

LBF RETAILERS

FOR THE FUTURE

Nº361 / V.1 [2024] www.retailersforthefuture.com

PRIMERO
EN EL
MUNDO



2 ml

999 PUFFS

CERAMIC COIL

FEELM

MAX

TECHNOLOGY



NUEVA

TECNOLOGÍA

COSMIC max

*¡Una nueva versión de su cigarrillo electrónico favorito Cosmic!
Cosmic sabores conocidos y queridos en dos formas.*



AK SMART POD + BATTERY



Elección, elegancia y ajuste perfecto!
¡Personaliza tu AK Smart y sé lo que quieres ser!
¡Elige entre 10 sabores y sé tú mismo!

AK Smart es:

10 sabores de profundidad completa

Compatibilidad con sistemas POD de otros fabricantes

Ahorro (coste del POD hasta el doble de una sola vez)

Ecología - reemplace cartuchos, no cigarrillos electrónicos enteros

Sistema completo AK Smart

Disfruta de nuestro sistema completo: PODs llenos de sabor, acumulados en un cigarrillo electrónico de aluminio, calentados con un potente calentador de bobina de Mesh Coil, batería de cobalto recargable USB-C.





COMPROMETIDOS CON EL ESTANCO
HACIA UNA COMUNICACIÓN 360°



AROMA
KING

MENTOL FRESCO

Este producto contiene
nicotina, una sustancia
muy adictiva. No se
recomienda su consumo
a los no fumadores.

Experimenta una explosión cósmica de sabores en cada bocado,
gracias a la tecnología FEELM MAX (Innovadora Bobina Cerámica),
**hemos ampliado significativamente el placer de fumar un
cigarrillo electrónico TPD, ¡hasta 999 bocados!**

**Mayor resistencia y mayor consistencia de
vapor, todo gracias a su diseño sin algodón**



24 sabores



20 mg/ml



550 mAh



2 ml



Logista
STRATOR

ESTE ESPACIO ESTÁ SIENDO REFORMADO POR STRATOR

Si tu negocio también necesita un pequeño
cambio o una reforma integral, contacta con
strator@logista.es

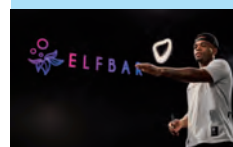


PREMIOS 2024
RETAILERS
FOR THE FUTURE



SUMARIO

- 6 EDITORIAL.
Bienvenidos a 2024
- 8 PREMIOS RETAILERS 2024.
Ya puedes presentar tu candidatura
- 12 REPORTAJE.
Lanzamiento de Elfa Pro, simplemente espectacular
- 14 GENERACIÓN W.
Derribemos paredes de cristal
- 16 GENERACIÓN W.
Inés Cancio: "El saber estar lo puede todo"
- 20 REPORTAJE.
Aroma King Cosmic Max, el vapor que crea una nueva tendencia en España
- 22 REPORTAJE.
Jornada "Las diferentes caras del comercio ilícito y la importancia de la colaboración público-privada"
- 26 ENTREVISTA.
Pedro J. Taurá: "Una nueva era de interrelaciones entre los consumidores, los estancos y los fabricantes"
- 30 REPORTAJE.
Marian Salzman: Tendencias para 2024, en el filo de la esperanza
- 32 CIENCIA.
Reducción del daño del tabaco: vapeadores y bolsas de nicotina
- 34 REPORTAJE.
La prohibición de las bolsitas de nicotina podría perjudicar la salud pública
- 36 REPORTAJE.
Ceremonia de Graduación de la BAT Staff Academy Master
- 52 PROTAGONISTA, EL CIGARRO.
Por Ángel Antonio García Muñoz
Juan López Selección Nº 2: un "tabacón"
- 56 TODO MARIDADO.
Por David Cagigas
VegaFina Nicaragua Estelí.
Paréntesis navideño
- 58 REPORTAJE.
Pedro Merino y François Colombo ganan en el Habanos World Challenge España
- 60 REPORTAJE.
Dona Flor, próxima parada, España
- 66 TRIBUNA LEGAL.
Mónica García se estrena opinando sobre el tabaco. Quiere mas restricciones
- 68 LA ÚLTIMA.
Philip Morris celebra la Navidad con los medios de comunicación



LOS MÁS GRANDES ESTRENAN **LOOKAZO** CON LA CALIDAD DE SIEMPRE



El humo del tabaco contiene más de 70 sustancias cancerígenas.

DIRECTOR

Raúl Rodríguez de Alba

raul.rodriguez@amediciones.es

**MANAGER DE COMUNICACIÓN EXTERNA
Y MARKETING**

Mercedes Cruz Ocaña

mercedes.cruz@amediciones.es

Karina Conde - Generación W

generacionw@amediciones.es

DISEÑO Y MAQUETACIÓN

Pablo Pereda

pablo.pereda@amediciones.es

PUBLICIDAD

publicaciones@amediciones.es

ADMINISTRACIÓN

José Carlos Gómez

josecarlos@amediciones.es

COLABORADORES

Ángel Antonio García Muñoz, Álvaro

Muñoz Robledano, David Cagigas,

Patricia Moreno.

IMPRESIÓN Y FOTOMECAÁNICA

JOMAGAR

DEPÓSITO LEGAL

M - 1406 - 1994. ISSN 2341-3131

DIRECCIÓN WEB

www.retailersforthefuture.com

Am & Reyes
PUBLICACIONES

EDITA

Av. de Manoteras, 24. 28050 (Madrid)

Telfs. 91 716 02 25 Fax 91 657 39 33

www.amediciones.es

A.M. & REYES PUBLICACIONES, S.A.

CONSEJERO DELEGADO

Raimundo de los Reyes-García Martínez

raimundo.reyes@amediciones.es

DIRECTOR EDITORIAL

Raúl Rodríguez de Alba

RETAILERS LBF respeta las opiniones de sus colaboradores, pero no se identifica necesariamente con ellas. Autoriza la reproducción citando la procedencia.

RETAILERS LBF se reserva el derecho de editar, corregir o abreviar cualquier material aceptado para su publicación.

RETAILERS LBF es una publicación destinada exclusivamente a los profesionales del comercio de tabaco, disponible únicamente bajo suscripción.

Usted tiene derecho a acceder a la información que le concierne, recopilada en nuestro fichero, y a cancelarla y/o rectificarla en caso de ser errónea. El envío de estos datos personales supone el consentimiento para que AM y Reyes Publicaciones los incorpore a su fichero automatizado e intransferible de los cuales será responsable para comunicarse con usted en el futuro.

EDITORIAL

RAÚL RODRÍGUEZ DE ALBA

Director

Bienvenidos a 2024

Ya estamos instalados en un nuevo año. 2023 quedó atrás y ya debemos enfocarnos en un año y unos objetivos diferentes que, como de costumbre, nos harán trabajar hasta el límite. No puede ser de otra forma.

El nuevo ejercicio que se abre ante nosotros pasa por ser complicado. Diversas cuestiones se dibujan en el horizonte de 2024 y hemos de estar preparados para lo que va a venir. Pero esto es algo que venimos oyendo desde hace... quizá toda la vida. Porque nuestro mundo del tabaco es así, siempre evolucionando, siempre con nuevos retos que asumir, siempre con nuevos enfoques en su contra.

Este va a ser el año en el que la trazabilidad llegue definitivamente a todos los productos del tabaco, lo que va a suponer un enorme esfuerzo para toda la cadena de valor del sector. En ello está trabajando la Administración del Estado para que sea una realidad lo antes posible.

Por otro lado, llegará también la prohibición del tabaco calentado con sabores. Debería haberlo hecho durante el pasado 2023 (los Estados miembros de la Unión Europea debían haberla trasladado a sus ordenamientos jurídicos antes del 23 de julio y entrado en vigor el 23 de octubre), pero en el caso de nuestro país las circunstancias políticas impidieron que pudiera llevarse a cabo en los plazos marcados por las autoridades europeas.

En breve plazo, en la primera quincena de febrero, van a tener lugar en Panamá unas importantes reuniones para el sector: la COP10 del Convenio Marco para el Control del Tabaco y la MOP3 del Procolo para la Eliminación del Comercio Ilícito de Productos de Tabaco. Ambas reuniones, de incuestionable trascendencia, delimitarán el futuro del sector en los próximos años, tanto en el ámbito del consumo como en el de la salud de los ciudadanos y en el del comercio, decidiendo en ellas acerca de las próximas medidas a las que se verá sometido el tabaco y, por extensión, los productos de nueva generación.

En nuestro país, la nueva ministra de Sanidad, Mónica García, ya ha expresado sus intenciones con relación al tabaco y podríamos ver cómo se limita aún más su consumo tanto en espacios abiertos (terrazas, playas...) como en espacios cerrados (vehículos particulares). O cómo las restricciones y las medidas contra el consumo, especialmente entre los menores, llegan a los productos de nueva generación (vapeadores, pouches de nicotina...).

No, parece que no nos aburriremos en este 2024. Y de todo ello nos haremos eco en LBF Retailers for the Future y el resto de plataformas tanto físicas como digitales que desde A.M. & Reyes Publicaciones ponemos a disposición de todos ustedes. Una completa oferta de comunicación 360° para el estanco que en 2024 volverá a ser indispensable para los profesionales del estanco en nuestro país y para toda la actividad de la industria que se mueve en torno a la Red de Expendedurías de Tabaco y Timbre.



MARLBORO

CRAFTED ARCTIC



LO MÁS COOL DE MARLBORO.

CÓDIGO LOGISTA MARLBORO CRAFTED ARCTIC (20): 3514544

**Fumar perjudica gravemente su salud
y la de los que están a su alrededor**

Premios Retailers 2024

YA PUEDES PRESENTAR TU CANDIDATURA

A partir del 15 de enero ya es posible presentar las candidaturas a las distintas categorías de la 11ª Edición de los Premios Retailers 2024 que otorga la revista LBF-Retailers for the Future, la revista de referencia del sector del tabaco en España. Un plazo de presentación que se prolongará hasta el 15 de marzo y que, una vez finalizado, comenzará la fase de selección de los tres finalistas a cada una de las quince candidaturas, eligiéndose de entre ellas a los quince estancos que este 2024 recibirán los galardones de ganadores en la gran Gala de Entrega de los Premios Retailers 2024 que se celebrará en el Auditorio de la Fundación Rafael del Pino el próximo 30 de mayo.

A sí pues, del 15 de enero al 15 de marzo todos los estancos que lo deseen pueden presentar su candidatura a la convocatoria 2024 de los Premios Retailers.

Como ya viene haciéndose en las últimas ediciones de los Premios Retailers, existen dos fórmulas para la presentación de las candidaturas a cada una de las categorías en las que se encuentran divididos los galardones:

- **En nombre propio**

En este caso, es el titular del estanco el que presenta su candidatura a una o varias cate-

gorías. Para la presentación, LBF ha establecido un cuestionario a través de su página web –retailersforthefuture.com– al que se puede acceder también capturando el código QR que aparece en estas páginas, en el que el interesado ha de completar todos los campos que se exigen para darse de alta como candidato. La no correcta o incompleta cumplimentación de este

cuestionario podrá ocasionar la desestimación de la candidatura.

- **Por recomendación**

Por esta vía, cualquier estanco puede ser presentado a los Premios Retailers en una sola categoría por quien lo considere oportuno, bien sea otro estanco, una asociación profesional del estanco o una compañía patrocinadora, si bien ha de ser indefectiblemente el titular del estanco elegido quien debe cumplimentar el cuestionario al que se accede desde la página web de LBF. Se desestimarán igualmente aquellas candidatu-

PREMIOS 2024 RETAILERS FOR THE FUTURE



El Auditorio de la Fundación Rafael del Pino acogerá la Gala de Entrega de los Premios Retailers 2024, acto que culminará con un cóctel que se celebrará posteriormente en las instalaciones de Fortuny Home Club.

ras que no cumplan los requisitos exigidos en el formulario establecido para el alta oficial como candidato.

Quien decida presentar a un estanco por recomendación deberá comunicárselo al titular del estanco, así como facilitarle la forma de presentar su candidatura oficialmente (se facilitará un código QR de acceso directo al formulario de inscripción en la web). En el caso de que la candidatura sea presentada por una compañía patrocinadora, como vía de fidelización de dichos estancos, lo recomendable es que sea su fuerza de ventas quien lleve a cabo esta

El plazo de presentación de candidaturas a los Premios Retailers 2024, bien sea en nombre propio o por recomendación, deberá realizarse entre el 15 de enero y el 15 de marzo de 2024, siendo obligatorio en ambos casos la correcta cumplimentación del cuestionario que se publicará en la web retailersforthefuture.com

gestión, realizando un seguimiento de ésta a fin de que el candidato lleve a término su presentación oficial. Desde LBF se informará a las compañías de la recepción de las candidaturas presentadas por recomendación con el fin de que tengan constancia de ello y, en caso contrario, puedan seguir realizando las gestiones necesarias para que dicha presentación sea realizada por el candidato propuesto.

ELECCIÓN DE FINALISTAS

Tres candidaturas correctamente inscritas serán elegidas para cada categoría de los Premios Retailers. La elección de dichas candidaturas se llevará a cabo una vez haya finalizado el plazo de inscripción por un Comité de Selección cuya composición se dará a conocer debidamente a lo largo del mes de enero de 2024.

CATEGORÍAS DE LOS PREMIOS 2024

PATROCINADO POR

1.- Estanco con mejor imagen al consumidor

Premio al estanco que tanto por su trayectoria, como por la personalidad de su titular y empleados, su presentación, su concepto de empresa se haya convertido en un referente tanto para el resto de estancos como para los consumidores.

ALTADIS

2.- A la transformación de estanco convencional a Retailer for The Future

Premio a la transformación del estanco de cara a un posicionamiento con vistas a la perpetuación de la actividad del negocio con la incorporación de nuevos productos y servicios compatibles con la de venta de tabacos y productos de riesgo reducido.

JTI

3.- Mejor estanco de productos de tabaco calentado

Premio al estanco con mejor oferta de productos de tabaco calentado, tanto en lo que se refiere a los dispositivos como a los consumibles, así como su presencia diferenciada dentro del establecimiento.

PHILIP MORRIS SPAIN

4.- Estanco más innovador de nueva apertura

Premio a estancieros recién llegados al colectivo que hayan presentado nuevas y diferentes iniciativas que les posicionan como referente de otros estancos en materia de negocio y productos, de aplicación de tecnologías, servicios, etc.

BAT

5.- Estanco con mejor adaptación a las nuevas tecnologías

Premio que se otorga al estanco que haya introducido de forma más eficiente las últimas tecnologías (informatización, digitalización, software...) en relación con los procesos de gestión del establecimiento.

Logista STRATOR

6.- Estanco con mejor visual merchandising de productos de riesgo reducido

Premio que quiere reconocer el esfuerzo del punto de venta por mostrar toda su oferta de productos de riesgo reducido, así como la calidad de su presentación a través de vitrinas, expositores, lineales...

EVO NXT, MALAGA, inter tabac

7.- Estanco con mejor servicio al consumidor en productos de riesgo reducido

Premio al estanco que haya mostrado su compromiso hacia el cliente mediante un servicio personalizado y profesional a través de un equipo humano bien formado en productos de riesgo reducido.

LOST MARY ELFBAR

8.- Estanco con la oferta más completa de vapores

Premio al estanco que presente la más interesante oferta de vapeadores tanto desechables como recargables, así como de todos los productos consumibles necesarios para su funcionamiento (líquidos, resistencias, atomizadores...).

blu

9.- Estanco con mejor oferta de productos de conveniencia

Premio al estanco con mejor y diferenciada oferta de artículos que no son de tabaco ni productos de riesgo reducido y se convierten en una alternativa para el cliente, que los adquiere en él aunque no sea consumidor de productos del tabaco.

Logista RETAIL

10.- Estanco con mejor cava de cigarrillos

Premio que reconoce al estanco que cuente en sus instalaciones con una cava de cigarrillos que resulte atrayente para sus clientes tanto por su diseño como por la variedad de producto ofertado, su cuidado, mantenimiento y atención especializada.

L&T

11.- Estanco con mejor oferta de accesorios y complementos de lujo

Premio al estanco que apuesta por productos de cualquier índole de una categoría superior que les hace diferenciarse del resto, al mismo tiempo que requieren de una mayor profesionalización para su venta.

J.T. Dupont PARIS 1875

12.- Estanco con mejor oferta de artículos para el fumador y sus marcas

Premio al estanco con una variada oferta de artículos para el fumador y sus marcas, tanto clásicas como modernas, desde encendedores a ceniceros, pitilleras, fundas, boquillas, filtros... así como otros productos de marca orientados a estilo de vida.

ZIPPO

13.- Estanco con mejor oferta de picaduras y productos de nuevo nicho de mercado

Premio al estanco que tenga una especial atención a los productos de picaduras (liar, pipa, shisha...), así como de nuevos productos en el mercado (pouches de nicotina...).

14.- Premio Generación W a la mujer estancquera

Premio en reconocimiento a una titular de estanco que se haya convertido en referente o imagen de igualdad de la mujer dentro del sector.

RELX

15.- Premio a toda una vida dedicada al estanco

Premio al estanco o su titular por su trayectoria a lo largo de los años, el relevo generacional, la continuidad de la actividad del establecimiento e implicación en el cambio del sector.

U

La elección de finalistas quedará cerrada el 29 de marzo y se dará a conocer debidamente a través de newsletters que se enviarán a toda la base de datos de estancos durante los meses de abril/mayo, en la propia página web retailersforthefuture.com, así como en la edición de mayo de la revista LBF-Retailers for the Futureson susceptibles de venta en la red de expendedurías.

GALA DE ENTREGA DE LOS PREMIOS

Los Premios Retailers 2024 ya tienen el espacio que acogerá la Gala de Entrega de esta 11ª Edición. Será el próximo 30 de mayo en la Fundación Rafael del Pino, en la calle Rafael del Pino 39, en Madrid, en cuyo espectacular auditorio se reunirá una nutrida representación de toda la cadena de valor del tabaco en España.

Con posterioridad, las instalaciones del Fortuny Home Club, en la calle Fortuny 34, a escasos 100

El 30 de mayo de este año tendrá lugar la Gala de Entrega de los Premios Retailers 2024 en el Auditorio de la Fundación Rafael del Pino, en Madrid.

metros del auditorio, acogerán el cóctel que servirá para conmemorar el encuentro.

PREMIOS RETAILERS

Los Premios Retailers son, desde catorce años en que se celebró su primera edición, el evento más esperado por el sector tabaquero español y con ellos se reconoce la labor diaria que los casi 13.000 estancos de la Red de Expendedurías realizan de forma cada vez más profesional.

Los Premios Retailers 2024 siguen avanzando con el claro objetivo de superar las cifras de participación y de convocatoria que tuvo la edición de 2023.

La presentadora de la Gala de Entrega de los Premios Retailers 2024

PILAR GARCÍA MUÑIZ

Una de las novedades de la Gala de Entrega de los Premios Retailers 2024 va a ser la persona encargada de la presentación del evento. Tras dos ediciones en los que ha estado presentada al unísono por Karina Conde y Sergio Sauca, este año la maestra de ceremonias va a ser Pilar García Muñiz, acreditada periodista de amplia trayectoria.



Pilar García Muñiz, licenciada en Ciencias de la Información (Rama de Periodismo) por la Universidad Complutense de Madrid, inició su actividad periodística en 1992 al mismo tiempo que cursaba sus estudios universitarios.

Durante 20 años (1999 a 2019), trabajó en RTVE, donde presentó todo tipo de formatos, como la primera edición del Telediario y diferentes programas informativos especiales, entre ellos Informe Semanal, Telediario Fin de Semana, El Debate de la 1, España Directo, Más Gente o los Sanfermines. También formó parte del equipo de reporteros de actualidad y enviados especiales de los Servicios Informativos, cubriendo acontecimientos destacados como la muerte del Papa Juan Pablo II, el Tsunami que asoló el sureste asiático, el referéndum del Brexit en el Reino Unido o los atentados de Noviembre de 2015 en París.

Con posterioridad fichó por la Cadena Cope y entre agosto de 2019 y agosto de 2021 co-presentó el programa "Herrera en Cope", junto a Carlos Herrera.

En la actualidad presenta y dirige el programa Mediodía en la Cadena COPE, de lunes a viernes de 13 a 16 horas.

Pilar compagina su actividad periodística con la lectiva, siendo profesora del Máster de Periodismo de la Universidad Francisco de Vitoria, del Máster de Periodismo de Televisión de TVE y la Universidad Rey Juan Carlos, del Máster de RNE y la Universidad Complutense, en los Cursos de Presentación y Locución del Instituto RTVE y en cursos de formación para portavoces.

Una completa informadora (periodista, locutora y presentadora) que a buen seguro realizará un excelente papel durante la Gala de Entrega de los Premios Retailers 2024.

Logista

RETAIL

Juntos hacia
un nuevo desafío

Para más información, contacta con tu comercial o en el teléfono gratuito de atención al cliente 900 338 327

Síguenos en Facebook 

www.logistaretail.es

Logista
RETAIL

Organizado por Elfbar en Zenit The Studio, Madrid

Lanzamiento de Elfa Pro, simplemente espectacular

Elfbar deslumbró a una audiencia de 121 personas con el emocionante lanzamiento de su última creación, Elfa Pro, en el elegante entorno de Zenit The Studio. El evento no sólo ofreció una introducción única al dispositivo, sino que también fue un espectáculo lleno de momentos memorables.

Fotos: David Morales

La velada se inició con una sorpresa para los asistentes: a su llegada: cada uno recibió un Elfa Pro como regalo de bienvenida. Este gesto generoso permitió que los presentes se sumergieran de inmediato en la experiencia única de Elfa Pro, tanto durante el evento como después en la comodidad de sus hogares.

Tras una media hora de interacción libre con Elfa Pro, la atención se centró en el escenario, donde Yao, la carismática presentadora, dio inicio a la parte oficial del programa. Daniel Rodríguez, encargado del departamento de ventas de Elfbar y Lost Mary en España, tomó la palabra para contar la cautivadora historia de la empresa y ofrecer un vistazo a la fascinante línea de productos de ambas marcas.

La presentación continuó con la participación de Iván Ribes, gerente regional de ventas, quien iluminó



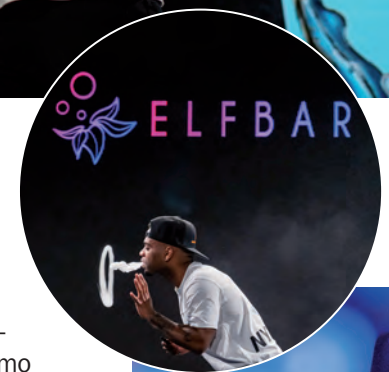
la sala con la innovadora tecnología QuaQ y desglosó las especificaciones de Elfa Pro, explicando detalladamente cómo QuaQ se integra en el dispositivo, los beneficios que aporta y cómo Elfa Pro se distingue en el mercado.

Padraig Ohannrachain, responsable de Ventas y Marketing de Logista Retail, cerró la presentación proporcionando información esencial sobre cómo adquirir Elfa Pro en un futuro cercano. Detalló los puntos de venta y las opciones disponibles para aquellos que deseen sumergirse en la experiencia de vapeo única que ofrece Elfa Pro.

El evento alcanzó su punto culminante con una actuación cautivadora de Jaxell Frias, quien demostró habilidades impresionantes al crear formas sorprendentes con el nuevo Elfa Pro. La combinación de tecnología avanzada y entretenimiento de alta calidad dejó una impresión duradera en la audiencia.



En resumen, el lanzamiento de Elfa Pro en Zenit The Studio fue un éxito rotundo, marcando un hito en la industria del vapeo y consolidando la posición de Elfbar como líder innovador en el mercado.



Jaxell Frias durante su actuación creando formas sorprendentes con el humo de su Elfa Pro.

En las imágenes inferiores, de izquierda a derecha, las intervenciones de Yao, Daniel Rodríguez, Iván Ribes, Sijing y Padraig Ohannrachain.



DERRIBEMOS PAREDES DE CRISTAL

11
FEBRERO

El próximo 11 de febrero se celebrará un año más, el Día Internacional de la Mujer y la Niña en la Ciencia, una fecha promulgada por la Organización de las Naciones Unidas (ONU) en el año 2015, que tiene como objetivo lograr una participación equitativa de mujeres y niñas en la formación y estudios de la ciencia para romper con la brecha de género.

Las mujeres enfrentamos barreras de género desde nuestro proceso formativo y, a lo largo de nuestro desarrollo, vamos sorteando, en la medida de lo posible, otras barrears que nos encontramos tanto en el paso al mercado de trabajo como para sostenernos en una trayectoria laboral.

Desde temprana edad nos vemos condicionadas. Tanto en los ámbitos familiares como sociales y en la educación básica nos dicen que las matemáticas o las ciencias (duras) son actividades de chicos. ¿Cuántas veces hemos escuchado “esto no es para una mujer”?

Estos sesgos culturales también se reproducen en las empresas y en las instituciones científicas en las que nos insertamos luego laboralmente.

Y si bien ahora hay un foco particular en intentar incluir mujeres y tener programas de género, en el mercado laboral hay barreras para nosotras mucho más marcadas en aquellos sectores que tienen un pronunciado sesgo masculino. La ciencia y la tecnología son están entre ellos.

La presencia femenina tiene una mayor acogida en sectores como la salud, la educación y las tareas de cuidado, porque no dejan de ser una representación externa de lo que consideramos tareas de cuidado al interior del hogar. Pero las puertas se abren con mucho recelo cuando tratamos de desarrollarnos en el ámbito de las TICs.

Esta “segregación horizontal” que propicia la participación femenina en algunos sectores y no en otros, es lo que conceptualmente se conoce como “paredes de cristal”.

Muchas veces estas barreras terminan por vencernos y hacernos retroceder y en



LA INCERTIDUMBRE FRENTE A SUS PERSPECTIVAS LABORALES Y LA IMPOSIBILIDAD DE COMPAGINAR LA VIDA PERSONAL Y LA PROFESIONAL, SON LOS FACTORES MÁS FRECUENTES QUE INFLUYEN EN LAS MUJERES A LA HORA DE DEJAR LA CARRERA DE INVESTIGACIÓN

definitiva renunciar al sin fin de oportunidades que presenta este sector.

No debemos olvidar que, hoy la demanda de recursos humanos en este sector es muy grande. Los nuevos puestos de trabajo se van a crear en este sector. Es más, el desarrollo del mundo viene de la mano de la tecnología. Si no ocupamos este espacio, la brecha de género se va a profundizar cada vez más, porque el reconocimiento económico y social vendrá por ese lado.

Para avanzar tenemos que ser cons-

cientes de cuales son las circunstancias que nos hacen retroceder o no intentar estar en el sector. Según un estudio elaborado por Milagros Sáinz, directora e investigadora de grupo GenTIC (Género y TIC: Investigando el Género en la Sociedad Red) de la Universitat Oberta de Catalunya, la incertidumbre frente a sus perspectivas laborales y la imposibilidad de compaginar la vida personal y la profesional, son los factores más frecuentes que influyen en las mujeres a la hora de dejar la carrera de investigación.

En el mismo estudio, 9 de cada 10 entrevistadas afirmaron que consideran que ser madre puede suponer un freno en su desarrollo profesional e impedir que tengan una carrera exitosa, a diferencia de sus compañeros.

Los tiempos de las carreras científicas no coinciden ni se adecuan con los tiempos sociales y biológicos de las mujeres, de ahí que muchas de ellas se queden atrás y ellos

avancen hasta ocupar los cargos con más prestigio.

En los últimos tiempos, varias iniciativas han surgido para concienciar sobre la desigualdad, reivindicando las historias y los hallazgos de muchas científicas que han quedado en la sombra.

Un ejemplo es el movimiento ‘No More Matildas’, una campaña impulsada por la Asociación de Mujeres Investigadoras y Tecnólogas (AMIT) que denuncia la falta

de visibilidad de las científicas y ofrece material académico para incluir algunas de estas grandes figuras en los libros escolares.

“Todavía hoy, en el siglo XXI, las mujeres y las niñas son marginadas en la esfera científica debido a su sexo”, afirmó la directora general de la UNESCO, Audrey Azoulay, sin embargo “las mujeres deben saber que tienen un lugar en la ciencia, la tecnología, la ingeniería y las matemáticas

y que tienen derecho a participar en el progreso científico”.

Para lograr esto será necesario educar en la igualdad, animar a las mujeres a apostar por carreras STEM, mejorar las posibilidades de conciliación familiar, aminorar las barreras que aparecen en el terreno laboral y reconocer y visibilizar el trabajo de las científicas y tecnólogas. Solo así se podrán revertir los datos y paliar la brecha de género que existe en la actualidad.

25
ENERO

DÍA MUNDIAL DE LA MUJER EN EL MULTILATERALISMO

El 25 de enero tendremos un día más para festejar, el Día Internacional de las Mujeres en el Multilateralismo, que surge en el año del 2021 en el marco de la celebración de la 41ª Conferencia General de la Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura (UNESCO), con el objetivo de reconocer el rol esencial que han jugado las mujeres en la promoción de los derechos humanos, la paz y el desarrollo sostenible dentro del sistema multilateral.

El Multilateralismo es un enfoque de política exterior que suele definirse como la colaboración entre varios países en busca de un objetivo común, pudiendo estar implicadas también otras partes como la sociedad civil o el sector privado, así como organizaciones internacionales y no gubernamentales.

El rol de las mujeres que participan de una manera u otra en agendas multilaterales ha sido fundamental en el fomento de la paz y la cooperación internacional entre países para afrontar desafíos globales.

A pesar de que se trata de un reconocimiento bastante reciente, las mujeres han tenido una larga trayectoria en la gobernanza global desde la redacción y firma de la Carta de las Naciones Unidas en 1945, cuando varias mujeres destacables en su puesto firmaron la Carta de las Naciones Unidas, entre ellas la ex primera dama de los Estados Unidos, Eleanor Roosevelt.

Eleanor nació el 11 de octubre de 1884 en el seno de una familia rica e influyente. Su tío Theodore Roosevelt, fue presidente de los Estados Unidos entre 1901 y 1909. A los diez años perdió a su madre y a uno de sus dos hermanos a causa de la difteria y a su padre a causa de la



Eleanor Roosevelt. Foto: United Nations.

depresión y el alcoholismo. Esa infancia marcada por la muerte y una cierta tendencia a la tristeza pudo superarlas gracias a su constante activismo por los derechos humanos y la paz.

La influencia que ejerció sobre ella su tutora en la prestigiosa academia londinense de Allenswood, la educadora feminista francesa Marie Souvestre, la transformó desde temprana edad, en una mujer fuerte, independiente y defensora de las ideas de la igualdad social, racial y de género.

Eleanor se casó con Franklin Delano Roosevelt –o FDR, como sería popularmente conocido tras alcanzar la presidencia de los Estados Unidos–. El matrimonio, que tuvo seis hijos (uno murió al poco de nacer), se convirtió en una asociación política de gran eficacia, todo un ejemplo de conciliación laboral.



“Construir la igualdad mediante el multilateralismo significa, como estamos haciendo hoy, reconocer la función de las mujeres que participan en el multilateralismo y hacer de ellas una fuente de inspiración para todas aquellas que deseen contribuir a este cambio”. Audrey Azoulay, directora general de la UNESCO.

Para Eleanor familia y profesión fueron de la mano.

Franklin escaló rápidamente posiciones en el partido demócrata, pese a proceder de una familia republicana, y en 1929 fue elegido gobernador de Nueva York y cuatro años después ganó las presidenciales de Estados Unidos, convirtiéndose en el presidente número 32 del país.

Eleanor fue muy activa en el partido demócrata y en organizaciones feministas como la Liga de Sindicatos Femeninos y la Liga de Mujeres Votantes, y empezó a publicar columnas de opinión en distintos medios de comunicación.

Pero fue durante la presidencia de Harry Truman, quien la nombró miembro de la delegación estadounidense ante la recién creada Organización de las Naciones Unidas, cuando ella pudo ocupar un papel clave de toma de decisiones que le permitió implementar y configurar agendas multilaterales y así lograr acciones y acuerdos transformadores de género.

El Día Internacional de las Mujeres en el Multilateralismo aboga por una mayor representación de las mujeres en puestos clave de toma de decisión que configuran e implementan agendas multilaterales y también proporciona la posibilidad de una un diálogo intergeneracional entre mujeres líderes dentro del sistema multilateral y una nueva generación de mujeres como futuras lideresas en la gobernanza global.

INÉS CANCIO

“EL SABER ESTAR LO PUEDE TODO”

Inés Cancio es una mujer que transmite potencia. Propietaria de la Expendeduría N° 3 de Guardo (Palencia) y fundadora e interiorista en Oh la Vache Studio (<https://ohlavachestudio.com/estancos/>) ha sido artífice y testigo de la transformación de los estancos en los últimos años.



Casada, pero sin hijos, está muy dedicada a sus múltiples actividades. No sólo de trabajo y profesión está hecha su agenda diaria. También hay lugar para la familia y el deporte. Hace esquí, padel y entrenamiento de fuerza y bicicleta. Y también se hizo tiempo para hablar con Generación W, entre otras cosas, sobre el talento femenino en el sector.

○ : Inés, sabemos que tu estanco es un negocio familiar. ¿Quién lo inició?

Lo inició mi padre hace muchísimos años atrás y yo, cuando hacía falta, le ayudaba a atender, nada más.

○ ¿Cuándo te hiciste cargo del negocio?

Hace 30 años, más o menos. Ya había acabado de estudiar traducción y estaba diseñando joyas. Y a la vez empiezo a

gestionarlo junto a mi padre hasta que él decidió jubilarse y empecé a gestionarlo sola. Tenía a chicas que estaban en el mostrador y yo solamente llevaba la parte de atrás, la de gestión. También ahí empecé a meter tecnología. Comparamos un ordenador y un programa específico.

○ Eres interiorista también. ¿Cómo empezaste?

Llegó un momento que decidimos venirnos a vivir a Cantabria y construimos una casa. Durante la construcción, yo que he sido siempre muy creativa, estaba todo el día ahí. Entonces el arquitecto que diseñó la casa, que era un amigo, me animó a estudiar decoración, diseño de interiores y dirección de obras. Al principio trabajé para otras empresas y llegó un momento que abrí mi propio estudio que está especializado en negocios. Yo no decoro casas, decoro negocios. Es completamente diferente porque lo

que hago es adaptar las necesidades del negocio al espacio.

○ ¿Cuándo comenzaste a hacer interiores de estancos?

Fue a partir de que empezó a abrirse el campo para los estancos y podíamos ya vender otras cosas aparte del tabaco. Ahí yo me di cuenta de que se podían aplicar a los estancos, los mismos conceptos de cualquier negocio de venta de cualquier otro producto. Entonces ya abrí esta otra sección dentro de mi empresa.

○ Primero aplicaste el interiorismo de estancos en el de Guarda...

Exacto. Digamos que auné mi conocimiento del mundo del estanco con el conocimiento del mundo de los negocios de venta de otros productos.

○ ¿Cuáles son las experiencias como estancuero que después te sirvieron para desarrollar tu trabajo como interiorista?

El trato con el cliente, sobre todo. El trato con la gente en el estanco es directo y muy corto en el tiempo. Si sonríes, vendes. Si tú estás serio en el estanco, el cliente ve una barrera. Sabiendo eso, la forma posterior de abrirme a un cliente en interiorismo ha sido completamente diferente. Y eso lo aprendí atendiendo en un estanco.

○ Cuéntame cómo lo has hecho.

Pues, trabajando la empatía y la escucha. Lo primero, una sonrisa. Después, preguntarle al cliente qué necesita y en qué le puedo ayudar. Escuchar. Luego que ha acabado de contarte lo que necesita o cree que necesita... porque a veces el cliente cree que necesita unas cosas, pero tú con tu profesionalidad le muestras que lo que necesita son otras.

○ Por tu experiencia ¿qué crees que necesitan los estancos para ser más funcionales?

Se necesita tener un espacio grande o mayor del típico estanco chiquitito con una cabina para poder vender más cosas. Y luego estudiar muy bien los flujos de movimiento que se llama, que es por dónde pasa el cliente y cómo tiene que pasar. Igual que el que está despachando. Dónde están colocadas las cosas. No es lo mismo tener

los cartones debajo del mostrador que tenerlos en un almacén y tener que desaparecer de la zona de atención al cliente y dejar el estanco solo.

○ ¿Qué imagen crees que hay que transmitirle al cliente?

No sólo es la imagen que quieres transmitir, sino la imagen que te dejan transmitir. Que ahí entramos en otro tema de normativa. Pero en cuanto a lo que hay que transmitirle al cliente, cuantas más referencias le enseñes, más vas a vender. Lo que no le enseñas no lo vas a vender. Entonces, la exposición de los productos es muy importante.

○ Tanto el estanco como tu proyecto de decoración de interiores son dos actividades autónomas. ¿Cuáles han sido para ti, los pros y los contras de ser trabajadora autónoma?

Soy autónoma desde hace tanto tiempo que mi visión siempre es la de una trabajadora autónoma, aunque trabaje dentro de otra empresa. Para mí, una de las partes positivas de ser autónoma es que tienes libertad total ante las decisiones, no tienes que dar cuentas a nadie. Otra ventaja es que tú puedes hacer los horarios que quieras. Desventajas: si te pones enfermo, no

Inés asegura que “a pesar de que yo he vivido en un pueblo donde, en teoría, la gente es más machista, nunca he sentido discriminación. Me parece que la gente agradece mucho la simpatía de las mujeres, que normalmente suele ser mayor que la de los hombres, aunque esto también es un cliché. El saber estar lo puede todo”.

tienes derecho prácticamente a nada y si no ganas bien, los costes de ser autónomo son muy altos.

○ Cuesta mucho el día a día. ¿Qué se podría hacer para mejorar la situación?

Lo primero, juntarnos los autónomos de España para luchar por nuestros derechos, algo que no se ha hecho en la vida.

○ ¿Has participado de la actividad gremial en alguna asociación del sector?





Sí, formo parte de la Unión de Estanqueros de Palencia. Personalmente creo que la Asociación de Palencia se lleva mejor desde que la llevan mujeres. Creo que las mujeres somos más comprometidas y dedicadas con todo. Lo que hacemos, nos metemos a tope. Pero el problema está en la gran diferencia de tener un estanco en un pueblo a tenerlo en una ciudad. En mi caso, la central donde compro tabaco está a 100 kilómetros. Falta en la Asociación la representación de pueblos que estén lejos de la ciudad.

○ *¿Cómo has hecho para poder conciliar tu vida familiar, personal y laboral?*

Estoy casada, pero no tengo hijos, lo que fue fundamental para poder dedicarle tanto tiempo a mis actividades. Tuve la suerte de poder tener a empleados y ellos ya te quitan mucho tiempo de trabajo al día. Y luego tener una muy buena gestión del tiempo. Yo trabajo de 9 a 6 de la tarde y a partir de las 6 corto y hago lo que me apetezca hacer. Esto de forma general, pero luego hay momentos puntuales que tengo que entregar un proyecto y me tengo que

“Creo que a esta nueva generación que tiene ahora 15 años, por ejemplo, se les ha educado ya de una forma más abierta y hablando de igualdad y etcétera. Y en cambio han vuelto un poco hacia atrás. La música que escuchan es súper machista. Cómo se comportan las mujeres en redes, empoderándose desde sus partes físicas, a mí me parece súper machista también”, expone Inés Cancio.

quedar toda la noche trabajando y al día siguiente también.

○ *¿Cómo ves tú, el desarrollo del talento femenino en esta industria tradicionalmente liderada por hombres? ¿Has percibido discriminación por el hecho de ser mujer?*

A pesar de que yo he vivido en un pueblo donde, en teoría, la

gente es más machista, nunca he sentido discriminación. Me parece que la gente agradece mucho la simpatía de las mujeres, que normalmente suele ser mayor que la de los hombres, aunque esto también es un cliché. El saber estar lo puede todo. Y que vean que conoces tu trabajo genera un respeto. Distinto es en el interiorismo...

○ *¿En el interiorismo hay más machismo?*

¡Sí, en el mundo del interiorismo, por supuesto! Lo sientes cuando vas a una obra. Tu primera presencia en la obra es muy importante. Cómo te comportas. Tienes que demostrar que sabes de lo que estás hablando. Que sabes albañilería, que sabes fontanería, que sabes de electricidad. Pero lo tienes que demostrar. De primeras es un poco...

○ *¿Qué opinas de las políticas públicas para lograr la igualdad real?*

Creo que no sirven para mucho porque son políticas teóricas. Se quedan en la teoría y no llegan al pueblo. Como que quieren dejarnos por encima del hombre y para mí no tiene ningún sentido porque somos iguales, con nuestras diferencias.

○ *¿Qué crees que se tendría que hacer para lograr una igualdad real?*

Pues, para empezar que no haya un ministerio de la mujer. Eso ya nos está diferenciando. Para mí la forma sería que hubiera mujeres arriba dirigiendo, pero no por obligación, sino porque nos presentemos a dirigir y nos elijan también. Sin cuotas, porque tal vez no son válidos el 50 % de hombres o el 50% de mujeres que se presentan.

○ *¿Por qué crees que es tan difícil romper el techo de cristal?*

Creo que por la familia. En general, la mujer sigue haciendo más del 50% del trabajo en casa, además de su trabajo fuera de casa. Y esto hace que no tengas más tiempo para hacer otras cosas.

○ *Con respecto a la cultura dentro de la casa, ¿crees que esto pueda tener que ver con la educación?*

Pues no lo tengo claro. Porque fíjate que yo creo que a esta nueva generación que tienen ahora 15 años, por ejemplo, se les ha educado ya de una forma más abierta y hablando de igualdad y etcétera. Y en cambio han vuelto un poco hacia atrás. La música que escuchan es súper machista. Cómo se comportan las mujeres en redes, empoderándose desde sus partes físicas, a mí me parece súper machista también.

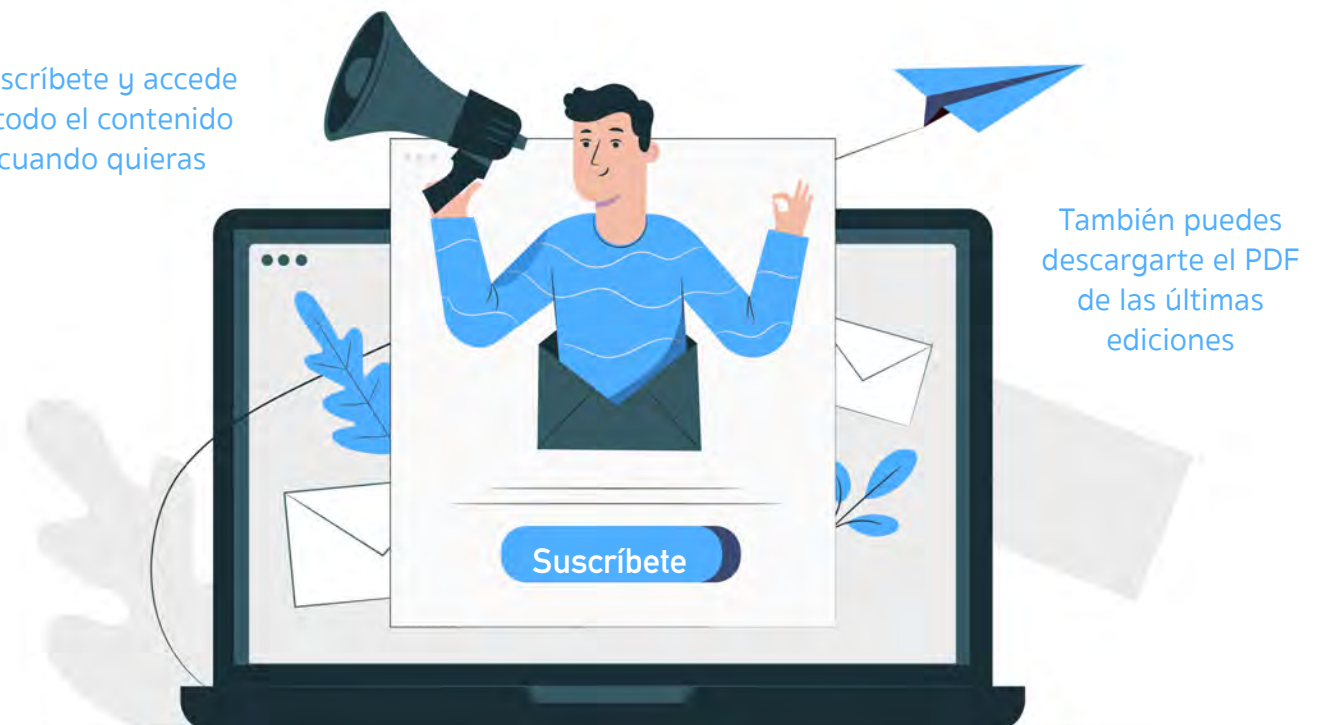
○ *Tal vez estén faltando más referentes femeninos. ¿Cuáles han sido los tuyos?*

Para mí, el mejor referente es mi madre (Teo) y sigue siéndolo. Era una mujer que trabajaba. Educó a 5 hijos y además se ocupaba de la casa. Era profesora de párvulos. Me transmitió el ser independiente a todos los niveles y que lo que sea que estés haciendo lo hagas con todo tu amor y toda tu sapiencia. Desde pequeña hasta el día de hoy sigue siendo mi referente.

○ *¿Qué le dirías a tu Inés niña?*
Confía, todo saldrá bien.

¿Aún NO conoces nuestra página web?

Suscríbete y accede a todo el contenido cuando quieras



También puedes descargar el PDF de las últimas ediciones

Aroma King

cosmic max



**El vapor que
crea una nueva
tendencia en
España**

En un giro sorprendente para el mundo del vapeo en España, **Aroma King**, la marca líder en vapers en Europa, ha consolidado su posición como pionera con la introducción del altamente aclamado Cosmic. Este dispositivo, que ha llegado para transformar la experiencia del vapeo, está rápidamente eclipsando a otras marcas en el mercado español.

El Fenómeno Cosmic

En un momento en que los vapeadores buscan lo último y mejor en tecnología y sabor, el Aroma King Cosmic emerge como el dispositivo que está marcando tendencia en el escenario del vapeo en España. Su diseño innovador, junto con la avanzada tecnología de cerámica única en el mercado, ofrece a los usuarios una experiencia de vapeo incomparable en términos de sabor, intensidad y duración.

Adiós a lo Convencional

Aroma King ha dejado claro que Cosmic no es simplemente un lanzamiento más; es una revolución en sí mismo. Este vapor desechable ha desbancado a otras marcas establecidas al ofrecer una alternativa que combina estilo, innovación y una variedad de sabores que superan las expectativas de los vapeadores más exigentes.

Cosmic: Estilo Personalizado, Sabor Inigualable

Con dos formatos chic, **Cosmic Max** (forma de styler) y **Cosmic Max BOX** (forma de petaca), y una gama de sabores que como el irresistible Blueberry, la exótica Dragon Fruit, la refrescante brisa de Chill Ocean, la dulce fusión de Coconut Banana, la fresca de Green Grape, el equilibrio perfecto de Peach Kiwi, y la intensidad de Lichee Passion Fruit. Cosmic es un dispositivo que lleva la experiencia de vapeo a un nivel superior, como nunca antes habías experimentado.



Seguridad y Calidad Insuperables

Detrás de su atractivo diseño, Cosmic no sacrifica la seguridad ni la calidad. Fabricado con materiales de primera calidad y equipado con una tecnología de última generación, este dispositivo garantiza un

sabor puro y consistente gracias a su innovadora resistencia cerámica, respaldado por una batería de larga duración para un disfrute prolongado.

Aroma King: Innovación en el Corazón de Europa

Aroma King reafirma su compromiso como líder europeo en el desarrollo de vapers. Su equipo de expertos en investigación y desarrollo continúa superando los límites para ofrecer innovaciones tecnológicas y sabores vanguardistas que mantienen a la marca a la vanguardia de la industria.

¿Dónde comprar el nuevo Cosmic?

Todos los productos de Aroma King, están disponibles en estancos, tiendas especializadas en vapers y en la web oficial de la marca en España:

www.aromakingoficial.com

Descubre por qué el nuevo Cosmic se ha convertido en el dispositivo de moda que redefine la experiencia del vapeo en España y deja a otras marcas en segundo plano. Elige lo extraordinario con Aroma King.



cosmic max



AROMA KING Celebra un Exitoso Año de Innovación y Crecimiento en el Mercado de Vapers

Aroma King, la destacada marca de vapers que ha dejado su huella en el panorama europeo desde su fundación en 2019, celebra un año lleno de logros y mejoras significativas. Con su compromiso inquebrantable con la calidad y la innovación, la compañía ha consolidado su posición como líder en el mercado del vapeo, especialmente en España.

La clave del Éxito de Aroma King en España

Aroma King aterriza en España de la mano de dos emprendedores de éxito, Adrian y Xavi, cuya visión y dedicación han sido clave para el posicionamiento y crecimiento de la marca. Gracias a su liderazgo estratégico, Aroma King ha alcanzado el éxito merecido en el mercado español, convirtiéndose en una opción destacada para los amantes del vapeo. El compromiso de Adrian y Xavi con la excelencia y la innovación ha dejado una marca duradera en la industria de vapers en España.

Nuevos Productos y Avances en la Fabricación

Durante este emocionante año, Aroma King se enorgullece de haber lanzado con éxito un nuevo dispositivo, el **Cosmic Max Box**, que ha conquistado el mercado en España, Alemania e Italia. Este producto estrella se suma al éxito continuo de **Cosmic Max**, que ha ganado terreno en diversos mercados europeos, incluidos España, Francia, Bélgica y Austria. La dedicación de Aroma King a la mejora continua se refleja en los avances realizados en su proceso de fabricación. La empresa ha implementado mejoras significativas para ofrecer a sus clientes una experiencia de vapeo aún más placentera y satisfactoria.

Compromiso con la Calidad y la Salud

Aroma King reitera su compromiso con los más altos estándares de calidad y salud en la fabricación de sus productos. Todos los dispositivos de la marca están desarrollados en Europa, bajo estrictos requisitos sanitarios tanto en España como en toda la Unión Europea. Esta garantía asegura a nuestros consumidores la máxima seguridad y confianza al elegir productos Aroma King.

Presencia Nacional y Apoyo a Puntos de Venta

A diferencia de otras marcas, Aroma King cuenta con un sólido departamento de marketing en España, con oficinas estratégicamente ubicadas en Madrid y Barcelona. Este enfoque local permite a la empresa adaptarse y responder de manera ágil a las necesidades del mercado español. Además, Aroma King se enorgullece de proporcionar un soporte integral a todos sus puntos de venta, fortaleciendo así las relaciones con socios comerciales y minoristas.



Colaboraciones Exclusivas y Compromiso con el Éxito

Con la visión de establecerse como la marca de referencia en España, Aroma King ha trabajado estrechamente con grandes artistas y ha llevado a cabo colaboraciones exclusivas. Estas asociaciones especiales no solo elevan la marca, sino que también refuerzan el compromiso de Aroma King con la innovación y la excelencia. En resumen, Aroma King celebra un año lleno de éxitos, avances y colaboraciones que han contribuido a su crecimiento continuo en el mercado de vapers. La compañía se embarca en el próximo año con entusiasmo y determinación, con la firme convicción de seguir siendo la elección preferida para los amantes del vapeo en **ESPAÑA**.



En el marco de la reunión Plenaria de la Mesa del Tabaco

Jornada “Las diferentes caras del comercio ilícito y la importancia de la colaboración público-privada”

La Mesa del Tabaco celebró a finales de año su reunión Plenaria, en cuyo ámbito tuvo lugar la jornada “Las diferentes caras del comercio ilícito y la importancia de la colaboración público-privada”. El evento se centró en la venta ilegal de picadura en la red y el cigarro premium, así como en el alcance del Acuerdo de entendimiento para la prevención y lucha contra el comercio ilícito de tabaco suscrito por el sector con la Agencia Tributaria.

Una de las conclusiones de la jornada, que fue clausurada por la presidenta-directora general de la Fábrica Nacional de Moneda y Timbre, Isabel Valdecabres, fue que la Mesa del Tabaco, a través de la inteligencia artificial aplicada en la lucha contra la venta ilícita de picadura de tabaco online, está consiguiendo resultados muy positivos. Desde enero de 2022, se han desactivado 4.500 anuncios ilegales de picadura de liar –que se oferta también como tabaco picado, crudo o a granel– en internet, lo que supone una tasa de éxito superior al 90%, o lo que es lo mismo, la efectiva eliminación de 9 de cada 10 anuncios detectados. Fundamentalmente, se trata de picadura originaria de los países del este.

La Mesa del Tabaco está firmemente comprometida en la lucha contra el comercio ilícito, ya que este problema afecta a la sociedad y facilita el acceso de los menores. La colaboración público-privada es clave en este esfuerzo conjunto.



Arriba, participantes en la jornada: Águeda García-Agulló, Gema Hidalgo, Manuel Montesinos y David Gómez. En la página derecha, Isabel Valdecabres, presidenta-directora general de la Fábrica Nacional de Moneda y Timbre.



Isabel Valdecabres dijo que el comercio ilícito “es un delito que tiene una trascendencia muy grande. Todos los delitos contra la propiedad intelectual y la propiedad industrial son grandes desconocidos para jueces y magistrados” y que el acuerdo de colaboración entre la Agencia Tributaria y la Mesa del Tabaco “es un caso de éxito y hay que felicitarlos por ello”.

quien la Mesa del Tabaco ha encargado este proyecto. En 2023, Facebook Marketplace ha sido la plataforma con mayor actividad ilegal de este tipo, pero también en la que se ha conseguido suprimir todos los anuncios existentes, gracias a la colaboración con sus gestores, al igual que en Milanuncios. Por el contrario, la eliminación de webs es la más compleja por la profesionalización de quienes están detrás de ellas.

Por su parte, Gema Hidalgo, responsable de Asuntos Legales y Corporativos de Tabacalera, explicó que la falsificación de marcas de cigarros es una realidad en enseñas premium, aunque de difícil cuantificación pues no existen datos consolidados. Se trata de un número de unidades importante, pero es mucho más relevante el valor que esos productos alcanzarían en el mercado legítimo. Recordó que el precio y el lugar de venta de los cigarros son indicadores claros de la procedencia falsa de los mismos, “por lo que el consumidor debe saber que únicamente puede comprar en lugares legítimos, como estancos o establecimientos autorizados al precio publicado en el BOE”.

COMPROMISO Y COLABORACIÓN

La Mesa del Tabaco está firmemente comprometida en la lucha contra el comercio ilícito, pues ocasiona un enorme perjuicio a la sociedad, que a veces no está adecuadamente dimensionado. “Los productos ilegales carecen de cualquier tipo de control; también en su venta, lo que facilita el acceso de los menores”, según señaló Águeda García-Agulló, directora general de la Mesa del Tabaco. Las labores del tabaco tienen una carga fiscal de media cercana al 80% sobre su precio de venta y, por ello, resulta un producto muy atractivo para las mafias, ya que genera gran liquidez. Ello ocasiona también una importante pérdida de la recaudación pública vía impuestos.

La prevención y la lucha contra el comercio ilícito de productos del tabaco es un ámbito prioritario para la Agencia Tributaria (AEAT), tal y como recoge su Plan Estratégico 2020-2023. En este sentido, la colaboración público-privada constituye una pieza clave en todos los ámbitos de la seguridad nacional, según detalló Manuel Montesinos, subdirector General de Operaciones de Vigilancia Aduanera. Así, ahondó en los compromisos de ambas partes en el marco del Acuerdo de Entendimiento suscrito en 2021, que puede convertirse en un instrumento relevante. La colaboración público-privada queda reflejada también en el canal de denuncias por posibles actividades de contrabando tanto por parte de los fabricantes como de personas físicas.



En relación con la oferta ilícita online de picadura, el 83% de los anuncios fraudulentos se detectaron en plataformas de comercio electrónico entre particulares, como Milanuncios, Facebook Marketplace y Tablondeanuncios, según explicó David Gómez, socio director de Baylos, a



Foto de familia de la última reunión Plenaria de la Mesa del Tabaco celebrada el pasado mes de diciembre en Madrid.



Gema Hidalgo: “La falsificación del cigarro premium es una realidad. La lucha contra el comercio ilícito es cosa de todos y el consumidor debe saber que únicamente puede comprar en lugares legítimos al precio publicado en el BOE”.



David Gómez: “El trabajo de la Mesa del Tabaco en este campo es espectacular y gracias a la colaboración entre ellos y la empresa en la que trabajo se está luchando contra la venta ilegal y la venta online de picadura de tabaco y de hojas de tabaco”.



Manuel Montesinos: “Estamos en el buen camino. Creemos que este acuerdo de entendimiento con la Mesa del Tabaco, firmado hace dos años, es un instrumento muy útil y la Agencia Tributaria cree firmemente en la colaboración público-privada”.

Durante la clausura de la jornada celebrada por la Mesa del Tabaco, la presidenta-directora general de la FNMT, Isabel Valldecabres, puso en valor la colaboración entre los distintos departamentos, como por ejemplo la que mantienen con Vigilancia Aduanera, además de con los cuerpos y

fuerzas de seguridad del Estado, frente al comercio ilícito de tabaco. Asimismo, explicó que uno de los ámbitos en los que está trabajando la FNMT es la implementación de las medidas de trazabilidad y seguridad a todos los productos del tabaco a partir del próximo año.



Together for tomorrow! InterTabac 2023

World's Largest Trade Fair
for Tobacco Products and
Smoking Accessories

14 – 16 September
Messe Dortmund
Germany

www.intertabac.com



Secure
ticket now!

inter
tabac

THE INTERNATIONAL
BUSINESS FESTIVAL
FOR NEXT GENERATION
PRODUCTS

EVO
NXT

MÁLAGA



WWW.EVO-NXT.COM

LEADING THE CHANGE.
5 – 6 APRIL 2024
MÁLAGA SPAIN

SAVE THE DATE!

New Generation Tobacco International

PEDRO J. TAURÁ



“UNA NUEVA ERA DE INTERRELACIONES ENTRE LOS CONSUMIDORES, LOS ESTANCOS Y LOS FABRICANTES”

New Generation Tobacco International es una compañía que acaba de nacer e instalarse en nuestro mercado. Tras ella se encuentra Pedro J. Taurá, un joven empresario de ya larga trayectoria en el sector tabaquero español y de reconocido prestigio en el estanco. La nueva compañía, como nos comenta, es fruto de una serie de reuniones con fabricantes de primer nivel mundial durante la última feria InterTabac, celebrada en Dortmund (Alemania), pero también de la buena disponibilidad de las partes y de la excelente predisposición mostrada por la empresa que se encargará de la distribución de sus marcas de vapeo: Logista. ¿Y cuáles son esas marcas? Ignite, ANDS, Upends, Floq y Kiwi.

Fotos: Jonathan Alonso



Pedro J. Taurá comenta que el origen de New Generation Tobacco International (NG Tobacco) se encuentra después del paso atrás en Tobaccoland, en la que era su CEO, y la experiencia personal en la gestión de grupos humanos “nace la idea de una nueva generación de relaciones interpersonales entre la empresa, los empleados, la marca, los estancos y los fabricantes”.

○ ¿Cuál es la filosofía con la que nace NG Tobacco?

Seleccionar los fabricantes que ofrecen un producto tecnológico diferencial y canalizarlo hacia la experiencia del estanco para que exista un feedback de ida y vuelta continuo para que así el consumidor disfrute en el presente lo que el futuro depara en nuestro sector. Porque el vapear es un pasado, un presente y un futuro y por eso los fabricantes que llevamos, además de ser multinacionales, ya están en la fase dos o fase tres que llaman ellos y ya piensan en un futuro.

○ ¿Se puede decir que este 2024 va a ser el año de partida de la empresa en el sector o ya en 2023 tuvieron algún tipo de actividad?

Así es, 2024 es el inicio y el punto de partida de un plan estratégico a 5 años. Conociendo un poco el mercado, nos hemos decantado por un plan a cinco años, en vez de a tres años. NG Tobacco es nicotine pouches, vapeo, etc y NG Tobacco también es el tabaco de toda la vida, es decir, cigarrillos, shisha y, sobre todo, cigarritos. Básicamente lo que son los pilares de la compañía, aunque ahora vemos que el pilar fundamental es el vapeo.

○ ¿Cuáles son los objetivos marcados para 2024?

Que nuestros fabricantes elijan nuestro país para su proyección internacional de marca a medio plazo y convertir al Estanco en el punto de venta de referencia de compra de este tipo de dispositivos. Tenemos confianza absoluta de que disponemos de los recursos empresariales óptimos para conseguirlo.

○ ¿Cuáles son las principales marcas que van a estar representadas bajo el paraguas de NG Tobacco?

Ignite, Upends (una compañía china), ANDS (un grupo de Dubai), Flonq (del grupo Alphabet) y Kiwi (una compañía italiana). Con Ignite lanzamos vapeo y nicotine pouches

y con el resto lanzamos sus propias marcas que son marcas de vapeo desechables y reciclables. Y una de ellas es orgánica en cuanto a tema de componentes. Los formatos son el de vapedor tradicional alargado y el vapedor tipo petaca, además de alguna otra novedad. Ha sido cuestión de dos meses, desde la feria InterTabac de este año, llegar a acuerdos, cuando lo normal es alargarse mucho más en el tiempo. Puedes pensar que es ilógico, pero gracias a que está Logista apoyándonos en la distribución los fabricantes no lo han dudado.

En el tema del reciclado estamos trabajando con Logista para ver la mejor manera de hacerlo. Hay que tener en cuenta el que tenga el menor coste posible, pero el mayor beneficio en el reciclado.

○ ¿Qué más puede comentarnos de estas marcas?

Ignite es la primera marca que lanzamos y es una compañía enorme cuya imagen es Dan Bilzerian, que tiene colocados sus productos de vapeo ya en otros mercados

“El vapear es un pasado, un presente y un futuro y por eso los fabricantes que llevamos, además de ser multinacionales, ya están en la fase dos o fase tres que llaman ellos y ya piensan en un futuro”, explica Pedro J. Taurá.

Europeos y americanos. Es una compañía que va algo más adelantada al resto porque ya está lanzando dispositivos con 8.000 puff para el consumidor. Es una marca absolutamente premium. Tenemos la misma filosofía “New Generation”, productos únicos, cada una en su sector, una marca diferencial dirigida a su nicho comercial concreto.

Un estrategia multianual profesional con grupos humanos jóvenes e involucrados en el crecimiento de sus productos y colocarlos a la vanguardia del mercado.

○ Hacen mención al software inteligente QlikView. ¿Qué puede comentarnos sobre este aspecto?

Nuestra empresa nace junto a una nueva era de interpretación y comunicación de datos. La IA y sus herramientas para que nuestros clientes tengan información

detallada del impacto de sus estrategias de marketing es una de las razones por las que nuestros clientes nos dan el privilegio de trabajar con su marca y sus productos. QlikView es un sistema con el que ya he trabajado en otras

compañías, que va enlazado a Logista y que permite a los fabricantes recibir día a día todas las ventas que se realizan, con todo tipo de datos, y que es un sistema inteligente que marca todo sobre una marca, lo que llamó mucho la atención a los fabricantes porque en otros países es algo que no existe.

○ *Para la distribución de sus productos han confiado en Logista. ¿Qué razones les llevan a esta elección?*

Creo que fue la decisión más sencilla de tomar. Tenemos muy buena relación con Logista desde hace muchos años. No entendíamos esta aventura sin ellos. Una empresa servicial, innovadora e internacional nos pone las cosas muy fáciles en las relaciones logísticas con nuestros clientes y estos están tranquilos de que una empresa con ese prestigio sea la que cuide de sus productos.

○ *¿Cómo está estructurada la compañía tanto en el ámbito directivo como en el de los distintos departamentos? ¿Cuáles son los nombres propios que encabezan el proyecto?*

La empresa está encabezada por mí, como CEO, y por Carlos Solá, antiguo director de Ventas de distintas compañías del sector del azulejo, empresas de más de 1.500 empleados. Es un amigo personal y él es una persona de absoluta confianza a la que le ha ilusionado empezar a trabajar en nuestro sector. Llevará más de cerca todo lo relacionado con ventas y el equipo de ventas.

○ *¿Qué puede comentarnos acerca de la fuerza de ventas de NG Tobacco?*

Es el segundo pilar en el cual se apoya nuestra empresa, el corazón y el alma. La peculiaridad que nos diferencia es que no es homogénea en cuanto a edad o sexo, pero sí en la visión de una nueva era de interrelaciones entre los consumidores, los estancos y los fabricantes. Vamos a tener una fuerza de ventas de treinta comerciales, con algunos de los cuales ya he trabajado con anterioridad.



"Tenemos muy buena relación con Logista desde hace muchos años. No entendíamos esta aventura sin ellos. Una empresa servicial, innovadora e internacional que nos pone las cosas muy fáciles en las relaciones logísticas con nuestros clientes y éstos están tranquilos de que una empresa con ese prestigio sea la que cuide de sus productos".

"Los estancos, y todos sus trabajadores de este nuestro maravilloso sector, es otro pilar fundamental donde se asienta no sólo la estrategia de nuestra empresa, sino de todo el sector", afirma Pedro J. Taurá.

rios para que nuestra marca tenga el privilegio de trabajar codo con codo con nuestros estancieros. Al estanco, lo que estamos ofreciéndole, es algo diferente para que a su vez ofrezca algo distinto al consumidor que también demanda algo diferente. Y no hablo de un producto u otro, sino de un concepto que es el volver a vapear de otra manera y con responsabilidad.

Siempre he defendido al estanco como canal de venta porque me han criado así durante veinte años, no he sabido vender en otro sitio y creo que es el lugar idóneo para nosotros. El vapeo debe ser regulado adecuadamente y el estanco, al final, es nuestro gran cliente y nuestro gran apoyo. De ahí que también queramos trabajar con Logista, que llega a la totalidad de los estancos y apoya la capacidad que tenemos nosotros de visitar a más de 9.000 estancos con nuestros propios medios.

New Generation Tobacco es una compañía española ubicada en Burriana (Castellón) en la que, como definen ellos mismos, "creemos en la ética empresarial y la sostenibilidad, nos esforzamos por promover prácticas comerciales responsables en la industria tabacalera y fomentar relaciones a largo plazo basadas en la confianza mutua".

○ *¿Qué papel va a jugar el estanco de cara a la implantación de NG Tobacco? ¿Qué estrategias van a seguir en relación al estanco para que NG Tobacco sea conocida y para que sus productos tengan relevancia para el sector (presentaciones, formación, cursos...)?*

Los estancos, y todos sus trabajadores de este nuestro maravilloso sector, es otro pilar fundamental donde se asienta no sólo la estrategia de nuestra empresa, sino todo el sector. Es nuestro cliente fundamental, el que prioriza y recomienda tu marca. Con nuestra experiencia hemos aprendido que, si bien es cierto que existe una pequeña homogeneidad de las acciones a realizar en los estancos, cada punto de venta tiene unas necesidades concretas. Por personal, estacionalidad, tipo de clientela, etc. Tenemos los medios humanos y materiales neces-

Logista

RETAIL

Juntos hacia un nuevo desafío

Para más información, contacta con tu comercial o en el teléfono gratuito de atención al cliente 900 338 327

Síguenos en Facebook 

www.logistaretail.es

Logista
RETAIL

MARIAN SALZMAN, VICEPRESIDENTA SENIOR DE COMUNICACIÓN GLOBAL DE PHILIP MORRIS INTERNATIONAL

TENDENCIAS PARA 2024: EN EL FILO DE LA ESPERANZA

Marian Salzman, una de las cazatendencias y comentaristas culturales más influyentes del mundo, trendsetter y vicepresidenta sénior de Comunicación Global de Philip Morris International (PMI), ha publicado su Informe anual de Tendencias bajo el título "Tendencias para 2024: En el filo de la esperanza". Para leer el informe completo, visite MarianSalzman.com

Como explica Marian Salzman, "dependiendo de mi perspectiva y del día en el que estemos, puede parecer que ha pasado una eternidad o sólo un instante desde el día que lancé la primera versión de mi informe anual de tendencias. En ese momento ya llevaba varios años escribiendo boletines de tendencias para agencias, pero mi primer volumen oficial de fin de año se publicó en 1997. El gran descubrimiento de ese año: el azul milenial, un color que evocaba una sensación de infinitud y de paz y que encontró su camino en productos tan diversos como el logo del iMac G3 (¿recuerdas el 'azul Bondi'?) y los paquetes de M&Ms".

"Un cuarto de siglo después, publico mi último informe: "Tendencias para 2024: En el filo de la esperanza". En él, revelo dos docenas de tendencias que espero que den forma a nuestro mundo en el próximo año y en los que le siguen. Existe un hilo invisible que conecta a todas ellas: la búsqueda mundial de la cordura, el consuelo y las soluciones. Ante las crecientes amenazas existenciales en varios frentes, el caos y la desorganización sin límites, y un nivel casi incomprensible de cambio tecnológico, la población del mundo ha tenido suficiente. En 2024, intentaremos recuperar cierto control", añade.

TENDENCIAS DESTACADAS

• Tendencia 1: El surgimiento del quinto poder.

En esta última década han cobrado protagonismo fuentes de poder no tradicionales, como las redes sociales y los blogs. Ahora, como "propietarios" de esta esfera de influencia, los ciudadanos del mundo trabajarán juntos para ejercer este poder para el bien y erradicar la desinformación.



• Tendencia 2: Poniendo freno a la cultura del automóvil.

Al fin la corriente está yendo en contra de los coches con motores de combustión. Ciudades de todo el mundo volverán a situar a las personas en el centro de la planificación urbana a través de zonas peatonales sin coches, párquines reacondicionados, medidas para aminorar el tráfico, incentivos económicos para las bicicletas eléctricas, etc.

EL INFORME RECOGE DOS
DOCENAS DE TENDENCIAS QUE
MARIAN SALZMAN ESPERA QUE
DEN FORMA A NUESTRO MUNDO
EN EL PRÓXIMO AÑO Y EN LOS
QUE LE SIGUEN.

• Tendencia 3: Aprovechando la sabiduría de los ancestros.

En todo el mundo, adoptaremos herramientas y técnicas del pasado recuperando antiguos huertos forestales y prácticas agrícolas para reparar el daño causado por las técnicas modernas de uso del suelo. La sabiduría extraída de las páginas de un antiguo texto médico podría incluso ser la clave para resolver la creciente amenaza de la resistencia a los antibióticos.

• Tendencia 4: Desterrando la biofobia.

Nuestra especie está programada para buscar conexiones con la naturaleza, pero la inmensa cantidad de horas que los humanos modernos pasan en interiores alimenta sentimientos de aislamiento e incluso de miedo al mundo natural. En 2024, que no os sorprenda que más escuelas, gobiernos y comunidades se pongan serios a la hora de sacar a la gente al exterior.

• Tendencia 5: 'A' de analógico.

Mientras las personas continúen resistiéndose a la artificialidad de una vida basada en pantallas, todo lo analógico ganará popularidad. No te sorprendas si ves cámaras de carrete y preciosos artículos de papelería en las listas de deseos de este año.

En la presentación de las tendencias, Marian Salzman explica que "el principal aprendizaje que espero que los lectores obtengan de las observaciones de este año es que, a pesar de todos los retos a los que nos enfrentamos como sociedad, existen muchas razones para tener esperanza y hay señales claras de que las personas están trabajando unidas para poner soluciones a todo lo que nos aflige".



5 DESTACADAS PARA 2024

Las cinco tendencias que Marian Salzman destaca:

- 1.- El surgimiento del quinto poder
- 2.- Poniendo freno a la cultura del automóvil
- 3.- Aprovechando la sabiduría de los ancestros
- 4.- Desterrando la biofobia
- 5.- 'A' de analógico

MARIAN SALZMAN

Marian Salzman asumió el cargo de Senior Vice President, Global Communications, de Philip Morris International (PMI) en abril 2018. Antes de unirse a PMI, Marian Salzman dirigió Havas PR North America desde 2009, primero como presidenta y luego como consejera delegada de Havas PR en 2011. Co-creó y presidió Global Collective, la operación de Havas PR en varios continentes. Marian Salzman previamente había ocupado el cargo de Chief Marketing Officer en la compañía de PR Porter Novelli de 2008 a 2009, CMO en JWT Worldwide de 2005 a 2008, y vicepresidenta ejecutiva y Chief Strategy Officer en Euro RSCG Worldwide (Havas) de 2001 a 2004. Al principio de los años 90, cofundó CyberDialogue, una empresa pionera en el uso de grupos de sondeo online para investigación de mercado. Marian Salzman es licenciada en Sociología con honores por la Brown University.

RETAILERS FOR THE FUTURE



Síguenos en redes sociales



y suscríbete a la newsletter
para recibir las últimas noticias
de nuestro sector



www.retailersforthefuture.com

Brown University

REDUCCIÓN DEL DAÑO DEL TABACO: VAPEADORES Y BOLSAS DE NICOTINA

En el último episodio del podcast de Humans in Public Health, de School of Public Health de la Universidad de Brown (Rhode Island, Estados Unidos), los profesores Jasjit Ahluwalia y Jennifer Tidey, que han dedicado sus carreras a investigar y luchar contra las enfermedades y muertes relacionadas con el tabaco, analizan sus opiniones sobre la reducción de daños y cómo se aplica al panorama moderno de la nicotina.

El episodio de este podcast, titulado "Vapeadores, bolsas de nicotina y la búsqueda por reducir el daño de las enfermedades y muertes relacionadas con el tabaco", una comunicación de carácter mensual presentado por la Facultad de Salud Pública de la Universidad de Brown, ha estado presentado por Megan Hall y en él han intervenido Jennifer Tidey, decana asociada de Investigación y Profesora de Ciencias Sociales y del Comportamiento en la Facultad de Salud Pública de la Universidad de Brown, y también profesora de Psiquiatría y Comportamiento Humano en la Facultad de Medicina

Warren Alpert; y el Dr. Jasjit Ahluwalia, profesor de Ciencias Sociales y del Comportamiento en la Facultad de Salud Pública de la Universidad de Brown y profesor de Medicina en la Facultad de Medicina Warren Alpert.

La Escuela de Salud Pública de la Universidad de Brown se ha ganado una reputación internacional desde la década de los 80 del siglo pasado por producir investigaciones impactantes sobre la adicción a la nicotina y el abandono del hábito de fumar.

Durante el podcast, Jennifer Tidey señaló que "hay mucha confusión acerca de estos productos para



reducir el daño, incluso entre los científicos, pero sabemos que los productos quemados, como los cigarrillos y los puros, son mucho más peligrosos que los cigarrillos electrónicos y las bolsas de nicotina: cosas que no se queman. Lo que la gente realmente no entiende es que no es la nicotina, sino las sustancias químicas de la combustión del tabaco, las que son mortales y causan cáncer".

BROWN UNIVERSITY

Fundada en 1764, Brown es una universidad líder en investigación sin fines de lucro, sede de profesores de renombre mundial y también una institución educativa innovadora donde la curiosidad, la creatividad y la alegría intelectual de los estudiantes impulsan la excelencia académica. El espíritu del plan de estudios abierto de pregrado impregna todos los aspectos de la Universidad. Brown es un lugar donde la erudición rigurosa, la resolución de problemas complejos y el servicio al bien público se definen por la colaboración intensa, el descubrimiento intelectual y el trabajo de maneras que trascienden los límites tradicionales. Como institución privada sin fines de lucro, la Universidad avanza en su misión a través del apoyo de una comunidad comprometida con el compromiso de Brown de promover el conocimiento y marcar una diferencia positiva a nivel local y global.

School of Public Health

Hace más de una década, la Corporación de la Univer-



**School of
Public Health**
BROWN UNIVERSITY

sidad de Brown votó a favor de aprobar una Escuela de Salud Pública unificada, que reúne a investigadores y estudiantes de talla mundial, todos trabajando hacia un objetivo común: mejorar las vidas de las personas en todo el mundo. Epidemiólogos, defensores comunitarios, investigadores del cáncer, científicos del comportamiento y más forman la School of Public Health, heredera del Departamento de Salud Comunitaria de la Universidad de Brown creado en 1971, que abrió su primer centro de investigación en 1982.

El Dr. Ahluwalia, por su parte, señaló que el objetivo debería ser erradicar el tabaco, no la nicotina, pues los productos de reemplazo de nicotina, como las bolsas de nicotina y los vaporizadores, reducen el riesgo de enfermedad y mortalidad y, según él, deberían regularse y estar ampliamente disponibles para los adultos y tanto Tidey como Ahluwalia enfatizan que los vaporizadores no son seguros, pero son significativamente más seguros que los cigarrillos. Y los posibles problemas de salud asociados con el vapeo ocurren después de que se calienta el e-líquido, lo que conduce a su degradación y puede ser dañino. "Y aun así, siguen siendo

TANTO JASJIT AHLUWALIA COMO JENNIFER TIDEY HAN DESCARTADO QUE LOS CIGARRILLOS ELECTRÓNICOS SEAN UNA PUERTA DE ENTRADA AL CONSUMO DE TABACO TRADICIONAL.

más seguros que los cigarrillos", afirmó Ahluwalia.

Sobre si los cigarrillos electrónicos puede suponer una entrada al consumo de tabaco, "al principio, existía una preocupación muy real de que el vapeo pudiera ser una puerta de entrada a los cigarrillos", dijo Ahluwalia. "Pero no resultó ser cierto. La prevalencia del tabaquismo entre adultos jóvenes, especialmente en la adolescencia, es la más baja de la historia: actualmente ronda el 3%, frente al 5% registrado anteriormente. Así que la puerta de entrada nunca ocurrió". Por su parte, Tidey comentó que "es posible que fumar simplemente ya no sea tan atractivo entre los jóvenes, o tal vez los mensajes de salud pública sobre los peligros de fumar hayan sido efectivos. Pero no veo evidencia sustancial que sugiera un efecto claro de entrada entre vapear y fumar cigarrillos".

Sobre los vaporizadores desechables se señalaron sus importantes inconvenientes ambientales, además de que los jóvenes los prefieren estos productos, por lo que el



Arriba, el Dr. Jasjit Ahluwalia, profesor de Ciencias Sociales y del Comportamiento en la Facultad de Salud Pública de la Universidad de Brown y profesor de Medicina en la Facultad de Medicina Warren Alpert. Abajo, Jennifer Tidey, decana asociada de Investigación y Profesora de Ciencias Sociales y del Comportamiento en la Facultad de Salud Pública de la Universidad de Brown, y también profesora de Psiquiatría y Comportamiento Humano en la Facultad de Medicina Warren Alpert.



Dr. Ahluwalia considera más sostenibles los vaporizadores reutilizables.

Ahluwalia expresó cierta frustración porque en lugar de nuevas innovaciones para dejar de fumar, "estamos viendo una presión para prohibir las herramientas que tenemos", por lo que abogó contra las prohibiciones, ya que tienden a conducir

a mercados negros que introducen productos peligrosos al público y pidió la implementación de regulaciones basadas en evidencia que prioricen la seguridad y la salud pública.

Para Jennifer Tidey, "si no fumas, no empieces a vapear. Pero si ya fumas y no se puede dejar de fumar, opta por un producto menos dañino. Es un mensaje más matizado y más difícil de transmitir. No querrás que los niños piensen que vapear es seguro. Al mismo tiempo, los adultos que fuman han interiorizado los mensajes negativos sobre los vaporizadores y ahora se muestran reacios a probar productos que reducen el daño".

"LO QUE LA GENTE REALMENTE NO ENTIENDE ES QUE NO ES LA NICOTINA, SINO LAS SUSTANCIAS QUÍMICAS DE LA COMBUSTIÓN DEL TABACO LAS QUE SON MORTALES Y CAUSAN CÁNCER", SEÑALÓ JENNIFER TIDEY.

El Dr. Ahluwalia subrayó la importancia de permitir que la evidencia científica dé forma al enfoque que se defiende para abordar los problemas relacionados con el tabaquismo. "¿Estamos en una posición moral autoproclamada y socavamos las herramientas que pueden ayudar" —se preguntó— "o nos comprometemos genuinamente a salvar y mejorar vidas? Practicamos la reducción de daños con metadona, cinturones de seguridad, cascos, límites de velocidad, condones, alcohol. ¿Por qué debería ser diferente el tabaco?".

Con una trayectoria de más de 400 manuscritos publicados, Jasjit Ahluwalia se ubica como el cuarto autor más prolífico del mundo en el campo de dejar de fumar. Jennifer Tidey, por su parte, es una autoridad nacional en ciencia reguladora del tabaco y trabaja para proporcionar a la FDA la información que necesita para crear políticas de salud pública basadas en evidencia centradas en los productos del tabaco.

Según recoge el portal THR.net

La prohibición de las bolsitas de nicotina podría perjudicar la salud pública

El portal THR.net (Tobacco Harm Reduction) recoge un artículo en el que se cuestiona si la prohibición que está planteándose la Unión Europea de las bolsitas de nicotina ("nicotine pouches"), una de las nuevas categorías de producto que han llegado hasta nosotros, podría llegar a ser perjudicial para la salud pública. Un artículo que reúne las perspectivas al respecto de destacados expertos en salud pública y reducción del daño del tabaquismo.

El artículo señala que esta información la sacó a la luz el eurodiputado de los Demócratas Suecos, Charlie Weimers, quien expuso un informe oculto de la UE que abogaba por la prohibición y que es un documento que forma parte de los trabajos preparatorios para la actualización de la Directiva de Productos de Tabaco, prevista para 2024.

La publicación de THR.net recoge la reacción del Dr. Delon Human, líder de la iniciativa Suecia Libre de Humo y ex asesor de salud de tres directores generales de la OMS, quien señala que "si esto es cierto y la UE está planeando prohibir completamente una alternativa a los cigarrillos que ha demostrado ser menos dañina, creo que estamos en condiciones de preguntarnos realmente por qué la UE está intentando hacer que se vuelva a fumar. Este tipo de acciones no harán más que obligar a la gente a volver a consumir cigarrillos combustibles", afirma Human.

El artículo pone como ejemplo instructivo el caso de Bélgica, "un país que recientemente prohibió las bolsas orales de nicotina, uno de los productos con daños reducidos que han sido fundamentales para el éxito de la salud pública de Suecia". Y añade que "la prohibición de Bélgica no tiene sentido y es una oportunidad perdida de salvar vidas. Si Bélgica hubiera emulado el enfoque de Suecia para la reducción de daños entre los años 2000 y 2019, se estima que se podrían haber evitado hasta 90.570 muertes relacionadas con el tabaquismo. Esto hace que la prohibición de Bélgica no sólo sea inconsistente, sino trágicamente equivocada".



El Dr. Delon Human, líder de la iniciativa Suecia Libre de Humo, asegura respecto a esta prohibición que "este tipo de acciones no harán más que obligar a la gente a volver a consumir cigarrillos combustibles".



Para Anders Milton, "una propuesta de la UE para prohibir las bolsas de nicotina contradeciría su propia misión de proteger la salud y el bienestar de sus ciudadanos".

El eurodiputado de los Demócratas Suecos, Charlie Weimers, ha señalado la existencia de un informe oculto de la UE que abogaba por la prohibición. El documento formaría parte de los trabajos preparatorios para la actualización de la Directiva de Productos de Tabaco, prevista para 2024.

Y afirma tajantemente que "una prohibición en toda Europa va en contra de la evidencia que muestra cómo las bolsas de nicotina y el snus han sido fundamentales para reducir las tasas de tabaquismo en Suecia, que ahora representa cerca del 5% de la población fumadora, un récord europeo".

También se cita a Anders Milton, un conocido experto en salud pública de Suecia, que comenta: "Una propuesta de la UE para prohibir las bolsas de nicotina contradeciría su propia misión de proteger la salud y el bienestar de sus ciudadanos. El historial ejemplar de Suecia en la reducción de las tasas de tabaquismo debería servir como un estudio de caso sobre lo que se puede lograr cuando se adoptan estrategias de reducción de daños en lugar de descartarse".

Como proclama el artículo de THR.net en palabras de Delon Human, "esta sería una propuesta imprudente si se convierte en realidad y sus resultados definitivamente se verán en nuestros sistemas de salud pública en las próximas décadas en términos de vidas perdidas. Centrémonos en estrategias que han demostrado reducir el daño y salvar vidas, en lugar de tomar decisiones basadas en ideología o información sesgada".

El artículo finaliza señalando que "Suecia Libre de Humo hace un llamamiento a los responsables políticos, a los profesionales de la salud y al público en general para que cuestionen esta propuesta perjudicial y sigan abogando por enfoques basados en evidencia para abordar la crisis del tabaquismo en Europa".



ESCANÉAME
PARA MÁS
INFORMACIÓN



LKBITRONIC

900 118 694 | www.lkbitronic.com

DIGITALIZA TUS COBROS EN EFECTIVO



Aportan seguridad



Son higiénicos



Cuadran la caja



Evitan Errores



CASHKEEPER



cashlogy
by Azkoyen

BAT España y Portugal

CEREMONIA DE GRADUACIÓN DE LA BAT STAFF ACADEMY MASTER

La antigua Real Fábrica de Tabacos de Málaga, hoy un recinto dedicado al Museo Automovilístico de la ciudad andaluza, ha acogido la Ceremonia de Graduación de los estancieros que han cursado en la BAT Staff Academy Master, una iniciativa que, ya en su tercera edición, continúa reforzando el compromiso de BAT por la formación y digitalización del sector del estanco en nuestro país.

La ceremonia de Graduación de esta edición de la BAT Staff Academy Master fue abierta por Xavier Vidal, B2B manager de BAT España y Portugal, quien explicó que la elección de la Real Fábrica de Tabacos de Málaga, se debió a que es *“un sitio histórico de nuestra industria, por el paralelismo entre la evolución constante que experimenta nuestro sector y el cambio que está viviendo el mundo del automóvil. En nuestra industria lanzamos un vapeador y a los tres meses ya está obsoleto. Y esto va a ser constante y por eso a través de la Academy Master queremos ofrecer una información y una formación que os permita entender estos cambios y estar al día en todo lo que son productos de nueva generación”*.

Treinta y tres fueron los estancieros de toda España que participaron en la entrega de los reconocimientos de esta Graduación, si bien han sido muchos más los que han accedido a los programas de formación de BAT Staff Academy Master en esta tercera edición.

Juan José Marco, director general de BAT España y Portugal durante la gala, hizo un repaso de lo que es BAT y su importancia como una de las compañías líderes en bienes de consumo. Una compañía que cuenta con siete centros globales de I+D en los que trabajan más de 1.600 científicos; que está presente en más de 180 mercados con productos que se distribuyen en más de once millones de puntos de venta; con 73 fábricas repartidas por el mundo; que cuenta con una gran capacidad de



integración, pues tiene 138 nacionalidades diferentes a nivel directivo y más de 50.000 empleados, de los cuales más de 250 de más de 18 nacionalidades están en España, donde está presente desde 1990.

BAT está apostando firmemente por las nuevas categorías. Una apuesta por productos que suponen un menor impacto en la salud, un menor daño derivado de la ausencia

Treinta y tres fueron los estancieros que participaron en la entrega de los trofeos de esta Graduación, si bien han sido muchos más los que han accedido al programa de la BAT Staff Academy Master.

de combustión. En una supuesta escala, donde los cigarrillos supondrían el 100% del daño, el tabaco calentado supondría en torno a un 10% y el vapor en torno a un 5%*.

En cuanto a la responsabilidad de la compañía y sus compromisos con el planeta, se refirió a la estrategia HESG (Health, Environment, Sustainability and Governance). *“En todas las grandes empresas es enorme el desarrollo que está teniendo la sostenibilidad y, hoy en día, cualquier fondo valora a todas las compañías que tengan una estrategia de ESG. En BAT la HESG está integrada en toda nuestra estrategia”*.

“Tenemos un objetivo para el año 2030 –añadió–, que es tener 50 millones de consumidores en nuevas



Distintos momentos de la Ceremonia de Graduación, con Juan José Marco (arriba y a la derecha) y Xavier Vidal (izquierda) durante sus intervenciones.

categorías”. Explicó que al cierre de 2023 *“ya se han superado los 24 millones, que son 4 millones más que hace un año. Y continuamos siendo además la única compañía que tiene en España todas las categorías de producto (cigarrillos, picadura, vapeo, tabaco calentado y ahora bolsitas de nicotina)”*.

Explicó que 2023 había sido un buen año para la empresa, con una cuota de mercado hasta ese momento del 10,5% en cigarrillos; y en vapeo, categoría en la que, en 2023, la compañía ha alcanzado una posición de liderazgo: *“personalmente me preocupa bastante ver cómo está vendiéndose en demasiados sitios, demasiado cerca de los menores en algunos casos, con productos que son bastante desconocidos”*. Abogó por mejorar la regulación de



estas nuevas categorías, de tal manera que se garantice el no acceso a menores y la sostenibilidad de las mismas en un entorno responsable. Felicitó a los estancieros por su gran labor y responsabilidad en garantizar un entorno seguro, responsable y sostenible en estas nuevas categorías.

BAT ACADEMY STAFF ACADEMY MASTER

El programa de formación ha estado compuesto por 4 módulos –Evolución de nuevas categorías, Progreso con Vuse, Impulsando vapor y Master of masters– con los que los estancieros participantes no sólo se han informado sobre lo último en el sector del tabaco y de las nuevas categorías, sino que han obtenido un conocimiento útil y valioso tanto del mercado español e internacional para concienciar a sus consumidores y entender las iniciativas que BAT va desempeñando. Una formación que se ha podido realizar vía online a través de la página web www.batacademy.es que ha abarcado contenido de interés dentro de su recinto universitario online, el “Campus BAT”, con información de calidad sobre los productos de potencial riesgo reducido, además de herramientas e información útiles para el estanco, su personal y para ayudar a impulsar sus ventas.

Destacó, en referencia a Vuse, la importancia de crear marca. “La marca es algo que te habla de la calidad del producto y del tipo de producto que es. Si compras cualquier producto de una marca, es sinónimo de una calidad y de una responsabilidad. Por eso estamos tan focalizados en crear marca con Vuse. Este año cumplimos diez años con ella y es nuestra obligación crear la mejor marca del mundo de vapeo y de la que todos nos sintamos orgullosos cuando la vendemos en nuestro estanco”. En este aspecto, manifestó su satisfacción por tener en España la marca número uno del mundo en vapeo, que es VUSE, que cumple con todas las garantías de seguridad y “es un producto íntegro, que no va a dar ningún problema y que el cliente lo va a apreciar”.

EVOLUCIÓN CONTINUA

“La evolución avanza y no para”, afirmó. “En 2024 lanzaremos la marca Veo, que es un producto hecho con una planta de Rooibos con nicotina, producto alternativo para calentar,

Juan José Marco abogó por mejorar la regulación de las nuevas categorías y afirmó que el futuro del estanco está inexorablemente unido a ellas, y les reclamó un liderazgo para llegar a Un Mañana Mejor.

sin presencia de tabaco y con cápsulas de sabores”.

Aseguró que en 2024 BAT reforzará su cartera de productos calentados tanto con Neo como con el lanzamiento de Veo y además expresó su convencimiento en la categoría de modern oral (bolsitas de nicotina), con Velo, siguiendo la estela de otros países de nuestro entorno, tanto entre los consumidores turísticos como locales. “Esta categoría de modern oral es un complemento adecuado a la categoría de vapeo y se está apreciando un alto grado de interacción entre ambas categorías” y expuso que “también para esta nueva categoría abogamos por una regulación que garantice los objetivos mencionados de actitud res-



ponsable y responsabilidad del producto”.

Habló de la sostenibilidad como un problema de mañana que ha pasado a ser una acción de hoy y habló de un programa de recogida de dispositivos desechables que se está implementando en los estancos. “Y es un esquema irrenunciable porque el daño al medio ambiente es una prioridad para nuestra compañía a nivel mundial”.

Afirmó que el negocio del estanco irá a más, “lo que inexorablemente pasa por ir de la mano de las nuevas categorías”. “Pero este ejercicio de construir Un Mañana Mejor es un ejercicio que requiere un enorme liderazgo tanto como empresa y como organización para conseguir vencer a la sociedad y a los gobiernos de la



necesidad de permitir esa evolución. Existen ya una serie de países en Europa que reconocen el riesgo reducido de estas categorías y que han apoyado o integrado estos productos en sus políticas de salud pública. Aspiramos a que España se una a estos

países, admitiendo las diferencias sustanciales entre el tabaco tradicional y estas nuevas categorías y, al mismo tiempo, se considere la diferencia de regulación entre las mismas ayudando de esta manera al consumidor hacia la transición a estos productos de menor riesgo. Esto es todo lo que está detrás de este Mañana Mejor”, concluyó.

*Basado en el peso de la evidencia y asumiendo un cambio completo del tabaquismo. Estos productos no están exentos de riesgos y son adictivos.

LKBITRONIC

900 118 694 | www.lkbitronic.com



UTILIZAMOS LA INTELIGENCIA ARTIFICIAL PARA AUMENTAR LAS VENTAS QUE GENERA TU PANTALLA DE PUBLICIDAD



Incremento de ventas por contrato



Aumento de afluencia, ticket medio y frecuencia de compra



Mejora la experiencia de tus clientes

ESCANÉAME PARA MÁS INFORMACIÓN



Comunicadas mediante una circular a sus asociados

La Unión de Estanqueros alerta de más estafas telefónicas y engaños por correo electrónico

La Unión de Asociaciones de Estanqueros de España ha hecho llegar a sus asociados una comunicación en la que alerta de la aparición de más estafas telefónicas y engaños por correo electrónico protagonizadas respectivamente por una supuesta empresa de paquetería y una entidad financiera de reconocido prestigio.

El comunicado de la Unión Estanqueros explica que, “en el caso del correo electrónico, parece que se trata de puro ‘phishing’. Es decir, mandan el correo con un enlace que, si se accede a él, introduce algún tipo de virus informático en nuestro ordenador. El objetivo: obtener la información personal o bancaria que podamos guardar en el equipo. Antes de pulsar ningún enlace, conviene asegurarse de la procedencia del correo para evitar males mayores”. “En cuanto a la estafa telefónica, el modelo es el habitual. Lllaman al estanco haciéndose pasar por empleados de una empresa de paquetería para enviarles un paquete que debe pagarse inmediatamente. En este caso, utilizan el nombre de la Unión de Estanqueros

RECOMENDACIONES

La Unión de Estanqueros expone en su circular una serie de recomendaciones ante este tipo de estafas y pide precaución ante llamadas imprevisitas y sospechosas, especialmente cuando reclaman algún tipo de pago urgente:

- 1.- Precaución con las llamadas en las que se solicita un pago urgente.
- 2.- Cuidado si se trata de alguien desconocido: habrá que realizar las necesarias comprobaciones con el titular.
- 3.- Hablar directamente con la empresa o entidad que nos lo solicita para confirmar cualquier duda.
- 4.- No realizar pagos, ni facilitar datos personales o comprometidos en este tipo de llamadas telefónicas.

para dar credibilidad al engaño. Pero antes de realizar ningún pago sospecho so que soliciten, es conveniente contras-

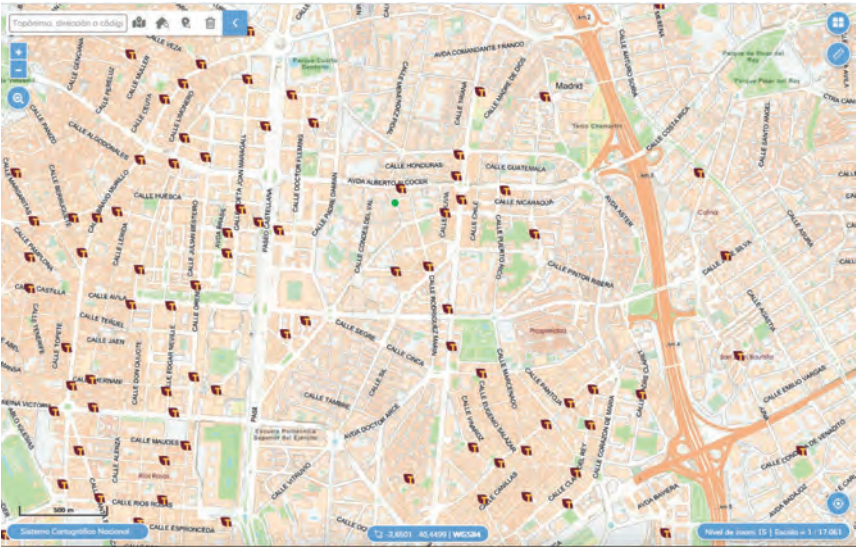
tar la información con la correspondiente Asociación Provincial o directamente con la Unión de Estanqueros”.

Comisionado para el Mercado de Tabacos

Nuevo servicio de geolocalización de expendedurías

El Comisionado para el Mercado de Tabacos ha puesto a disposición de los operadores y de la ciudadanía en general un servicio de geolocalización de las expendedurías de tabaco y timbre del Estado al que se puede acceder a través de su página web y que permite ver la práctica totalidad de la red de expendedurías de tabaco y timbre y su ubicación exacta en el mapa.

El nuevo servicio puesto en marcha por el Comisionado, además de permitir la citada visualización de la totalidad de la red de expendedurías, también posibilita conocer la ubicación de las tres expendedurías más cercanas a un punto determinado, lo que va a facilitar la localización de los tres estancos más cercanos para un establecimiento con Punto de Venta con Recargo. El servicio también permite la generación de un informe con efectos meramente informativos. El enlace al portal web del Comisionado para el Mercado de Tabacos donde acceder a este nuevo servicio es <https://www.hacienda.gob.es/es-ES/Areas%20Tematicas/CMTabacos/Paginas/Red-Expendedurias-y-PVR.aspx>



Organizado por ANDEMA

Primer Foro Europeo de la propiedad industrial

La Asociación para la Defensa de la Marca (ANDEMA) ha organizado el Foro Europeo de Propiedad Industrial que, con el apoyo de la Oficina Española de Patentes y Marcas O.A. (OEPM), se ha celebrado en La Pedrera de Barcelona. La ceremonia de clausura ha contado con la participación de Rosa Tous, presidenta de ANDEMA, y del ministro de Industria y Turismo, Jordi Hereu.

Durante su intervención, la presidenta de ANDEMA ha reivindicado el papel fundamental de las marcas y de la propiedad industrial, no sólo dentro de sus empresas, sino como motor de la economía y del bienestar social por lo que aportan. Desde ANDEMA se ha subrayado la necesidad de la colaboración a nivel europeo y de contar con un marco normativo que permita a las empresas defender, con eficacia y coste razonable, los derechos de propiedad industrial; destacando la implementación y desarrollo de la Digital Services Act en España: “en un mundo digital en el que los activos de mayor valor de las empresas son intangibles, no puede dudarse en otorgar a estos derechos una sólida protección”, ha señalado Tous.

Asimismo, ha animado al Ministerio, a través de la Oficina Española de Patentes y Marcas O.A. (OEPM), a continuar con la buena relación que mantiene con la asociación y a seguir trabajando juntos en proyectos como este encuentro ya que, de acuerdo con la presidenta de ANDEMA “la colaboración público-privada es esencial para lograr objetivos comunes”. Según Rosa Tous, “gracias a la presidencia española del Consejo de la Unión Europea, hemos creado un escaparate hacia Europa del mundo de la propiedad industrial, de lo que aporta a la economía y a la sociedad, y de los retos a los que se enfrentan las empresas”. Durante estos dos días, se han analizado todos los aspectos relacionados con la marca y la propiedad industrial: los retos que plantean la inteligencia artificial o el metaverso, la Digital Services Act, la vulgarización de la marca o el incremen-



Rosa Tous, presidenta de Andema; y Jordi Hereu, ministro de Industria y Turismo en sus intervenciones. En la otra imagen, mesa redonda en la que participó Rocío Ingelmo, directora de Asuntos Corporativos y Legales de Altadis. (Fotos: ANDEMA)

to de la distribución online de falsificaciones. “Un fenómeno que como muchos sabéis provoca la pérdida de más de 50.000 empleos al año y de más de 2.000

rededor de 200 personas, y ha contado con la participación de representantes del sector público y del sector privado, de ámbito nacional, europeo e internacional como: la Comisión Europea, el Ayuntamiento de Madrid o de Zaragoza; la OEPM, la EUIPO (Oficina de Propiedad de la Unión Europea); la Fiscalía General de Estado, Europol, la Policía Nacional, la Guardia Civil, los Mossos d’Esquadra o la Guardia Urbana de Barcelona; INTA (International Trademark Association), la AIM (European Brands Association), Unifab (Union des Fabricants); Inditex, HP, Bimbo, Hijos de Rivera, Osborne, Grupo Aguinaga, Adidas, Atlético de Madrid, Alibaba o RENFE. Rocío Ingelmo, directora de Asuntos Corporativos y Legales de Altadis participó en la mesa redonda junto a David Pallisé Urquiza y Sagrario Rico Segura (del Grupo Bimbo) y Gala Pons (Angulas Aguinaga) en la que se abordaron los riesgos de la vulgarización de las marcas y de los peligros del aumento de las falsificaciones como consecuencia de iniciativas legislativas erróneas.

millones de euros en cuatro sectores clave de la economía en España. Frenar esta lacra es uno de los grandes desafíos para nosotros”, ha señalado Tous. Este año, al encuentro han asistido al-

Como se señaló, las pérdidas generadas por el comercio online de falsificaciones ascienden a 2.000 millones de euros y supone la destrucción de 50.000 empleos anuales.



Sevilla

Intervenidas 27 toneladas de tabaco y dismantelada una organización dedicada al contrabando

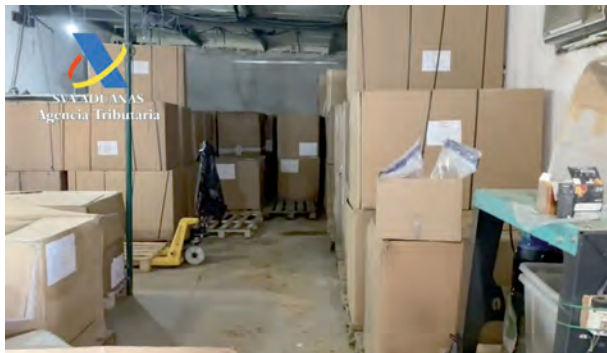
El Servicio de Vigilancia Aduanera de la Agencia Tributaria ha desarticulado una organización criminal dedicada a la fabricación y distribución de grandes cantidades de tabaco de contrabando. Como resultado de la operación, han sido detenidas seis personas por su presunta vinculación con los hechos y el valor de la mercancía intervenida supera los 2 millones de euros.

La operación, denominada 'Viking', se inició en el mes de marzo, cuando agentes de la Unidad Operativa de Vigilancia Aduanera de Sevilla descubrieron un almacén en la localidad de Salteras, donde se estaban almacenando más de 11.000 kilos de tabaco, así como máquinas y cartón para la elaboración de cigarrillos. Con el avance de las investigaciones se pudo localizar el punto donde se procesaba y envasaba el tabaco, que era transportado en camiones desde diferentes países hasta la provincia de Sevilla.

Ya en el mes de diciembre y fruto de las vigilancias efectuadas se observó por los investigadores una furgoneta que salió del centro de picado y fue interceptada en la localidad de Benalmádena con 500 kilos de picadura de tabaco.

FASE FINAL DE LA OPERACIÓN

Una vez reunidos todos los indicios e identificados los miembros de la organización, se decretó la entrada y registro en el inmueble por el Juzgado de Instrucción nº 5 de Sanlúcar la Mayor.



En el registro efectuado se intervinieron más de 13 toneladas de tabaco, así como toda la maquinaria necesaria para su procesamiento, munición de escopeta y diferente documentación. Además, se intervinieron otros 2.500 kilos de tabaco en otra nave utilizada como almacén.

En España aún no se ha trasladado a nuestro ordenamiento jurídico

Prohibición de la Unión Europea de sabores en el tabaco calentado

El 23 de octubre ha entrado en vigor la prohibición establecida por la Unión Europea de comercializar productos de tabaco calentado con sabores recogida en una Directiva Delegada por la que se modifica la Directiva de Productos del Tabaco actualmente en vigor (TPD2) y que supone la retirada de determinadas excepciones aplicadas a los productos de tabaco calentado.

La prohibición fue aprobada el 23 de noviembre de 2022 con la publicación en el Diario Oficial de la Unión Europea de la citada Directiva Delegada, que debía ser trasladada por los Estados miembro a sus respectivas legislaciones antes del pasado 23 de julio. En el caso de España, dicha transposición no se ha llevado aún a cabo y se espera que se haga para este 2024.

La medida equipara los productos de tabaco calentado a los cigarrillos y la picadura de liar y estaba basada en el Informe de la Comisión sobre el establecimiento de un cambio

La prohibición de sabores en el tabaco calentado fue aprobada el 23 de noviembre de 2022 por una Directiva Delegada que modifica la TPD2 actualmente en vigor.

sustancial de circunstancias en relación con los productos de tabaco calentado de conformidad con la Directiva 2014/40/UE, un informe que proporciona información y estadísticas sobre la evolución del mercado que muestran que se ha producido un incremento en el volumen de ventas de estos productos de como mínimo un 10% en al menos cinco países miembros de la UE y que el volumen de ventas al por menor ha superado el 2,5% de las ventas totales de productos del tabaco en la Unión.

Por tanto, desde el 23 de noviembre de 2022 les es aplicable a los productos de tabaco calentado los apartados 1 y 7 del artículo 7 de la Directiva 2014/40/UE que prohíbe la comercialización de productos del tabaco con aroma característico y de los productos del tabaco que contengan aromatizantes en sus componentes como filtros, papeles de fumar, envases, cápsulas o cualquier otra característica técnica que permita modificar el olor o sabor de los productos del tabaco o intensificar su humo. Así como lo previsto en el artículo 11, sobre etiquetado de los productos de tabaco.

Con este conjunto de medidas desde Bruselas se espera que se reduzca el porcentaje de fumadores en la Unión Europea para el año 2040 a menos de un 5%, frente al 25% actual.

Llevado a cabo entre febrero y mayo de 2023

Estudio piloto sobre adicciones en menores de 12 y 13 años

La Delegación del Gobierno para el Plan Nacional sobre drogas ha realizado este año un estudio piloto sobre consumo de alcohol y tabaco y posibles adicciones comportamentales, en jóvenes de 12-13 años (1º y 2º de ESO). Este pilotaje, se ha llevado a cabo de forma simultánea con la encuesta ESTUDES, entre el 5 de febrero al 28 de mayo de 2023, lo cual permite su comparabilidad temporal y metodológica.

Según este estudio piloto, en el que se analizan también las adicciones a las bebidas alcohólicas, las bebidas energéticas e internet, el 8,5% de los alumnos de 12 a 13 años reconoce haber fumado tabaco alguna vez en su vida (6,5% en el último año y 4,1% en el último mes). Se trata de un consumo algo más extendido entre las chicas, que entre los chicos con independencia del tramo temporal analizado.

El estudio señala que la prevalencia de consumo aumenta

Frente al 8,5% de los alumnos de 12 a 13 años que reconoce haber fumado tabaco en su vida, el 25,5% declara haber consumido alguna vez un cigarrillo electrónico.

a medida que aumenta la edad de los estudiantes. Así los resultados de prevalencia de ESTUDES para el grupo 14-18, llegan a quintuplicar los registrados entre los de 12-13 años para el tramo temporal del último mes (de 4,1% a 21,0%).

CIGARRILLOS ELECTRÓNICOS

El estudio piloto llevado a cabo por la Delegación del Gobierno en el Plan Nacional sobre Drogas también pone su foco en los cigarrillos electrónicos y así se señala que uno de cada cuatro estudiantes de 12 y 13 años declara haber consumido alguna vez en su vida cigarrillos electrónicos (25,2%), un 21% en el último año y un 11,2% en el último mes.

Con independencia del tramo temporal analizado, la prevalencia de consumo de los cigarrillos electrónicos es algo superior entre las chicas que entre los chicos.

La edad es un factor clave a la hora de analizar las prevalencias de consumo de cigarrillos electrónicos entre los alumnos más jóvenes de la educación secundaria. Así, los datos registrados para los alumnos de 13 años prácticamente duplican a los de 12 años en el tramo temporal del último mes (14,5% vs 7,6%).

Desde 1975

J. Roig Pañella

Agente de la Propiedad Inmobiliaria

Experiencia, discreción y eficacia
en la venta de estancos en Cataluña y Baleares

Taquígrafo Garriga, 105 • 08029 Barcelona
Móvil: 629 478 404 • jroig@jrpimmobiliaris.com
Tf. 93 322 26 00 • www.jrpimmobiliaris.com

ESTANCOS Y LOTERIAS Servicios de Mediación.

TRASPASOS, ASESORÍA JURÍDICA, GESTORÍA Y OTROS SERVICIOS
Hemos gestionado más de 1.000 Expedientes de Estancos y Loterías LAE en toda España.

Quieres saber, Cuánto Vale Tu Estanco?

No pierdas tu tiempo, solicítanos una Valoración y luego
Fija el PRECIO, que nosotros te lo VENDEMOS.

¿Deudas con Logista, Hacienda, Seg. Social?
Sabemos cómo negociar tus Deudas y evitar el Embargo
de tu Licencia. Podemos salvar tu Negocio de la Subasta

Más de 25 años de experiencia y tradición nos avalan

Whatsapp: 665.67.29.77
Tel: 910228779 / 931158113

TABACOS

Loterías y Apuestas del Estado

Campaña presente en ciudades, playas o eventos con alta concentración de personas

La Mesa del Tabaco distribuye 160.000 ceniceros portátiles con su campaña ‘Depende de TODOS’

El sector del tabaco ha sido durante 2023 un agente activo en la concienciación ciudadana para la prevención de la basura dispersa y las colillas en el suelo. Hasta la fecha, la Mesa del Tabaco ha distribuido más de 160.000 ceniceros portátiles reutilizables en espacios públicos de toda España. A través de su campaña Depende de TODOS, el sector ha estado presente en ciudades, playas o eventos con alta concentración de personas. El objetivo de estas acciones, que comenzaron en 2018, es concienciar a los fumadores de cómo deben desecharse correctamente las colillas.

En este sentido, la distribución de ceniceros portátiles es una iniciativa muy valorada por los ciudadanos como fórmula para concienciar en la prevención de la basura dispersa y se considera que es una solución eficaz para no tirar las colillas al suelo por su practicidad de uso. Prueba de ello es que la utilización de ceniceros portátiles ha crecido notablemente entre los fumadores, al pasar del 25% en 2021 al 40% en 2023. De esta forma, es utilizado habitualmente por cuatro de cada diez, según los datos de una encuesta realizada por Novotec para la Mesa del Tabaco.

Cuatro de cada diez fumadores utilizan de forma habitual el cenicero portátil para depositar correctamente los residuos del tabaco, según una reciente encuesta realizada por Novotec para la Mesa del Tabaco, 15 puntos porcentuales más que hace dos años.



ACCIONES EN ESPACIOS PÚBLICOS
El foco de la campaña ‘Depende de TODOS’ es la concienciación ciudadana en espacios públicos. En el último mes, se

han repartido más de 50.000 ceniceros portátiles reutilizables en Burgos, Madrid y Salamanca, apostando por el ámbito urbano (caso de las dos primeras) y los eventos multitudinarios (en la última). Además de las citadas, en el último año, la campaña se ha desarrollado en Cuenca, Santa Cruz de Tenerife, Santiago de Compostela, Haro, Málaga, Mérida, Murcia o Valladolid. También se han distribuido ceniceros portátiles en eventos multitudinarios como el festival de Murcia Warm Up o el Fan Futura Fest de San Javier. Asimismo, y dando continuidad a las acciones de 2021, que se focalizaron en las basuras marinas en varias localidades costeras, en el verano de 2023 la campaña ha estado activa en las playas malagueñas de Malagueta y Misericordia. Igualmente, en el pasado, también se desarrollaron otras acciones de sensibilización en el punto de venta. Desde la Mesa del Tabaco, recuerdan que el residuo colilla debe depositarse en las papeleras o en el contenedor de restos.

LOS CENICEROS PORTÁTILES, MUY BIEN VALORADOS

El uso de ceniceros portátiles ha experimentado un notable aumento entre los fumadores, siendo utilizado de manera habitual por cuatro de cada diez personas, según revela una encuesta realizada por Novotec para la Mesa del Tabaco. Su uso ha ido creciendo en los últimos años, pasando del 25% en 2021 al 40% en 2023. Las mujeres de mediana edad son quienes más los utilizan. En el marco de las campañas de concienciación para la prevención de residuos, la disponibilidad de ceniceros portátiles es altamente apreciada por la ciudadanía; obtiene una nota media de 8,7 sobre 10. Además, esta medida se considera una solución efectiva para evitar arrojar las colillas al suelo por su comodidad de uso.



El tercer periodo de sesiones de la Reunión de las Partes será en febrero

Protocolo para la Eliminación del Comercio Ilícito de Productos de Tabaco cumple cinco años

El comercio ilícito de productos de tabaco sigue socavando las medidas de control de este producto, lo que supone una amenaza para la salud pública, la seguridad y los ingresos de los Estados. En respuesta a este problema tan preocupante, las Partes adoptaron hace cinco años el Protocolo para la Eliminación del Comercio Ilícito de Productos de Tabaco en virtud del Convenio Marco de la Organización Mundial de la Salud para el Control del Tabaco (CMCT de la OMS).

Con motivo del quinto aniversario de la entrada en vigor del Protocolo, la Reunión de las Partes (su órgano de gobierno) tenía previsto haber celebrado en noviembre pasado su tercer período de sesiones en la ciudad de Panamá, donde revisaría y fortalecería las estrategias transfronterizas destinadas a contrarrestar el comercio ilícito del tabaco. Además estaba prevista la puesta en marcha de un centro mundial de intercambio de información para ayudar a las Partes a vigilar y controlar el movimiento de productos de tabaco con miras a evitar su desvío hacia canales ilícitos. Sin embargo, las reuniones de la COP10 y MOP3 programadas para realizarse entre el 20 y 30 de noviembre pasados, se debieron posponer debido a las acciones de cierre realizadas a nivel nacional a lo interno del país y la posibilidad de la no llegada y abastecimiento de alimentos hasta la capital de la república. Durante la realización de este evento se debieran reunir 183 Estados Parte en el Convenio Marco de los cuales 68 son Partes en el Protocolo, junto con ONG’s y organizaciones intergubernamentales internacionales, observadores de la COP y de la MOP. Según un reciente comunicado, la reunión de la COP10 tendrá lugar entre los días 5 y 10 de febrero de 2024, mientras que la de la MOP3 será del 12 al 15 de ese mes.

EL ORIGEN DEL PROTOCOLO
El Protocolo para la Eliminación del Comercio Ilícito de Productos de Tabaco representa una solución mundial a un problema mundial. El tratado internacional, el primero de estas características, tiene como objetivo eliminar todas las formas de comercio ilícito de productos de tabaco a través de un conjunto integral de medidas que deben aplicar los países cooperando entre sí. El Protocolo se basa en el artículo 15 del CMCT de la OMS, al cual complemen-

Como explica Adriana Blanco Marquizo, jefa de la Secretaría del CMCT de la OMS y del Protocolo, “celebramos cinco años de la entrada en vigor del Protocolo, un tratado todavía joven. Aún queda trabajo por hacer con miras a lograr la aplicación transfronteriza necesaria para el cumplimiento de su objetivo. Aliento a las Partes a ratificar el Protocolo y espero con interés poder continuar trabajando en la aplicación con éxito de este vínculo vital con un futuro saludable y libre de tabaco”.

ta, donde se exige a las Partes que apliquen medidas para contrarrestar el comercio ilícito de productos de tabaco, por ejemplo, medidas de control de la cadena de suministro y cooperación en la aplicación de la ley y el enjuiciamiento penal. El artículo 4 del Protocolo se basa en las disposiciones del artículo 5 del CMCT de la OMS, incluidas las del artículo 5.3 sobre la necesidad de que las Partes protejan las políticas de control del tabaco de los intereses comerciales y otros intereses creados de la industria tabacalera. Además, en él se solicita explícitamente a las Partes que garanticen la máxima transparencia posible con respecto a cualquier interacción con la industria tabacalera, y en el artículo 8.12 relativo a los sistemas de seguimiento y lo-

Las pérdidas financieras sufridas por los gobiernos debido al comercio ilícito de productos del tabaco son sustanciales puesto que no se recaudan derechos de aduana ni impuestos especiales sobre estos productos. Según cálculos recientes, la eliminación del comercio de cigarrillos ilícitos podría generar unos ingresos mundiales anuales de unos 47.400 millones de dólares.



calización se establece que las obligaciones asignadas a una Parte no serán cumplidas por la industria tabacalera ni delegadas en ésta. Después de negociarse durante varios años, el Protocolo entró en vigor el 25 de septiembre de 2018, y actualmente participan en su aplicación 67 Partes. El Protocolo no solo ayuda a las Partes a proteger los logros alcanzados en el marco del CMCT de la OMS, sino que en él se tratan también cuestiones clave como la delincuencia organizada transnacional, la corrupción, el blanqueo de dinero, la seguridad nacional, las pérdidas de ingresos públicos, la pobreza y las enfermedades relacionadas con el tabaco. El Protocolo se alinea con la Agenda 2030 para el Desarrollo Sostenible de las Naciones Unidas, específicamente con el Objetivo 16 de promover la paz, la justicia y unas instituciones sólidas. El comercio ilícito, a menudo asociado con la delincuencia organizada, supone un desafío importante en el logro de este objetivo. Al combatir el comercio ilícito de productos de tabaco, el Protocolo contribuye a una mejor gobernanza, a reforzar las capacidades de aplicación de la ley y a la cooperación internacional en la lucha contra la delincuencia organizada.

LOGISTA

CIERRE DEL EJERCICIO FISCAL 2023 CON UN INCREMENTO DEL BENEFICIO NETO DEL 37%

Logista, uno de los mayores operadores logísticos de Europa especializado en la distribución a canales de proximidad, acaba de anunciar sus resultados anuales del ejercicio fiscal 2023, que finalizó el 30 de septiembre, en los que obtuvo un beneficio neto de 272 millones de euros, acumulando un incremento del 37% comparado con el ejercicio anterior. Su beneficio de explotación ajustado ha registrado un crecimiento del 17% hasta alcanzar los 366 millones de euros.

En cuanto a las ventas económicas, la compañía alcanzó 1.684 millones de euros, un 36% más comparado con el ejercicio anterior, mientras que los ingresos experimentaron una subida del 8% respecto al mismo periodo del 2022, hasta alcanzar los 12.428 millones de euros.

El ejercicio 2023 supone un hito en la ejecución de la estrategia de diversifica-

EL DIVIDENDO TOTAL PROPUESTO PARA EL EJERCICIO 2023 SUPONE UN TOTAL DE 245 MILLONES DE EUROS (1,85 EUROS POR ACCIÓN), LO QUE REPRESENTA UN AUMENTO DEL 34% RESPECTO AL REPARTIDO EN EL EJERCICIO ANTERIOR (1,38 EUROS POR ACCIÓN).

ción de Logista, alcanzando por primera vez el 50% de sus ventas económicas en negocios no tabaco.

El dividendo total propuesto para el ejercicio 2023 supone un total de 245 millones de euros (1,85 euros por

1.684M€

de Ventas Económicas, un 36% superior al año anterior

366M€

de Beneficio de Explotación Ajustado, 17% vs. el ejercicio anterior.

272M€

de Beneficio Neto con un aumento de un 37%

cción), lo que representa un aumento del 34% respecto al repartido en el ejercicio anterior (1,38 euros por acción).

Iñigo Meirás, consejero delegado de Logista, ha destacado que *“el ejercicio fiscal 2023 muestra un punto de inflexión en la ejecución de nuestra estrategia de diversificación, habiendo alcanzado por primera vez un 50% de las ventas económicas provenientes de negocios no tabaco. Seguiremos buscando oportunidades de diversificación que nos permitan continuar ejecutando nuestra estrategia”*.

RESULTADOS POR REGIÓN

En Iberia (España, Portugal y Polonia), las ventas económicas han alcanzado los 1.093 millones de euros, tras un aumento del 58% respecto al ejercicio 2022. En cuanto a los ingresos, la compañía alcanzó los 4.473 millones de euros registrando un crecimiento del 20% en esta región.

En Italia, las ventas económicas han alcanzado los 370 millones de euros, registrando un aumento del 12% frente al ejercicio anterior. Por otro lado, la compañía

COMPROMISO CON LA SOSTENIBILIDAD

Logista ha sido incluida por sexto año consecutivo en la “A List” de CDP, que reconoce a las empresas líderes globales en la lucha contra el cambio climático, siendo el único distribuidor europeo que logra figurar en esta lista durante seis años consecutivos. CDP también ha reconocido la labor de Logista como impulsor del cambio sostenible a través de su cadena de valor y la ha incluido en la categoría de Supplier Engagement Leader. Además, la firme apuesta de Logista por la sostenibilidad ha sido reconocida, en octubre de 2022, por Sustainalytics, uno de los líderes en la evaluación de la Responsabilidad Social Corporativa y el Gobierno Corporativo a nivel mundial. Tras evaluar los criterios ESG de la Compañía, le ha otorgado una clasificación de riesgo ESG de 13,7 puntos, por lo que considera que se encuentra en Riesgo Bajo de experimentar impactos financieros materiales por factores ESG y le otorga la acreditación como Industry TOP RATED 2022 –que valora el alto desempeño en su sector fuera del universo de cobertura integral de Sustainalytics–, consiguiendo una de las 50 mejores calificaciones de la industria del Transporte. También como resultado del firme compromiso con la Responsabilidad Social Corporativa, Logista ha conseguido un año más situarse entre los líderes del sector al ser reconocida en 2022 con un rating de MSCI de AA, cuya escala es AAA-CCC. Logista, además, forma parte del índice FTSE4Good IBEX, integrado por compañías que demuestran sólidas prácticas en materia ambiental, social y de gobierno corporativo y del Ibex Gender Equality. También se incorporó en 2022 al Ibex 35.

incrementó sus ingresos en un 6% hasta alcanzar los 4.256 millones de euros.

Por último, en Francia, las ventas económicas han alcanzado 226 millones de euros, lo que supone un aumento del 4% respecto al 2022, mientras que sus ingresos alcanzaron los 3.755 millones de euros registrando un crecimiento del 0,5% frente al ejercicio anterior.

PERSPECTIVAS 2024

En línea con el plan estratégico de Logista, cuyo foco

esencial es aportar crecimiento adicional y diversificación a la base actual de negocios, el Grupo continuará buscando oportunidades de adquisición de empresas complementarias y sinérgicas. Durante el 2023 el Grupo formalizó la adquisición de Gramma Farmaceutici por parte de Logista Italia y se ejecutó la adquisición de un 13,33% adicional de Transportes El Mosca, cerrando el ejercicio con una participación del 73,33% de la sociedad. Adicionalmente, tras el cierre del ejercicio fiscal, Logista Libros culminó la compra de SGEL Libros, que consolida la posición de liderazgo de Logista Libros como mayor distribuidor independiente de libros en España.

EN LAS CATEGORÍAS MOST IMPROVED ESG PROGRAM Y MOST IMPROVED IR PROGRAM

LOGISTA OBTIENE DOS PREMIOS EN LOS IBERIAN EQUITY AWARDS

Logista, uno de los mayores operadores logísticos de Europa especializado en la distribución a canales de proximidad, ha sido reconocido en los Iberian Equity Awards con dos permios. Los galardones obtenidos han sido: ‘Most Improved ESG Program’, en la categoría Mid-Cap y ‘Most Improved IR Program’, en la categoría Industrials.

El primer galardón reconoce el avance significativo en la estrategia ESG de Logista y refleja su compromiso con la responsabilidad social corporativa. Por otro lado, el segundo galardón destaca la apuesta de la compañía por la transparencia y responsabilidad en la relación con sus inversores.

Los Iberian Equity Awards, otorgados por la Asociación Española de Relación con Inversores (AERI) en base a los datos extraídos de Institutional Investor y su metodología, representan un reconocimiento de excelencia en el mundo financiero y de inversiones en la España y Portugal, destacando la innovación, el liderazgo y los logros sobresalientes de empresas y profesionales en diversas categorías y en el ámbito de la relación con los inversores.

Los premios fueron recogidos por Isabel Troya, directora de IR de Logista, que destacó que *“es un orgullo para Logista poder recibir estos premios, un reconocimiento tras el esfuerzo, dedicación y cooperación de todo nuestro equipo ESG y de IR. Este logro no habría sido posible sin el apoyo y liderazgo de la dirección de la compañía, cuyo compromiso constante ha sido*



fundamental para alcanzar este nivel de excelencia en términos de sostenibilidad y relaciones con nuestros inversores”.

SOBRE LOGISTA

Logista es uno de los mayores operadores logísticos en el sur de Europa y está especializada en la distribución a canales de proximidad. Sirve regularmente a cerca de 200.000 puntos de venta en España, Francia, Italia, Portugal, Países Bajos y Polonia y facilita el mejor y más rápido acceso al mercado de una amplia gama de productos de conveniencia, farmacéuticos, recarga electrónica, libros, publicaciones, tabaco y loterías, entre otros.

Además, destaca por ser la mayor red de transporte en España que, además, está certificada en seguridad alimentaria.

Logista cuenta con un equipo de profesionales altamente cualificados integrado por cerca de 5.700 empleados directos y alrededor de 15.000 colaboradores, centrados en dar servicio a sus clientes del modo más eficiente y adaptado a sus necesidades.

POR PRIMERA VEZ

PHILIP MORRIS INTERNATIONAL, INCLUIDA EN EL ÍNDICE MUNDIAL DE SOSTENIBILIDAD DOW JONES

Philip Morris International Inc. (PMI) (NYSE: PM) ha sido incluida en el Dow Jones Sustainability™ World Index por primera vez, y por cuarto año consecutivo en el Dow Jones Sustainability™ North America Composite Index. El Dow Jones Sustainability™ World Index es uno de los principales indicadores para evaluar el desempeño en sostenibilidad de empresas a nivel global, conforme a la Evaluación de Sostenibilidad Corporativa (CSA) anual realizada por S&P Global. El World Index incorpora el 10% de las 2.500 empresas más grandes del S&P Global Broad Market Index, seleccionadas según criterios económicos, medioambientales y sociales a largo plazo.

En palabras de Emmanuel Babeau, director financiero de PMI, “los inversores y otros agentes financieros valoran cada vez más las medidas fiables, sólidas y oportunas de los resultados en materia de sostenibilidad”. Además, ha afirmado que “las calificaciones ESG forman parte de la información clave para numerosos inversores institucionales. Con nuestro informe anual integrado y los procesos e iniciativas cada vez más robustos que lo respaldan, buscamos proporcionar una perspectiva completa y amplia de nuestro desempeño en las cuestiones de sostenibilidad más relevantes para nuestro negocio”.

ADEMÁS DEL RECONOCIMIENTO DE S&P E ISS ESG, EL DESEMPEÑO DE PMI EN VARIAS CALIFICACIONES DE SOSTENIBILIDAD HASTA LA FECHA EVIDENCIA EL LIDERAZGO DE LA EMPRESA EN RENDIMIENTO Y TRANSPARENCIA EN SOSTENIBILIDAD.

PMI ha obtenido una puntuación de 85 sobre 100 en el S&P Global CSA2 de 2023, lo que refleja un aumento significativo de 21 puntos desde que comenzó a participar en la clasificación en 2018. Este es el primer año que PMI registra la puntuación más alta en el CSA de las 13 empresas evaluadas en la industria del tabaco por S&P3.

El reconocimiento del desempeño en sostenibilidad de PMI no sólo ha sido reconocido por S&P. A principios de diciembre pasado, ISS ESG Corporate Rating concedió a PMI el estatus “Prime” según su metodología de calificación. Este estatus se otorga a las empresas cuyo desempeño ESG supera un umbral específico en su sector, demostrando un cumplimiento excepcional de los rigurosos requisitos de desempeño absoluto. Según ISS, la calificación Prime posiciona a las empresas para la inversión responsable. Hasta la fecha, PMI es la única empresa en el sector del tabaco que ha obtenido esta calificación Prime.

“El reconocimiento externo de PMI por su liderazgo

PHILIP MORRIS INTERNATIONAL: POR UN FUTURO SIN HUMO

Philip Morris International (PMI) es una compañía tabaquera líder en el ámbito internacional que trabaja para ofrecer un futuro sin humo y que desarrolla su cartera a largo plazo para incluir productos más allá del sector del tabaco y la nicotina. La actual cartera de productos de la compañía consiste principalmente en cigarrillos y productos sin humo. Desde 2008, PMI ha invertido más de 10.700 millones de dólares en el desarrollo, la fundamentación científica y la comercialización de productos innovadores sin humo para adultos que, de otro modo, continuarían fumando, con el objetivo de poner fin definitivamente a la venta de cigarrillos. Esto incluye la creación de capacidades de evaluación científica de primer nivel mundial, especialmente en las áreas de toxicología de sistemas preclínicos, investigación clínica y conductual, así como estudios posteriores a la comercialización. En noviembre de 2022, PMI adquirió Swedish Match -líder en la administración oral de nicotina- creando un gigante mundial libre de humo liderado por nuestra marca de calentamiento de tabaco y la marca ZYN. La Administración de Alimentos y Medicamentos de Estados Unidos (FDA) ha autorizado la comercialización de versiones de los dispositivos y consumibles Plataforma 1 de PMI y el Snus General de Swedish Match, como productos de tabaco de riesgo modificado (MRTP).

A 31 de junio de 2023, los productos sin combustión de PMI estaban a la venta en 80 mercados, y la compañía estima que aproximadamente 19.4 millones de adultos en todo el mundo ya se han pasado a su dispositivo de calentamiento de tabaco y han dejado de fumar. Los productos sin combustión representaron aproximadamente el 35.4% de los ingresos netos totales de PMI en el segundo trimestre. Con una sólida base y una importante experiencia en ciencias de la vida, PMI anunció en febrero de 2021 su ambición de expandirse a las áreas de bienestar y atención sanitaria, a través de su filial Vectura Fertin Pharma, con la intención de mejorar la calidad de vida a través del aporte de experiencias de salud integradas. Para más información, visite www.pmi.com y www.pmisience.com.



Como explica Emmanuel Babeau, “las calificaciones ESG forman parte de la información clave para numerosos inversores institucionales. Con nuestro informe anual integrado y los procesos e iniciativas cada vez más robustos que lo respaldan, buscamos proporcionar una perspectiva completa y amplia de nuestro desempeño en las cuestiones de sostenibilidad más relevantes para nuestro negocio”.

en rendimiento sostenible y transparencia es un reflejo del arduo trabajo, la perseverancia y el profundo compromiso con la sostenibilidad, respaldados por un rendimiento impactante y los mejores informes de esa clase”, ha apuntado Jennifer Motles, directora de sostenibilidad de PMI. “Somos la única empresa de nuestro sector incluida en el Dow Jones Sustainability™ World Index, liderando por primera vez la industria del tabaco en esta calificación”. Además, ha añadido que “nuestra misión es crear un impacto positivo neto que beneficie a nuestra empresa, a los accionistas, a los consumidores y a la sociedad. Este reconocimiento indica que vamos por el buen camino. Nuestro enfoque de la sostenibilidad está profundamente arraigado en nuestra estrategia corporativa y representa una verdadera oportunidad para la innovación, el crecimiento y la creación de valor a largo plazo impulsada por el impacto. Espero con interés el camino que tenemos por delante, ya que seguimos comprometidos con la transformación”.

Además del reconocimiento de S&P e ISS ESG, el desempeño de PMI en varias calificaciones de sostenibilidad hasta la fecha evidencia el liderazgo de la empresa en rendimiento y transparencia en sostenibilidad. Entre ellas se encuentran la puntuación Triple A de PMI en CDP durante tres años consecutivos, la inclusión de PMI en el Índice de Igualdad de Género de Bloomberg por segundo año consecutivo, y el reconocimiento como empresa de

PMI HA OBTENIDO UNA PUNTUACIÓN DE 85 SOBRE 100 EN EL S&P GLOBAL CSA2 DE 2023, LO QUE REFLEJA UN AUMENTO SIGNIFICATIVO DE 21 PUNTOS DESDE QUE COMENZÓ A PARTICIPAR EN LA CLASIFICACIÓN EN 2018. ESTE ES EL PRIMER AÑO QUE PMI REGISTRA LA PUNTUACIÓN MÁS ALTA EN EL CSA DE LAS 13 EMPRESAS EVALUADAS EN LA INDUSTRIA DEL TABACO POR S&P3.



Según expone la directora de sostenibilidad de PMI, Jennifer Motles, “el reconocimiento externo de PMI por su liderazgo en rendimiento sostenible y transparencia es un reflejo del arduo trabajo, la perseverancia y el profundo compromiso con la sostenibilidad, respaldados por un rendimiento impactante y los mejores informes de esa clase”.

alto rendimiento por parte de WBCSD Reporting Matters por sus prácticas de información transparentes y sólidas durante tres años consecutivos.

ÍNDICES S&P DOW JONES Y CALIFICACIÓN CORPORATIVA ISS ESG

Este índice es la mayor fuente mundial de conceptos, datos e investigación basada en índices e indicadores icónicos de los mercados financieros como el S&P 500® y el Dow Jones Industrial Average®. Se invierten más activos en productos basados en nuestros índices que en productos basados en índices de cualquier otro proveedor del mundo. Desde que Charles Dow inventó el primer índice en 1884, S&P DJI ha estado innovando y desarrollando índices en todo el espectro de clases de activos, ayudando a definir la forma en que los inversores miden y operan en los mercados.

S&P Dow Jones Indices es una división de S&P Global (NYSE: SPGI), que proporciona inteligencia esencial para que particulares, empresas y gobiernos tomen decisiones con confianza. Para más información, visite: www.spglobal.com/spdji

Las soluciones ESG de ISS permiten a los inversores desarrollar e integrar políticas y prácticas de inversión sostenible, participar en cuestiones de inversión responsable y supervisar las prácticas de las empresas en cartera a través de soluciones de selección. ISS ESG también proporciona datos climáticos, análisis y servicios de asesoramiento para ayudar a los participantes del mercado financiero a entender, medir y actuar sobre los riesgos relacionados con el clima en todas las clases de activos. Además, las soluciones ESG abarcan la investigación y las calificaciones ESG de empresas y países, lo que permite a sus clientes identificar riesgos y oportunidades sociales y medioambientales importantes. Para más información, visita: www.iss-esg.com

EN CHELLA, VALENCIA

GRANDES FABRICANTES MUNDIALES DE CIGARROS PREMIUM EN LA CASA DEL TABACO

En 2016, un grupo de soñadores que amaban el cigarro premium iniciaron ese trayecto con LCT-La Casa del Tabaco, provistos de ilusión, conocimiento y coraje, que ha culminado en un hito histórico en el sector: reunir durante tres días a grandes fabricantes de cigarros premium del mundo en el lugar de origen de ese sueño en Chella (Valencia).

Son algunas de las estrellas que más brillan del universo tabaquero: Carlos «Carlito» Fuente y Ciro Cascella (Arturo Fuente Cigars), Jeremiah Meerapfel & esposa (Meerapfel & Söhne), Jaime García & Dianely García (My Father Cigars), Pete Johnson & Janny García (Tatuaje Cigars), Rocky Patel y Agustín Misson (Rocky Patel Cigars), Raquel Quesada (Quesada Cigars), Arthur Kemper y Nelson Cuba (Perdomo Cigars), Cristal Lastra y Aldo Puncioni (JC Newman), Jorge Luis Fernández Maique



Cava de Cigarros) y Carmelo y Kike Endolz (Cigarspecialist).

Durante su visita conocieron a los trabajadores de la empresa y a una gran parte del equipo de Gesinta, con los que intercambiaron impresiones y confidencias. Asimismo, presenciaron el funcionamiento de los procesos de recepción, almacenamiento, congelación, conservación, habilitación de advertencias sanitarias, trazabilidad, retractilado y envío de los productos tabaqueros,

mientras se les explicaba cómo se han implantado innovadores sistemas de control y optimización de la operativa logística para dar el mejor servicio al cliente. El recorrido finalizó en la sala de formación tabaquera, con un espectáculo de flamenco y una paella tradicional que propiciaron el hermanamiento de culturas, países y formas de entender la vida y el tabaco.

“Desde estas líneas, queremos mostrar nuestro profundo agradecimiento a todos ellos por haber dedicado su esfuerzo, perseverancia, aprendizaje y, sobre todo, su amor al tabaco, a crear marcas, cigarros y experiencias que colman de felicidad a millones de aficionados. Su talento, pero sobre todo su corazón, crearon la música que hoy nos invita a bailar. Tras su paso por nuestra casa, iniciamos una nueva etapa del camino, un nuevo comienzo que, en realidad, no es más que proseguir la senda acompañados de tabaco, pasión y amistad como ejes del motor imparable de LCT-La Casa del Tabaco”, aseguran desde la compañía.

LCT MOSTRÓ SU PROFUNDO AGRADECIMIENTO A ESTOS ILUSTRES INVITADOS POR DEDICAR SU ESFUERZO, PERSEVERANCIA, APRENDIZAJE Y, SOBRE TODO, SU AMOR AL TABACO, A CREAR MARCAS, CIGARROS Y EXPERIENCIAS QUE COLMAN DE FELICIDAD A MILLONES DE AFICIONADOS.

y Rosa Marleny Tavarez Pichardo (E.P. Carrillo), Thomas Gryson (Oliva Cigars), Benjamin Patock (Boveda), Tony Gómez (La Flor Dominicana) y Emmanuel Díaz (Tabacalera Díaz).

Junto a ellos, también fueron testigo los holandeses de Cigaragua, la familia Sasja, Tamara y Buffie Van Hoorsen, y Fred Oranje; y los medios de comunicación especializados Reinhold & Martine Widmayer (Cigar Journal), Javier Blanco Urgoiti (Burkina The Revist), Raúl Rodríguez (LBF Retailers for the Future y La



REGISTER NOW!



PROCIGAR FESTIVAL 2024

AN ALLIANCE FORGED BY QUALITY

FEB 18 - 23





CATA

ÁNGEL ANTONIO GARCÍA MUÑOZ

Juan López Selección N° 2: un “tabacón”

Juan López es una marca de Habanos establecida en la capital cubana allá por 1870 por un empresario español del mismo nombre cuyas vitolas desembarcaron en los estancos de nuestro país hace unos pocos años y, sin duda alguna, la más apreciada ha sido desde siempre el Selección No. 2.

Curiosamente se trata de una marca cuyos cigarros llegaban a su distribución –reducida en el mundo– sin que llevarán anilla, al igual que lo fue hasta finales del siglo pasado el Magnum 46 de H. Upmann, pero que a partir de 2005 sí la traen.

Del corto recorrido de su vitolarío, los Juan López siempre han destacado por su formato Robustos y algunas Ediciones Regionales, como la campana [140 x 52] exclusiva de Francia en 2007, el Robusto Corto [102 x 50] exclusiva para Andorra en 2011 y la denominada Selección Suprema de 2009 para el Reino Unido.

Ya hace apenas dos años, justamente en el 2021, fue lanzado el Juan López Selección Especial, un nuevo formato



Juan López Selección N° 2 acaba de lanzar una presentación especial: un nuevo estuche humidor de madera que luce las insignias de la marca y que contiene cinco cigarros.

EL JUAN LÓPEZ SELECCIÓN N° 2 ES UNO DE MIS CIGARROS CUBANOS FAVORITOS, QUE HASTA LLEGAR A ESPAÑA YO TRATABA SIEMPRE DE HACERME CON UN PAR DE CAJAS CUANDO VIAJABA A CUBA. PUES SE TRATA DE LO QUE LOS CUBANOS LAMAN “UN TABACÓN”, EXQUISITO, DE GRAN PODER EN SUS RASTROS TABAQUEROS Y CUYA FORTALEZA ES DE TIPO MÁS BIEN ALTO.



El Juan López Selección N° 2 presenta una cantidad de tabacos de 14,29 gramos.

de 170 milímetros de longitud y de cepo 52, que pudimos disfrutar gracias a que fue una edición exclusivamente para las Casas del Habano y para los estancos catalogados como Especialistas.

Pero el que ahora traemos aquí es uno de mis cigarros cubanos favoritos, que hasta llegar a España yo trataba siempre de hacerme con un par de cajas cuando viajaba a Cuba, pues se trata de lo que los cubanos laman “un tabacón”, exquisito, de gran poder en sus rastros tabaqueros y cuya fortaleza es de tipo más bien alto.

Este Robustos fue un lanzamiento de los años 90 del siglo pasado y en su momento fue catalogado fuera de las marcas globales de Habanos, aunque numerosos aficionados de todo el mundo sabían de su existencia ya en el siglo actual y así lo demandaban constantemente.

Con un gran tiro que facilita una buena densidad de humo, la consistencia de su torcido está protagonizada por el hecho de que los tabacos que lo componen lleven más de 14 gramos en su interior, lo cual ofrece a la vez un recorrido bien marcado en la proporción de sus 124 milímetros de longitud y su cepo 52.

PROTAGONISTA EL CIGARRO, cata ofrecida por cortesía de

CA FABRILIS
EXPONEMOS CALIDAD



EN 2021 FUE LANZADO EL JUAN LÓPEZ SELECCIÓN ESPECIAL, UN CIGARRO DE 170 MM Y CEPO 52 QUE CONMEMORABA EL 150 ANIVERSARIO DE LA MARCA Y QUE LLEGÓ EXCLUSIVAMENTE PARA LAS CASAS DEL HABANO Y ESPECIALISTAS.

De sabores y rastros muy consistentes desde las primeras bocanadas, el avance de la combustión nos presenta un segundo tercio en el que también se desarrollan ciertos toques de pimienta no muy fuertes, con notas terrosas y algunos rastros de cacao.

El final de la fumada es altamente atractivo porque prosigue el tono de su fortaleza más bien alta, mientras la pujanza de sus sabores está perfectamente equilibrada con el desarrollo de sus aromas.

Pero no hemos de despedirnos en estas líneas sin mencionar la presentación que acaba de salir en las primeras semanas de diciembre, con una caja/humidor en la que la madera reúne un quinteto de cigarros Juan López No. 2 con sus capas de tono carmelita, bien extendidas y aceitadas.



JUAN LÓPEZ SELECCIÓN N° 2

FORMATO

Longitud: 124 mm.
Diámetro: 19,84 mm.
Cepo: 50
Peso: 14,29 gr.

TABACO

Tripa, capote y capa: Vuelta Arriba (Cuba).

ANTES DE ENCENDER

Color: claro.
Aroma: heno viejo.
Gusto: herbáceo.

FUMADA

Ya desde las primeras bocanadas se percibe bien la intensidad en los rastros tabaqueros que van dejando paso a la aparición de ciertas notas picantes bien mezcladas con puntas terrosas para finalizar con una mayor pujanza de sabores y una buena densidad de humo.

TIEMPO DE FUMADA

45/50 minutos.

TIRO

Excelente.

CENIZA

Gris media con rodales más oscuros.

PRESENTACIÓN COMERCIAL

Cajas de 25 cigarros.

PVP: 15,60 €.

COMENTARIO

Intensidad de sabores sin aristas en boca tiene este Robustos cuyos rastros tabaqueros se paladean gratamente en medio de una buena profundidad y con una fortaleza catalogada de cuatro sobre cinco.



JUAN LÓPEZ

Creada en 1876, la fábrica donde se elaboran los cigarros Juan López se denomina El Habanero, ubicada en Güira de Melena, en la provincia de Artemisa, al sur de La Habana, donde se trasladó en la década de los años 30 del siglo pasado y donde su actual fábrica fue inaugurada en 1997. La marca fue fundada por el español Juan López Díaz con el nombre Flor de Juan López, obteniendo gran éxito y ya en 1911, habiendo fallecido su creador, la marca conquistó el Gran Premio en la Exposición Nacional de Cuba. A principios del Siglo XX, la marca fue adquirida por Cosme del Peso Pérez y Abelardo González Herrera.

Todos los tabacos utilizados en las vitolas de Juan López proceden de plantaciones de Vuelta Abajo, en la provincia de Pinar del Río y se caracterizan por su sabor consistente, estando elaboradas totalmente a mano con tripa larga, siendo una marca de Habanos muy apreciada sobre todo en los círculos de fumadores más expertos, que siempre manifiestan gran aprecio y lealtad hacia sus vitolas. La vitola Selección N° 1 de Juan López fue elegida Habano del Año 1998 en Francia y España.



Tabacos de República Dominicana y de Nicaragua son los contenidos en los dos cigarros de este mes, pues el VegaFina 1998 y La Flor de Antillas Maduro Toro diversifican la garantía de que a distintos tamaños los fumadores tienen asegurado su disfrute. El primero de ellos forma parte de una serie con tabacos dominicanos añejados por tres años y el segundo formado por tabacos de Nicaragua bien seleccionados de los valles donde se cultivan las mejores hojas de aquel país.

VEGAFINA 1998 VF44S

FORMATO

Longitud: 100 mm.
Diámetro: 17,46 mm.
Cepo: 44
Peso: 8,96 gr.

TABACO

Tripa: República Dominicana, Nicaragua y Colombia.
Capote: Java Indonesia.
Capa: Ecuador.

ANTES DE ENCENDER

Color: maduro.
Aroma: vegetal.
Gusto: herbáceo.

FUMADA

Rastros tabaqueros bien caracterizados desde las primeras aspiraciones en los que también se pueden apreciar algunas notas amaderadas, ligeras especias y tonos de pimienta blanca -sin ánimo de incidir excesivamente en boca- mientras al avanzar la combustión podemos denotar mayor pujanza de sabores.

TIEMPO DE FUMADA

25/30 minutos.

TIRO

Excelente.

CENIZA

Gris de tonos medios con rodales negros.

PRESENTACIÓN COMERCIAL

Estuches de 10 y 25 cigarros envueltos en celofán.

PVP: 3,90 €.

COMENTARIO

El blended habilitado por los maestros de Tabacalera García (la mayor fábrica del mundo) nos asegura que los tabacos reunidos de las distintas procedencias consiguen un resultado estupendo que además viene avalado por sus tres años de añejamiento especial.



LA FLOR DE LAS ANTILLAS MADURO TORO

FORMATO

Longitud: 152 mm.
Diámetro: 22,22 mm.
Cepo: 56
Peso: 17,54 gr.

TABACO

Tripa: Nicaragua.
Capote: Nicaragua.
Capa: Ecuador Sungrown Maduro.

ANTES DE ENCENDER

Color: maduro.
Aroma: heno viejo.
Gusto: vegetal.

FUMADA

Buenos rastros desde sus inicios, con relevancia de los tonos terrosos y de tabacos bien añejados, en el que destacan las notas terrosas, algo de cacao suave y ligeras puntas de pimienta blanca sin aristas en boca, que al ir avanzando la combustión nos llegan percepciones de torrefactos y un buen equilibrio de sabores y aromas.

TIEMPO DE FUMADA

60/65 minutos.

TIRO

Perfecto.

CENIZA

Gris de tonos medios y consistente.

PRESENTACIÓN COMERCIAL

Cajas de 25 cigarros envueltos en celofán.

PVP: 14,30 €.

COMENTARIO

Sabroso cigarro en el que dominan los tonos de tabacos nicaragüenses bien añejados, con profundidad en boca y una magnífica densidad de humo gracias a la perfecta proporción entre su longitud y el gran cepo.



CAPITOL

PREMIUM NICARAGUA



CAPITOL ofrece a los aficionados más exigentes cigarros premium elaborados a mano con las mejores hojas de tabaco de Nicaragua. Con una imagen inspirada en el art decó y un toque de sofisticación, CAPITOL, en solo tres años, se ha convertido en una marca internacional presente en veinte países y referente ya como marca premium de Nicaragua.

VITOLA: JACK

MEDIDA: cepo 52 x 120 mm

PVP/CIGARRO: 9.00 €

ENVASE: caja de 10 unid.

SAP: 3502865

VITOLA: CASINO

MEDIDA: cepo 54 x 135 mm

PVP/CIGARRO: 11.00 €

ENVASE: caja de 10 unid.

SAP: 3502866

VITOLA: GALA

MEDIDA: cepo 56 x 155 mm

PVP/CIGARRO: 13.00 €

ENVASE: caja de 10 unid.

SAP: 3502867

Si quiere ser atendido por la fuerza de ventas de Tabacalera, por favor envíe un email a: atencionclientetabacalera@tabacalera cigar.com

Las Autoridades Sanitarias advierten que fumar perjudica gravemente su salud y la de los que están a su alrededor.



MARIDAJE
DAVID CAGIGAS

VEGAFINA NICARAGUA ESTELÍ EDICIÓN LIMITADA 2023

Paréntesis navideño

Aunque casi tocan a su fin en el momento de escribir estas líneas, aún me he visto embriagado por las celebraciones en las que nos hemos visto envueltos, con sus acontecimientos, excesos, habitualidad de tener cartera en mano y las distintas situaciones que se repiten año tras año que acaban siendo no tan distintas.

Tocando toda esta vorágine a su fin y con unas cuantas navidades a nuestras espaldas intentamos, al menos unos cuantos, ir poniendo freno desde el inicio y ver las cosas con calma y perspectiva como si se tratase de una maratón más que de un sprint y con ello buscar momentos los más amplios posibles de paz y de relajo.

No digo con ello que nuestro

mente al sol, lo que las hace de sabor y aromas más intensos que definiremos como oscuros a la vez que limpios y muy matizados acompañado

todo ello de una fortaleza más alta de la que nos tiene acostumbrados esta marca.

Al tacto ya resulta sedoso y algo mate y a pesar de tener el cepo cerrado, novedad, la capa ya desprende aromas, muy golosos por cierto, que nos va a poner sobre la pista de lo que nos vamos a ir en-



VegaFina Nicaragua Estelí Ed.Ltda. 2023

Tamaño: 146 mm x cepo 52.
Capa: Nicaragua.
Capote: Nicaragua.
Tripa: Estelí (Nicaragua).
Capa: Carmelita maduro.
Fortaleza: Media-fuerte.
Tiempo de fumada: Unos 55 minutos.
Presentación comercial: Estuches de 12 unidades.
PVP: 7,90 €

tabaco venga con una varita mágica que sacie nuestras necesidades navideñas, pero al menos esta vitola salomones, cepo 52 y 146 mm, es un remanso de cuarenta y cinco a sesenta minutos aproximadamente que sí que nos va a conceder, dependiendo como siempre de nuestros niveles de ansiedad.

Una de las peculiaridades de este tabaco es que toda su tripa procede de la región nicaragüense de Estelí de suelos característicos oscuros debido a ser un área volcánica y sus plantas estar expuestas directa-

UNA DE LAS PECULIARIDADES DE ESTE TABACO ES QUE TODA SU TRIPA PROCEDE DE LA REGIÓN NICARAGÜENSE DE ESTELÍ, DE SUELOS CARACTERÍSTICOS OSCUROS DEBIDO A SER UN ÁREA VOLCÁNICA Y SUS PLANTAS ESTAR EXPUESTAS DIRECTAMENTE AL SOL, LO QUE LAS HACE DE SABOR Y AROMAS MÁS INTENSOS QUE DEFINIREMOS COMO OSCUROS, A LA VEZ QUE LIMPIOS Y MUY MATIZADOS.

contrando, principalmente maderas, especias y tostados, más concretamente cedro, café, cacao, moka, vainilla y pimienta negra.

Dando un corte al cepo, que por cierto desde la fábrica lo recomiendan para facilitar el tiro inicial, los sabores van a ser muy similares a los que nos encontramos en nariz, aunque se aprecia cierta miel, frutos secos de avellana que refuerza el aroma de moka y cierto toque de panadería tostada con un final de regaliz y cierto anisado. En general, vamos a encontrar un tabaco constante, con un grado de complejidad medio, lo que nos va a evitar cierto grado de monotonía a la hora de fumarlo si le

prestamos atención, o como fue mi caso, aprovechar un lapso de buen tiempo para fumarlo dando un paseo largo, lo cual hace que mejoren aún más tanto el paseo como el tabaco.



Ron café St. George Nola

A pesar de ser muy consciente de la enorme oferta de café licor y orujos de café que tenemos en nuestro país, todos ellos por cierto muy recomendables, especialmente los productos elaborados en Galicia y Cantabria, me voy a desviar a Estados Unidos, concretamente a Nueva Orleans, Louisiana, para recomendar éste licor café en concreto, en el que para su elaboración el Master Blender Dave Smith utiliza una mezcla de café etíope, vainilla de Madagascar y achicoria francesa, resultando en un licor café complejo, bastante balanceado y suave, incluyendo un alcohol de tan sólo 25% abv.

Brownie de chocolate con frutos secos y pasas

El brownie como tal no deja de ser un bizcocho de chocolate sin levadura de pequeñas dimensiones que debe su nombre al color de éste (brown, o marrón oscuro en inglés) que se le acompaña de la partícula de diminutivo “-ie” que define su tamaño.

Quizá una de las recetas más famosas es la de la vecina de Katharine Hepburn, que estando ésta en el Hospital, le pidió a su padre que le trajese Brownies, pero eran de tan baja calidad que se quejó por ello y la vecina no dudó en darle su receta en la que la clave era poca harina, poca temperatura en el horno y una textura húmeda en el interior. La receta se hizo pública en una carta enviada al New York Times por la actriz y firmada por su vecina, Heather Henderson.

MI OPINIÓN

No sé si hay mucho que contar en este apartado, ya que una atenta lectura habrá puesto sobre la pista al lector que hemos ido incluyendo con el licor y el brownie las notas de cacao, café, vainilla, frutos secos y pasas. Para dar coherencia al brownie y al tabaco, quizá podríamos añadir un toque de pimienta negra al primero para ligarlo con las notas del segundo, pero por supuesto es algo totalmente opcional.

Por lo demás, vamos a encontrar armonía en los tres elementos sin perder las notas del tabaco como el cedro, presente en cada bocanada, la boca va a estar en consonancia y, aunque inicialmente despierten las notas del licor y del brownie, éstas van a ir apaciguándose enseguida y se ajustarán a las del tabaco rápidamente.

EN GENERAL VAMOS A ENCONTRAR UN TABACO CONSTANTE, CON UN GRADO DE COMPLEJIDAD MEDIO, LO QUE NOS VA A EVITAR CIERTO GRADO DE MONOTONÍA A LA HORA DE FUMARLO SI LE PRESTAMOS ATENCIÓN.



Representarán a España en el campeonato mundial que se celebrará en La Habana (Cuba)

Pedro Merino y François Colombo ganan en el Habanos World Challenge España

Pedro Merino y François Colombo se han impuesto a Antonio León y José Pedro Caballero en la final de la edición española del Habanos World Challenge celebrada en el estadio Civitas Metropolitano de Madrid y convocada por el Club Pasión Habanos, por lo que representarán a nuestro país en la final mundial que tendrá lugar en La Habana (Cuba) dentro del contexto del XXIV Festival Internacional del Habano, del 26 de febrero al 1 de marzo de 2024.

Fue una tarde-noche espectacular, cargada de emoción y suspense, buena armonía, mejores humos y no menos generosos destilados.

A lo largo de aproximadamente dos horas, los dos equipos finalistas afrontaron diversos desafíos que pusieron a prueba sus conocimientos sobre el mundo de los habanos.

Frente a ellos, un jurado de cinco expertos en el mundo del habano (Sergio Saucá, Manuela Romeralo, Ángel Antonio García Muñoz, Armando Díaz y José Andrés Colmena) asegurando total transparencia y profesionalidad en sus valoraciones sobre el desempeño de los equipos concursantes en cada una de las pruebas.

La gran final se desarrolló en tres diferentes pruebas. La primera fue



un test de conocimientos, en el que cada equipo respondió a diez preguntas diferentes del mismo tipo de dificultad y de las mismas características. Una prueba con muchos nervios y mucha concentración, que estuvo cautivando a todos hasta el final, pero en la que ya se abrió una importante brecha en la puntuación a favor del equipo a la postre vencedor.

La segunda fue una demostración de corte y encendido de un habano sin anilla, en la que las dos parejas tuvieron que enseñar al jurado su habilidad técnica y su capacidad de comunicación.

Finalmente, la tercera y última prueba fue una cata a ciegas en donde cada equipo tuvo que catar e identificar



Arriba, los cuatro finalistas: Pedro Merino, François Colombo, Antonio León y José Pedro Caballero. Abajo, panorámica de un momento del concurso y la nutrida asistencia de público al mismo y momento en el que los miembros del jurado compartieron algunas de sus experiencias con el mundo de los habanos.



Arriba, Pedro Merino y François Colombo. En las otras dos imágenes, el duo ganador durante la prueba de corte y encendido y, debajo, los cuatro finalistas al término de la primera fase del concurso, en la que los finalmente ganadores ya adquieren una considerable ventaja en la puntuación.

un habano y un destilado sin conocer información previa sobre ninguno de ellos. Seguramente el desafío más difícil de la noche, en el que no solamente los concursantes, sino que también muchos asistentes, se llevaron una gran sorpresa tras descubrirse que el habano era el Partagás Mille Fleurs y la bebida el brandy de Jerez 1886 de Osborne.

Una noche en la que los cerca de 100 socios del Club Pasión Habanos que asistieron al evento también pudieron participar respondiendo a las preguntas que se hicieron a los finalistas e intentando

identificar el cigarro y el destilado de la cata a ciegas a través de sus dispositivos móviles capturando el código QR que se facilitó.

HABANOS WORLD CHALLENGE

El ya mítico concurso Habanos World Challenge, que lleva varios años celebrándose en el contexto del Festival Internacional del Habano, es la primera vez que en su fase nacional se ha realizado también en España y su objetivo es seleccionar



El Partagás Mille Fleurs y el brandy de Jerez 1886, de Osborne, fueron los protagonistas de la cata a ciegas.

al mejor equipo –compuesto por dos aficionados– para representar a España en el concurso internacional que se celebrará del 26 de febrero al 1 de marzo de 2024 en La Habana.

El concurso está organizado en varias fases, a través de las cuales se han ido escogiendo los equipos que llegaron a la gran final. La primera fase, con 50 parejas participantes y celebrada el 2 de octubre, consistió en una prueba tipo test realizada de forma online con una selección de 30 preguntas sobre los Habanos (vitolario, marcas, formatos, ligadas...). La segunda, en la que participaron 10 parejas, era un vídeo de 90 segundos con una propuesta de maridaje de un habano y otro producto premium. Y la tercera fase, presencial, en la que se eligió a los ganadores.



Presentación organizada por la Embajada de Brasil

Dona Flor, próxima parada, España

La Embajada de Brasil en España y Andorra ha organizado un evento en su sede de la madrileña calle de Fernando el Santo para presentar en nuestro país los cigarros brasileños Dona Flor, una marca de reconocido prestigio en todo el mundo que quiere hacer su entrada en nuestro mercado a lo largo de este año 2024.

Una veintena de invitados tuvieron la oportunidad de poder disfrutar de los cigarros Dona Flor, obra del fabricante brasileño Menéndez Amerino, una empresa familiar con 45 años de historia localizada en São Gonçalo dos Campos, en el estado de Bahía, en la costa atlántica del país, a 140 kilómetros de la capital de ese estado, Salvador.

Para la ocasión se pudieron disfrutar los cigarros Dona Flor Gran 93, un toro de 152 milímetros de longitud y cepo 56, de sabor suave y retrogusto exótico



MENENDEZ AMERINO

Los orígenes de Menéndez Amerino hay que buscarlos en el asturiano Alonso Menéndez, afincado en Cuba desde el primer tercio del Siglo XX y creador de la marca Montecristo. Tras ser expropiado por la revolución cubana, Alonso Menéndez creó la Compañía Insular Tabacalera en las Islas Canarias, donde la familia contactó con Mario Amerino da Silva Portugal, de una familia tabaquera portuguesa centenaria. Félix y Benjamín “Benji”, sus hijos, tomaron las riendas de la empresa familiar a su muerte y tras instalarse en Brasil, junto al socio de su padre, Mario Amerino, dieron el paso de crear en 1978 la compañía Menéndez Amerino, una empresa de ámbito nacional que combina calidad y tradición en la elaboración de puros y cigarritos. Los puros se elaboran manualmente con el estándar que reúne las tradiciones de la región de Bahía, donde está ubicada, y la tradición cubana. La empresa controla todas las etapas de la producción, desde la plantación hasta la fabricación de las cajas de madera que contienen sus cigarros, que están elaborados con tabaco exclusivamente brasileño y son exportados a varios países, como Argentina, Chile, Aruba, Canadá, Australia, Japón, Alemania, Suecia, Dubai y Rusia. Menéndez Amerino se ha convertido en sus más de cuatro décadas de existencia en el mayor fabricante de puros premium de Sudamérica.



con matices que pueden incluir pimienta, canela y especias y aromas secundarios herbáceos y retrogusto muy agradable; y Dona Flor Ruby Edición Especial, otro toro de iguales medidas pero de cepo 52 elaborado con tabacos Bahía Mata Fina, Bahía Mata Norte y Cubra, con una capa Mata Fina con el que la compañía brasileña conmemora su 45º aniversario.

Durante el encuentro, José Henrique Nunes Barreto, director ejecutivo de Menéndez Amerino, atendió a los presentes en cuantas explicaciones le solicitaban, comentándoles acerca del origen de la empresa y de los cigarros que se pudieron degustar. Junto a él, los representantes de la Embajada de Brasil, con el embajador, Orlando Leite Ribeiro, y el consejero comercial, Flavio Campestrin Bettarello, al frente de otros cargos de



Arriba, el embajador de Brasil, Orlando Leite Ribeiro, con. En la otra imagen, José Henrique Nunes Barreto.

la diplomacia brasileña, compartieron con los invitados al son de música tradicional tocada en directo, mientras en otro punto del jardín que acogió la reunión se ofrecía una degustación de cachaças, bebida típica del país que se obtiene de la destilación del jugo de la caña de azúcar fermentado y con la que se elabora el conocido combinado caipirinha.



Dona Flor Ruby y Dona Flor Gran 93 se presentan en cajas de 10 unidades. También existe una caja Rated Cigars Collection de cigarros de Menéndez Amerino con ocho cigarros que han recibido calificación en prestigiosas revistas internacionales..

Caipirinha

Ingredientes

- 50 cl Cachaza Tonon
- 1-2 limas
- 1 cucharada sopera de azúcar
- Hielo en cubitos
- Jugo de lima (opcional)

La elaboración de este cóctel es extremadamente sencilla, aunque tiene sus pequeños trucos. La caipirinha se puede decir que es a Brasil lo que el mojito es a Cuba. Para su elaboración, se toma un vaso de coctelería en el que se introduce una lima cortada en dados a la que habremos despojado tanto de sus partes superior e inferior, así como la parte central blanca para evitar que amargue demasiado.

Una vez en el vaso, se añade una cucharada sopera de azúcar y se aplasta con un mortero hasta que la lima suelte su jugo. Se le añade la cachaza, hielo en cubitos pequeños y se agita la coctelera durante unos segundos para obtener una buena mezcla. Para servir, se vierte el contenido hasta llenar un vaso old fashioned –se puede completar con más jugo de lima– y con una pajita para consumirlo cómodamente. El vaso en el que podemos servirlo puede ir con el borde decorado con azúcar.

Nuevo Humidor Cohiba Short Año del Dragón

El Año Nuevo Chino 2024, el Año del Dragón, está al caer. Según la mitología china, el dragón es poderoso, fascinante y deslumbrante. Irradia fuerza, carisma y posee un magnetismo irresistible. Un símbolo único de energía y suerte. Cohiba Short conmemora el próximo Año Nuevo Chino con una nueva edición especial exclusiva.

Cohiba se une a esta celebración presentando un humidor especial de madera de cedro que contiene 88 Short. El humidor mantiene los cigarrillos en perfectas condiciones y destaca por su sofisticado diseño, con un acabado lacado y una atractiva imagen que reúne todo el estilo y exclusividad de la marca Cohiba.

El humidor Cohiba Short Año del Dragón está disponible en todo el mundo en sólo 21.888 unidades numeradas. Entre ellas, se han seleccionado 28 humidores especiales que se exhibirán en las principales ciudades del mundo. Estos humidores están decorados con una placa metálica chapada en oro de 24 quilates que representa el icono del Dragón con una perla en

la boca, símbolo de pureza y protección; además, los cigarrillos que se



encuentran en su interior están vestidos con una anilla especial adicional color oro y negro cuidadosamente colocada a mano en sus pies.

El estuche de 88 cigarrillos de Cohiba Short se vende en España a un precio de 175€.

EL ÉXITO MUNDIAL DE COHIBA SHORT SIGUE CRECIENDO GRACIAS A SU NOVEDOSO FORMATO Y A SU APUESTA POR LA INNOVACIÓN Y LA CALIDAD PREMIUM.



Estuche Juan López Selección No. 2

Llega a los estancos un nuevo estuche de madera de cinco cigarrillos de Juan López Selección No. 2, una de las vitolas más emblemática del vitolario de esta marca. Se trata de una vitola de galera Robustos, con cepo 50 y 124 mm de longitud, de fortaleza de media a fuerte, que destaca por su sabor y aroma tostados, especiados y dulzones, que dejan recuerdos a café, vainilla y melaza.

De cara al final del año, este habano nos llegó en una presentación especial: un nuevo estuche de madera que luce las insignias de la marca y que contiene cinco cigarrillos, ya disponible en los estancos a un precio de 100 € el estuche. Se trata sin duda de una idea muy interesante para aquellos que quieran regalar Habanos durante las próximas fechas navideñas, o también en cualquier otra ocasión.

La marca Juan López fue fundada en la década de 1870 por un español que la bautizó con su mismo nombre. Es una marca de Habanos muy apreciada sobre todo en los círculos de fumadores más expertos, que siempre manifiestan gran aprecio y lealtad hacia sus vitolas, elaboradas "Totalmente a mano" y con hojas procedentes de la zona de Vuelta Abajo en la región de Pinar del Río en Cuba.



FICHA TÉCNICA Y DE CATA

FORMATO

Robusto: 124 mm. x cepo 50.

TABACO

Vuelta Abajo (Cuba).

NOTAS DE CATA

Capa: Colorada, entre natural y madura, brillante sedosa.

Aroma: Intenso a tabaco, especiado, torrefacto y dulzón de fondo, que nos deja recuerdos de cuero,

cedro, café, vainilla, pimienta y melaza.

Gusto: Amaderado, torrefacto y especiado, con ligeras notas terrosas y puntas minerales, teniendo un final untuoso con recuerdos de café, almendra, vainilla y pimienta blanca.

Tiempo de fumada: 40-45 minutos.

Fortaleza: Media a media-fuerte.

Casa 1910, el espíritu de México ya en España

Casa 1910 es actualmente la marca de cigarros de lujo procedentes de México que ocupa el centro de atención tanto de aficionados como de expertos en tabacos premium que celebran su excelente calidad. Ahora, la marca aterriza por primera vez en España tras su acuerdo de distribución exclusiva con LCT-La Casa del Tabaco

Manolo Santiago, cofundador y maestro de ligas de Casa 1910, afirma sobre este acuerdo que "es un hito emocionante para ambas partes, y esperamos ofrecer a los consumidores españoles la oportunidad de disfrutar de la calidad excepcional que Casa 1910 representa. LCT comparte nuestra pasión por la autenticidad y la excelencia, y estamos seguros de que esta asociación será un éxito".

Su primera incursión en nuestro país se realiza con dos cigarros de la Edición Revolucionaria, Cuchillo Parado y Tierra Blanca, ambos elaborados en el estado de Veracruz con ligas 100% mexicanas que hacen honor a la denominación de su serie porque han supuesto toda una revolución en la industria del tabaco premium, como así lo demuestra su vertiginosa expansión en los cinco continentes. Asimismo, y de forma paulatina, en los próximos meses comenzará la distribución del portafolio completo en el mercado nacional.

Con sólo tres años de existencia, la propuesta de Casa 1910 ha sabido conectar con los amantes del tabaco por su más que patente calidad y un desenfadado estilo que combina lo mejor de la tradición mexicana con el espíritu innovador de sus creadores.



CUCHILLO PARADO

FORMATO

Robusto: 127 mm. x cepo 50.

TABACO

Capa: México Sumatra.

Capote: México.

Tripa: México.

FORTALEZA: Media.

PRESENTACIÓN COMERCIAL

Caja de 10 cigarros.

PVP: 14,00 euros.



TIERRA BLANCA

FORMATO

Toro: 152 mm. x cepo 54.

TABACO

Capa: México.

Capote: México.

Tripa: México.

FORTALEZA: Media.

PRESENTACIÓN COMERCIAL

Caja de 10 cigarros.

PVP: 16,00 euros.

EL GUAJIRO



Un placer para todos los sentidos



Las autoridades sanitarias advierten que el tabaco perjudica gravemente su salud y la de los que están a su alrededor

S.T. DUPONT Y HABANOS

NUEVA COLECCIÓN DE ACCESORIOS LÍNEA MAESTRA

La alianza entre S.T. Dupont y Habanos continúa con el lanzamiento de una colección de accesorios creada en colaboración con una de las marcas más famosas y antiguas del grupo: Partagás. Encendedores, cenicero, cortapuros, purera y bolígrafo clásicos de la firma francesa de lujo toman el distintivo azul de Habanos Línea Maestra y lo hacen suyo.

Fundadas en el siglo XIX a las marcas S.T. Dupont y Partagás les une un bagaje centenario, el amor por el saber hacer y el gusto por la excelencia. La creatividad, la calidad sin concesiones y el savoir faire transmitido de generación en generación durante más de 150 años hacen de S.T. Dupont un sinónimo de auténtico lujo. Lo mismo sucede con Partagás, símbolo de excelencia desde su fundación en 1845. La firma, que cuenta con gran prestigio entre los Habanos más fuertes, es inmediatamente reconocible por su intenso aroma. Ambas enseñanzas centenarias se unen para apoyar el lanzamiento de Partagás Línea Maestra con una gama de complementos que lleva el mismo nombre y que está concebida para los amantes de los mejores puros.

AMBAS ENSEÑAS CENTENARIAS SE UNEN PARA APOYAR EL LANZAMIENTO DE PARTAGÁS LÍNEA MAESTRA CON UNA GAMA DE COMPLEMENTOS QUE LLEVA EL MISMO NOMBRE, CONCEBIDA PARA LOS AMANTES DE LOS MEJORES PUROS.

COMPLEMENTOS LÍNEA MAESTRA

Los artesanos de S.T. Dupont han prestado mucha atención a los complementos. El cenicero de porcelana



muestra las hojas de tabaco, la fábrica y los detalles dorados, utilizando una gran cantidad de técnicas decorativas, como la cromolitografía, lacados y la pintura a mano. El cortapuros abatible exhibe los grabados de S.T. Dupont y Partagás, la imagen de la fábrica y un realce en punta de diamante. También se ha creado una purera.

- *Cenicero Línea Maestra:* 455 euros.
- *Cortapuros Línea Maestra:* 230 euros.
- *Purera Línea Maestra:* 290 euros.



en el telón de fondo de un escenario que nos lleva a la fábrica original de Partagás en La Habana (Cuba). En los objetos de escritura, los encendedores, el cortapuros y el cenicero, las líneas neoclásicas de la fábrica de Partagás se combinan con dos de las señas más distintivas de la firma francesa: el grabado "S.T. Dupont París" y el acabado en punta de diamante.

BOLÍGRAFO LÍNEA MAESTRA

La colección Línea Maestra se completa con un bolígrafo Défi Millénium. Se trata de una pieza de escritura delgada, pero de gran precisión, decorada en laca y chapada en oro. Incorpora el logo de la fábrica Partagás y presenta el patrón de hojas de tabaco serigrafadas en azul oscuro de esta línea.

- *Bolígrafo Défi Millénium Línea Maestra:* 425 euros.

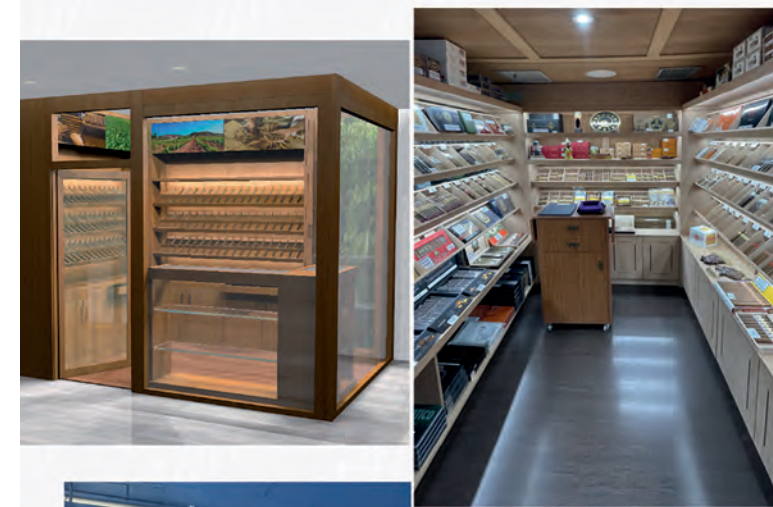


PARTAGÁS LÍNEA MAESTRA

La Cena de Gala del XXIII Festival Internacional del Habano celebrada en La Habana (Cuba) en marzo de 2023 y a la que asistieron más de mil doscientas personas fue el marco que sirvió para presentar la nueva Línea Maestra de Partagás, la más premium de la marca, compuesta por tres vitolas elaboradas de una forma

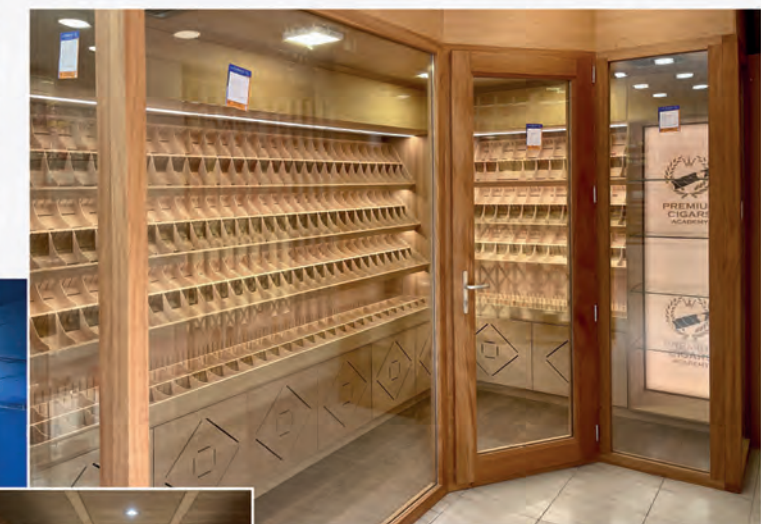
especial, con la llamada "cabeza tumbada": Origen (vitola de galera Bondadosos), que dispone de 154 milímetros de longitud y un cepo 46; Rito (vitola de galera Gustosos), con 168 milímetros y un cepo 52; y Maestro (vitola de galera Deleites), con 132 milímetros de largo y un cepo 56.

Se trata de un lanzamiento en el que por primera vez en la historia de la marca y en Habanos, S.A. las vitolas se elaborarán con tabaco 100% cultivado en San Luis, en las plantaciones de Vuelta Abajo situadas en la región de Pinar del Río, lo que les confiere una complejidad aromática especial sin perder el carácter único de la marca.



CA FABRILIS

EXPONEMOS CALIDAD



FABRILIS CA S.L.

Calle Geminis, 71
Polígono Industrial Can Parellada
08228 Terrassa (Barcelona)

+34 676 50 54 20
admin@fabrilisca.com
www.fabrilisca.com



Miguel Hedilla de Rojas
Abogado
Hedilla Abogados
www.hedillaabogados.com
@hedillaabogados.com

MÓNICA GARCÍA SE ESTRENA OPINANDO SOBRE EL TABACO. QUIERE MAS RESTRICCIONES

Efectivamente, Mónica García, de Más Madrid, organización política que forma parte del conglomerado que integra Sumar, se estrenó manifestando sus intenciones respecto al tabaco en un encuentro con los medios de comunicación celebrado en diciembre de 2023.

Mónica García antes de llegar al Ministerio de Sanidad estuvo al frente del grupo parlamentario de Más Madrid en la Asamblea de Madrid (2021-2023). Fue líder de la oposición al gobierno del PP en la Comunidad madrileña y candidata a la Presidencia de ésta. Es médico anestesista y, según mi información, no ejerce la profesión desde que la dejó debido a su entrada en el Parlamento de Madrid en el 2015.

Por supuesto que la deseo lo mejor al frente del Ministerio de Sanidad, aunque considero que sus intenciones en este campo no la han hecho comenzar con buen pie, ya que pretende llevar a cabo nuevas limitaciones a la libertad y a los derechos de la ciudadanía.

Sus propuestas, creo, necesitan mayor conocimiento del sector, y profundidad, y deberían de tener en cuenta lo que también opinan al respecto los colectivos que se verían afectados por esas medidas: productores, distribuidores, mayoristas y minoristas, así como usuarios y, muy importante, los comerciantes dedicados a la restauración y hostelería. Estos sectores económicos representan a miles y miles de

trabajadores y pymes.

Quiere la ministra prohibir fumar en las terrazas de los bares y restaurantes, así como en las playas. También en los vehículos cuando viajan en ellos niños y embarazadas. En mi opinión, sólo en este tercer caso veo bien la futura prohibición, aunque entiendo que los fumadores responsables ya se autocontrolan bajo esa circunstancia y otras muchas, aunque es cierto que siempre hay, los menos, que no lo hacen.

A bares y restaurantes se les causaría un "roto" de grandes proporciones. Ya se les hizo prohibiendo fumar dentro de sus establecimientos. Vale, de acuerdo, ¿pero al aire libre en las terrazas?

En el fondo se trata de volver a poner sobre la mesa el llamado plan IIIa, bautizado así en nombre del antiguo Ministro de Sanidad, Salvador Illa (2020-2021), hoy en



día primer secretario del Partido Socialista de Cataluña. Dicho plan se llamó Plan Integral y Control del Tabaquismo 2021- 2025, no llegando a llevarse a la práctica.

No pongo en duda el daño que para la salud produce el tabaquismo, pero tampoco hay que confundir éste con un consumo placentero y responsable, que pasa siempre por la moderación, hecho que disminuye considerablemente los riesgos de padecer enfermedades derivadas del tabaco, así como de dañar a terceros por esa causa.

Actualmente, los daños a la salud por la polución y la contaminación, ya sea industrial o automovilística, son enormes. Sin embargo, el agravio comparativo con relación a las cortapisas de ello frente al tabaco es evidente, fundamentalmente en la publicidad y en las ayudas públicas.

Otra comparación la tenemos en la contaminación de origen animal, que perjudica tanto nuestra salud como la del planeta, ya que supone cerca del 14% de las emisiones de gases de efecto invernadero. Que yo sepa nadie pone freno a ese hecho, si exceptuamos al antiguo ministro de Consumo, miembro de Izquierda Unida, Alberto Garzón, que lo intentó. Fue vapuleado por ello y nadie se planteó seriamente ese asunto.

El límite de un derecho como el de la libertad, de fumar en este caso, sólo puede ser impedido cuando entra en colisión con otro derecho, el de salud de los demás, con el gasto añadido que ello conlleva. Perfecto, pero no es absoluto, estando necesitado de muchas matizaciones.

También habría que frenar el intervencionismo estatal que parece inacabable y que poco a poco va mermando nuestros derechos y libertades. Parece evidente que la normativa actual respecto al consumo de tabaco es más que suficiente. Hacerla más restrictiva aún podría dañar muchos legítimos intereses no sólo de carácter económico, sino también social.

Sus propuestas, creo, necesitan mayor conocimiento del sector, y profundidad, y deberían de tener en cuenta lo que también opinan al respecto los colectivos que se verían afectados por esas medidas.

HEDILLA ABOGADOS ES UN DESPACHO ESPECIALIZADO EN TRASPASO DE NEGOCIOS Y, EN CONSECUENCIA, EN TODOS LOS EFECTOS JURÍDICOS QUE DE ELLOS SE DERIVAN. CONTRATACIÓN CIVIL Y MERCANTIL, IMPUESTOS Y OTROS TRIBUTOS, ASÍ COMO EN LAS RELACIONES LABORALES QUE SE ORIGINAN EN LAS SUCESIONES DE EMPRESAS.

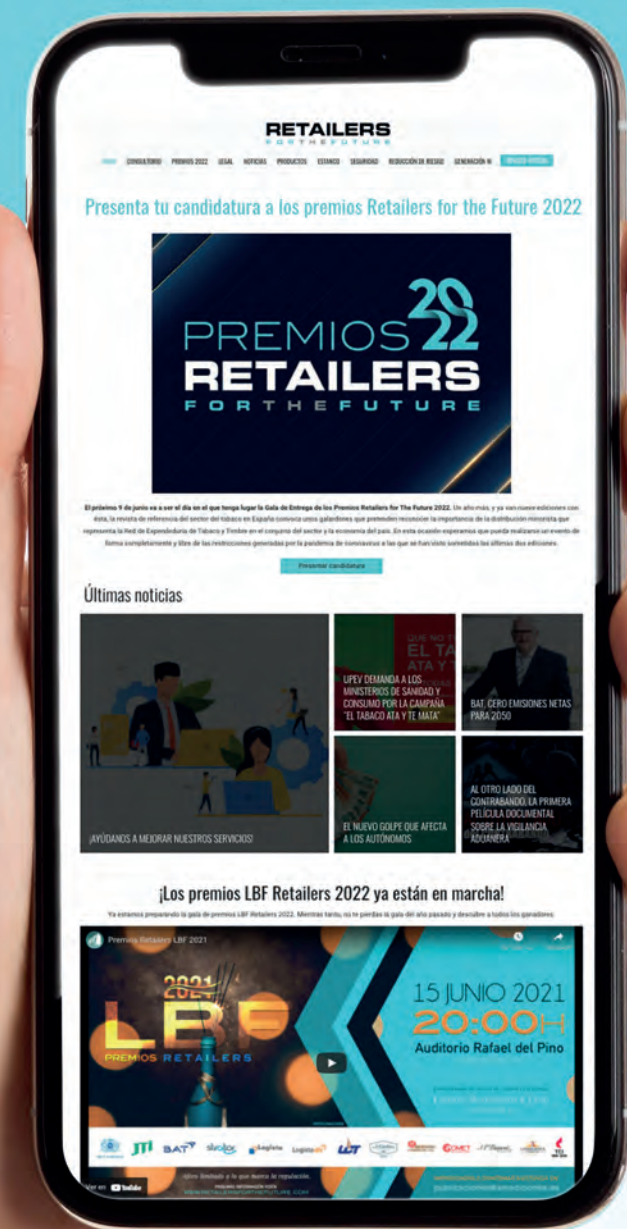
HEDILLA ABOGADOS: C/ FERNÁN GONZÁLEZ, 36 - 1º IZQUIERDA. 28009 MADRID. TEL. 913 566 388

RETAILERS FOR THE FUTURE

EN TU BOLSILLO

DISFRUTA DE TODA LA INFORMACIÓN DEL SECTOR DEL ESTANCO EN TU MÓVIL CON NUESTRA APP.

*App gratuita compatible con IOS y Android



ESCANEA EL CÓDIGO Y DESCÁRGALA PARA QUE NUNCA DEJES DE ESTAR AL TANTO DE TODAS LAS NOVEDADES DEL SECTOR.



ACCEDE A:

PRODUCTOS
NOVEDADES LEGALES
NOTICIAS Y REPORTAJES
REVISTA LBF FORMATO MÓVIL
CONSULTORIO PARA ESTANQUEROS



EN SU BOUTIQUE IQOS DE LA CALLE SERRANO, EN MADRID

Philip Morris celebra la Navidad con los medios de comunicación

PHILIP MORRIS SPAIN CONVOCÓ A LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN QUE HABITUALMENTE INFORMAN DE SU ACTIVIDAD EMPRESARIAL A UN EVENTO CON EL QUE CELEBRAR LA LLEGADA DE LAS FIESTAS NAVIDEÑAS Y LO HIZO EN EL MARCO INCOMPARABLE DE SU BOUTIQUE IQOS DE LA CALLE SERRANO, ESQUINA CON LA CALLE DE GOYA, EN MADRID.

El equipo del Departamento de Comunicación de Philip Morris Spain y el de la agencia de comunicación Roman Reputation Matters que lleva la gestión de notas de prensa de la primera recibieron a un nutrido grupo de periodistas de diferentes medios de comunicación, entre los que se encontraban tanto los medios de información general como la prensa especializada en el sector del tabaco en España.

Una reunión distendida y agradable en la que Juan Páramo, director de Comunicación de Philip Morris Spain destacó la labor de los medios de comunicación para hacer llegar a la ciudadanía y, en particular, a los más de ocho millones de fumadores que existen en España las ventajas del tabaco calentado frente a la combustión del cigarrillo tradicional.

El encuentro contó con una interesante aportación gastronómica en forma de catering firmada nada menos que por Diego Guerrero, responsable del restaurante madrileño DSTAGE, que cuenta en su haber con dos Estrellas Michelin, y que hizo las delicias de los asistentes con sus propuestas llamativas y plenas de sabor, o como lo han definido en la propia Guía Michelin, "un divertido viaje gastronómico por el mundo, fusionando todo tipo de productos y recreando increíbles trampantojos, pues... ¡las cosas no siempre son lo que parecen!".



Boutique IQOS

La Boutique IQOS de la calle Serrano fue la primera de las seis tiendas que ya ha abierto la compañía en nuestro país (dos en Madrid, Barcelona, Valencia, Las Palmas de Gran Canaria y Badajoz). Entre ellas y los otros puntos de venta en los que se encuentra disponible el dispositivo IQOS, los más de 350.000 usuarios adultos que ya han dejado el cigarrillo tradicional para pasarse a este concepto del calentamiento del tabaco pueden tener acceso a una amplia gama de dispositivos, personalizaciones, accesorios, etc. que hagan más completa su experiencia.

PARA PHILIP MORRIS SPAIN, LA LABOR DE LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN ES FUNDAMENTAL PARA TRASLADAR A LOS FUMADORES ADULTOS LAS VENTAJAS DEL TABACO CALENTADO SOBRE EL CIGARRILLO TRADICIONAL.



¿TIENES OTRO NEGOCIO Y QUIERES DIGITALIZARLO CON STRATOR?

Strator es la solución 360 para cualquier negocio; incluye productos y servicios que cubren las necesidades de cualquier sector



Adaptamos nuestro hardware y software a los negocios del sector retail

Mantenemos a nuestros clientes en el centro con una atención directa y personalizada gracias a nuestros consultores y servicio de atención telefónica



Para más información, contacta con tu consultor de Strator o escríbenos a strator@logista.es

 Gift Card

Una tarjeta regalo para todo en Apple.

Regala productos, apps, juegos,
música y mucho más.



Todo Apple en
una tarjeta regalo



TM y © 2022 Apple Inc. Todos los derechos reservados.

Logista