,** con nuevas recetas que aportan variedad al punto de venta y se adaptan a los hábitos de consumo actuales.

*Visita su web*



# Finalista en los Premios ARAME 2026: reconocimiento a la innovación y al liderazgo empresarial

La empresaria **Susana García,** al frente de Automáticos Rogar Vending, ha sido reconocida como finalista en los Premios ARAME 2026 en la categoría de **Innovación y/o Creatividad,** un reconocimiento que pone en valor la capacidad de las mujeres empresarias para impulsar proyectos transformadores y generar impacto en el tejido empresarial.

**AUTOMÁTICOS ROGAR**

La distinción, otorgada por la **Asociación de Mujeres Empresarias, Profesionales, Directivas y Gerentes de Aragón (ARAME),** supone un importante respaldo a una trayectoria marcada por la apuesta constante por la innovación, la mejora continua y la búsqueda de nuevas oportunidades de crecimiento dentro del sector de la distribución automática.

Tras conocerse el fallo del jurado, la CEO de Rogar quiso agradecer tanto a **ARAME** como a los responsables de la valoración de candidaturas el impulso que estas iniciativas aportan a la visibilidad del talento femenino en el ámbito empresarial. Asimismo, destacó que este reconocimiento pertenece también a todo el equipo de **Automáticos Rogar Vending,** así como a clientes, colaboradores y personas que acompañan el desarrollo de la compañía día a día.

La gala reunió a destacadas profesionales y empresarias de diferentes sectores, convirtiéndose en un **espacio de encuentro, inspiración y reconocimiento al esfuerzo y liderazgo femenino.** Susana trasladó también su enhorabuena a todas las premiadas y finalistas, resaltando el alto nivel de las candidaturas presentadas y el valor de compartir experiencias con mujeres que contribuyen al desarrollo económico y social desde distintos ámbitos de actividad.

Más allá del resultado final, la empresaria destaca la **experiencia** como una **oportunidad** para seguir avanzando, creando y promoviendo nuevas iniciativas empresariales. Un impulso que reafirma la importancia de la innovación como herramienta para afrontar los retos del presente y construir el futuro de las empresas.

Desde **Automáticos Rogar Vending** consideran este reconocimiento un estímulo para continuar trabajando en proyectos que aporten valor a clientes, usuarios y al conjunto del sector, manteniendo el compromiso con la excelencia, la creatividad y la mejora constante.

*"Me llevo el cariño recibido, los encuentros compartidos y la motivación para seguir impulsando nuevas ideas. Sentirse acompañada por el equipo, la familia, los amigos y los clientes es, sin duda, el mayor premio"*, destacó la empresaria tras el acto.









# Muxugol: la evolución de Muxunav para automatizar los accesos a entornos deportivos

Muxunav extiende su catálogo a los clubes y entidades deportivas con Muxugol, una herramienta que busca automatizar en un único dispositivo desde la venta de entradas hasta los accesos a las instalaciones.




Muxugol facilita la validación de tarjetas, abonos y compra autónoma de entradas integrando el pago mediante **tarjeta bancaria o tecnología contactless, la emisión del ticket** y el posterior acceso al recinto. La solución, lejos de ser un paquete cerrado, se adapta a las necesidades de cada organización deportiva (ya sea profesional, semiprofesional o no profesional). En todos estos casos, busca optimizar los recursos económicos y humanos, apoyándose en la automatización de los procesos.

Asimismo, **Muxugol** sirve como punto de acceso unificado, permitiendo identificar y validar carnés, tarjetas y abonos de socios directamente en el punto de entrada. El proceso se realiza mediante sistemas de lectura por proximidad, facilitando la entrada de los socios y evitando las comprobaciones manuales. De esta forma, se logra agilizar el flujo de espectadores durante los momentos de mayor afluencia.

*La llegada de **Muxugol** extiende la experiencia de la firma en los medios de pago, la automatización y las soluciones desatendidas a los contextos deportivos. Hasta la fecha, las soluciones de la empresa navarra se habían extendido en diferentes sectores como el vending inteligente, las lavanderías, el retail, el gaming o las gasolineras. Para ello, la compañía ha desarrollado una amplia selección de herramientas que buscan transformar los procesos operativos sobre una base tecnológica basada en dispositivos estándar.*

MUXUNAV

# ElPozo Alimentación, reconocida internacionalmente por su apuesta por el deporte

**La compañía recibe el Premio Excelencia en Marketing Deportivo de ‘Patrocina un Deportista’ que reconoce más de cuatro décadas de su compromiso con el deporte**

**EL POZO**

**ElPozo Alimentación** ha recibido el Premio Excelencia en Marketing Deportivo de los galardones internacionales ‘Patrocina un Deportista’. Este reconocimiento destaca su trayectoria de más de cuatro décadas ligada al deporte y una estrategia que conecta deporte, salud y alimentación.

El premio fue recogido por **Pablo Olivares, Chief Marketing Officer (CMO)** de ElPozo Alimentación, durante la gala de la duodécima edición de estos reconocimientos, celebrada en Madrid.

La gala reunió a más de 150 representantes de los ámbitos deportivo, empresarial e institucional. Durante el encuentro se reconoció la trayectoria de deportistas y profesionales, así como la labor de empresas, entidades y proyectos que contribuyen al impulso y desarrollo de los valores deportivos.
La vinculación de ElPozo Alimentación con el deporte se remonta a 1989, con la creación de ElPozo Murcia Fútbol Sala. Desde entonces, ElPozo ha construido una amplia red de alianzas que incluye a destacados deportistas como **Carlos Alcaraz, Pedro Acosta, Fermín Aldeguer, Máximo Quiles, Álvaro Carpe y Ana Carrasco.**

La compañía es también **patrocinadora de la Selección Española de Fútbol,** tanto masculina como femenina, y mantiene su apoyo al Equipo Paralímpico Español, CF Alhama ElPozo, UCAM CB Murcia y Valencia Basket. Su presencia se extiende además a otras disciplinas como el pádel, a través de Liga LAPI y Premier Padel, así como en tenis, mediante su respaldo a jóvenes promesas.

*El compromiso de **ElPozo con el deporte** se ha materializado recientemente con ‘ElPozo Sports Universe’, un nuevo proyecto que reúne bajo un mismo concepto a deportistas de élite, equipos, competiciones e iniciativas deportivas, que comparten una misma visión basada en el compromiso, el esfuerzo y la excelencia.*

*Visita su web*

*Pablo Olivares, CMO de ElPozo Alimentación (derecha), recoge el premio de manos de Juan Cantón, director general de AMKT.*



# Aneda NOTICIAS

"La revista de tu asociación"

ANEDA
VENDING



En breve fechas de actividades.
**ANEDA EXPOCONGRESS -2027- OVIEDO.**

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

@Anedavending

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