

LABEL LA GRAN
APUESTA
DE
Chesterfield



MARCA PREMIUM
A PRECIO GANADOR

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

ESTD 1896
Chesterfield

**CELEBRA TU
ORIGINALIDAD
LA MARCA MÁS ICÓNICA
QUE NO PUEDE FALTAR
EN TU ESTANCO**



CHESTERFIELD ORIGINAL KS

Código Logista: 1004

**CHESTERFIELD SE ADAPTA AL RITMO
DE TODOS TUS CONSUMIDORES**

HÍBRIDO



CHESTERFIELD ORIGINAL 30 gr.

Código Logista: 30234

PARA LIAR



CHESTERFIELD ROLL YOUR OWN 30 gr.

Código Logista: 18294

PARA ENTUBAR



CHESTERFIELD VOLUME 30 gr.

Código Logista: 3502519

CHESTERFIELD VOLUME 67 gr.

Código Logista: 3502783

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

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

FAMILIA CHESTERFIELD LABEL

EL CHESTERFIELD LABEL MÁS FIEL
AL FORMATO ORIGINAL

CHESTERFIELD LABEL KS

Código Logista: 3517610



TU CHESTERFIELD LABEL TAMBIÉN
EN FORMATO LARGO

CHESTERFIELD LABEL 100'S

Código Logista: 3517609

EL CHESTERFIELD LABEL PARA
LOS INCONFORMISTAS

CHESTERFIELD LABEL 23

Código Logista: 3522847



? ¿SABÍAS QUÉ?

En 2025 Chesterfield Label ha duplicado su cuota de mercado en España.*

*Fuente Interna de PMI

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

LBF RETAILERS FOR THE FUTURE

LA REVISTA MÁS LEÍDA EN ESPAÑA ENTRE LOS PROFESIONALES DEL ESTANCO

Nº374 / V.1 [2026] www.retailersforthefuture.com



EL SECTOR APORTA
3.750 MILLONES DE EUROS
AL PIB ESPAÑOL

SOMOS MEDIA PARTNERS DE



Seguridad y control en el punto de venta

smarttill + arcos antihurto

La dupla que protege tus márgenes

Menos pérdidas. Más control.
Mejor experiencia.



smarttill

Automatiza el conteo del efectivo en tiempo real y detecta discrepancias al instante

Arcos Antihurto

Los arcos antihurto de Checkpoint reducen la pérdida desconocida y protegen el lineal



Juntos, optimizan la operativa y blindan tus márgenes.

✉ strator@logista.es

Logista
STRATOR

www.logistastrator.com

SUMARIO

4	EDITORIAL. El estanco es imprescindible
6	PREMIOS LBF RETAILERS 2026. Presenta tu candidatura
14	GENERACIÓN W. Purificación Aguilar Sánchez Sierra: "Los pequeños retos diarios son los que me motivan a seguir adelante"
18	INFORME. El sector del tabaco aporta al PIB 3.750 millones de euros
24	REPORTAJE. X Congreso frente al Contrabando: Auge del tabaco ilegal con nuevas rutas marítimas y producción clandestina
28	REPORTAJE. COP11: Tensiones, filtraciones y un giro prohibicionista que agita el futuro del tabaco y la nicotina en Europa
32	REPORTAJE. Cuarta Reunión de las Partes (MOP4) contra el Comercio Ilícito de Productos de Tabaco
34	ANÁLISIS TAMARIND INTELLIGENCE. Los desacuerdos sobre cómo regular los NGP podrían resultar positivos para su futuro en la UE
36	ENTREVISTA. Francisco Barrio (VCF): 2026 va a ser un año de estímulos para seguir creciendo como organización
40	REPORTAJE. Anis Ben Ticha, presidente de Republic Technologies International
50	REPORTAJE. ABN reivindica un marco regulatorio claro y basado en evidencia científica
52	REPORTAJE. JTI lanza en España Ploom Aura
54	REPORTAJE. IQOS presenta IQOS ILUMA i x Seletti: cuanto más miras, más descubres
58	REPORTAJE. Fuyi avanza imparable por toda España
60	FERIAS. La industria de NGP se reúne en EVO NXT 2026 en la República Checa
62	ECO DE EMPRESAS. Logista reduce sus emisiones de CO ₂
68	REPORTAJE. Ética Crítica-La Casa del Tabaco. Celebración del 10º Aniversario: del sueño al éxito
76	NOVEDADES. S.T. Dupont: Línea 1, el retorno de un icono

CATA: MONTECRISTO OPEN SLAM



DIRECTOR

Raúl Rodríguez de Alba

raul.rodriguez@amediciones.es

MANAGER DE COMUNICACIÓN EXTERNA

Y MARKETING

Mercedes Cruz Ocaña

mercedes.cruz@amediciones.es

DISEÑO Y MAQUETACIÓN

Pablo Pereda

pablo.pereda@amediciones.es

PUBLICIDAD

publicaciones@amediciones.es

COLABORADORES

Ángel Antonio García Muñoz.

IMPRESIÓN Y FOTOMECAÍNICA

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.

Portada: Mesa del Tabaco

EDITORIAL

RAÚL RODRÍGUEZ DE ALBA

Director

El estanco es imprescindible

En esta misma página de nuestra anterior edición decíamos que –literalmente– “el estanco español va a seguir ahí en 2026, a pesar de las muchas sombras y pocas luces que quieren que se ciernan sobre él” y hacíamos alusión a cómo había sido el año que ahora nos ha dejado, con sus nuevos impuestos, subida de precios, nuevas restricciones, etc. Un año 2025 que, señalábamos, no era muy distinto de otros que ya le han tocado vivir al estanco a lo largo de su exitosa y prolongada trayectoria y de los que siempre, en mayor o menor medida, ha salido airoso e, incluso, reforzado porque **está en sus genes el ser un colectivo luchador y sobre todo imprescindible.**

El estanco es eso, imprescindible. **Socialmente, como servicio público** hacia el resto de la ciudadanía por su cercanía. **Económicamente, como un lugar clave para el desarrollo económico del país** y como espacio del que, con sus ventas y profesionalidad, se benefician las empresas proveedoras de los productos y servicios que en ellos se ofertan, pero también el conjunto del Estado gracias a su labor recaudadora de los impuestos que gravan muchos de esos productos. **Laboralmente, como un sector que da trabajo directo a decenas de miles de personas.** Y así podríamos seguir sumando otros muchos aspectos que expliquen esa imprescindibilidad (control de acceso a menores, control de la venta legal, vertebración y sostenibilidad de la actividad...).

Además, en un mundo como el del tabaco y, como se ha venido a denominar, el de sus productos relacionados, el estanco es imprescindible, o debería serlo, para la **administración sanitaria y económica, que debería contar tanto para legislar como para luchar contra los comercios ilícitos** que restan tantos beneficios, aparte de financiar tramas delictivas de la más diversa consideración, con el profundo conocimiento que el estanco tiene de su actividad.

Y si nos lo permiten, proponemos un propósito para este nuevo año: **que el estanco se crea de una vez por todas que es imprescindible.**

Ese carácter de imprescindible que tiene el estanco es lo que también, por otra parte, queremos reconocer desde LBF-Retailers for the Future con la convocatoria que anualmente realizamos de los Premios Retailers, que este 2026 alcanzan su decimotercera edición y que, una vez tengan esta revista en sus manos, ya aceptarán la presentación de candidaturas por parte de los estancos en cada una de las dieciséis categorías que los componen en este año. Por eso animamos a todos los estancos a que presenten su candidatura a los Premios Retailers y formen parte de los estancos que están marcando el camino y que son conscientes de que hoy el estanco es **mucho más que un punto de venta.**



RELX

GUARDIAN PROGRAM Preventing Underage Use

INFINITY 2 PLUS

El primer dispositivo con 3 intensidades

NUEVO COLOR

Black Sapphire

Indicador LED de batería

3 intensidades regulables

Boost Mode Sabor potenciado
Smooth Mode Caladas suaves
Eco Mode Ahorro de batería

100% compatible con cápsulas de RELX y WAKA

80% de carga en 15 minutos



Escanea el QR, entra en **relxsuperstar.com** y pide tu promoción

Haz tu pedido con Logista
Call center: +34 911 080 807

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

Premios LBF Retailers 2026

PRESENTA TU CANDIDATURA

Los estancos ya pueden presentar sus candidaturas a cada una de las dieciséis categorías de la 13ª Edición de los Premios Retailers 2026 que otorgan la revista LBF-Retailers for the Future. Pueden hacerlo desde el 15 de enero hasta el 15 de febrero de 2026 capturando el código QR adjunto. Unos premios con los que se quiere reconocer la labor que diariamente se realiza desde detrás del mostrador por un gremio cada día más profesionalizado y que entiende que el negocio va mucho más allá del simple hecho de despachar artículos. No lo dudes, participa y presenta tu candidatura.

Como les comentábamos en nuestra anterior edición, para poder participar en la convocatoria de 2026 se han establecido una serie de criterios para todos y cuantos quieran formar parte del éxito creciente de este gran acontecimiento para el mundo del estanco.

Una vez definidas cada una de las categorías a las que se podrá concurrir en esta 13ª Edición de los Premios LBF Retailers for the Future, quienes deseen participar en esta convocatoria, bien en nombre propio o por recomendación, podrán hacerlo presentando su candidatura entre el 15 de enero y el 15 de febrero de 2026 a través de las plataformas dispuestas para ello por LBF Retailers for the Future. Cada candidato deberá cumplimentar un sencillo cuestionario y su no



correcta o incompleta cumplimentación podrá ocasionar que una candidatura sea desestimada.

Escanéame



Cuatro candidaturas correctamente inscritas serán elegidas por un comité de selección el 28 de febrero de 2026 para cada categoría de los Premios Retailers, dándose a conocer los finalistas y abriéndose el plazo para votar –del 1 de marzo al 1 de abril– entre un comité de expertos. A mediados de abril de 2026 ya se conocerán los ganadores de esta 13ª Edición de los Premios Retailers for the Future.

Y el 28 de mayo de 2026 todos recibirán su trofeo acreditativo en la Gala de Entrega de los Premios LBF Retailers for the Future, un evento que se celebrará en el espectacular recinto de Espacio Koi y donde habrá algunas sorpresas que esperamos sean bien recibidas por todos cuantos asistan a este acontecimiento.

Una vez más queremos expresar nuestro más sincero agradecimiento a las empresas que han mostrado su compromiso con los Premios Retailers for the Future a través del patrocinio de alguna de las categorías y a aquellas otras que también han querido participar en ellos con su colaboración.

¡Ánimo! No lo dudéis y presentad vuestra candidatura (escaneando el código QR de esta página) a una o varias de las categorías de esta 13ª Edición de los Premios Retailers, los únicos galardones que premian en España la labor que realizan los estancos día tras día desde sus negocios.



ESPACIO KOI

Espacio Koi, ubicado en la calle Juan Hurtado de Mendoza 4, en el corazón del Paseo de la Castellana de Madrid, es un nuevo y espectacular edificio de formación y espacios para eventos, totalmente sostenible –sede del SEK UCJC (SEK Education Group-Universidad Camilo José Cela)–. Koi emerge como un referente en eficiencia energética y calidad ambiental con una certificación de máximo nivel: LEED Platino.

Espacio Koi cuenta con una infraestructura única. Estupendo hall de entrada con 12 metros de altura, auditorio para 200 personas, seis salas independientes con capacidades de hasta 250 personas y terrazas de hasta 350 personas, además de otros espacios más reducidos para reuniones menos numerosas.



Presentador de la Gala de Entrega de los Premios Retailers 2026

ROBERTO BRASERO

Una de las grandes novedades de la Gala de Entrega de los Premios Retailers 2026 va a ser su presentador. Se trata de Roberto Braserero, el carismático hombre del tiempo de Antena 3 que día a día desde hace ya algunas décadas nos mantiene informados de las borrascas y los anticiclones que se ciernen sobre la "piel de toro" de nuestro país.



Foto: Atresmedia

Natural de Talavera de la Reina (Toledo), donde nació el 31 de marzo de 1971 y cursó sus estudios básicos, es licenciado en Ciencias de la Información (Rama de Periodismo) por la Universidad Complutense de Madrid y mientras cursaba sus estudios universitarios inició su actividad periodística en 1991 Antena 3, en los informativos y en los espacios deportivos de Antena 3, así como colaboraba en Onda Cero en Talavera de la Reina.

Vinculado a la información del tiempo en Antena3 Noticias desde hace casi dos décadas, llegó en 2005 para hacerse cargo de un espacio de previsión meteorológica de 3 minutos que fue creciendo con el paso de los años hasta convertirse en un programa con entidad propia que iniciaba la programación de tarde: *Tu tiempo con Roberto Braserero*. Además ha estado al frente de *Espejo Público* como ocasional presentador sustituto y en *MundoBraserero*, un programa que se emitió los domingos por la tarde en la recta final de la pasada temporada. Actualmente cubre la información meteorológica y medioambiental en las Noticias de la cadena, con la información del tiempo a diario y con especiales como la nevada Filomena, la erupción del Volcán de la Palma o la Dana de Valencia. También podemos escucharle en Onda Cero a cargo de la información meteorológica con Alsina en *Más de Uno* y en *La Brújula* de Rafa Latorre y fue concursante en la quinta edición de *El Desafío*, programa de entretenimiento de Antena3 donde se pone a prueba la destreza de los participantes para superar diversas pruebas... ¡así como su paciencia para admitir el resultado de las mismas! Su vocación informativa va más allá de las nubes y los medios tradicionales. Es muy activo en Twitter (con 162.000 seguidores) e Instagram (con 165.000 seguidores) y ahora también en TikTok, donde ofrece divulgación en el estilo de las nuevas redes.

Además es autor de los libros "Entender el Tiempo Para Torpes", que forma parte de una colección de Anaya ilustrada por Antonio Fraguas "Forges"; y de "La Influencia Silenciosa", editado por Espasa, donde aborda la íntima relación a veces no muy conocida entre el clima y la historia. Recientemente ha publicado su tercer libro: "Pequeña Historia del Clima" en la misma editorial –para la colección ilustrada de "Pequeñas Historias de..."– donde, con un lenguaje ameno, didáctico y comprensible para todas las edades pero sin abandonar la necesaria rigurosidad científica, repasa la evolución del clima desde que se creó la atmósfera hasta la actualidad y los retos que el panorama climático presenta para nuestro futuro.

CALENDARIO

PREMIOS 2026
RETAILERS
FOR THE FUTURE

- **Presentación de candidaturas:** 15 de enero a 15 de febrero de 2026
- **Elección de finalistas:** 28 de febrero de 2026
- **Periodo de votaciones:** 1 de marzo al 1 de abril de 2026
- **Ganadores:** 15 de abril de 2026

• **Gala de Entrega de los Premios**
SAVE THE DATE
28 de mayo de 2026
Espacio Koi (Madrid)

28
MAYO
2026

● PREMIO AL 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.



En Altadis Imperial Brands, valoramos profundamente la calidad y la creatividad en nuestro sector. Al patrocinar de nuevo este galardón, el de estanco con mejor imagen al consumidor, en los premios 'Retailers for the Future 2025', reafirmamos una vez más nuestro compromiso con la promoción de las mejores prácticas en la industria.

Este reconocimiento se otorga a aquellos estancos que sobresalen en ofrecer una experiencia de compra excepcional, cuidando cada aspecto para satisfacer a sus clientes.

Para nosotros, este patrocinio demuestra nuestra firme creencia en la importancia de una imagen cuidada y profesional que refleje los valores de la marca y del sector en su conjunto. Un estanco con una excelente imagen al consumidor no sólo mejora la percepción del cliente, sino que también contribuye al éxito y la sostenibilidad del negocio.

Patrocinado por



● PREMIO AL MEJOR ESTANCO CONSUMER FIRST

Premio que reconoce a aquellos estancos que ponen al consumidor en el centro de su actividad, ofreciendo una experiencia diferencial y compartiendo la visión de una industria más cercana, responsable y orientada a sus necesidades.



En JTI Iberia nos enorgullece patrocinar el Premio al Mejor Estanco Consumer First, que reconoce a los estancos que ponen al consumidor en el centro de su actividad, ofreciendo experiencias coherentes, personalizadas y adaptadas a sus necesidades. Este galardón destaca a aquellos puntos de venta que escuchan activamente a sus clientes, trabajan de forma transversal y anticipan cambios en un mercado cada vez más complejo.

El mundo cambia, y los consumidores también: esperan experiencias optimizadas, coherentes y personalizadas en cada interacción. El premio pone en valor la innovación, la adaptabilidad y el compromiso de los estancos con la excelencia en el servicio, reflejando un modelo ágil y proactivo que busca generar un impacto positivo en cada consumidor.

Desde JTI Iberia queremos felicitar a LBF Retailers for the Future por seguir siendo una plataforma que reconoce la transformación de los estancos en espacios modernos y dinámicos, siempre orientados a poner al consumidor en el centro, inspirando y marcando el camino hacia el futuro del sector.

Patrocinado por



● PREMIO AL ESTANCO CON MEJOR SERVICIO Y DEDICACIÓN A PRODUCTOS DE TABACO CALENTADO

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



En Philip Morris Spain nos complace enormemente participar una vez más en la décima edición de los Premios Retailers for the Future y ser patrocinadores de estos galardones que reconocen la valiosa labor que realizan los estancieros día tras día desde sus establecimientos.

En esta edición, Philip Morris Spain patrocinará nuevamente la categoría dedicada al tabaco calentado, un pilar importante dentro de nuestra estrategia multicategoría que incluye también a los cigarrillos electrónicos y las bolsas de nicotina. Los estancos son la piedra angular de nuestra estrategia de comercialización y queremos reconocer el apoyo recibido por su parte en el impulso de las todas las categorías de productos sin humo, en especial la de tabaco calentado.

Felicidades a LBF Retailers for the Future por su compromiso con toda la cadena de valor del tabaco y productos relacionados en España, reflejado durante tantos años en la organización de este gran evento que son los Premios. Una excelente iniciativa que hemos tenido el placer de poder apoyar con nuestro patrocinio desde el inicio.

Patrocinado por



PHILIP MORRIS SPAIN

● PREMIO AL ESTANCO LÍDER EN LA TRANSICIÓN MULTICATEGORÍA Y AL COMPROMISO THR

Premio que reconoce al estanco que lidera la transición hacia un Mundo Sin Humo, actuando como un agente de cambio y su liderazgo multicategoría en la adopción de productos de riesgo reducido y la innovación en el punto de venta para crear experiencias únicas.



Como señalan desde BAT, el patrocinio de esta categoría refuerza nuestra visión como negocio multicategoría hacia "Un Mañana Mejor". Este premio es crucial porque subraya la alianza con el estanco, al que consideramos la columna vertebral del sector, cuyo liderazgo en la transición es una defensa de sus negocios. Además, alineamos nuestra estrategia con la ciencia y la evidencia (Omni™), premiando a quienes emplean la educación y la información para impulsar alternativas responsables. Al destacar a los estancos como referentes inspiradores que demuestran que la evolución es posible y beneficiosa, apoyamos nuestra defensa de un marco regulatorio eficaz y que evite la venta a menores de los productos de nicotina, afianzando así la prosperidad del sector y de toda su cadena de valor.

Según BAT, el estanco ganador de esta categoría se distingue por su compromiso educativo, proporcionando la formación e información basada en la evidencia científica esencial para la transición responsable del consumidor. Este liderazgo contribuye directamente a la construcción de un canal sostenible y alineado con la sostenibilidad del sector.

Patrocinado por



● PREMIO AL 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.



Desde RELX International nos enorgullece anunciar nuestro patrocinio del "Premio al estanco más innovador de nueva apertura". En una industria en constante evolución, el sector del estanco no se queda atrás y es fundamental abrazar los cambios, explorar nuevas oportunidades y ofrecer una mejor experiencia de compra a un cliente que también evoluciona.

Son muchos los estancos de nueva apertura que han sabido entender esta realidad y apuestan por la innovación como pilar fundamental de su estrategia, implementando soluciones tecnológicas de vanguardia y creando espacios atractivos y especializados para atender a los consumidores cada vez más exigentes.

Implementar la última tecnología, con espacios especializados garantizan una atención personalizada mediante la cual el personal del estanco se convierte en el mejor asesor para aquellos clientes que buscan las mejores y más innovadoras alternativas al tabaco, como los que ofrecen los productos de RELX y WAKA, marcas líderes en su categoría.

RELX INTERNATIONAL comparte la visión de futuro de todos los estancos que han decidido convertirse en asesores de productos de nueva generación y valora su capacidad de adaptación y su compromiso con la excelencia, algo cada vez más necesario en los tiempos de cambio constante en los que nos encontramos.

Patrocinado por



● PREMIO AL ESTANCO CON LA OFERTA MÁS AMPLIA DE PRODUCTOS DE RIESGO REDUCIDO DE NUEVA GENERACIÓN

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



Para Vapexpo Spain es un verdadero placer unimos al selecto grupo de entidades patrocinadoras de los Premios LBF Retailers for the Future, con los que se reconoce la extraordinaria labor que realizan los estancos día a día tras tantos años de historia como colectivo. Pero también es un orgullo hacerlo en una categoría como es la de los productos de riesgo reducido de nueva generación, un conjunto de nuevos productos puestos a disposición de los consumidores adultos que buscan un consumo más responsable.

En este ámbito es donde Vapexpo Spain se ha convertido en todo un referente nacional e internacional en el campo de las exposiciones de vapeo y estar presente en este certamen, del que ya se han celebrado cinco ediciones en España, es una excelente manera de fortalecer la imagen de marca y beneficiarse de muchas y grandes oportunidades profesionales. Algo que los estancos han sabido ver con una participación creciente en estos eventos en los que están presentes clientes, proveedores y expertos líderes en opinión del sector del vapeo y productos de reducción de daños.

Por ello, la presencia de Vapexpo Spain entre las firmas patrocinadoras de los Premios LBF Retailers for the Future.

Patrocinado por



● PREMIO AL 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.

Patrocinado por

Logista
STRATOR



En **Logista Strator** creemos que la tecnología es el motor que impulsa el futuro del estanco. Es por ello que nos enorgullece patrocinar los premios 2026 Retailers for the Future, y en particular, este premio que reconoce a aquellos estancos que han sabido integrar la digitalización y la innovación en su gestión diaria, sin perder su esencia: la cercanía y el conocimiento directo del cliente.

A través de este galardón, celebramos a los estancos que apuestan por unir tecnología y digitalización con los factores únicos que les diferencian: su trato personal y su papel como negocio de proximidad. Esta combinación es la que les permitirá liderar el camino hacia un futuro más rentable, gestionando un amplio abanico de ofertas y propuestas de valor de manera más eficiente y competitiva.

Nuestro compromiso es proporcionar las herramientas y el soporte necesario para que cada estanco alcance su máximo potencial. Queremos acompañarles en esta transformación, ayudándoles a optimizar procesos, mejorar la rentabilidad y ofrecer una experiencia más ágil y personalizada a sus clientes.

Juntos estamos construyendo el futuro del sector estanco, donde tradición y tecnología se unen para ofrecer lo mejor a los clientes y a la comunidad. Porque en un mundo en constante evolución, adaptarse no es una opción: es la clave para seguir creciendo.

● PREMIO AL ESTANCO CON LA MEJOR OFERTA DE VAPERS

Premio al estanco que presente la más interesante oferta de vapeadores, así como de todos los productos consumibles necesarios para su funcionamiento y reciclado posterior.

Patrocinado por

blu



En **My Blu**, creemos firmemente en la importancia de la innovación y la excelencia en la presentación de productos. Patrocinar el premio al estanco con mejor oferta de vapers en una edición más de los premios 'Retailers for the Future' es prueba de nuestro compromiso con estos valores.

Este galardón no sólo reconoce la creatividad y el esfuerzo de los estancos en la presentación de sus productos, sino que también destaca la importancia de una experiencia de compra atractiva y diferenciada para los consumidores.

Para My Blu, este patrocinio es una oportunidad de apoyar y fomentar las mejores prácticas en el sector. Creemos que una comunicación visual efectiva no sólo mejora la experiencia del cliente, sino que también impulsa el éxito comercial de los estancos.

Queremos agradecer a LBF su dedicación y compromiso con el sector a través de estos premios, su papel es fundamental para conocer y promover la gran labor de los estancos en el comercio minorista de productos para fumadores.

● PREMIO AL ESTANCO MÁS ESPECIALIZADO EN MARCAS DE BOLSAS DE NICOTINA

Premio al estanco que, a pesar de ser un producto novedoso de reciente llegada al mercado, ha incluido las bolsas de nicotina en su oferta global y se ha especializado en ellas para ofrecer a consumidores de nicotina una alternativa menos nociva y novedosa.

Patrocinado por

ABN
ASOCIACIÓN BOLSAS NICOTINA
GINN



La **Asociación Española de Bolsas de Nicotina (ABN)** representa y da voz a toda la cadena de valor involucrada en la fabricación y comercialización de bolsas de nicotina en el mercado español con el objetivo de promover la innovación y una regulación basada en evidencia científica.

Nuestra mayor prioridad en 2026 es la educación y divulgación de esta nueva categoría con el fin que todos los estancieros involucrados en la comercialización de estos productos novedosos, cuenten con la información necesaria para su correcta prescripción a consumidores de nicotina adultos.

En 2026 las bolsas de nicotina ocuparán un mayor espacio en el mercado y en los estancos y desde la ABN estaremos al lado de estos establecimientos apoyando su desarrollo de una manera responsable. Y una forma de hacer efectivo dicho apoyo es mediante el patrocinio de un Premio como éste, con el que LBF Retailers for the Future también se hace eco de la importancia creciente de este segmento en un mercado como el español y con el que también se divulga la categoría.

● PREMIO AL ESTANCO CON MEJOR OFERTA Y PRESENTACIÓN DE PRODUCTOS TRADICIONALES DEL TABACO

Premio que reconoce al estanco que tanto por la oferta como por su presentación de los productos tradicionales del tabaco ha apostado por diferenciarse en los segmentos del cigarrillo, el cigarrito, las picaduras de liar y de pipa.

Patrocinado por

LANDEWYCK
IBERIA



Para **LANDEWYCK IBERIA** es un honor participar en la nueva edición de los Premios Retailers for the Future patrocinando el galardón al estanco con mejor oferta y presentación de productos tradicionales del tabaco.

Este patrocinio reafirma y subraya el apoyo de Landewyck Tabacos Iberia al tabaco tradicional. El premio también reconoce a los estancieros que destacan por su compromiso con la cuidada exposición y comunicación responsable de cigarrillos y picadura, así como su capacidad para ofrecer una experiencia de compra enfocada en la calidad.

Nos complace poder apoyar esta categoría, que celebra el esfuerzo diario de quienes trabajan con rigor, responsabilidad y respeto por un sector que evoluciona sin perder sus raíces.

Queremos felicitar a LBF Retailers for the Future por su compromiso con toda la cadena de valor del tabaco, visibilizando el trabajo de los estancieros para presentar de la mejor manera posible los productos de tabaco y relacionados. Todo este trabajo se ve plasmado en la organización de este gran evento.

● PREMIO AL ESTANCO CON MEJOR OFERTA DE PRODUCTOS DE CONVENIENCIA

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.

Patrocinado por

Logista
RETAIL



Para **Logista Retail**

Es para nosotros un placer el volver a formar parte de una nueva edición de los Premios Retailers for the Future y ser patrocinadores de unos galardones tan vinculados al estanco y mediante los que se reconoce la inestimable labor que hacen estos establecimientos en el día a día desde detrás de sus mostradores.

En esta edición de los Premios, Logista Retail va a patrocinar un año más la categoría relativa al estanco con mejor oferta de productos de conveniencia, con la que se reconocen los esfuerzos tendentes a crear un negocio moderno y atractivo para el consumidor por la variada oferta de productos y servicios que acoge y donde Logista retail es el mejor partner del mercado para el estanco.

Queremos felicitar a LBF Retailers for the Future por su compromiso con toda la cadena de valor del tabaco y de los productos relacionados en España, plasmado desde hace ya tantos años en la organización de este gran acontecimiento que son los Premios. Una excelente iniciativa que desde sus inicios en 2009, donde ya iniciamos nuestra labor de su patrocinio.

● PREMIO AL ESTANCO CON MAYOR COMPROMISO EN SOSTENIBILIDAD

Este premio distingue al estanco que muestre un compromiso ejemplar con la sostenibilidad, impulsando una gestión responsable e implantando medidas como uso de energías limpias, reciclaje y prácticas ecoeficientes.

Patrocinado por

LOST MARY
ELFBAR



Para **ELFBAR** y **LOST MARY**, es un orgullo renovar nuestro apoyo a los Premios Retailers for the Future patrocinando, en esta ocasión, la categoría que reconoce al estanco con mayor compromiso en sostenibilidad. Creemos firmemente que el futuro del sector pasa por integrar prácticas responsables en los establecimientos y su entorno, siendo parte real del cambio. La sostenibilidad no es sólo una tendencia: es un pilar estratégico que impulsa una cadena de valor más eficiente, respetuosa y preparada para los nuevos retos.

Nuestra compañía lleva años reforzando su apuesta por la innovación y la mejora continua, incorporando procesos más limpios, optimizando recursos y desarrollando soluciones que reduzcan nuestra huella ambiental. Un esfuerzo por el que continuaremos apostando en el futuro. Por ello, valoramos especialmente el compromiso de los estancieros que adoptan medidas como el uso de energías renovables, la gestión responsable de residuos o la implementación de iniciativas de ahorro energético.

En nombre de todo el equipo, agradecemos a los estancieros su dedicación y liderazgo en este camino común hacia una actividad más sostenible, reconociendo una visión de futuro.

● PREMIO AL ESTANCO CON LA MEJOR OFERTA DE CIGARROS PREMIUM Y SUS ACCESORIOS DE LUJO

Premio al estanco que cuente con una oferta detallada de cigarros atractiva para sus clientes tanto por la variedad, cuidado, mantenimiento y atención especializada, como por la incorporación de aquellos accesorios de lujo que acompañan a los cigarros premium.

Patrocinado por

S.T. DUPONT
PARIS



Para S.T. Dupont Iberia

Este reconocimiento distingue a los establecimientos que comparten nuestro compromiso con la excelencia y el “saber hacer” en el universo del lujo vinculado al cigarro.

S.T. Dupont fundamenta su prestigio en la artesanía francesa, la innovación y la creación de objetos atemporales que elevan la experiencia del aficionado.

Con este galardón reafirmamos nuestro apoyo a todos aquellos espacios que cuidan la selección de sus productos y ofrecen un servicio excepcional, en sintonía con los valores de la Maison.

Este premio que patrocinamos pone en valor la capacidad de marcar la diferencia, uniendo tradición, innovación y elegancia.

● PREMIO AL ESTANCO CON MEJOR OFERTA DE ARTÍCULOS Y COMPLEMENTOS PARA EL FUMADOR

Premio al estanco con variada oferta de artículos y complementos para el fumador y sus marcas, clásicas y modernas, así como de productos de marca orientados a estilo de vida.

Patrocinado por

ZIPPO



Según Zippo

Cada año nos hace mucha ilusión tener la oportunidad de hablar con unos de los mejores estanqueros de España. Como sabéis, Zippo tiene cada vez más presencia a nivel europeo y el mercado español es y será siempre muy querido por nosotros. De hecho, nuestro icónico encendedor Zippo a prueba de viento ha sido siempre muy bien recibido en los puntos de venta españoles y sigue creciendo año tras año. Ahora, también crece gracias a la diversificación de productos Zippo: artículos de piel como carteras, una amplia gama de inserts para encendedores, velas y encendedores para velas, calentadores de manos y otros productos para actividades al aire libre.

Ésta es una fuerte señal que nos anima a esforzarnos cada día al máximo para desarrollar nuevas colecciones. Queremos hacer llegar a todos los estanqueros una oferta más amplia, de calidad y adaptada a vuestros clientes, para así contribuir al crecimiento del negocio.

Por ello, nos complace presentar por cuarto año consecutivo la categoría “Premio al estanco con mejor oferta de artículos y complementos para el fumador”.



● PREMIO GENERACIÓN W A LA MUJER ESTANQUERA

Patrocinado por



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



Como organizadora de InterTabac y EVO NXT, Messe Dortmund se enorgullece de patrocinar el premio «LBF Retailers for the Future Award 2026» en la categoría «PREMIO GENERACIÓN W A LA MUJER ESTANQUERA».

Con mujeres ocupando puestos directivos en muchas partes de nuestra empresa -especialmente en el departamento de ferias comerciales-, nos consideramos un buen ejemplo de lo mucho que pueden lograr las mujeres en puestos de liderazgo.

La industria tabaquera es un sector apasionante y diverso, pero en la mente de mucha gente sigue siendo una industria fuertemente caracterizada y dirigida principalmente por hombres. Sin embargo, esto ya no es así. Esta imagen está cambiando, y estamos encantados de que el premio ponga a las mujeres responsables de este cambio en el punto de mira y les dé voz.

A lo largo de los más de 40 años de historia de InterTabac, hemos sido testigos y hemos acompañado año tras año el desarrollo inspirador de muchas mujeres en la industria del tabaco. Por esta razón, es importante para nosotros apoyar precisamente este desarrollo patrocinando este valioso premio.

● PREMIO A TODA UNA VIDA DEDICADA AL ESTANCO

Patrocinado por



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.



Hace tres años, la Unión de Asociaciones de Estanqueros de España dio un paso adelante para patrocinar uno de los premios LBF Retailers for the Future. Y aunque eran muchas las posibilidades de premios a patrocinar, tuvimos claro que, si se trataba de un premio a entregar por los estanqueros a un compañero o una compañera, tenía que ser uno en el que se destacara el trabajo, el esfuerzo y la dedicación de los estanqueros españoles a lo largo de los años detrás del mostrador. La solución fue clara: el premio a toda una vida dedicada al estanco.

Y ya vamos a por la cuarta edición en la que premiamos a estanqueros que han dedicado su vida a atender a sus vecinos, a dar servicio y a cumplir con el compromiso que supone la concesión de una expendeduría. Con su esfuerzo y trabajo diario han roto multitud de barreras y superado innumerables desafíos que han hecho del estanco lo que es hoy en día. Y es de justicia agradecerlo.

El premio a toda una vida es un reconocimiento a un compañero entregado por otros compañeros, aunque en él necesariamente están incluidos muchos otros estanqueros que también merecerían recibirlo en homenaje a su labor discreta, pero indispensable en tantas aldeas, pueblos, villas y ciudades de España.

PREMIOS 2026
RETAILERS
FOR THE FUTURE

PATROCINADORES

Logista
STRATOR

Logista
RETAIL

PREMIOS 2026
RETAILERS
FOR THE FUTURE



COLABORADORES



PURIFICACIÓN AGUILAR SÁNCHEZ SIERRA

“LOS PEQUEÑOS RETOS DIARIOS SON LOS QUE ME MOTIVAN A SEGUIR ADELANTE”

Detrás del mostrador de un estanco, Purificación ha construido una trayectoria marcada por la perseverancia, la formación constante y la capacidad de adaptación. Hija de estancuero, nunca imaginó dedicarse a este negocio, pero con el tiempo lo convirtió en una oportunidad para crecer, innovar y dar el doscientos por cien. Y, sin atisbos, con su primer sueldo decidió comprarse la enciclopedia Espasa. En esta entrevista repasa su recorrido, los retos de conciliar la vida personal y profesional, el papel de la mujer en el sector y la importancia de mantenerse siempre un paso por delante en un mercado en constante evolución.

Nunca imaginó que la mayor parte de su vida transcurriría detrás del mostrador de un estanco, a pesar de haber crecido rodeada de cajetillas de tabaco. Estudió fuera y en sus planes no estaba volver a la ciudad que la vio crecer. “Sin embargo, la vida a veces te lleva por derroteros distintos a los que habías soñado y llega un momento en el que tienes que tomar decisiones, pensando no sólo en ti, sino en las personas que más quieres”.

Cuando fue consciente de cuál sería su futuro, “decidí conocer el mercado a fondo y, convencida de que no quería ser una simple máquina expendedora, invertí mi tiempo en formación, busqué la ayuda de los mejores y me dejé asesorar por todos aquellos que me podían aportar valor. Salí de mi zona de confort y, dispuesta a dar el doscientos por cien, tracé un plan y adapté la estrategia cuando fue necesario. Me marqué metas no sólo a largo plazo, sino también en el día a día, disfrutando con cada pequeño logro. Hoy en día he llegado a donde me propuse, pero sigo planteándome nuevos retos que son, en definitiva, lo que me motiva a seguir adelante”.

“A día de hoy sigo formándome porque considero que es condición sine qua non conocer el producto a fondo, el mercado y su evolución si se quiere destacar. Es fundamental seguir adelante para alcanzar las metas que nos marcamos”, señala Purificación.

○ ¿Cómo empezaste a trabajar en el estanco?

Mi madre es titular de un estanco desde hace muchos años, aunque yo colaboraba sólo de manera esporádica. Mi verdadera inmersión en este mundo fue en 2004, cuando salió la última convocatoria y decidimos embarcarnos en esta nueva aventura.

○ ¿Cómo has hecho para conciliar la vida familiar, personal y laboral?

Ha sido un desafío constante, quizá la parte más complicada de gestionar, ya que en más de una ocasión he tenido que dar prioridad al trabajo en detrimento de mi vida familiar. Era lo que debía hacer, aunque en el fondo no era lo que quería. Realmente, ésta ha sido mi espada de Damocles a lo largo de todo este tiempo.

○ Si tuviera que definir su recorrido en tres palabras, ¿cuáles serían y por qué?

Aprendizaje, tenacidad y adaptación.

Siempre he sido muy curiosa: buscaba respuestas y disfrutaba adquiriendo nuevos conocimientos. Con mi primer

suelo decidí comprarme la enciclopedia Espasa porque estaba convencida de que con ella podría solventar muchas dudas y continuar mi proceso de aprendizaje. Si lo extrapolamos a mi vida laboral, la dinámica es la misma. A día de hoy sigo formándome porque considero que es condición sine qua non conocer el producto a fondo, el mercado y su evolución si se quiere destacar.

Es fundamental seguir adelante para alcanzar las metas que nos marcamos. En el camino encontraremos obstáculos y cometeremos errores; sin embargo, son precisamente esos errores los que nos ayudan a ser más fuertes, a aprender la lección, a mejorar y crecer, superando desafíos y analizando nuestras caídas, porque cada obstáculo es también una oportunidad para buscar nuevas soluciones.

En este mundo todo evoluciona muy rápido y es necesario mantenerse al día, adaptándose a ese nuevo entorno que se nos presenta. De lo contrario, los clientes buscarán otras alter-

Para Purificación "desgraciadamente, aunque hay avances en algunos sectores, en otros como el financiero, la industria pesada o la tecnología, sigue habiendo pocas mujeres en puestos de liderazgo. Además, la conciliación en el ámbito doméstico sigue siendo un obstáculo importante".

nativas y se perderán muchas oportunidades.

○ *¿Quiénes son las personas que forman el equipo de trabajo de la expendeduría?*

Perfiles y edades muy diversos: desde quien está a punto de jubilarse, hasta quien hace relativamente poco se inició en el mundo laboral. No obstante, todos tienen algo en común: son honestos, conocen perfectamente el producto y mantienen una actitud positiva y responsable, tanto de cara al cliente como hacia el negocio.

○ *¿Qué valores busca en las personas que trabajan con usted?*

Integridad, responsabilidad, proactividad, colaboración... Valoro a las personas entusiastas y honestas que saben gestionar sus emociones, que están dispuestas a salir de su zona de confort, que desean formarse, que aportan ideas, que se adaptan a los cambios y que contribuyen a generar un ambiente fluido y positivo, tanto entre compañeros como de cara al



cliente. En definitiva, aquellas en las que se puede delegar con confianza y que se comprometen en el día a día con una actitud constructiva.

○ *¿Qué papel juegan las nuevas tecnologías en el día a día de su negocio?*

Las nuevas tecnologías juegan un papel fundamental, tanto a nivel interno como en la interacción con los clientes. Desde las medidas de seguridad, la gestión, la facturación y el inventario –con el consiguiente ahorro de tiempo–, hasta la comunicación fluida entre compañeros y con los clientes mediante distintos canales. La tecnología me aporta información muy precisa a la hora de analizar datos y tomar decisiones.

○ *¿Cree que el sector ha estado tradicionalmente enfocado en la figura del hombre?*

Sí. Tal vez porque en un principio el número de mujeres fumadoras no era en absoluto representativo, ya que no estaba bien visto que una mujer fumara en la sociedad de principios del siglo pasado. La publicidad iba dirigida casi exclusivamente al género masculino, con la imagen del hombre viril y aventurero con un cigarrillo en la mano. La mujer rara vez aparecía y, si lo hacía, era como un mero adorno.

Fue entonces cuando surgió la figura del publicista Edward Bernays, sobrino de Sigmund Freud, quien ya había tenido un éxito abrumador al popularizar el tocino en el desayuno de los estadounidenses. Contratado por la industria tabaquera, Bernays ideó una campaña para animar a las mujeres a fumar.

George Washington Hill, presidente de la American Tobacco Company, percibió el enorme mercado sin explotar que suponían las mujeres y quiso romper ese tabú social para que ellas también pudieran fumar en público. Bernays concluyó que no bastaba con decirles que fumaran: había que asociar el acto de fumar con conceptos más trascendentes, como la "libertad" y la "emancipación".

En 1929, durante el Desfile de Pascua en Nueva York, contrató a un grupo de mujeres jóvenes y elegantes para que, a una señal acordada, encendieran cigarrillos Lucky Strike. Informó a la prensa de que estas mujeres encendían "antorchas de la libertad", un acto simbólico de desafío contra las normas sociales y una declaración de independencia e igualdad respecto a los hombres.

El impacto fue rotundo y, poco a

poco, fumar en público se volvió más aceptable para las mujeres, lo que abrió un nuevo y masivo mercado para la industria tabacalera.

Con los años, no sólo se incrementó el número de mujeres fumadoras, sino también su presencia en la industria del tabaco.

○ *¿Cómo ve el liderazgo femenino hoy en día?*

Desgraciadamente, aunque hay avances en algunos sectores, en otros como el financiero, la industria pesada o la tecnología, sigue habiendo pocas mujeres en puestos de liderazgo.

A pesar de que diversos estudios concluyen que las empresas con mayor porcentaje de mujeres en cargos de responsabilidad obtienen mejores resultados, lo cierto es que aún existen muchas barreras que dificultan el acceso a la alta dirección. Además, la conciliación en el ámbito doméstico sigue siendo un obstáculo importante. Todo esto mantiene vivo lo que se conoce como el "techo de cristal" o, en las primeras fases de las carreras profesionales, el "suelo pegajoso".

○ *¿Cree que se nos exige más a las mujeres por el solo hecho de serlo?*

Sí. Se nos exige mucho más para demostrar nuestra valía, especialmente a la hora de optar a ciertos puestos de responsabilidad dentro de la empresa y, en ocasiones, incluso ni siquiera se contempla esa posibilidad por el simple hecho de ser mujer.

○ *¿Siente que alguna vez no se confió en usted por el hecho de ser mujer, pero al final demostró que podía?*

Sí. Estando en la universidad hice prácticas en una empresa familiar con unos 400 empleados. No era el puesto de mis sueños, pero decidí aprovechar la oportunidad.

Al terminar mis estudios apliqué para un puesto más acorde con mi preparación. La última entrevista fue con el propietario, un hombre inteligente y perspicaz que había levantado un imperio desde cero. Mi sorpresa fue enorme cuando me dijo que en la empresa las mujeres sólo trabajaban en limpieza o en



Su madre es la mujer que más ha influido en su desarrollo personal y profesional, "gracias a su empatía, generosidad, resiliencia, perseverancia, honestidad y ética... En definitiva, por su integridad y sus valores".

○ *¿Qué mujeres le han inspirado en su vida?*

Sin duda alguna, mi madre. Es quien más ha influido en mi desarrollo personal y profesional gracias a su empatía, generosidad, resiliencia, perseverancia, honestidad y ética... En definitiva, por su integridad y sus valores. Ella me ha inspirado y alentado para convertirme en la mejor versión de mí misma.

Purificación Aguilar Sánchez Sierra es la titular de la Expendeduría número 6 de Talavera de la Reina (Toledo) y fue reconocida en la última edición de los Premios Retailers 2025 con el Premio al estanco con mejor oferta de picaduras y productos de nicho de mercado, galardón patrocinado por Ibertabac Comercial.



EL SECTOR DEL TABACO APORTA AL PIB 3.750 MILLONES DE EUROS

Informe “La importancia del sector del tabaco en la economía española”, presentado por la Mesa del Tabaco

La Mesa del Tabaco ha presentado junto con Afi (Analistas Financieros Internacionales) el informe ‘Relevancia socioeconómica de la cadena de valor del tabaco en España’, un estudio que actualiza la aportación económica y laboral del sector, su proyección internacional y la relevancia de su capital humano en el que se ha confirmado la evolución positiva del sector. El encuentro ha reunido a representantes de toda la cadena de valor del tabaco con el objetivo de poner en relieve la contribución del sector al PIB, el empleo y la recaudación fiscal en España.

El sector del tabaco en España constituye una cadena de valor amplia y estratégica, que abarca desde el cultivo de la hoja hasta la comercialización minorista. Las empresas del sector generaron un valor añadido directo de 1.825 millones de euros, un 9% más que en el año anterior. Dentro de los diferentes eslabones, las actividades de distribución mayorista y comercialización minorista acaparan el 80% de esta contribución económica directa. Por

Las empresas del sector generaron en 2023 un valor añadido directo de 1.825 millones de euros, un 9% más que en el año anterior.

otro lado, el impacto indirecto de la actividad del sector asciende a 3.750 millones de euros de aportación al PIB.

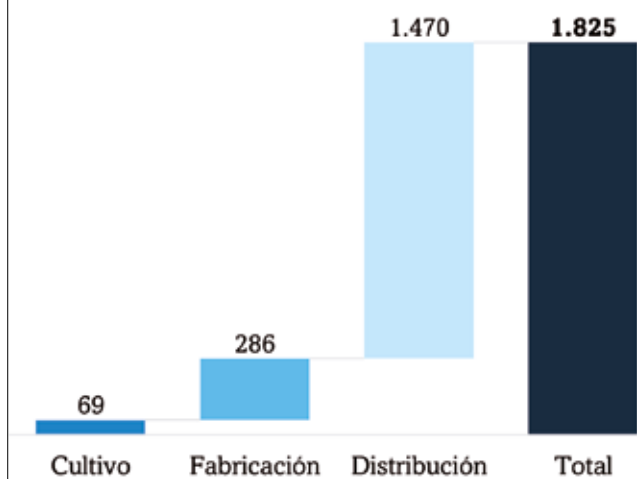
El conjunto del sector sostiene más de 61.500 empleos en España, de los cuales 31.200 son directos. Cada puesto de trabajo en el sector genera 1,6 empleos adicionales en el resto de la economía.

Además, la contribución fiscal de la cadena del tabaco supera los 10.100 millones de euros anuales, equivalente al 3,8% de la recaudación total del Estado, consolidando al sector como uno de los principales contribuyentes a las arcas públicas.

SECTOR EN CONSTANTE EVOLUCIÓN

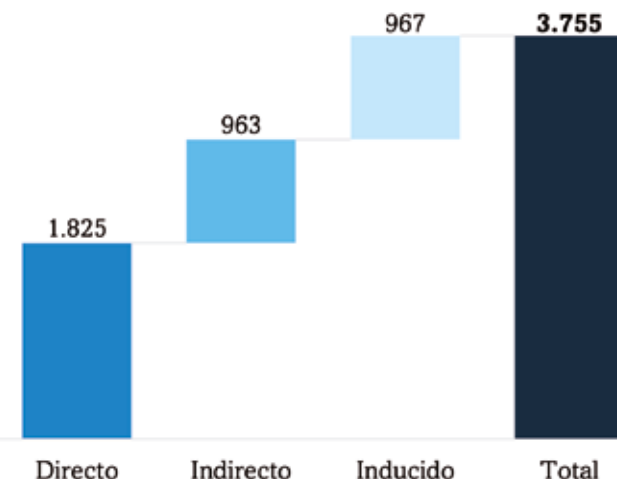
Las empresas del sector han exhibido en los últimos años un notable dinamismo, lo que les ha permitido incrementar tanto su valor añadido como su empleo. En concreto,

Contribución económica directa por segmento de actividad del sector del tabaco, millones de euros de valor añadido, 2023



Fuente: Afi a partir de INE, Comisionado de Tabacos y CETARSA

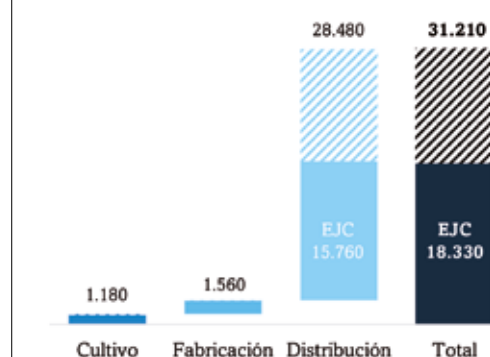
Impacto económico total de la cadena del tabaco en España, millones de euros de valor añadido, 2023



Fuente: Afi a partir de INE, Comisionado de Tabacos y CETARSA

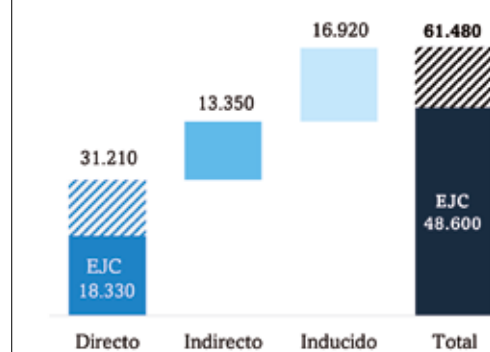


Generación de empleo directo por segmento de actividad del sector del tabaco, empleados totales y equivalentes a jornada completa, 2023



Fuente: Afi a partir de INE, Comisionado de Tabacos y CETARSA

Contribución de la cadena del tabaco al conjunto del mercado laboral, empleados totales y equivalentes a jornada completa, 2023



Fuente: Afi a partir de INE, Comisionado de Tabacos y CETARSA

El sector del tabaco en España genera 61.480 puestos de trabajo, la mayor parte de ellos a jornada completa, con 48.600. Cada puesto de trabajo en el sector genera 1,6 empleos adicionales en el resto de la economía.

de recursos, así como de la incorporación creciente de prácticas sostenibles—presentes ya en la mayoría de las explotaciones— que refuerzan la continuidad y viabilidad a largo plazo del cultivo.

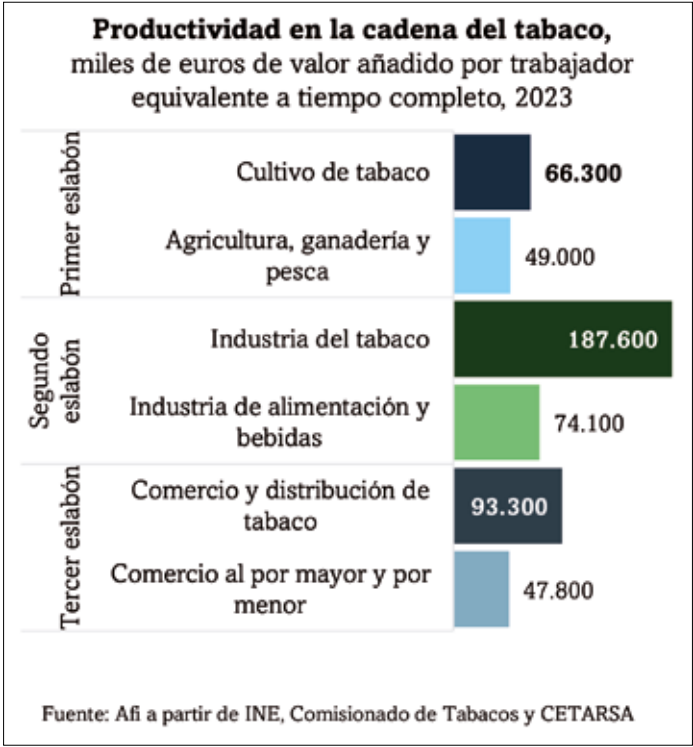
El tabaco extremeño, reconocido por su elevada calidad, continúa siendo una materia prima esencial tanto para los productos tradicionales como para los nuevos desarrollos del sector. La actividad tabaquera sostiene un volumen de empleo especialmente relevante para las comarcas de Campo Arañuelo, La Vera, Talayuela y Navalmoral de la Mata, donde constituye uno de los pilares del tejido productivo local. A la generación de empleo directo se suma el efecto que el sector ejerce sobre empresas proveedoras y servicios vinculados al cultivo, lo que amplifica su importancia en zonas rurales que dependen en gran medida de esta actividad.

El empleo asociado al primer eslabón de la cadena presenta características singulares y de notable calidad dentro del ámbito agrario. Los trabajadores del cultivo permanecen una media de 19 años en las explotaciones de cultivo de tabaco, una estabilidad muy superior a la del conjunto de la agricultura regional. Además, el 69% de los agricultores cuenta con contrato indefinido y la presencia femenina alcanza el 46%, una proporción que sobresale frente a la media del sector agrario extremeño.

Estos factores confirman que el tabaco es un espacio laboral diferenciado y generador de oportunidades en el medio rural.

Una actividad con una fuerte proyección internacional, ya que el 74% de la producción de tabaco en Extremadura se destina a mercados internacionales, con ventas exteriores cercanas a los 70 millones de euros dirigidas a las tres principales compañías multinacionales establecidas en España, que mantienen un firme compromiso con el sector cultivador y de primera transformación en la región. Este compromiso se sustenta en un marco regulatorio estable, que permite relaciones comerciales consolidadas y de largo plazo. La propia dinámica del sector hace que cualquier modificación relevante en dicho marco pueda alterar el equilibrio existente, especialmente sensible para las comarcas que dependen de esta actividad.

El tabaco extremeño mantiene cifras estables desde hace más de una década, incluso tras la desaparición de las ayudas al cultivo. Su marcada orientación exterior lo sitúa como uno de los cultivos de mayor ren-



En promedio, cada trabajador de la industria del tabaco genera un valor añadido de cerca de 188.000 euros, más del doble del valor añadido generado por el empleado de una empresa promedio del sector de la alimentación y las bebidas.

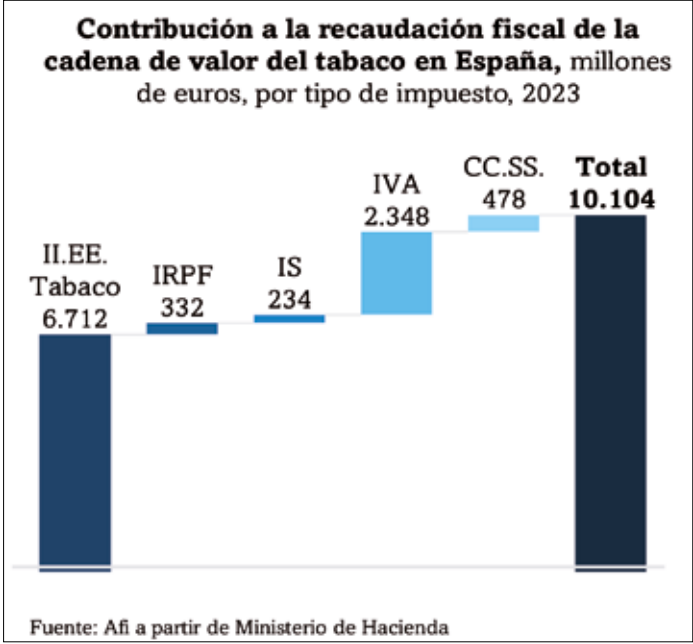
dimiento exportador de la región. El sector ha logrado sostener e incluso reforzar su capacidad exportadora gracias a incrementos en el rendimiento por hectárea, alcanzando niveles comparables a los del tomate y claramente superiores a los del olivar o el maíz. La evolución hacia procesos más eficientes y su reconocimiento para el desarrollo de nuevos productos han contribuido a afianzar la presencia del tabaco extremeño en mer-

cados de mayor valor añadido, reforzando su competitividad internacional.

FABRICACIÓN Y DISTRIBUCIÓN

El eslabón industrial de la cadena de valor del tabaco en España presenta una fuerte especialización territorial, articulada en torno a tres polos productivos. En Canarias cuenta con una larga trayectoria que se remonta al siglo XIX y combina

hoy procesos industriales altamente tecnificados con una producción artesanal de cigarrillos que forma parte del patrimonio cultural canario. Actualmente es el principal polo manufacturero de España, con una cuota del 68% sobre el valor añadido nacional. La fabricación se distribuye entre Tenerife, con el grueso de la producción de cigarrillos en fábricas como Japan Tobacco International (recientemente ampliada) y TABSA; en Gran



Canaria, las plantas de Dos Santos (empresa centenaria que cuenta con producción tanto industrializada como 100% artesanal, a la que Philip Morris ha trasladado gran parte de su volumen de fabricación) y La Canariense están especializadas en cigarrillos y cigarrillos; y en La Palma, la producción se centra en cigarrillos manuales, con un enfoque artesanal e intensivo en mano de obra. De los 286 millones de euros generados por la industria tabacalera nacional, el es-



Dentro de los diferentes eslabones, las actividades de distribución mayorista y comercialización minorista acaparan el 80% de esta contribución económica directa.

labón canario aporta más de 195 millones, convirtiéndose en el principal polo de manufactura del sector del tabaco en España. A finales de 2023, las empresas del archipiélago tenían contratados a casi 800 trabajadores (equivalentes a jornada completa). La contribución del sector del tabaco a la industria insular es significativa: el 6,6% del PIB industrial y casi un 2% de los empleados industriales de las islas provienen del sector. Por cada euro de valor añadido generado directamente por el sector tabacalero canario, se generan casi 1,4 euros adicionales en otras actividades económicas. El multiplicador en términos de empleo es incluso mayor: por cada empleo generado en el sector del tabaco se generan otros 4,6 empleos adicionales a tiempo completo en las islas. La fábrica de Entrambasaguas (Cantabria) de Altadis representa el principal núcleo de producción industrial en la península, con un volumen de fabricación de cigarrillos

y cigarrillos que alcanzó los 861 millones de unidades en 2022, y con una cuota del 16% sobre el total de valor añadido tabacalero industrial en España. De todo el Valor Añadido Bruto generado por dicho eslabón en España, un 16% del total parte desde Cantabria: 45 millones de euros, un 1,4% del valor añadido industrial de Cantabria.

A partir del valor añadido generado por el sector, otras actividades de la región se benefician, impulsando la creación de otros 34 millones de euros de manera indirecta, a los que se suman el gasto derivado por las rentas salariales. En total, sumando los efectos directos, indirectos e inducidos, la industria del tabaco cántabra aporta 109 millones de euros a la economía regional.

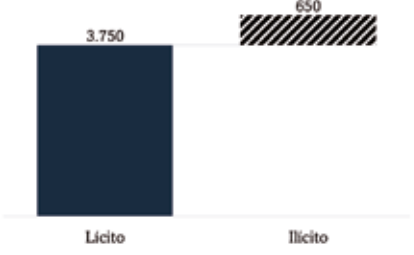
En empleo, 180 personas (a tiempo completo) se emplean en la industria del tabaco cántabra, casi el 14% de los afiliados totales de Entrambasaguas. Al igual que ocurre en Canarias, el multiplicador del empleo es muy significativo: el sector propicia el mantenimiento de otros 1.120 empleos en la economía regional.

La Comunidad de Madrid alberga las sedes de las filiales españolas de las principales multinacionales del sector, por lo que destaca como centro de decisión empresarial, siendo responsable del 15% del valor añadido industrial del sector.

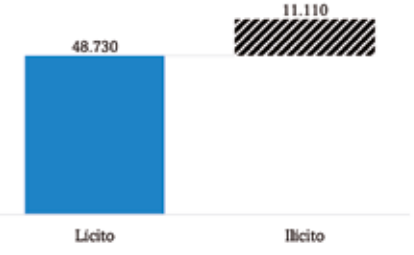
EL DESAFÍO DEL COMERCIO ILÍCITO

A pesar de los avances en trazabilidad y control, el comercio ilícito de tabaco sigue siendo un desafío. No sólo erosiona la competitividad de las empresas que operan dentro del marco legal, sino que limita la generación de valor añadido, empleo y recaudación en los territorios más especializados. Según las estimaciones de Afi, su erradicación supondría un incremento del 17% en el valor añadido del sector, un 22% más de empleo y un aumento del 8,7% en la recaudación fiscal. En la actualidad, se calcula que el fraude fiscal asociado al comercio ilícito provoca una pérdida de 879 millones de euros anuales para la Hacienda Pública, una cifra superior a la del año anterior.

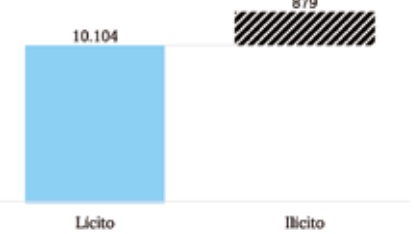
Impacto estimado del comercio ilícito sobre el Valor Añadido, millones de euros, 2023



Impacto estimado del comercio ilícito sobre el empleo, trabajadores equivalentes a tiempo completo, 2023



Impacto estimado del comercio ilícito sobre la recaudación fiscal, millones de euros, 2023



Fuente: Afi a partir de INE, Comisionado de Tabacos, Ministerio de Hacienda e IPSOS

EL CAPITAL HUMANO

Este capítulo realiza una radiografía de los trabajadores que propician la actividad de las empresas del sector del tabaco en nuestro país con el objetivo de resaltar sus principales características y tratar de identificar sus aspectos diferenciales respecto a sectores comparables. Como se ha estimado previamente, estas empresas dan empleo anualmente a 61.500 trabajadores en toda la economía española, 48.600 de los cuales son equivalentes a tiempo completo. El trabajador promedio en una explotación de cultivo de tabaco permanece en su empresa durante 19 años, prácticamente el doble de tiempo que el trabajador agrícola extremeño. Esta mayor fidelidad puede deberse a diversos factores:

- Estabilidad de los contratos: dos de cada tres empleados en el cultivo de tabaco extremeño poseían en 2024 un contrato de duración indefinida, cuando, en el

promedio del sector agrícola de la región, menos de la mitad de los trabajadores se encuentran en esta situación:

- Salarios: La base de cotización promedio en el cultivo de tabaco en Extremadura es de 24.400 euros anuales, un 13% superior al promedio del conjunto del sector agrícola nacional.

Otra característica a recalcar es que las mujeres representan casi la mitad de las personas afiliadas a este eslabón (46,4%), una cifra que refleja una participación femenina alta en comparación con la composición del sector agrícola en Extremadura y a nivel nacional.

La industria tabacalera española, por su parte, destaca por las condiciones laborales que ofrece a sus trabajadores, en especial en materia de retribuciones, siendo la cuarta rama de actividad industrial que ofreció salarios más altos, solo por detrás de la industria petroquímica, de material de transporte y la industria farmacéutica: el asalariado promedio en una empresa tabacalera ingresó un 34% más que el trabajador industrial promedio.

El 28% de los trabajadores del sector en 2024 no había trabajado en otra empresa, es decir, ese empleo es también su primer empleo. Este porcentaje, que supone 10 puntos más que el promedio del sector manufacturero, pone de manifiesto la satisfacción de los trabajadores del sector con las condiciones laborales ofrecidas.

En el estanco, los titulares de las 12.800 expendedorías de España destacan, entre otros aspectos, por su relativo envejecimiento: el 75% de ellos tiene más de 45 años, frente al 50% del promedio del mercado la-

PRESENTACIÓN

La presentación del Informe de Afi ha contado con la presencia de Águeda García-Agulló, directora general de la Mesa del Tabaco; Jorge Segura, director de Tabaco de Logista, por parte de la distribución mayorista; y de Miguel Ángel Martínez, presidente de la Unión de Estanqueros, en representación del canal minorista. Diego Vizcaíno, socio director del Área de Economía Aplicada de Afi, ha presentado las principales conclusiones del estudio, que actualiza las cifras macroeconómicas del sector y analiza su relevancia socioeconómica, su capital humano y el impacto del comercio ilícito.

En Extremadura estuvieron presentes Águeda García-Agulló y Javier Serrano, consultor senior del Área de Economía Aplicada de Afi y responsable de la presentación del informe. También han intervenido representantes del sector primario y de la industria transformadora, entre ellos Fernando Vaquero, director general de OITAB; Juan Andrés Tovar, presidente de CETARSA; y Juan Eloy Rodríguez Ucedo, director general de Política Agraria Comunitaria de la Junta de Extremadura.

Durante la presentación, Águeda García-Agulló, directora general de la Mesa del Tabaco, ha destacado que “el informe confirma la solidez y capacidad de transformación del sector, que continúa siendo un motor económico y social clave para España. La actualización de los datos refleja la mejora en la aportación al PIB, al empleo y a la recaudación, así como el compromiso de las empresas y los trabajadores”.

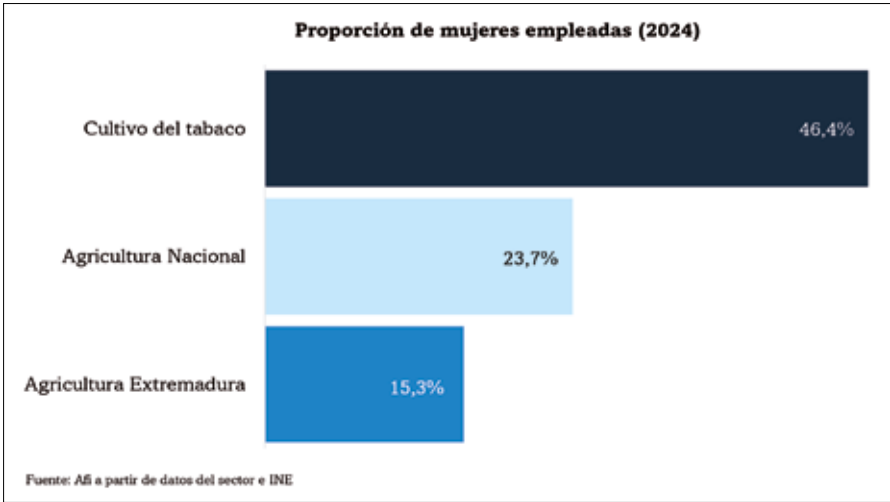
Respecto a la presentación en Extremadura, García-Agulló ha señalado, que ésta “es el epicentro del cultivo de tabaco en España. Esta actividad mantiene un peso determinante en la economía regional gracias al empleo estable que genera, al arraigo que aporta en las comarcas productoras y con una sólida proyección exterior, gracias a las relaciones a largo plazo entre los cultivadores y la primera transformación con las empresas manufactureras. Al mismo tiempo, su contribución a la cadena de valor nacional refleja que se trata de un sector relevante no sólo para Extremadura, sino también para la economía española en su conjunto”.



bora español. Este envejecimiento se refleja en la antigüedad en el empleo: el 52% de los

titulares llevan más de 15 años en su trabajo. Otros aspectos relevantes son: la elevada presencia de familiares en el negocio (dos de cada tres establecimientos de este tipo cuentan en plantilla con más de un familiar), y la notable proporción de titulares que son mujeres (43% del total).

El conjunto de trabajadores de la red de expendedorías de tabaco (tanto titulares como asalariados) percibe una remuneración de 14,4 euros por hora trabajada, lo que supone un 4% más que el promedio que se observa en el conjunto del comercio minorista de alimentos y bebidas. La prima salarial es todavía más elevada en el segmento mayorista del comercio de productos de tabaco, donde cada trabajador percibe 44,9 euros por hora trabajada, más del doble que en el promedio del comercio mayorista de alimentos y bebidas.



Nuevo diseño



Trusted. SINCE 1969

Las autoridades sanitarias advierten:
Fumar perjudica gravemente su salud y la de los que están a su alrededor.

X Congreso Frente al Contrabando de Tabaco

Auge del tabaco ilegal con nuevas rutas marítimas y producción clandestina

Más de 540 asistentes presencialmente y online, entre representantes de la Agencia Tributaria, Guardia Civil, Policía Nacional, Administración General del Estado y expendedores de tabaco se han reunido en el X Congreso Frente al Contrabando de Tabaco, organizado por ALTADIS-Imperial Brands y que se ha celebrado, bajo el lema “Diez años avanzando juntos”, en La Línea de la Concepción (Cádiz). El encuentro ha puesto en valor los avances conseguidos en la última década en la lucha contra el comercio ilícito, así como las implicaciones sociales y económicas que esta actividad tiene, especialmente en las zonas más afectadas, como Andalucía.

El X Congreso Frente al Contrabando de Tabaco ha puesto de manifiesto un cambio significativo en el panorama del comercio ilícito en España. Expertos, autoridades y fuerzas y cuerpos de seguridad del Estado han coincidido en que el tabaco ilegal atraviesa una nueva fase marcada por el incremento de las rutas marítimas utilizadas para el transporte de género y por la proliferación de fábricas clandestinas. Juan Franco, alcalde de La Línea de la Concepción, ha sido el encargado de inaugurar el encuentro y ha confirmado el actual cambio que está teniendo lugar en el contrabando de tabaco en España. “Las gráficas de los últimos diez años muestran clara-



mente el cambio: a partir de 2019-2020, cuando se reforzó el muro perimetral, las interceptaciones en aduana disminuyeron. En cambio, el contrabando por embarcaciones aumentó”. En este contexto, ha indicado que en la región “estamos en torno a 600.000-650.000 cajetillas anuales”.

En esta línea, Jerome du Chaffaut, presidente ejecutivo de Altadis-Imperial Brands, ha destacado el actual incremento detectado en el consumo de tabaco no doméstico en España. “La colaboración es más necesaria que nunca. De acuerdo con los datos del primer semestre de este año: el volumen de consumo de tabaco no doméstico ha alcanzado el 10,2% del consumo



A lo largo de toda la jornada se abordaron temas clave en la lucha contra el contrabando desde una perspectiva global, incluidos productores, expendedores, jueces y fiscales, Agencia Tributaria y Cuerpos y Fuerzas de Seguridad del Estado.

Jerome du Chaffaut, presidente ejecutivo de Altadis-Imperial Brands, en la bienvenida al X Congreso frente al Contrabando de Tabaco celebrado en la ciudad andaluza.

total, duplicando la cifra del mismo periodo del año anterior. Este dato, el más alto desde 2017, representa una pérdida de recaudación estimada de 467 millones de euros”.

MESAS REDONDAS

Durante la primera mesa de debate, moderada por Rocío Ingelmo, directora de Asuntos Legales y Corporativos de Altadis-Imperial Brands, los participantes han coincidido en que el auge del tabaco ilegal no es un fenómeno aislado, sino el resultado de una transformación profunda en las dinámicas del contrabando. La desaparición de métodos tradicionales, como el paso de cajas a través de la verja, ha permitido la introducción de tabaco ilícito a través de nuevas rutas marítimas, lo que también está incrementando la inseguridad y la necesidad de colaborar con las fuerzas de seguridad, la fiscalía y las administraciones.

Además, en una segunda mesa, titulada “Una década luchando contra el comercio ilícito”, se han repasado los principales avances obtenidos en los últimos años, así como los nuevos retos que plantea el fenómeno de las fábricas ilegales de tabaco, cada vez más presentes en distintas zonas del país.

Para cerrar el Congreso, los expertos han analizado el posible impacto que podría tener el acuerdo de España y Gibraltar, en lo que se refiere al tabaco, sobre las cifras del comercio ilícito. Según Esperanza Pérez, coordinadora de la Administración General del Estado en el Campo de Gibraltar, “el Gobierno tiene un firme compromiso con la comarca y una de las prioridades del acuerdo de Gibraltar son los intereses de nuestros trabajadores transfronterizos. Son muchísimas personas, más de 15.000, las que entran y salen de la verja, y su futuro laboral, el futuro de esta comarca, está relacionado con este tratado y el desarrollo del documento jurídico”.

En este sentido, Francisco Javier Ros, subdelegado del

“De acuerdo con los datos del primer semestre de este año: el volumen de consumo de tabaco no doméstico ha alcanzado el 10,2% del consumo total, duplicando la cifra del mismo periodo del año anterior. Este dato, el más alto desde 2017, representa una pérdida de recaudación estimada de 467 millones de euros”, ha expuesto Jerome du Chaffaut.



Participantes y premiados en el X Congreso Frente al Contrabando. Juan Franco, Lisardo Capote, Alba Serrano, Fernando López-Rey, Miguel Zapata Fosa, Rocío Ingelmo, Fernando Iglesias, Manuel Montesinos, Juan Andrés Tovar, Esperanza Pérez, Yolanda García Seco, Jerome du Chaffaut, José Antonio Fabios Ramírez, Felipe Nieto García-Asenjo, Salvador Vera, Pablo Martín Alonso, Francisco Javier Ros y Javier Chaparro. En la imagen superior, Juan Franco, alcalde de La Línea de la Concepción durante su intervención en la inauguración del Congreso. Arriba, Juan Franco, alcalde de La Línea de la Concepción.



Participantes en la primera mesa redonda, moderada por Rocío Ingelmo, y en la que participaron Fernando López-Rey, coronel jefe interino de la Comandancia de la Guardia Civil de Algeciras; Aurora Andrés, fiscal jefe de la Fiscalía de Área de Algeciras; Lisardo Capote, jefe del Servicio de Vigilancia Aduanera de Algeciras; Alba Serrano, juez decana de La Línea de la Concepción; y Felipe Nieto García Asenjo, inspector jefe del Grupo 2 de Propiedad Industrial de la UDEV Central de Comisaría General de la Policía Judicial.



Arriba a la izquierda, la segunda mesa redonda, también moderada por Rocío Ingelmo, en la que intervinieron Salvador Vera, presidente de la Asociación Provincial de Expendedores de Tabaco y Timbre de Cádiz; Fernando Iglesias, subdirector general de operaciones del Departamento de Aduanas e Impuestos Especiales de la Agencia Estatal de la Administración Tributaria; Yolanda García Seco, ex directora general de la Junta de Extremadura y ex delegada del gobierno en Extremadura; y Pablo Martín Alonso, teniente general (retirado) ex director adjunto Operativo de la Guardia Civil. Arriba a la derecha, la tercera mesa redonda, que estuvo moderada por Javier Chaparro, director de Europa Sur, tuvo como intervinientes a Juan Franco, alcalde de La Línea de la Concepción; Esperanza Pérez, coordinadora de la Administración General del Estado en el Campo de Gibraltar; y Francisco Javier Ros, subdelegado del Gobierno de la Junta de Andalucía en el Campo de Gibraltar.

Gobierno de la Junta de Andalucía en el Campo de Gibraltar, confirmó la estrecha relación entre el empleo y el contrabando, señalando que “estamos en una zona donde hay un alto índice de desempleo y quizá ese sea uno de los motivos. La falta de trabajo hace que la gente joven se meta en el mundo del contrabando”.

Por ello, Juan Franco, alcalde de La Línea de la Concepción, tiene esperanzas en el impacto positivo que pueda tener el acuerdo y considera que la colaboración, para que el acuerdo sea efectivo, es esencial, ya que “esto no es solo un asunto que afecte a Andalucía o España, sino a toda Europa. Es verdad que Andalucía es un punto clave, pero si seguimos

la cadena completa vemos que el tabaco, una vez que entra, se distribuye igual que lo haría una empresa de mensajería”.

PODER JUDICIAL

Este año se ha incorporado en la primera mesa redonda del Congreso, bajo el título “10 años y 10 razones contra el contrabando”, la presencia del poder judicial, por la importancia de que los jueces y fiscales estén concienciados de los efectos del contrabando de tabaco. En ella intervinieron Aurora Andrés, fiscal jefe de la Fiscalía de Área de Algeciras, y Alba Serrano, juez decana de La Línea de la Concepción.

Aurora Andrés, con veinte años de trayectoria en la Fiscalía



Aurora Andrés, fiscal jefe de la Fiscalía de Área de Algeciras, y Alba Serrano, juez decana de La Línea de la Concepción expusieron su visión del contrabando de tabaco en la zona, coincidiendo ambas que esta actividad es el germen de otras actividades delictivas, como el comercio del hachís y la cocaína, ejercido inicialmente por gente muy joven que lo considera como una forma de ganarse la vida y con el que no hacen daño a nadie.

de Algeciras, señaló que tanto entonces como ahora ya se trataban estos delitos, pero matizó que “actualmente se han reducido mucho”. Aseguró que esta figura delictiva es “una prioridad para el Ministerio Fiscal porque en una gran mayoría, al final, el contrabando de tabaco es el germen de lo que viene después, que es la lacra del narcotráfico en el Campo de Gibraltar”, y habló de las Juntas de Fiscales, que son reuniones de todas las Fiscalías de Algeciras para poner en común determinadas cuestiones y la unificación de criterios en el tratamiento de estos delitos. “Una lucha que sería imposible sin la coordinación institucional” con Guardia Civil, con Policía Nacional, con la Policía Local, con Vigilancia Aduanera y con la Agencia Tributaria. Se refirió a la necesidad de que no se dilate la instrucción de los casos y donde se pueda dar una respuesta penal ágil.

Alba Serrano, por su parte, destacó que el comercio ilícito de tabaco es “un problema social muy patente en la zona” y es “muy

preocupante porque los detenidos que llegan al juzgado son muy jóvenes y, en algunas ocasiones incluso, no son imputables porque son menores de edad”. Por esta razón, estimó necesario erradicar el problema desde el inicio y desde el origen. Se refirió a todo el proceso de instrucción desde que el detenido llega a los juzgados de guardia, “una instrucción que suele ser sencilla y rápida” y que, como medida provisional, no se suele adoptar la prisión provisional, sino otro tipo de medidas para asegurar que esa persona acude al juicio, tales como la prohibición de salida del territorio o la firma periódica en el juzgado y, en unos meses, esa persona ya es citada para juicio. Hizo alusión también a que muchos de los que se dedican al comercio ilícito de tabaco posteriormente escalan al hachís y, luego, a la cocaína y que el contrabando de tabaco es igual que el tráfico de droga, que no es únicamente ese tráfico de droga, sino toda la violencia y problemas que genera.

PREMIOS POR LA LUCHA CONTRA EL COMERCIO ILÍCITO DE TABACO

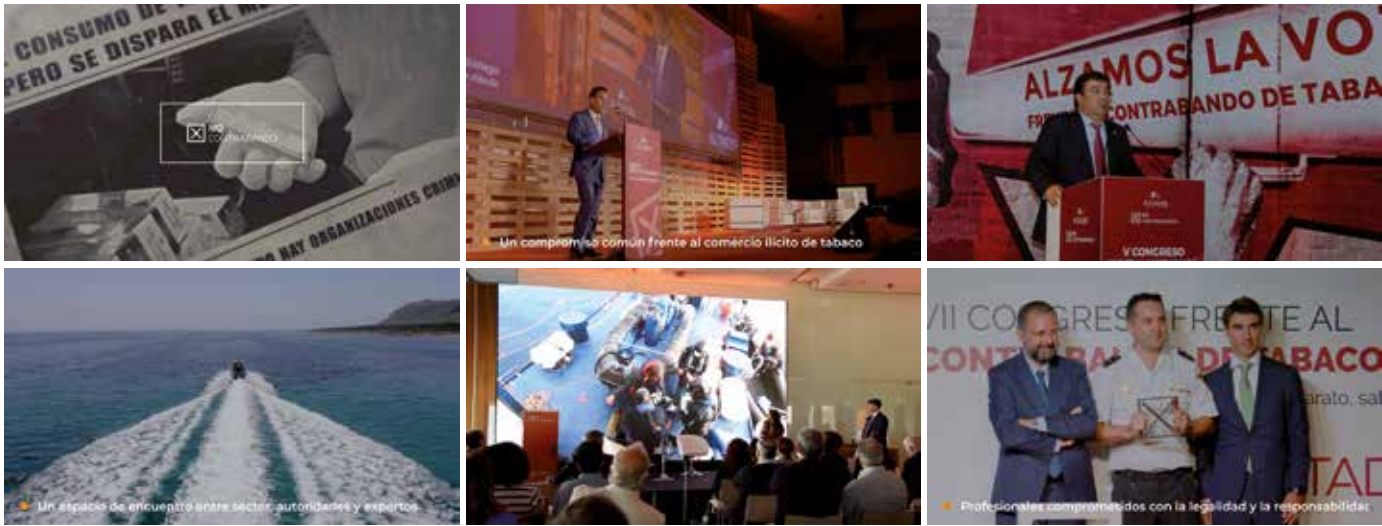
Como cada año, el Congreso ha concluido con la entrega de los Premios No Contrabando, un acto de reconocimiento público a los Cuerpos y Fuerzas de Seguridad del Estado y a la Agencia Tributaria, en agradecimiento a su labor y compromiso en esta lucha. En esta edición, se ha concedido un reconocimiento honorífico a Guillermo Fernández Vara, ex presidente de la Junta de Extremadura, por su apoyo constante al sector tabaquero y por haber impulsado que Extremadura se convirtiera en una región pionera en la aplicación de la trazabilidad de la hoja de tabaco, contribuyendo así de forma decisiva a la lucha contra el contrabando.

Asimismo, han sido reconocidos Miguel Zapata Fosa, subteniente de la Guardia Civil; José Antonio Fabios Ramírez, Inspector de Policía y Jefe del Grupo UDEV de la Comisaría Local de Écija, y Manuel Montesinos, actual enlace de la Agencia Tributaria con la Fiscalía Especial Antidroga.



VÍDEO CONMEMORATIVO DEL DÉCIMO CONGRESO

Para finalizar esta edición del Congreso Frente al Contrabando de Tabaco, se proyectó un vídeo resumen de los diez años que este congreso lleva celebrándose desde su primera edición celebrada en Sevilla en el año 2015 y en el que aparecieron imágenes que ya forman parte de la historia de la lucha contra el comercio ilícito en nuestro país.



Ginebra (Suiza)

COP11: Tensiones, filtraciones y un giro prohibicionista que agita el futuro del tabaco y la nicotina en Europa

La undécima Conferencia de las Partes (COP11) del Convenio Marco de la OMS para el Control del Tabaco tuvo lugar en Ginebra del 17 al 22 de noviembre. El encuentro reunió a unas 1.600 personas de 160 países, con un coste diario estimado entre 1,2 y 1,7 millones de euros (1,5 y 2 millones de dólares). La cita se desarrolló a puerta cerrada, con acceso mínimo para los medios y con documentos distribuidos de forma tardía. Brasil, por ejemplo, solo acreditó a un medio nacional. Estas restricciones, habituales en el historial del tratado, volvieron a generar críticas de sectores económicos, consumidores y algunos gobiernos.

Las posiciones han estado más enfrentadas que en conferencias anteriores: de un lado, delegaciones partidarias de prohibiciones amplias; del otro, quienes reclaman enfoques basados en reducción de daños, transparencia y participación de todos los sectores afectados.



se mantuvo la actividad en redes de la Alianza Mundial de Vapeadores.

El desarrollo del tercer día mostró dos planos paralelos. En el espacio oficial, las delegaciones avanzaron en cooperación futura, responsabilidad, revisión por pares y asuntos presupuestarios. En paralelo, eventos externos discutieron cómo contrarrestar mensajes sobre reducción de daños y cómo prevenir el uso de cigarrillos electrónicos. Copwatch apuntó que parte de la información más relevante no surgió de las actas, sino de boletines de organizaciones presentes.

Uno de los más comentados fue el de la Alianza Global para el Control del Tabaco, que criticó diferencias internas de algunos Estados de la UE y subrayó que varias medidas propuestas eran voluntarias. El borrador de decisión solicitaba reportes de implementación, lo que, según observadores, supondría presión práctica para adoptarla. En ese contexto, Guinea-Bissau y Antigua y Barbuda pidieron procesos más inclusivos y transparentes, mientras Canadá solicitó considerar testimonios directos de

Para el sector de estancos en España, el paquete que discute la OMS implicaría reducción del número de puntos de venta, aumento de la edad mínima, prohibición de filtros y sabores, congelación de marcas y, a largo plazo, el fin de la venta comercial de tabaco. El sector recuerda que su actividad soporta casi 13.000 estancos, más de 32.000 empleos y unos 9.000 millones de euros en impuestos.

personas afectadas. Aunque la reducción de daños figura en el tratado, ningún grupo de fumadores o usuarios tiene estatus de observador.

El cuarto día recuperó una costumbre de estas conferencias: los premios Orquídea y Cenicero Sucio. Brasil recibió la mención positiva y Tayikistán la negativa tras pedir un diálogo basado en evidencias sobre todos los productos de tabaco y nicotina, una postura compartida por varias delegaciones.

Mientras tanto, fuera del plenario se mantenía la



Ginebra, Suiza
17-22 de noviembre de 2025



POSICIÓN DEL SECTOR DEL TABACO EN ESPAÑA ANTE LAS CONCLUSIONES DE LA COP11

La Mesa del Tabaco, como organización representante del conjunto de la cadena de valor del sector del tabaco en España, desea trasladar una posición general sobre el proceso seguido en la Undécima Conferencia de las Partes (COP11) del Convenio Marco de la OMS para el Control del Tabaco. Nuestro objetivo no es valorar las decisiones adoptadas, sino subrayar la necesidad de que los debates internacionales se desarrollen con una visión completa, plural y basada en la evidencia, así como contruados sobre el máximo consenso posible entre todos los actores institucionales implicados. El consenso es la mejor garantía de políticas eficaces, sostenibles y respetuosas con la diversidad de realidades nacionales.

El sector reafirma su compromiso con participar de manera transparente y pública en cualquier proceso que pueda afectar a la cadena de valor del tabaco, que en España incluye agricultura, primera transformación, industria, distribución mayorista, estancos y todo el empleo auxiliar asociado: más de 3.755 millones de euros al PIB, 10.100 millones en ingresos tributarios y más de 61.500 empleos. Por ello, consideramos fundamental que también se escuche al sector, como actor que puede aportar información técnica, económica, científica y operativa relevante.

El sector considera que, antes de avanzar en debates como los tratados en la última COP en torno a medidas concretas como el fin del apoyo al cultivo, las restricciones basadas en fecha de nacimiento (generational ban), la reducción de puntos de venta o la prohibición de filtros, es esencial disponer de evaluaciones rigurosas sobre su eficacia y sus efectos secundarios. La experiencia internacional muestra que algunas de estas iniciativas, impulsadas en distintos países, no han logrado los objetivos previstos y han generado efectos indeseados, como el aumento del comercio ilícito, un fenómeno documentado a nivel global y que en España se mantiene en la actualidad muy por debajo de la media europea (un 3% frente al 38% de Francia o el 32% de Irlanda tras un endurecimiento de las políticas de control del tabaquismo).

Asimismo, recordamos que el Convenio Marco fue concebido para establecer una base compartida, respetando la soberanía de los Estados en la definición de sus políticas económicas,

agrícolas, industriales, fiscales o comerciales. Es importante que el proceso internacional mantenga este equilibrio para garantizar decisiones aplicables, realistas y respetuosas con las competencias nacionales.

En coherencia con ello, celebramos aquellas decisiones adoptadas en la COP11 que llaman a una discusión más profunda y exhaustiva, pues abren la puerta a un análisis más sólido, plural y transparente. Con este enfoque, llamamos a que los futuros trabajos se articulen mediante grupos de trabajo con participación de los Estados Parte y con la presencia coordinada de todos los ministerios implicados: Sanidad, Agricultura, Medio Ambiente, Industria, Economía, Hacienda, o Comercio. Sólo una visión interministerial permite analizar las medidas desde todos los ángulos: socioeconómico, sanitario, laboral, medioambiental, fiscal y comercial.

También solicitamos que estos debates incorporen toda la evidencia científica disponible, incluidos estudios revisados y análisis sobre productos de potencial riesgo reducido, como el tabaco calentado. Países como Suecia, República Checa, Chipre, o Grecia han permitido el uso de estas alternativas, obteniendo resultados positivos. Integrar esas experiencias es esencial, ya que la exclusión de determinadas fuentes de información limita la calidad del debate y no favorece la toma de decisiones basadas en datos.

En conclusión, el sector del tabaco en España solicita que los futuros avances derivados de la COP11, y de cara a la próxima

reunión de COP12 en Armenia, se desarrollen a través de procesos inclusivos y transparentes, grupos de trabajo con presencia de los Estados y todos los ministerios competentes, evaluación de toda la evidencia científica, análisis socioeconómicos completos, consideración de avances ya existentes en ámbitos como Medio Ambiente, y respeto pleno al mandato del Convenio y a la soberanía regulatoria de los Estados. Reafirmamos, además, que la construcción de consensos amplios entre Estados, instituciones y sectores afectados constituye la mejor garantía para que cualquier decisión resulte equilibrada, aplicable y duradera. Sólo con una visión completa, participativa y basada en datos podrá alcanzarse un marco internacional equilibrado.

tensión política. Una filtración desde Bruselas reveló que la Comisión Europea prepara un paquete para regular las bolsas de nicotina que iría más allá de las directrices actuales de la OMS. La propuesta incluye cinco puntos de alto impacto: prohibición total de las bolsas, eliminación de sabores, inversión de la carga de la prueba para fabricantes, nuevas exigencias ambientales y prohibición de comparaciones de riesgo.

Si prosperan, Europa se alejaría de las políticas de reducción de daños que países como Suecia han utilizado para reducir el tabaquismo a mínimos históricos. Expertos en salud pública advierten que una prohibición podría empujar a parte de los ex fumadores de vuelta al cigarrillo y favorecer el mercado ilícito.

El debate llega en un momento sensible. La Comisión Europea ya ha respaldado buena parte del enfoque de la OMS para esta COP11 y pretende aplicar la regla de mayoría cualificada, limitando la capacidad de los Estados miembros para defender posiciones propias. Para el sector de estancos en España, el paquete que discute la OMS implicaría reducción del número de puntos de venta, aumento de la edad mínima, prohibición de filtros y sabores, congelación de marcas y, a largo plazo, el fin de la venta comercial de tabaco. El sector recuerda que su actividad soporta casi 13.000 estancos, más de 32.000 empleos y unos 9.000 millones de euros en impuestos.

El campo también observa con inquietud. En España, el 98% del tabaco se cultiva en Extremadura y da trabajo directo o indirecto a más de 20.000 familias. En Canarias es ya uno de los principales productos de exportación. La posible retirada de apoyos preocupa a los productores. En Polonia, miles de agricultores protestaron antes de la COP11 tras la recomendación de eliminar gradualmente el cultivo europeo, argumentando que solo aumentaría las importaciones.

La ITGA (International Tobacco Growers Association), que representa a productores de tabaco de todo el mundo, ha intensificado su presencia ante la falta de representación formal. Su presidente, José Javier Aranda, advierte que decisiones sin participación del sector pueden generar daños irreversibles.

Las divergencias también aparecen dentro de la UE. Dinamarca, con apoyo de la Comisión Europea, defendió incorporar lenguaje que permitiría prohibir vapes y bolsas de nicotina, pese a que la UE había acordado no respaldar esas medidas. Organizaciones de consumidores señalan que este movimiento se produjo sin debate público.

Suecia, país con la prevalencia de tabaquismo más

La COP11 no convertirá sus conclusiones en ley, pero sí marcará el rumbo. La UE usará estas decisiones como referencia para la próxima revisión de la Directiva del Tabaco y, más adelante, cada país adaptará su normativa.

baja de Europa gracias al snus y a las bolsas de nicotina, llegó con una delegación dividida: su Parlamento defiende regular sin prohibir, pero parte de los funcionarios enviados han apoyado restricciones más severas.

A todo ello se suma la presencia de países con posturas muy distintas. Brasil llegó alineado con las posiciones más restrictivas y con una delegación cerrada a la participación de sus propios agricultores. Polonia adoptó una postura opuesta, centrada en el impacto económico y en la necesidad de mantener el cultivo.

Fuera de la COP, el investigador Jean-François Etter publicó un análisis en el que sostiene que las políticas tradicionales de control del tabaco muestran avances limi-



Los representantes de la International Tobacco Growers Association (ITGA) y la Asociación Europea de Cultivadores de Tabaco (UNITAB) estuvieron presentes en Ginebra, pero sin acceso a las reuniones de la COP11, como ellos mismos denuncian.

tados en algunos contextos. Plantea revisar un enfoque centrado sólo en prevención y cese y considerar métodos alternativos de administración de nicotina, alertando de que muchos países podrían no alcanzar las metas de 2030 y 2040 sin modelos complementarios.

La COP11 no convertirá sus conclusiones en ley, pero sí marcará el rumbo. La UE usará estas decisiones como referencia para la próxima revisión de la Directiva del Tabaco y, más adelante, cada país adaptará su normativa. Las posiciones están más enfrentadas que en conferencias anteriores: de un lado, delegaciones partidarias de prohibiciones amplias; del otro, quienes reclaman enfoques basados en reducción de daños, transparencia y participación de todos los sectores afectados.

Entre ambas visiones queda una pregunta aún sin respuesta en Europa: qué camino salva más vidas, el prohibicionista o el que reconoce que muchos fumadores necesitan alternativas de menor riesgo.

La COP11 se celebró sin cámaras y a puerta cerrada. Su impacto, sin embargo, se notará durante años.

Más soluciones para ayudarte a crecer, innovar y destacar



Etiquetas electrónicas

Actualiza precios rápidamente evitando cambiar las etiquetas de forma manual. Ahorra tiempo y mejora la visibilidad y precisión de la información para el cliente.

Kioskos Autopago

Ofrece una experiencia de compra rápida, autónoma y eficiente. Permite el pago directo mediante un sistema de cobro integrado. Reduce tiempos de espera y mejora la fluidez en el punto de venta.



Antenas Antihurto

Prevención efectiva de robos detectando etiquetas o dispositivos de seguridad no desactivados, así como la disuasión visual. Mejora la rentabilidad y ofrece un diseño moderno y adaptable.

Te proporcionamos servicios adicionales y acompañamiento personalizado



Servicios integrados



Service Desk



Equipo de consultores



Formación e instalación

logistastrator.com
strator@logista.es

Logista
STRATOR

Software adaptado
verifactu

Ginebra (Suiza)

Cuarta Reunión de las Partes (MOP4) contra el Comercio Ilícito de Productos de Tabaco

La sede de la Organización Mundial de la Salud en Ginebra (Suiza) ha acogido la Cuarta Reunión de las Partes (MOP4) entre el 24 y el 26 de noviembre de 2025 y ha reunido a 60 Partes en el Protocolo para la Eliminación del Comercio Ilícito de Productos de Tabaco, el primer protocolo adoptado en el marco del Convenio Marco de la OMS para el Control del Tabaco (CMCT de la OMS). Las negociaciones del tratado de la ONU han concluido con llamamientos a la cooperación para combatir el comercio ilícito de tabaco.

La cuarta sesión de la Reunión de las Partes en el Protocolo para la Eliminación del Comercio Ilícito de Productos de Tabaco concluyó con una serie de decisiones para fortalecer las medidas de cooperación internacional.

El Protocolo se elaboró en respuesta al problema mundial del comercio ilícito de productos de tabaco. Estimaciones independientes sugieren que el comercio ilícito representa alrededor del 11% del mercado mundial del tabaco y que su eliminación podría incrementar la recaudación fiscal mundial en aproximadamente 47.400 millones de dólares estadounidenses anuales.

Representantes de 60 Partes participaron en las deliberaciones celebradas en Ginebra en noviembre pasado. Los temas incluyeron medidas para fortalecer la cooperación internacional en la lucha contra el comercio ilícito, mecanismos de asistencia y movilización de recursos financieros para apoyar la implementación del Protocolo, la concesión de licencias y medidas para controlar la cadena de suministro de productos de tabaco.

“El Protocolo es más que un tratado: es un marco para la acción coordinada que proporciona a las Partes herramientas para frenar el comercio ilícito”, declaró Andrew Black, jefe interino de la Secretaría del Convenio Marco de

Las Partes adoptaron una decisión que insta a la Secretaría de la Convención a realizar, en coordinación con la Organización Mundial de Aduanas y la Oficina de las Naciones Unidas contra la Droga y el Delito, un ejercicio para mapear los datos existentes sobre incautaciones de tabaco, productos de tabaco y equipo de fabricación. Esto se utilizará para fundamentar la toma de decisiones sobre la lucha contra el comercio ilícito.



La MOP4, la cuarta reunión de las Partes en el Protocolo para la Eliminación del Comercio Ilícito de Tabaco, se ha celebrado en la sede de la Organización Mundial de la Salud en Ginebra (Suiza).
Foto: © WHO / FCTC / Antoine Tardy

la OMS para el Control del Tabaco.

“El comercio ilícito de productos de tabaco no es un delito sin víctimas. Priva a los gobiernos de recursos vitales, socava la salud pública y erosiona los cimientos del desarrollo sostenible. Fomenta la corrupción, el blanqueo de capitales y la delincuencia organizada. No podemos permitir que quienes se benefician del comercio ilícito de tabaco eludan la justicia”. “Agradecemos a todas las Partes su cooperación y colaboración durante las negociaciones de la MOP”, añadió Andrew Black.

Las Partes adoptaron una decisión que insta a la Secretaría de la Convención a realizar, en coordinación con la Organización Mundial de Aduanas y la Oficina de las Naciones Unidas contra la Droga y el Delito, un ejercicio para mapear los datos existentes sobre incautaciones de tabaco, productos de tabaco y equipo de fabricación. Esto se utilizará para fundamentar la toma de decisiones sobre la lucha contra el comercio ilícito.

Las Partes acordaron establecer un grupo de trabajo

“El comercio ilícito de productos de tabaco no es un delito sin víctimas. Priva a los gobiernos de recursos vitales, socava la salud pública y erosiona los cimientos del desarrollo sostenible. Fomenta la corrupción, el blanqueo de capitales y la delincuencia organizada. No podemos permitir que quienes se benefician del comercio ilícito de tabaco eludan la justicia”, ha señalado Andrew Black.

sobre investigación basada en la evidencia y promover el intercambio de experiencias sobre medidas de control, mejores prácticas, estudios de caso relacionados, tecnología y desarrollo de capacidades.

Se estableció un segundo grupo de trabajo para identificar buenas prácticas y elaborar un informe sobre mecanismos eficaces para fortalecer la asistencia y la cooperación en la investigación y el enjuiciamiento de delitos.

También se adoptó una decisión invitando a las Partes a intensificar los esfuerzos para supervisar y recaudar las tasas de licencia; éstas podrán recaudarse y utilizarse para apoyar la administración y la aplicación efectivas del sistema de licencias, o para actividades de salud pública u otras actividades conexas. También se instó a las Partes a cooperar entre sí y a través de las organizaciones internacionales y regionales competentes para brindar capacitación, asistencia técnica y cooperación en la implementación de las medidas relacionadas con las licencias.

Finalmente, se anunció que Vanuatu es el último país en adherirse al Protocolo, convirtiéndose en su 71ª Parte.



WHO FRAMEWORK CONVENTION
ON TOBACCO CONTROL

FRAMEWORK CONVENTION ON TOBACCO CONTROL

El Protocolo para la Eliminación del Comercio Ilícito de Productos de Tabaco (Framework Convention on Tobacco Control) es un tratado internacional adoptado en el marco del Convenio Marco de la OMS para el Control del Tabaco (CMCT de la OMS). Fue adoptado por consenso el 12 de noviembre de 2012 en la quinta sesión de la Conferencia de las Partes en el CMCT de la OMS, celebrada en Seúl (República de Corea). El Protocolo se basa y complementa el artículo 15 del CMCT de la OMS, que aborda los medios para combatir el comercio ilícito de productos de tabaco, un aspecto clave de una política integral de control del tabaco.

El Protocolo se elaboró en respuesta al creciente comercio ilícito internacional de productos de tabaco, que representa una grave amenaza para la salud pública. El comercio ilícito aumenta la accesibilidad y la asequibilidad de los productos de tabaco, lo que agrava la epidemia del tabaquismo y debilita las políticas de control del tabaco. Además, causa pérdidas sustanciales en los ingresos públicos y, al mismo tiempo, contribuye a la financiación de actividades delictivas transnacionales.

¿Aún NO conoces nuestra página web?

Suscríbete y accede a todo el contenido cuando quieras



También puedes descargar el PDF de las últimas ediciones

RETAILERS
FOR THE FUTURE

www.retailersforthefuture.com



• TRENDING TOPIC

Los desacuerdos sobre cómo regular los NGP podrían resultar positivos para su futuro en la UE

Según informes, los estados miembros de la UE no lograron acordar una posición común para la 11.^a Conferencia de las Partes (COP11) del Convenio Marco de la Organización Mundial de la Salud para el Control del Tabaco (CMCT de la OMS), celebrada en noviembre. Una posición conjunta no habría comprometido formalmente a la UE a adoptar ninguna norma en particular. Pero algunos de los estados miembros aparentemente consideraron que podría convertirse en el punto de partida para las negociaciones sobre la próxima Directiva de Productos del Tabaco (TPD), y no querían eso.

Los estados miembros discreparon en temas como la reducción de daños como estrategia de salud pública, la posible regulación de los NGP y el grado de implicación de la UE en este ámbito. Varios países, incluidos la República Checa, Italia y Grecia, manifestaron su oposición a que se presentaran posturas estrictas en la propuesta paneuropea.

Otros países, como Francia, los Países Bajos, España y Dinamarca, presionaron para que la UE adoptara posiciones firmes sobre la regulación de los NGP en la COP11. La mayoría de estos países han implementado prohibiciones significativas para los NGP, incluidos vetos a sabores no derivados del tabaco y a categorías completas de productos. Se cree ampliamente que la Comisión Europea presentará una propuesta estricta para la próxima revisión de la TPD. Sin embargo, el fracaso para acordar una posición común europea para la COP11 significa que esta propuesta podría ser cuestionada en el Consejo Europeo. No está claro cuál será exactamente el impacto de esto en la futura regulación de los NGP en la UE. Pero las divisiones



Imagen del cierre de la COP 11 del CMCT de la OMS celebrada en Ginebra (Suiza).

Foto: © WHO / FCTC / Pierre Albouy

entre los estados miembros probablemente llevarán a un enfoque más flexible hacia los NGP en la tercera versión de la directiva, la TPD3. Durante la última revisión, tanto el Consejo Europeo como el Parlamento Europeo resistieron el enfoque muy conservador adoptado por la Comisión Europea en su propuesta. Entre otras cosas, el Consejo y el Parlamento rechazaron planes para regular los cigarrillos electrónicos únicamente como dispositivos médicos y prohibiciones sobre sabores no derivados del tabaco. Es probable que temas similares vuelvan a aparecer en la TPD3. Seguramente se debatirán nuevas restricciones sobre los sabores, y también es probable que se planteen propuestas para prohibiciones de categorías completas –posiblemente cigarrillos electrónicos, posiblemente bolsitas de nicotina, o ambos–. No obstante, es probable que todas estas

propuestas vuelvan a suavizarse en el Parlamento y el Consejo de la UE. Otras áreas que probablemente se propongan para la TPD3 incluyen el empaquetado y el diseño, tanto para los NGP como para los productos de tabaco convencionales. También podría surgir la cuestión de los filtros en los cigarrillos combustibles tradicionales. En la reunión COP11 del CMCT de la Organización Mundial de la Salud (OMS) en Ginebra en noviembre, no se tomaron decisiones

sobre los productos novedosos de tabaco y nicotina, ni en relación con las colillas de cigarrillo, aunque muchos interesados lo esperaban. Algunos observadores consideraron que el evento fue ligeramente menos negativo hacia los productos novedosos que eventos anteriores, pero el tono general siguió siendo muy escéptico. Durante la COP11, Uruguay argumentó que era necesario reinstaurar una prohibición total de los cigarrillos electrónicos y los productos de tabaco calentado para proteger la salud pública. “Nuestro deber no es retroceder ni un centímetro”, afirmó el ministro de salud pública.

Otras áreas que probablemente se propongan para la próxima revisión de la TPD incluyen el empaquetado y el diseño, tanto para los NGP como para los productos de tabaco convencionales.

Los estados miembros discreparon en temas como la reducción de daños como estrategia de salud pública, la posible regulación de los NGP y el grado de implicación de la UE en este ámbito

• NEWS DIGEST

Productos emergentes de tabaco y nicotina: las últimas noticias regulatorias

El debate sobre el futuro de los sobres de nicotina continúa en Canadá. Algunos defensores de la salud pública han cuestionado su eficacia en la cesación del tabaquismo. Actualmente, la venta de sobres de nicotina en Canadá está limitada a farmacias.



Una reunión del Subcomité sobre Asuntos Fiscales (FISC) del Parlamento Europeo reveló desacuerdos sobre la nueva Directiva de Fiscalidad del Tabaco (TTD) propuesta por la Comisión Europea. El plan aumentaría el impuesto mínimo sobre los cigarrillos y aplicaría nuevos impuestos mínimos a los cigarrillos electrónicos, productos de tabaco calentado y sobres de nicotina. La comisaria Maria Elena Scoppio defendió esto como esencial para reducir la prevalencia del tabaquismo por debajo del 5% para 2040. Sin embargo, la industria y expertos económicos discreparon, argumentando que impuestos más altos podrían generar más comercio ilícito y reducir los beneficios de reducción de daño de los productos novedosos.

Mientras tanto, el comisario europeo Olivér Várhelyi ha reafirmado su fuerte oposición a la nicotina en todas sus formas. Várhelyi afirmó que “el uso de productos que contienen nicotina puede ser una puerta de entrada a la adicción a la nicotina y al consumo de tabaco, que representa el 25% de todas las muertes por cáncer a nivel mundial”.

Una miembro danesa del Parlamento Europeo (MEP) y vicepresidenta del Comité de Salud Pública, Stine Bosse, también se ha manifestado en contra de los productos novedosos de tabaco y nicotina. Bosse afirmó que estos productos están diseñados específicamente para ocultar que son peligrosos y para atraer a los jóvenes. Busca cooperación a nivel de la UE para prohibir sabores y para prohibir la publicidad en internet.



Corea del Sur está cerrando un vacío legal respecto a la nicotina sintética bajo una nueva ley aprobada por la Asamblea Nacional, por la que los productos que la utilicen estarán sujetos a las mismas reglas que los que usan nicotina natural. El gobierno aún debe dar la aprobación final a la ley. Inicialmente, los productos con nicotina sintética se gravarían a un tipo impositivo inferior al de la nicotina natural.



En Rusia se están discutiendo más leyes anti-nicotina. Se está considerando en el parlamento prohibir la venta de productos que contengan nicotina, incluidos los cigarrillos electrónicos y los productos de tabaco calentado, en lugares de transporte público, como estaciones de tren y metro. Otra propuesta presentada busca prohibir completamente estos productos. Se han intentado prohibiciones totales similares en Rusia anteriormente, pero no lograron ser aprobadas.



La Dirección General de Asuntos del Consumidor de Portugal está tomando medidas contra la mayor tabacalera del país, Tabacalera, por patrocinar la conferencia CNN Portugal International Summit 2025. La Dirección General afirma que violó la Ley 63/2017, que prohíbe a las compañías tabacaleras patrocinar eventos.



En México, organizaciones como Salud Justa Mx y Coalición México SaludHable están solicitando prohibiciones sobre los productos de tabaco calentado y sobres de nicotina. Advierten que estos productos exponen a los usuarios a sustancias nocivas y que los niños podrían intoxicarse con sobres de nicotina con sabor.



El proyecto de ley Tobacco and Vapes del Reino Unido sigue avanzando en el parlamento sin cambios. Si se aprueba, prohibirá la venta de todos los productos de tabaco —incluido el tabaco calentado— a cualquier persona nacida después de 2008, con el objetivo de crear una “generación libre de humo”. Sin embargo, aún podrían comprar cigarrillos electrónicos. El proyecto de ley también incluye varias medidas específicas para los cigarrillos electrónicos.



En la provincia canadiense de Columbia Británica, una nueva ley establece que los fabricantes de productos de vapeo pueden ser responsables de los gastos de salud causados por el vapeo. La ley está especialmente dirigida a situaciones de publicidad engañosa y sigue a demandas exitosas contra fabricantes de tabaco en la provincia.

DATA CHART: EL GRÁFICO

El gráfico de este mes es un gráfico de ECigIntelligence en el que se muestran los mayores mercados de la UE para los e-líquidos, medidos por la cantidad comprada. Los vapeadores franceses consumen con diferencia la mayor cantidad de e-líquido. España ocupa el sexto lugar. Las preferencias de los consumidores por niveles bajos, altos o cero de nicotina varían considerablemente entre países.

Top mercados de la UE por volumen de e-líquido



Country Manager de
Vandermarliere Cigar Family España

FRANCISCO BARRIO



2026 VA A SER UN AÑO DE ESTÍMULOS PARA SEGUIR CRECIENDO COMO ORGANIZACIÓN

Ya son varias las décadas en las que Francisco Barrio ha dejado su huella dentro del sector del estanco y ahora lo sigue haciendo desde que hace siete años se incorporara a la disciplina de Vandermarliere Cigars como Country Manager en la filial que la compañía estableció en España. Francisco Barrio nos habla de este último escalón en su trayectoria y cómo las perspectivas para el año que ahora se inicia le animan a asegurar que 2026 va a ser un año de estímulos para seguir creciendo como organización. De las novedades de Vandermarliere Cigar Family España conversamos con él en esta entrevista.

Varios van a ser los acontecimientos que marcarán la marcha de Vandermarliere Cigar Family España y de su matriz en un futuro próximo, pero no queremos dejar pasar la oportunidad de conocer de primera mano cómo se ha desarrollado la compañía en el año que acaba de terminar.

○ Ahora que ha finalizado 2025, ¿puede comentarnos cómo ha sido el año para VCF Spain y las marcas que representa? Este año ha terminado en línea de lo que teníamos previsto que era mantener volúmenes mirando en global las marcas.

En nuestro porfolio de cigarros mecanizados, que distribuimos con la compañía Logista desde hace más de 25 años, tenemos diferentes comportamientos de las marcas según al consumidor al que nos dirigimos.

Está claro que las tendencias actuales llevan a los consumidores a otras opciones que hay en el mercado que son impares y esto dificulta el desarrollo de nuestras ventas. Como fabricantes de cigarros llegamos a un público de fumada tradicional, siendo éste nuestro consumidor mayoritario.

○ 2026 va a ser un año importante, por cuanto hay novedades en la compañía en nuestro país. ¿Qué va a haber de nuevo en VCF España en este año que ahora comienza?

VCF España es una compañía joven creada en el año 2019 que durante estos siete años hemos estado trabajando para crear una organización de ventas profesional con el objetivo de desarrollar nuestras marcas de cigarros mecanizados Amigos, Neos y J. Cortès...

Y, efectivamente, para 2026 tenemos novedades. Nuestra compañía ha decidido que ahora es el momento, una vez afianzada nuestra organización en este canal, de tomar

Para 2026, la compañía ha decidido que es el momento, "una vez afianzada nuestra organización en este canal, de tomar la responsabilidad comercial de nuestras marcas de cigarros hechos a mano Oliva y Nub, con el objetivo de seguir desarrollando las mismas de una manera directa".

la responsabilidad comercial de nuestras marcas de cigarros hechos a mano Oliva y Nub, con el objetivo de seguir desarrollando las mismas de una manera directa.

Durante diez años, La Casa del Tabaco ha llevado a cabo con éxito la labor comercial y de distribución de nuestras marcas de cigarros hechos a mano. Sin embargo, la lógica y la evolución del negocio nos indican que es el momento adecuado para que la propia compañía asuma directamente la responsabilidad de sus marcas. Un cambio que no afectará a su



VIAJE FORMATIVO A NICARAGUA

○ El equipo de Vandermarliere Cigar Family España se ha desplazado a Nicaragua para visitar las instalaciones de Oliva y conocer de primera mano el producto que allí se elabora. ¿Puede hablarnos un poco más detalladamente de esta visita? ¿Cómo ha sido recibida entre el equipo que dirige?

Asumir nuevas responsabilidades, como la comercialización de cigarros de estas características, exige necesariamente un proceso específico de aprendizaje y formación. Más aún si tenemos en cuenta que en este canal convivimos con auténticos expertos y grandes conocedores de los cigarros hechos a mano, con quienes debemos comunicarnos en un mismo lenguaje sobre un producto tan artesanal.

Por este motivo, hemos impartido durante una semana una formación especializada a nuestro equipo en las fábricas de Oliva en Nicaragua, guiándolos a lo largo de todo el proceso de elaboración de un cigarro, desde el cultivo del tabaco hasta su envasado final en la caja.

La acogida de esta iniciativa por parte del equipo ha sido, como cabía esperar, muy positiva. Para ellos representa una excelente oportunidad de seguir ampliando su cultura y conocimientos en el apasionante mundo del cigarro, aprendiendo directamente de los maestros tabaqueros de Oliva.



distribución, que continuará realizándose a través de La Casa del Tabaco.

○ *¿Qué va a suponer la incorporación de las marcas de cigarros premium de Oliva al portafolio de marcas que ya se comercializan de VCF España?*

Como bien sabemos quienes trabajamos en este segmento tan tradicional y artesanal del mundo de los cigarros y cigarritos, la incorporación de una marca como Oliva, reconocida internacionalmente por la calidad de sus tabacos, supone un importante estímulo para seguir creciendo como organización. Esta incorporación nos permite participar de forma más activa en el segmento de los cigarros hechos a mano, un ámbito en el que VCF aspira a reforzar su presencia en los estancos.

Sin duda, esta incorporación aporta un mayor valor a la compañía, ya que nos permite llegar a todo tipo de consumidores de cigarros y cigarritos, siempre bajo el lema que define a nuestra organización: "Don't smoke, but enjoy".

Las obras de la nueva fábrica de Vandermarliere Cigars en Bélgica, iniciadas en julio de 2025, avanzan adecuadamente.



○ *¿Qué objetivos se han marcado con la llegada de la comercialización de estas marcas?*

Los objetivos que nos hemos marcado parten de una premisa sencilla: mantener los pies en la tierra. Conocemos bien este mercado y, aunque podemos permitirnos soñar –porque OLIVA es un gran cigarro y NUB representa una propuesta innovadora–, nuestro principal objetivo es dedicar tiempo a nuestros clientes para que conozcan nuestras marcas en mayor profundidad y generar confianza a través de la consistencia y la calidad en la producción de nuestros cigarros.

○ *Respecto al resto de marcas de VCF en España, ¿cómo espera que se desarrollen en este nuevo año?*

Como ya hemos comentado, el mercado de cigarros mecanizados disminuye año tras año. No obstante, nuestro objetivo es que nuestras cifras globales estén un poco por encima de la tendencia del mercado. Además, vamos viendo que algunas de nuestras marcas están ganando cada vez mayor peso dentro de nuestro portafolio, lo que nos permite afrontar el futuro con un marcado optimismo.

○ *En España estamos pendientes de la aprobación de nuevas normas sobre comercialización y consumo de productos*

Una parte fundamental del éxito de Vandermarliere Cigars radica en la cercanía y el trato que los empleados reciben por parte de los propietarios de la compañía. Como suele decir Fred Vandermarliere, "para nosotros, los empleados son una cuestión de familia".

del tabaco. ¿Cuál es su opinión al respecto de estas nuevas legislaciones y cómo cree que afectarán a los consumidores de sus marcas?

Los que ya llevamos alguna década en este sector sabemos que nuevas legislaciones, nuevas normas de comercialización y nuevas restricciones están a la orden del día. Como fabricantes y a través de diferentes asociaciones, hacemos llegar a las autoridades nuestras alegaciones, opiniones y argumentos en defensa de este sector.

En cuanto a si todo esto puede afectar a la pérdida de consumidores, prefiero ser optimista, aunque es evidente que algunos se quedarán por el camino.

○ *2026 será un año especialmente señalado en el calendario de VCF por múltiples razones, entre ellas la celebración del centenario de la compañía.*

Sí, eso es importantísimo. Éste es uno de nuestros puntos fuertes, Efectivamente, en 2026 la compañía celebrará su centenario. La familia Vandermarliere se siente profundamente orgullosa de haber alcanzado esta histórica conmemoración en su tercera generación. Tanto Frederik como su padre, Guido, continúan apostando por la tradición de elaborar cigarros, manteniendo la misma pasión y dedicación que los ha conducido hasta aquí.

Una parte fundamental del éxito de Vandermarliere Cigars radica en la cercanía y el trato que los empleados reciben por parte de los propietarios de la compañía. Como suele decir Fred: para nosotros, los empleados son una cuestión de familia.

○ *Hablando de seguir apostando por esta tradición de producir cigarros, sabemos que este año pasado se inició la construcción de la nueva fábrica en Bélgica.*

Así es, el pasado 16 de julio marcamos un nuevo hito con la colocación de la primera piedra de nuestra nueva fábrica en Ter Donkt 35, Deerlijk – Bélgica.

Fue un acto simbólico como inicio de lo que será una auténtica joya arquitectónica moderna, un edificio pensado para impulsar nuestra tradición, innovación y compromiso con la excelencia.



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

Republic Group

Anis Ben Ticha, presidente de Republic Technologies International

Republic Group ha anunciado una importante transición de liderazgo dentro de su organización. Tras una destacada carrera de 18 años, Santiago Sánchez se ha jubilado oficialmente de su cargo como presidente de Republic Technologies International, compañía desde la que han querido expresarle su más sincero agradecimiento a Santiago por sus aportaciones y dedicación a la empresa durante su trayectoria.



Con efecto a partir del 1 de agosto de 2025, Anis Ben Ticha ha asumido el cargo de presidente de Republic Technologies International. Anis Ben Ticha ha formado parte integral del equipo comercial y de marketing de la compañía durante los últimos 25 años, ocupando diversos puestos clave, incluyendo analista de marketing y director de ventas y marketing. Su profundo conocimiento del negocio y del panorama de la industria lo posiciona de manera óptima para liderar la organización hacia el futuro.

A sus 49 años, Anis aporta una amplia experiencia internacional y una trayectoria comprobada de éxito. Posee un Máster de Toulouse Business School y un Executive MBA de EDHEC Business School, lo que le otorga la visión estratégica y las habilidades de liderazgo necesarias para afrontar los retos de un mercado en constante evolución.

Anis Ben Ticha sucede como presidente de Republic Technologies International a Santiago Sánchez, que ha ocupado la máxima representación de la compañía francesa a lo largo de los últimos dieciocho años.

“Estamos convencidos de que Anis continuará impulsando nuestra misión y manteniendo los valores que han contribuido a nuestro éxito durante los últimos 25 años”, afirmó Don Levin, fundador de Republic Group. “Su amplia experiencia y compromiso con la excelencia lo convierten en el líder ideal para este nuevo capítulo de nuestro camino”.

De cara al futuro, Republic Technologies International sigue comprometida con su misión de ofrecer soluciones innovadoras y un valor excepcional a sus clientes y partes

interesadas. Con una cartera diversa de productos y servicios, y un equipo de profesionales dedicados, Republic Technologies está preparada para aprovechar nuevas oportunidades y afrontar los desafíos del mercado global y mirar con entusiasmo hacia el futuro y el potencial de crecimiento y éxito mientras siguen construyendo sobre su rico legado.

SOBRE REPUBLIC TECHNOLOGIES INTERNATIONAL

Con sede en Perpignan, en el sur de Francia, cuenta con cerca de 400 empleados y, gracias a su experiencia y conocimientos, elabora productos de alto valor añadido en sus tres áreas de especialización: accesorios para fumar, cigarrillos electrónicos y soluciones ópticas.

Los accesorios para fumar son el núcleo de su negocio y su amplia experiencia les permite ofrecer una de las selecciones de productos más amplias en el mercado de cigarrillos artesanales (papel de liar y filtros) y de cigarrillos de fabricación casera (tubos y máquinas para liar), con marcas como OCB, con más de 100 años de historia y con distribución en más de 105 países.

Con visión de futuro, Republic Technologies International buscó conquistar nuevos mercados en el sector de los cigarrillos electrónicos en 2014 con el lanzamiento de la marca de vapeo E-CG y también más recientemente la marca So Good, cuyos líquidos para cigarrillos electrónicos se fabrican en Perpiñán.

En el sector óptico, su empresa especializada, Si International, fabrica productos para ese sector desde 1953, con tres marcas principales: Optinett, Siclair y Kelnet.



OCB



NUEVO DISEÑO, EL MISMO PAPEL

Una nueva imagen más moderna, con la misma herencia y calidad de siempre.

Nos emociona presentar la nueva imagen de nuestros emblemáticos libritos OCB. Como parte de nuestro compromiso con la innovación y la evolución constante, hemos renovado el diseño de nuestro packaging para modernizarlo y unificar los elementos que nos hacen únicos como marca.

Este rediseño reúne los valores que definen a OCB: autenticidad, artesanía y una profunda conexión con la cultura del rolling. La nueva identidad visual es más

limpia, contemporánea y reconocible al instante, para que siempre encuentres fácilmente tu papel OCB de confianza.

Pero aunque el exterior haya cambiado, el interior sigue siendo exactamente el mismo. El papel de siempre, con la calidad de siempre. Hecho con los mismos materiales, el mismo cuidado y la misma dedicación de siempre.

El nuevo diseño estará disponible de forma progresiva en los puntos de venta. ¡Estate atento!



Republic
Technologies

Síguenos en
Instagram



@ocbspain

OCB
ocb.com

La CNMC recomienda revisar las restricciones a la publicidad, promoción y patrocinio de los productos relacionados con el tabaco y sus dispositivos

La Comisión Nacional de los Mercados y la Competencia (CNMC) ha emitido su informe sobre el anteproyecto de ley por el que se modifica la Ley 28/2005, de 26 de diciembre, de medidas sanitarias frente al tabaquismo y reguladora de la venta, el suministro, el consumo y la publicidad de los productos del tabaco (IPN/CNMC/028/25), a solicitud del Ministerio de Sanidad.

La CNMC señala, en nota de prensa, que "en general, la nueva norma introduce restricciones, que ya existen actualmente para el tabaco tradicional, y que ahora se dirigen también a los productos relacionados con el tabaco en términos de consumo, venta, publicidad y patrocinio". Asimismo, señala que "varias de las medidas planteadas no están contempladas en la regulación europea, actualmente en proceso de revisión, por lo que se aconsejaría valorar la conveniencia de coordinar la tramitación de ambas normas de cara a minimizar los costes de ajuste para los operadores".

RECOMENDACIONES

A la vista de esto, la CNMC enumera una serie de observaciones al articulado del Anteproyecto de Ley:

- Se sugiere valorar si existen alternativas menos restrictivas que permitan cumplir los objetivos de interés general sin llegar a prohibir completamente la categoría de producto de cigarrillos electrónicos de un solo uso. Todo ello, sin perjuicio de que el resultado de la valoración pueda finalmente ratificar que las restricciones estrictas, incluso la prohibición, son necesarias para

La CNMC sugiere valorar si existen alternativas menos restrictivas que permitan cumplir los objetivos de interés general sin llegar a prohibir completamente la categoría de producto de cigarrillos electrónicos de un solo uso.



el cumplimiento de los objetivos sanitarios y medioambientales perseguidos.

- Se recomienda replantear la limitación de publicidad, promoción y patrocinio de los productos relacionados y dispositivos para respetar la neutralidad competitiva entre los dos tipos de establecimientos afectados.
- Si se pretende limitar la capacidad de promoción de los productos relacionados y dispositivos afectando a la cuantía máxima del valor o precio de los bienes o servicios afectados, no debería realizarse una equiparación automática del régimen aplicable a los productos del tabaco, sino aplicar de forma individualizada los principios de buena regulación.

La CNMC recuerda en su nota de prensa que el Anteproyecto de Ley de Sanidad "tiene como objetivo abordar nuevos desafíos surgidos por la aparición de productos de nicotina y nuevos productos relacionados con el tabaco, y combatir el consumo en menores de edad:

- *Prohíbe explícitamente el consumo de tabaco y productos relacionados a los menores de edad (hasta ahora se prohibía solo la venta).*
- *Amplía la prohibición de fumar o vapear a una lista más extensa de entornos públicos, que incluye numerosos espacios al aire libre.*
- *Prohíbe la venta y suministro de cigarrillos electrónicos de un solo uso.*
- *Extiende las restricciones de publicidad, promoción y patrocinio para el tabaco a los productos del tabaco y dispositivos, con el objetivo de prohibir cualquier tipo de comunicación comercial directa o indirecta, incluidos medios digitales, equipamientos urbanos y materiales en espacios de ocio".*

Y finaliza señalando que "la CNMC puede actuar de manera consultiva, pudiendo ser consultada por las Cámaras Legislativas, el Gobierno, los departamentos ministeriales, las Comunidades Autónomas, las Corporaciones locales, los Colegios Profesionales, las Cámaras de Comercio y las Organizaciones Empresariales y de Consumidores y Usuarios (de acuerdo con el artículo 5.2 de la Ley 3/2013, de 4 de junio, de creación de la Comisión Nacional de los Mercados y la Competencia) o de oficio (de acuerdo con el artículo 5.1.h)".

Se aconseja no realizar una equiparación automática del régimen aplicable a los productos del tabaco, sino aplicar de forma individualizada los principios de buena regulación y así respetar la neutralidad competitiva entre estancos y otros establecimientos.

El gobierno aplaza la entrada en vigor de VeriFactu

Como informábamos en nuestra anterior edición de LBF Retailers for the Future, el 1 de enero de 2026 comenzaba una nueva era para la facturación de las empresas y los trabajadores autónomos en nuestro país con la llegada del sistema VeriFactu, desarrollado por la Agencia Tributaria. Ahora, el Gobierno ha aprobado el retraso de la entrada en vigor de este nuevo sistema de facturación, que no será obligatorio hasta el 1 de enero de 2027.

Así se recoge en el Real Decreto-ley 15/2025, de 2 de diciembre, por el que se adoptan medidas urgentes para favorecer la actividad inversora de las entidades locales y de las comunidades autónomas, y por el que se modifica el Real Decreto 1007/2023, por el que se aprueba el Reglamento que establece los requisitos que deben adoptar los sistemas y programas informáticos o electrónicos que soporten los procesos de facturación de empresarios y profesionales, y la estandarización de formatos de los registros de facturación. Por tanto, en relación a los nuevos plazos aprobados, las entidades que presenten el Impuesto de Sociedades deberán tener



adaptado su sistema informático de facturación (SIF) antes del 1 de enero de 2027. El resto, antes del 1 de julio de 2027. El Gobierno ha justificado este retraso en la necesidad de acompañar la entrada en vigor del reglamento al calendario de desarrollo técnico y normativo existente. Y señala que subsisten circunstancias que justifican una nueva ampliación del plazo motivadas tanto por la adecuación de los sistemas informáticos de facturación como por la conveniencia de garantizar una

implantación ordenada y homogénea en el conjunto del tejido empresarial. Asimismo, se adecúa el plazo previsto para productores y comercializadores de sistemas informáticos, manteniendo la regla de los nueve meses desde la entrada en vigor de la Orden ministerial HAC/1177/2024, sin perjuicio de la adaptación obligatoria antes de las nuevas fechas límite señaladas. Además, en un máximo de nueve meses desde la entrada en vigor de esta orden ministerial estará disponible en la sede de la Agencia Tributaria el servicio para la recepción de los registros de facturación remitidos por los sistemas de emisión de facturas verificables.

AVO CIGARS

SAP: 3522441

Avo Heritage

Robusto (50x5)

pvp: 10,50€

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

III Foro Europeo de Propiedad Industrial

ANDEMA destaca la consolidación del papel de España en materia de propiedad industrial fuera de sus fronteras

La Asociación para la Defensa de la Marca (ANDEMA) ha celebrado la tercera edición del Foro Europeo de Propiedad Industrial, que organiza con el apoyo de la Oficina Española de Patentes y Marcas O.A. (OEPM), con la participación de Eduardo Petrossi, CEO de Mahou San Miguel y presidente de ANDEMA; Elisa Rodríguez, directora de la OEPM, y Jaume Duch, Conseller de Unión Europea y Acción Exterior de la Generalitat de Cataluña.

Esta edición del Foro es la que más representantes de marcas y de organizaciones europeas e internacionales ha recibido, cabiendo destacar la presencia de las asociaciones homólogas de ANDEMA en Francia o Italia, UNIFAB e INDICAM; de International Trademark Association (INTA), del Global Anti-Counterfeiting Group la Oficina Europea de la Propiedad Intelectual (EUIPO) o la Organización Mundial de la Propiedad Intelectual (OMPI).

En su primera intervención como presidente de ANDEMA, tras recoger el testigo de Rosa Tous, Eduardo Petrossi destacó que “estamos ante la consolidación no sólo de este Foro, que cuenta con una cada vez mayor proyección europea e internacional, sino del papel de nuestro país y de su aportación al mundo de la propiedad industrial”. Añadió, además, que “este foro demuestra que la propiedad industrial no es sólo un tema legal: es un motor económico, social y cultural. Proteger las marcas significa proteger empleo, innovación y confianza. España está liderando este compromiso en Europa”.

Para la asociación, esta cita anual ayuda a los profesionales de la propiedad industrial a abordar los desafíos, difundir la aportación de la PI y fomentar la relación entre todos los implicados en el mundo de las marcas, compartiendo experiencia y buenas prácticas.

La coordinación entre las distintas Fuerzas y Cuerpos de Seguridad, la cooperación internacional, el valor de las patentes esenciales, retos en el entorno digital, la competencia desleal o el papel de los medios de comunicación en la protección y defensa de los derechos de la propiedad industrial son algunos de los temas que se abordaron en las 10 mesas con la intervención de más de 60 profesionales.

Entre los participantes, el foro contó con instituciones como la Comisión Europea, la Agencia Española de Protección de Datos, Aduanas Agencia Tributaria, el Ayunta-



A la izquierda, Eduardo Petrossi, CEO de Mahou San Miguel y presidente de ANDEMA, durante la apertura del Foro. A la derecha, el inspector jefe José Luis Gómez, de Policía Nacional; la teniente Raquel Herrero, de Guardia Civil; el sargento Jordi Moreno, de Guardia Urbana de Barcelona; Eduardo Petrossi, presidente de ANDEMA; la sargento Marta Gayá, de Mossos d'Esquadra; Gerard Guiu, director general de ANDEMA; el subcomisario Aitor Ercilla, de la Ertzaintza; y Vicente Escribano, experto nacional destacado en Europol.

han participado Europol, Policía Nacional, Guardia Civil, Mossos d'Esquadra, Guardia Urbana de Barcelona y Ertzaintza, en la que se puso de manifiesto la cooperación entre las distintas Fuerzas y Cuerpos de Seguridad en la lucha contra las infracciones en



miento de Madrid y la Fiscalía de Barcelona, además de empresas como Ecoalf, ISDIN, Inditex, HM Hospitales, Louis Vuitton, Mahou San Miguel, Angulas Aguinaga, TOUS, Altadis-Imperial Brands o Xiaomi. Además, este año se celebró una mesa formada íntegramente por jueces para analizar la vulneración de los derechos de PI; otra por periodistas y otra por Fuerzas y Cuerpos de Seguridad a nivel local, autonómico, nacional y europeo.

IMPULSO A LA COOPERACIÓN POLICIAL

Durante la segunda jornada de este III Foro se celebró una mesa redonda en la que

El III Foro Europeo de Propiedad Industrial se ha celebrado en Barcelona y ha contado con más presencia europea e internacional que ediciones anteriores.

materia de propiedad industrial –como el fenómeno de las falsificaciones– y el mantenimiento de estos delitos como prioridad dentro de la EMPACT 2026.

Según Eduardo Petrossi, “la colaboración es la palabra que mejor define este foro. Colaboración público-privada, entre instituciones de distintos niveles, incluso entre empresas que son competencia. Es clara la generosidad que hay en este sector a la hora de compartir experiencias y buenas prácticas para la consecución de objetivos comunes en la defensa de la propiedad industrial y las marcas” y añade que “proteger la propiedad industrial es garantizar que ese valor se mantenga, que siga generando empleo, desarrollo y oportunidades para todos”.

Para cerrar el Foro, se ha abordado la marca como el intangible más importante que tiene una empresa y el acto de clausura ha contado con las intervenciones de Patricia

La cita anual de este Foro ayuda a los profesionales de la propiedad industrial a abordar los desafíos, difundir la aportación de la PI y fomentar la relación entre todos los implicados en el mundo de las marcas, compartiendo experiencia y buenas prácticas.

García-Escudero, directora del Observatorio de la EUIPO, y de DarenTang, director general de la OMPI, ha sido cerrado por Jordi Hereu, ministro de Industria y Turismo, a quien ANDEMA le ha trasladado su deseo de continuar colaborando con la OEPM para lograr objetivos comunes en la defensa y protección de las marcas y en la sensibilización de la sociedad para fomentar el cuidado y respeto de la propiedad industrial.

Moderada por Joan Sansaloni, de ACCIÓ, tuvo lugar una mesa redonda sobre la evolución de las marcas renombradas con intervención de Rocio Ingelmo, de Altadis; María Fernanda Piñero Montes, de Mahou San Miguel-San Miguel; Andrés Gómez López, de H&A | Expertos en Propiedad Industrial e Intelectual; y Gala Pons Gasulla, de Angulas Aguinaga.



ANDEMA

ANDEMA es la principal asociación española que actúa de portavoz de las empresas ante las instituciones y la sociedad en la defensa de sus derechos de marca.

Asociación sin ánimo de lucro, desde su creación en 1989, fruto de una iniciativa de ocho empresas con vocación mercantil y del Consejo Superior de Cámaras de Comercio (hoy Cámara de Comercio de España), ANDEMA ha tenido como misión conectar a los titulares de las marcas con instituciones, líderes de opinión, medios y asociaciones a nivel local, nacional y europeo; y sensibilizar a la sociedad sobre el impacto positivo de las marcas y los perjuicios que supone el consumo de falsificaciones.

ANDEMA, actualmente con 100 empresas asociadas, ha tenido un papel fundamental en la creación de una cultura de apreciación de las marcas por el sector público y por la sociedad en general.

An de ma
Asociación para la defensa de la Marca

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

En Toledo y Valencia

Desmanteladas dos fábricas clandestinas de tabaco

Funcionarios de Vigilancia Aduanera de la Agencia Tributaria y agentes de Policía Nacional han desmantelado dos fábricas clandestinas de tabaco en las provincias de Toledo y Valencia en las que han intervenido 15 toneladas de picadura en sus distintas fases de producción, nueve toneladas de hoja de tabaco y 180.000 cajetillas de tabaco falsificado. Hay 13 personas detenidas (5 en Toledo y 8 en Valencia) a las que se imputan delitos de contrabando, contra la propiedad industrial y de pertenencia a organización criminal.

La operación se inició en junio de 2025, cuando se tuvo información de la existencia en Talavera de la Reina (Toledo) de una organización criminal liderada por un individuo de la localidad dedicado al contrabando de picadura de tabaco, que recibía la hoja de tabaco en bruto y, una vez picada y aromatizada, la distribuía por diferentes fábricas clandestinas para la elaboración de cigarrillos. Los investigadores iniciaron las pesquisas para identificar al receptor de la mercancía y la ubicación de la nave, localizada en el Paraje Arambeles (Talavera de la Reina). Se estableció un dispositivo de vigilancia



para detectar la entrada de algún vehículo sospechoso y poder instalar un dispositivo de seguimiento para localizar la fábrica clandestina de cigarrillos. En noviembre se detectó la llegada de una furgoneta que, tras las investigaciones pertinentes, se tuvo conocimiento de que se desplazó hasta una nave del barranco El Bosquet, en Mogente (Valencia), que podría ser el lugar donde se encontraba ubicada la fábrica clandestina en fase de producción de cigarrillos. Se procedió a los registros, que culminaron con el desmantelamiento de dos naves industriales clandestinas dedicadas a la producción de cajetillas de cigarrillos de tabaco.

DOS NAVES PARA LAS DISTINTAS FASES
Tras los registros se constató que la nave

de Talavera de la Reina se desarrollaba la fase primaria de picado y aromatizado de la hoja de tabaco y, por otro lado, en la de Mogente se llevaba a cabo la producción del cigarrillo, elaboración de cajetillas y empaquetado para su distribución por el mercado nacional y otros países de la Unión Europea.

En las naves fueron intervenidas casi

Se han intervenido 15 toneladas de picadura y 180.000 cajetillas de tabaco falsificado que iban a ser distribuidas en el mercado nacional. La operación se ha saldado con la detención de 13 personas a las que se imputan delitos de contrabando, contra la propiedad industrial y de pertenencia a organización criminal.

15 toneladas de picadura destinada a la elaboración de cigarrillos, se encontraron numerosos palés conteniendo cartón de una marca comercial de tabaco y más de 180.000 cajetillas de cigarrillos de distintas marcas listos para su distribución. De igual modo, fueron localizadas diversas toneladas de material precursor (filtros, bobinas de polipropileno, rollos de papel de cigarrillo...) y la maquinaria necesaria para desarrollar tanto la fase de picadura y secado del tabaco como el ensamblado del cigarrillo y la elaboración de las cajetillas.

Se ha detenido a 13 personas, cinco de ellas en Talavera de la Reina y ocho en Mogente, de los que tres son de nacionalidad colombiana, seis bielorrusa, una polaca, una marroquí y dos de nacionalidad española.

Santa Cruz de Tenerife

II Plenaria de la Mesa del Tabaco en 2025

La II Plenaria de la Mesa del Tabaco 2025 ha reunido en Santa Cruz de Tenerife a representantes institucionales y del ámbito económico e industrial del archipiélago para presentar el informe “Relevancia socioeconómica de la cadena de valor del tabaco en España: Informe 2025”, elaborado por Afi (Analistas Financieros Internacionales), que pone de manifiesto que las exportaciones de productos del tabaco en Canarias alcanzan los 127 millones y se triplican en tres años en una industria que combina tradición e innovación.

El acto ha contado con la presencia del presidente del Gobierno de Canarias, Fernando Clavijo. La sesión ha contado además con las intervenciones de Águeda García-Agulló, directora general de la Mesa del Tabaco; Diego Vizcaino, socio-director de Afi; Yaiza Castilla, directora general de ACIT; así como José Carlos Francisco, presidente del Consejo Económico y Social de Canarias; y Felipe Afonso El Jaber, vicepresidente de Industria del Gobierno de Canarias. Juan Carlos Pérez Frías, director insular de Hacienda del Cabildo de Tenerife, y Pedro Alfonso, presidente de CEOE Tenerife, clausuraron el evento.

Con más de un siglo de historia, la industria del tabaco en Canarias ha evolucionado desde una producción manual y artesanal –especialmente en la elaboración de cigarrillos– hasta convertirse en un sector que integra tecnología avanzada y procesos de fabricación altamente industrializados. Esta combinación de tradición e innovación constituye una singularidad del archipiélago y uno de los motivos de su creciente relevancia internacional.

Esa evolución histórica se refleja hoy en su sólido impulso exterior. En 2024, las exportaciones de productos del tabaco fabricados en Canarias alcanzaron los 127 millones de euros, una cifra que triplica las ventas exteriores de hace tres años, lo que sitúa al tabaco por encima de las exportaciones de plátano canario, reforzando su papel estratégico dentro de la actividad industrial del archipiélago. Entre enero y mayo de 2025, el sector alcanzó además un nuevo máximo histórico de exportaciones. Cada trabajador genera de media 142.000 euros en ventas internacionales, un indicador que evidencia el avanzado posicionamiento exterior de la industria.

La industria del tabaco en Canarias



se articula a través de una estructura productiva que abarca Tenerife, Gran Canaria y La Palma, con empresas que representan tanto la vertiente tecnológica como el legado artesanal del sector. En Tenerife se concentra la mayor parte de la producción de cigarrillos, con fábricas como JTI –que ha ampliado recientemente sus instalaciones–, TABSA, que fabrica para BAT y Altadis-Imperial Brands, y El Guajiro, histórica fábrica de cigarrillos con una larga tradición en la isla. En Gran Canaria destacan Dos Santos, empresa centenaria con producción híbrida industrial y 100% artesanal y receptora de gran parte de la fabricación de PMI, así como La Canariense, especializada en cigarrillos y cigarrillos. En La Palma, la elaboración es fundamentalmente manual, un proceso intensivo en mano de obra que constituye uno de los rasgos más distintivos del sector tabaquero canario.

El informe presentado durante la Ple-

La industria del tabaco canaria genera más de 195 millones de euros de valor añadido directo y sostiene 4.455 empleos a jornada completa.

naria subraya el notable efecto tractor del sector del tabaco sobre la economía canaria, impulsando una cadena de proveedores consolidada y diversa. Según el estudio, Canarias concentra el 68% del valor añadido industrial del sector del tabaco en España, lo que la posiciona como su núcleo productivo principal, generando en 2024 más de 195 millones de euros de valor añadido directo y sosteniendo 4.455 empleos equivalentes a jornada completa, convirtiéndose en uno de los pilares más sólidos del tejido industrial regional.

Durante su intervención, Águeda García-Agulló ha afirmado que “*el desarrollo industrial del tabaco en Canarias contribuye de manera decisiva a la economía local, especialmente en un territorio tan vinculado al turismo. El sector aporta empleo estable y de calidad, genera actividad para una amplia red de proveedores y ha sabido integrar una tradición centenaria, como la producción artesanal de cigarrillos, con modernas fábricas dotadas de alta tecnología. Esta combinación de tradición e innovación explica que Canarias se haya consolidado como uno de los polos industriales con mayor proyección internacional del país.*”

ASAJA alerta que Bruselas pretende suprimir las ayudas a los cultivadores de tabaco

Asaja Extremadura ha alertado que Bruselas pretende suprimir las ayudas a los cultivadores de tabaco, a los productores de vino y a los agricultores que pretendan jubilarse, según se desprende del borrador preliminar que ha presentado la Comisión Europea el pasado 16 de julio como ejes centrales para los próximos presupuestos de la PAC en el periodo 2028-2034. *"Si sale adelante el planteamiento, la soberanía alimentaria europea estará en peligro dado que será prácticamente imposible seguir siendo agricultor"*, ha advertido el presidente de esta organización agraria, Ángel García Blanco.

Según señala la organización agraria en un comunicado, en concreto, la disminución del presupuesto en más del 22 % con respecto a las cuentas actuales de este periodo, es decir, casi 80.000 millones de euros. Además, desaparecen los dos pilares de la PAC y todo se integra en una serie de fondos interconectados. En el borrador, añade ASAJA Extremadura, también se recoge que se mantendrá un fondo regulatorio para el sector del campo y un apoyo a la renta de los agricultores con el establecimiento de medidas para situaciones de catástrofes. Habrá un fondo para la ayuda a la renta con reducciones progresivas, un pago a los pequeños agricultores con un importe máximo de 3.000 euros y otro destinado a las zonas con limitaciones naturales.

"Sin embargo, al realizar un estudio detallado nos encontramos con dos sorpresas muy desagradables para Extremadura", advierte Ángel García Blanco. *"La primera de ellas supondrá la desaparición del cultivo del tabaco, por dos decisiones, la desaparición de las ayudas agroambientales que suponen 800 euros por hectárea, que suben a los 1.000 si se utiliza la biomasa para el secado; y la eliminación de la específica región número 10, exclusiva del tabaco, que afecta a casi 8.000 hectáreas y que suponen 1.430 euros incluyendo la ayuda básica y la redistributiva. Son casi 1.200 cultivadores que dejarían de percibir 19 millones de euros. A esto hay que añadirle un incremento de casi un trescientos por cien en impuestos que pretende la unión europea"*. ASAJA Extremadura afirma que, "por



si fuera poco, la Unión Europea pretende también eliminar todo tipo de ayuda al sector del vino. Son casi 83.000 hectáreas, el tercer gran cultivo de la región después del cereal, que está ruinoso, y del olivar. Por último, ASAJA Extremadura recuerda que la Comisión Europea ha tomado la decisión

Como ha explicado José García Blanco, presidente de ASAJA Extremadura, unos 1.200 cultivadores de tabaco extremeños dejarían de percibir 19 millones de euros de aprobarse el presupuesto de la PAC.

de hacer incompatible el cobro de la pensión con el ejercicio de la actividad agraria. *"Y con las miserias de pensiones que cobran los agricultores, lo van a pasar mal como no les dejen continuar con sus pequeñas explotaciones y más con la falta de relevo generacional"*.

Para la organización agraria, el Parlamento Europeo, que puede poner freno a estas intenciones de la Comisión, debería de ir teniendo en cuenta la desaparición de la agricultura europea y poner frente al ataque de la presidenta Ursula von der Leyen, *"la cual debería*

Abajo, el presidente de ASAJA Extremadura, Ángel García Blanco, durante una rueda de prensa. (Foto: ASAJA).



de marcharse para su casa y no entenderemos que existan grupos políticos que puedan apoyar su propuesta, por lo que se presenta un otoño muy calentito con los tractores en la calle otra vez", ha vaticinado Ángel García Blanco.

A.M. & Reyes Publicaciones presenta su completa oferta 360° de comunicación para el estanco.

Una oferta ya disponible en diversas plataformas tanto físicas como virtuales 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.

LBF RETAILERS

FORTHEFUTURE

COMPROMETIDOS
CON EL ESTANCO
HACIA UNA
COMUNICACIÓN

360°

ESCANEA EL CÓDIGO QR
Y VISITA NUESTRA WEB

COMUNICACIÓN
EN EL PUNTO
DE VENTA

PREMIOS 2026
RETAILERS
FORTHEFUTURE

NUESTRAS REVISTAS

NEWSLETTERS SEMANALES

MEDIA PARTNERS EVO NXT
VAPEXPO MADRID E INTERTABAC

Asociación Española de Bolsas de Nicotina

ABN reivindica un marco regulatorio claro y basado en evidencia científica

La Asociación Española de Bolsas de Nicotina (ABN), una nueva entidad sectorial inscrita en el registro de transparencia de la Unión Europea que agrupa a fabricantes y distribuidores de productos de nicotina oral sin combustión con actividad comercial en España, ha sido presentada oficialmente en Madrid. La asociación nace con el objetivo de representar al sector, promover buenas prácticas y contribuir a la creación de un mercado regulado, seguro y responsable.

ABN es la primera asociación que aglutina a más de 40 empresas fabricantes y distribuidores europeos, entre ellas CLEW, Greatest, Denssi, Europouches, CAMO, Rush, Rebel, Mynt, Chemnovatic y Pouch Solutions.

Durante el acto de presentación, la presidenta de la ABN, Mónica Andrade, ha subrayado la necesidad de establecer un marco normativo proporcionado y alineado con el contexto europeo: "Nuestro mensaje es claro: regular en lugar de prohibir. España necesita una regulación e información coherentes, basadas en datos y no en ideología, que garanticen el acceso a estos productos únicamente a adultos y permitan al sector operar con seguridad jurídica", afirmó Andrade.



"Queremos ser parte activa de la solución. Esto implica autorregulación, responsabilidad corporativa y una disposición total al diálogo con la Administración", señaló Andrade.

SECTOR EMERGENTE EN ESPAÑA

Las bolsas de nicotina representan una categoría creciente en Europa y Estados Unidos. En España está en ciernes, pero tiene un potencial de crecimiento considerable en los próximos años al ofrecer un modo de consumo oral frente a los productos de consumo de nicotina por vía inhalada o combustionada, por medio de productos dirigidos exclusivamente a consumidores adultos de nicotina. Sin combustión ni inhalación, estos productos sin tabaco se utilizan de forma oral y liberan nicotina de manera progresiva durante un breve periodo de tiempo. Actualmente, España carece de un marco regulatorio específico y existe

mucha desinformación, lo que genera incertidumbre operativa para las empresas que fabrican y comercializan estos productos y potencia el riesgo de un mercado no controlado. En ese sentido, desde ABN se ve con mucha preocupación la propuesta de modificación del Real



Decreto 579/2017 impulsada por el Ministerio de Sanidad y que plantea limitar el contenido de nicotina a 0,99 mg por bolsa, lo que, en palabras del propio Ministerio, supondría una prohibición de facto de este tipo de productos en España, mientras que en la gran mayoría de los países los límites se sitúan muy por encima de esa cifra.

UN MARCO DE AUTORREGULACIÓN SECTORIAL

Durante la presentación, la asociación ha dado a conocer su primer documento de estándares voluntarios para la industria, que incluye compromisos en materia de protección de menores, calidad y seguridad del producto, empaquetado responsable, prácticas medioambientales y comunicación comercial dirigida exclusivamente a adultos.

SOBRE ABN

La Asociación Española de Bolsas de Nicotina (ABN) es una organización empresarial de reciente creación que representa a los fabricantes independientes de bolsas de nicotina a nivel mundial con presencia en el mercado español y, a su vez, miembro de la red internacional GINN (Global Institute for Novel Nicotine). Con más de 40 empresas miembro, ABN está comprometida con el avance de regulaciones basadas en la ciencia, el fomento de la innovación y la promoción de alternativas de riesgo reducido para fumadores adultos.



Revisión de Omni™: la evidencia más reciente

BAT acaba de anunciar la publicación de la edición 2025 de Omni™, que incluye nuevos estudios de caso sobre la Reducción de Daños del Tabaco (RTT) en acción en todo el mundo y datos actualizados sobre las mejores estrategias para un mundo sin humo. Desde su lanzamiento, BAT se propuso que Omni™ fuera un recurso dinámico, basado en evidencia científica y datos reales. Hoy, Omni™ se ha consolidado como una plataforma líder en RTT.

La edición 2025 examina el progreso en el Reino Unido y Grecia hacia la construcción de un mundo sin humo.

El gobierno británico está animando proactivamente a los fumadores a cambiarse al vapeo a través de su programa "Swap to Stop", creando un entorno que ha favorecido que millones de fumadores adultos opten por esta alternativa. Datos gubernamentales publicados a principios de noviembre muestran que ahora más adultos usan vapeadores en el Reino Unido que cigarrillos: alrededor de 5,4 millones de personas vapean actualmente, superando los 4,9 millones de fumadores del Reino Unido. Este es un logro increíble y un punto de inflexión en la creación de un Reino Unido sin humo.

En Grecia, la decisión del gobierno de adoptar formalmente la THR como pilar de su marco de control del tabaco se ha asociado con descensos significativos en la prevalencia del tabaquismo. Tradicionalmente conocida por tener una de las tasas de tabaquismo más altas de Europa, Grecia ha visto disminuir su prevalencia aproximadamente un 10 % desde 2020, a medida que los fumadores se cambiaron a productos de tabaco calentado.

El estudio de caso de Australia también se ha actualizado tras la decisión del gobierno,



en octubre de 2024, de restringir la venta de vapeadores a las farmacias. Omni™ explora el impacto de las restricciones en la prevalencia del tabaquismo en adultos, la accesibilidad a los vapeadores y el comercio ilegal. Los resultados coinciden con lo expuesto por Theo Foukkare, director ejecutivo de la Asociación

Australiana de Tiendas de Conveniencia, en el episodio extra del pasado octubre del podcast A Smokeless Word, quien destacó un preocupante aumento de la actividad mafiosa vinculada a la venta ilícita de vapeadores.

"Insto a los expertos en salud pública, a los encargados de formular políticas, a los reguladores y a los científicos a que descarguen la última edición de Omni™ para que juntos podamos aprender de los gobiernos que lideran la iniciativa sobre THR, garantizar que las decisiones políticas se basen en evidencia y continuar impulsando el progreso hacia un mundo sin humo", señala Kingsley Wheaton, director de estrategia y crecimiento de BAT.

PREMIO GLOBAL PARA OMNI™

Omni™, el recurso global y dinámico de BAT para compartir conocimiento, ha sido reconocido oficialmente como la Campaña Global de Relaciones Públicas del Año en los prestigiosos Premios Platinum PR 2025 en la ciudad de Nueva York. Este reconocimiento marca un momento decisivo en la transformación de BAT y subraya cómo Omni™ está transformando la narrativa en torno a la Reducción de Daños del Tabaco (RTT) a nivel mundial.



Arthur Janoyan y Mark Forster (BAT) recogiendo el premio.

"Cuando lanzamos Omni™, nuestra ambición era liderar un debate basado en la evidencia sobre la Reducción de Daños del Tabaco. Ganar a nivel global no es poca cosa. Si bien aún queda mucho por hacer, este premio reconoce la visión, la creatividad y la colaboración que definen a BAT en su máxima expresión", ha señalado Wheaton.

Sobre Omni™

Omni™ es una iniciativa creada por BAT para reunir y compartir evidencia sobre la reducción de daños por tabaquismo y la construcción de un Mundo Sin Humo. Su propósito es ofrecer información rigurosa y accesible a científicos, autoridades de salud pública, reguladores, legisladores e inversores.

Lanzada en septiembre de 2024, Omni™ representa un paso decisivo en la estrategia de BAT para alcanzar Un Mañana Mejor, reduciendo el impacto de su negocio en la salud. A través de esta plataforma, la compañía busca dar a los fumadores adultos que, no pueden o no quieren dejar de fumar, alternativas inno-



vadoras y científicamente respaldadas ofreciendo así opciones de riesgo reducido frente al cigarrillo convencional.

La visión que guía Omni™ parte de una convicción: la reducción de daños por tabaquismo constituye una de las grandes oportunidades de salud

pública de nuestro tiempo. En este sentido, BAT aspira a que esta plataforma se consolide como un espacio que promueva el diálogo constructivo entre las partes interesadas (científicos, autoridades sanitarias, reguladores, responsables de políticas e inversores), dentro del ecosistema global relacionado con el tabaco y los productos con nicotina.

La nueva generación de su dispositivo de tabaco calentado

JTI lanza en España Ploom AURA

- España se consolida como mercado clave para la compañía con un crecimiento de la categoría por encima del 20% anual.

JTI (Japan Tobacco International) lanza en España Ploom AURA, la nueva generación de su dispositivo de tabaco calentado. España se convierte así en uno de los primeros mercados europeos en incorporar este producto, ya disponible en países como Japón, Suiza, Alemania o Italia, impulsando el crecimiento global de usuarios de Ploom.

El lanzamiento coincide con un momento de fuerte impulso para el negocio global de productos de riesgo reducido de JTI. La multinacional japonesa cerró el tercer trimestre del año 2025, con un crecimiento del 27% interanual en la categoría de productos de riesgo reducido (RRP). Una parte importante de este crecimiento proviene del éxito del lanzamiento de Ploom AURA en Japón, un mercado pionero donde el dispositivo ha contribuido a elevar la cuota de JTI en el segmento de tabaco calentado hasta el 15,5%.

ESPAÑA: UN MERCADO ESTRATÉGICO

En España, la categoría de tabaco calentado registra un crecimiento sostenido de más del 20% anual, situando al país entre los mercados europeos con mayor potencial. Ploom se lanzó inicialmente en Madrid en 2024, donde tuvo una acogida positiva, y posteriormente amplió su disponibilidad a otras provincias, consolidando una base sólida para esta nueva fase de expansión.

“España se ha posicionado como un mercado clave para la categoría de tabaco calentado. La positiva evolución de Ploom y el interés de los consumidores adultos por alternativas sin com-

PLOOM SE LANZÓ INICIALMENTE EN MADRID EN 2024, DONDE TUVO UNA ACOGIDA POSITIVA, Y POSTERIORMENTE AMPLIÓ SU DISPONIBILIDAD A OTRAS PROVINCIAS, CONSOLIDANDO UNA BASE SÓLIDA PARA ESTA NUEVA FASE DE EXPANSIÓN.



“España se ha posicionado como un mercado clave para la categoría de tabaco calentado. La positiva evolución de Ploom y el interés de los consumidores adultos por alternativas sin combustión nos permiten introducir un dispositivo más avanzado y preciso”, afirma John Freda, director general de JTI Iberia.

bustión nos permiten introducir un dispositivo más avanzado y preciso”, afirma John Freda, director general de JTI Iberia.

APUESTA GLOBAL POR LA INNOVACIÓN Y LLAMAMIENTO A UNA REGULACIÓN BASADA EN LA EVIDENCIA CIENTÍFICA

Ploom AURA llega a España dentro del plan global de inversión de la compañía en productos de riesgo reducido. Entre 2022 y 2024, la multinacional japonesa destinó aproximadamente 300.000 millones de yenes (1.660 millones de euros) en desarrollo de dispositivos sin combustión y ha anunciado una inversión adicional cercana a los 650.000 millones de yenes (3.600 millones de euros) entre 2025 y 2027, con especial foco en tabaco calentado.



En España, esta estrategia se complementa con el compromiso industrial de JTI, que ha invertido más de 85 millones de euros en la modernización de su fábrica de Tenerife durante la última década.

Desde JTI se hace un llamamiento a una regulación basada en la evidencia científica: “Desde JTI mantenemos que el avance de la categoría debe ir acompañado de un marco regulatorio riguroso y basado en la evidencia científica, que distinga entre pro-

TRAS SU LANZAMIENTO INICIAL EN MAYO DE 2025 EN JAPÓN, EL MERCADO LÍDER MUNDIAL EN TABACO CALENTADO, DONDE LA CATEGORÍA DE PRODUCTOS DE RIESGO REDUCIDO SE ESTIMA EN UN 46,1% DEL TAMAÑO TOTAL DE LA INDUSTRIA DEL TABACO, PLOOM AURA SE HA ESTABLECIDO CON FUERZA COMO UN REFERENTE EN TECNOLOGÍA Y DISEÑO.

TECNOLOGÍA AVANZADA Y DISEÑO

Ploom AURA utiliza tecnología avanzada que calienta el tabaco sin quemarlo, generando un aerosol que reduce significativamente las sustancias nocivas asociadas a la combustión. Integra el sistema SMART HEATFLOW™, que mantiene una temperatura estable para proporcionar una experiencia consistente. Su diseño compacto y las carcasas intercambiables permiten un alto grado de personalización.

Tras su lanzamiento inicial en mayo en Japón, el mercado líder mundial en tabaco calentado, donde la categoría de productos de riesgo reducido se estima en un 46,1% del tamaño total de la industria del tabaco, Ploom AURA se ha establecido con fuerza como un referente en tecnología y diseño.

“Nuestro compromiso es desarrollar alternativas que ofrezcan una experiencia de alto nivel, siempre dirigidas exclusivamente a los consumidores adultos existentes y dentro de un marco de responsabilidad y transparencia”, subraya Javier Roa, director de marketing de JTI Iberia. “Ploom AURA avanza en esta dirección y nos sitúa a la cabeza de la evolución tecnológica del sector a nivel internacional”.

ductos combustibles y sin combustión, y permita innovar en productos que pueden suponer alternativas de menor riesgo para fumadores adultos”, explica Freda.

SOBRE JTI

JTI, miembro del Grupo JT, es una compañía internacional moderna y dinámica, apasionada por la calidad y la innovación. Comercializa sus productos en más de 130 mercados con el objetivo de ofrecer experiencias excepcionales de tabaco y nicotina a sus consumidores adultos. JTI es propietaria global de Winston y Camel, respectivamente la segunda y la tercera marca de combustibles más grandes del mundo. Otras marcas globales incluyen MEVIUS y LD. También está presente en la categoría de Productos de Riesgo Reducido con su dispositivo para tabaco calentado, Ploom; su marca de vapeo, Logic; y las bolsas de nicotina Nordic Spirit. Con sede en Ginebra, Suiza, la compañía emplea a más de 46.000 personas y fue reconocida como Global Top Employer por undécimo año consecutivo en 2025. JTI Iberia está constituida por los mercados de España, Portugal, Andorra y Gibraltar. En España emplea a más de 950 personas comprendiendo todas las operaciones comerciales, 4 sedes, un Centro Global de Excelencia Informática & Tecnológica y el mayor centro de producción industrial del archipiélago canario, con la mayor fábrica de cigarrillos de España, ubicada en la Isla de Tenerife. Para obtener más información, visite www.jti.com



En la IQOS Boutique de la calle Serrano, en Madrid

IQOS presenta IQOS ILUMA i x Seletti: cuanto más miras, más descubres

IQOS, la marca para usuarios adultos de nicotina que impulsa un futuro libre de humo, continúa su apuesta por la innovación y el diseño con el lanzamiento de la Edición Limitada IQOS ILUMA i x Seletti. IQOS se une a la marca italiana de diseño de interiores fundada en 1964 y conocida por su poder para transformar objetos cotidianos en piezas extraordinarias y creativas. Y es que la compañía se ha ganado el reconocimiento mundial por su capacidad para fusionar arte y funcionalidad, y ofrecer una visión de diseño única y personal que destaca por su originalidad y excelencia.

La Edición Limitada IQOS ILUMA i x Seletti, es una colección única que estará disponible a nivel nacional a partir del 3 de noviembre, y que combina la sofisticación tecnológica de la marca líder en calentamiento de tabaco con la creatividad disruptiva del diseñador italiano, convirtiendo el dispositivo en una pieza de diseño contemporáneo, en un objeto de culto. La colección se ha presentado hoy en la IQOS Boutique de Serrano con la presencia del diseñador Stefano Seletti, director creativo de su propia marca. El resultado es una edición limitada atrevida, concebida por Seletti como un objeto de diseño que va más allá del dispositivo y eleva el momento IQOS a una experiencia que despierta los sentidos.

Negro intenso, dorado vibrante y el icónico patrón zigzag de Seletti se combinan en una propuesta visual y sensorial que invita a descubrir nuevos detalles en cada mirada. Bajo el concepto “Cuanto más miras, más descubres”, se nos invita a adentrarnos en la esencia de una colaboración que busca transformar lo cotidiano en extraordinario. Porque la sutileza nunca fue parte del plan.

DISPONIBLE EN LOS MODELOS IQOS ILUMA i PRIME Y IQOS ILUMA i, ESTA EDICIÓN LIMITADA SE COMPLETA CON ACCESORIOS EXCLUSIVOS QUE ELEVAN LA EXPERIENCIA A OTRO NIVEL Y LA CONVIERTEN EN UNA DECLARACIÓN DE ESTILO PERSONAL.



hay que hacer algo que nunca se haya hecho antes. La creatividad es esencialmente innovación. La curiosidad nos empuja a ir más allá de las convenciones y de lo que ya se conoce, y creo que siempre hay que hacer algo que nadie haya hecho antes”.

Por su parte, Teresa Salvador, Head of Brand Marketing & Portfolio IQOS Spain, añade: “IQOS ILUMA i x Seletti es un homenaje a quienes se atreven a mirar más allá, a descubrir nuevas formas de disfrutar de sus momentos. Seletti comparte con nosotros esa filosofía de innovación constante: transformar lo cotidiano

en algo distinto, inesperado y con carácter. Por eso, esta colaboración une lo mejor de la tecnología y del diseño, y refuerza nuestro compromiso con crear experiencias con personalidad propia”.

Con esta edición limitada, IQOS refuerza su propósito de transformar lo cotidiano en extraordinario, invitando a los consumidores adultos a disfrutar de su ritual con una mirada distinta, donde la tecnología se convierte también en diseño.

SOBRE IQOS

IQOS es el sistema de calentamiento de tabaco número uno¹ y un referente de innovación dentro de la industria, cambiando el panorama para siempre y allanando el camino hacia un futuro sin humo. IQOS ofrece



SOBRE SELETTI

Seletti es una marca italiana de diseño pionera, reconocida por su enfoque valiente hacia la creatividad y la innovación. Seletti redefine con audacia los objetos cotidianos, dotándolos de una imaginación lúdica y un toque artístico que transforman el diseño ordinario en una vibrante celebración de la creatividad, desafiando las convenciones e inspirando alegría. Esta filosofía representa una curiosidad sin límites y pone el acento en la investigación constante y la originalidad, buscando crear productos que sean tanto funcionales como artísticos. Seletti combina narrativas culturales con diseño contemporáneo y demuestra cómo este enfoque artístico puede mejorar nuestra vida cotidiana al transformar objetos comunes en piezas llamativas que despiertan conversación y conexión emocional.

Stefano Seletti, director creativo de Seletti, una marca italiana de diseño pionera y valiente que unifica creatividad e innovación.

la incesante búsqueda de un futuro sin humo. La promesa de IQOS es no dejar nunca de reinventarse y transformar de forma continua y positiva la experiencia de sus usuarios adultos, con el compromiso de generar un impacto positivo en la sociedad.

Para más información, visita www.iqos.com o @iqos_esp

*IQOS no está exento de riesgo y con su uso se inhala nicotina, que es adictiva. Dirigido únicamente a adultos.

¹Estimación global de PMI sobre las ventas totales de unidades de tabaco calentado en el mercado a junio de 2023.

productos de alta calidad para todos los fumadores adultos que desean abandonar los cigarrillos en favor de alternativas mejores.

IQOS encarna el espíritu audaz de la curiosidad, que nos impulsa a explorar nuevas tecnologías y enfoques, impulsando la innovación en

¿ESTÁS AL DÍA DEL ESTANCO?



ESTAR AL DÍA DE LO QUE PASA EN EL SECTOR TE AYUDA EN TU NEGOCIO.

NOSOTROS TE LO CONTAMOS.



Captura este código QR, accede al formulario y rellena los datos que te solicitamos.

Actividades especiales, música, diseño, gastronomía y mucho más

IQOS viste de Navidad sus boutiques en España

Este diciembre, IQOS transformó sus boutiques en Madrid, Barcelona, Sevilla, Valencia y Málaga en auténticos escenarios de celebración repletos de actividades especiales, que combinan diseño, gastronomía tradicional, música en directo y sorprendentes dinámicas creativas. Un programa diseñado para que fumadores adultos o usuarios de IQOS vivan magia de estas fechas a través de experiencias memorables, personalizadas y momentos compartidos.

Como ya es tradición, las fiestas arrancaron en la Boutique IQOS de Madrid al ritmo del Góspel. Una experiencia que sumergió a los usuarios en el espíritu festivo desde el primer acorde. Los días 11 y 21 de diciembre, varios pases de 15 minutos llenaron el espacio de Serrano de energía, armonías vibrantes y villancicos contemporáneos que envolvieron a los visitantes en un ambiente cálido y festivo desde el primer acorde.

Y para quienes asocian estas fiestas invernales a los sabores de siempre, en las boutiques de Madrid, Sevilla, Valencia y Málaga el clásico chocolate con churros acompañó distintos momentos. Mientras que en Barcelona serán los tradicionales melindros los que endulzaron los días de diciembre, y, por otro lado, la boutique contó con una colaboración especial que ofreció, con la compra de un dispositivo, un vale para canjear por un postre en una pastelería-chocolatería de Illa Diagonal. Una forma deliciosa de revivir clásicos de esos días de celebración con un toque local, aprovechando cada visita para regalarse –o regalar– un momento especial.

PREMIOS, SORPRESAS E INTERACTIVIDAD

Este año, IQOS apostó por la gamificación con diferentes dinámicas que estuvieron activas hasta el 31 de diciembre. En la Boutique de Serrano de Madrid, la Ruleta de Premios ofreció sorpresas diarias a quienes se animaron a probar suerte. En Barcelona, Sevilla,



EN ESTAS FIESTAS, IQOS VOLVIÓ A DEMOSTRAR QUE LA MAGIA ESTÁ EN LOS PEQUEÑOS MOMENTOS... Y EN COMPARTIRLOS.

Valencia y Málaga, fueron las máquinas de bolas sorpresa las que repartieron premios y generaron la ilusión propia de estas fechas.

Además, en todas ellas se celebró la Rifa Seletti, una acción que permitió participar a los usuarios de IQOS en un sorteo en el que pudieron conseguir la nueva Edición Limitada IQOS Iluma i x Seletti y optar a piezas de diseño únicas. Un guiño de la marca a aquellos que buscan regalos especiales, diferentes y con estilo.

PERSONALIZACIÓN CON ESTILO PROPIO

Para aquellos usuarios adultos que quisieron darle un toque personal a su dispositivo, o sorprender con un regalo perfecto y exclusivo, IQOS ofreció en todas sus boutiques un servicio especial de personalización hasta el 1 de enero pudiendo elegir entre diseños festivos, grabar su nombre o crear combinaciones únicas, convirtiendo cada

dispositivo en el regalo ideal para marcar su propio estilo.

Con música en directo, sabores tradicionales, premios diarios y servicios exclusivos, IQOS volvió a convertir diciembre en un mes repleto de planes, experiencias y momentos memorables. Cada boutique se suma a la celebración con propuestas adaptadas a cada ciudad, manteniendo vivo el espíritu de estas fechas e invitando a fumadores adultos y usuarios de IQOS a disfrutar de unas fiestas diferentes, especiales y llenas de detalles.

Para más información, visita www.iqos.com o @iqos_esp

*IQOS no está exento de riesgo y con su uso se inhala nicotina, que es adictiva. Dirigido únicamente a adultos.

THE INTERNATIONAL
BUSINESS FESTIVAL
FOR NEXT GENERATION
PRODUCTS

THE
JOURNEY
GOES ON...

PRAGUE 2026

EVO
NXT

PRAGUE

GET YOUR
TICKETS NOW!



WWW.EVO-NXT.COM

PRAGUE
CZECH REPUBLIC
17-18 APRIL 2026
FORUM KARLIN

El 60% de quienes lo han probado ya son consumidores recurrentes

Fuyl avanza imparable por toda España

Fuyl Extracto de Tabaco se presentó en España hace seis meses como un innovador producto –el primero en su categoría de tabaco líquido– dispuesto a revolucionar el mercado de tabaco en nuestro país y en este breve espacio de tiempo se puede afirmar que no ha dejado de crecer, captando poderosamente la atención de los consumidores.

Elaborado por Dinner Lady, comercializado por TCI y distribuido por Logista Retail, sus responsables en España aseguran que está teniendo muy buena aceptación en las zonas donde ya ha sido lanzado, "en las que los estancieros se involucran y lo recomiendan a sus clientes". Tanto es así que, afirman, "el 60% de los consumidores que lo han probado se han convertido ya en consumidores recurrentes de Fuyl".

"Desde TCI –explican– consideramos que éste es un producto de futuro para el mercado y una gran innovación que mejorará la experiencia de consumir tabaco para miles de consumidores en España que buscan una alternativa de menor riesgo".

FUYL EXTRACTO DE TABACO

El nuevo dispositivo, lanzado inicialmente en dos colores –Space Grey y Midnight Blue– se presentó como la nueva alternativa para los fumadores al reproducir la experiencia del cigarrillo como ningún otro producto, pues los Pods de líquido de extracto de tabaco disponibles, equivalentes cada uno a 30 cigarrillos, cuentan con cinco sabores (Tabaco Intenso, Tabaco Suave, Tabaco Virginia, Tabaco Mentolado y Tabaco-Café) y tres niveles de intensidad diferentes (Fuerte, Media y Baja).

PRESENTACIONES POR TODA ESPAÑA

A lo largo de los seis



meses que Fuyl Extracto de Tabaco lleva en nuestro mercado, además



SE HAN HECHO EVENTOS DE PRESENTACIÓN EN MADRID, BARCELONA Y MÁLAGA, ASÍ COMO FORMACIONES EN MÁS DE 200 ESTANCOS.

más de la presentación inicial en Madrid el pasado mes de junio, también se han celebrado eventos en Barcelona y Málaga, además de jornadas formativas en más de 200 estancos. Como señalan desde TCI, "seguiremos durante el 2026 realizando eventos de presentación y formaciones en todas las provincias de España".

Para más información: <https://fuyl.com>
tci@ticiite.com
Tel.: +34 917 59 87 76



TABACO LÍQUIDO

DESCÚBRELO EN **Logista** RETAIL

AUMENTA TU RENTABILIDAD

TRIPLICA TU BENEFICIO
EN COMPARACIÓN CON LA VENTA DE CIGARRILLOS



Nuevo producto
alternativo con
nicotina



1 CÁPSULA EQUIVALE
A 30 CIGARRILLOS



Tabaco real



Menos nocivo
que los cigarrillos



Asequible



Social

Logista
RETAIL



Los días 17 y 18 de abril de 2026

LA INDUSTRIA DE NGP SE REÚNE EN EVO NXT 2026 EN LA REPÚBLICA CHECA

Tras su última edición celebrada en Milán, llega Praga. Poco después de que EVO NXT 2025 cerrara sus puertas, ya se han confirmado la fecha y la sede de la próxima edición de este innovador festival empresarial que reúne a los principales actores de la industria de NGP. Los días 17 y 18 de abril de 2026, la industria de los productos de nueva generación se trasladará al Forum Karlin de la capital checa.

En 2023, Messe Dortmund lanzó EVO NXT, un formato moderno con un ambiente único que se adapta perfectamente a la dinámica industria de productos de nueva generación (NGP). Los organizadores ahora hacen honor a su carácter de roadshow con la transición a un entorno completamente nuevo.

La decisión de trasladarse a Europa del Este fue deliberada: una decisión para un mercado en crecimiento en el campo de los productos alternativos a la nicotina. Según una evaluación del Grupo Broughton, productos como las bolsas de nicotina, el tabaco calentado y los sistemas electrónicos de administración de nicotina están experimentando un fuerte crecimiento en mercados como Polonia, la República Checa y Rumanía. El Grupo Broughton es un laboratorio de investigación por contrato privado y una consultoría científica que ofrece análisis, consultoría científica y apoyo regulatorio para una amplia gama de sectores industriales. Los visitantes de EVO NXT conocerán a su director ejecutivo, Chris Allen, de Milán, donde aportó su experiencia en dos paneles y una clase magistral sobre regulación



y calidad de producto en abril. Según el análisis de Broughton Group, las organizaciones multinacionales y las startups han identificado a Europa del Este como un mercado estratégico y están invirtiendo fuertemente en iniciativas locales de fabricación, mar-

EVO NXT no se centra sólo en las últimas tendencias en cigarrillos electrónicos, productos de calentamiento sin combustión, productos de cannabidiol, bolsas y otras alternativas sin humo, sino también en desafíos como el aumento de la regulación política y la creciente concienciación de los consumidores sobre la salud y el medio ambiente.

keting, distribución e investigación. Esta afluencia de inversión facilita una mayor accesibilidad, a la vez que fomenta la innovación adaptada a las preferencias regionales.

El entorno regulatorio en Europa del Este es diverso y, por tanto, refleja la situación internacional, lo que es otra razón por la que Praga ofrece las mejores condiciones para EVO NXT.

El festival empresarial tiene un objetivo principal: sentar las bases para el futuro de la industria de los NGP. Esto se logra con una combinación de expositores de renombre que presentan sus innovaciones, ponentes de primer nivel en el programa complementario y un amplio espacio para el intercambio profesional con otros representantes del sector. El enfoque no se centra sólo en las últimas tendencias y desarrollos en cigarrillos electrónicos, productos de calentamiento sin combustión, productos de cannabidiol (CBD), bolsas y otras alternativas sin humo, sino también en desafíos como el aumento de la regulación política y la creciente concienciación de los consumidores sobre la salud y el medio ambiente.

La planificación para EVO



NXT 2026 ya puede tomar impulso. Quienes no quieran perderse ninguna novedad sobre la feria hasta el próximo año, pueden buscar toda la información disponible en la página web de este certamen: www.evo-nxt.com

EVO NXT, EL FESTIVAL INTERNACIONAL DE NEGOCIOS PARA PRODUCTOS DE PRÓXIMA GENERACIÓN.

EVO NXT se celebrará en Praga los días 17 y 18 de abril de 2026 y es el punto de encuentro de los actores de la industria de los productos de nueva generación (NGP). Fabricantes, minoristas, distribuidores, investigadores e inversores, entre otros, se reunirán para debatir el estado actual de la industria y trabajar juntos para definir el rumbo del futuro. Lo harán en un ambiente muy especial, ya que EVO NXT es un festival de negocios innovador con una combinación única de información y entretenimiento, lo que lo convierte en el foro perfecto para reflejar y apoyar a una industria innovadora en su búsqueda de progreso.

PARTNERS

Confédération Européenne des Détaillants en Tabac (CEDT)
Unión de Asociaciones de Estanqueros de España
Nordic Nicotine Pouches Association (NNPA)
Independent European Vape Alliance (IEVA)
Tobacco Intelligence
European Cannabis Association (ECA)
CB Company
UK Vaping Industry Association (UKVIA)
2FIRSTS
Electronic Cigarette Professional Committee of China
Electronics Chamber of Commerce (ECCC)
Svenska Snustillverkarföreningen
Global Vape Alliance (GVA)
Global Institute for Novel Nicotine (GINN)



RETAILERS
FOR THE FUTURE

LBF

360°

retailersforthefuture.com

POR SEXTO AÑO CONSECUTIVO RENUEVA SU CERTIFICACIÓN EN SOSTENIBILIDAD MEDIOAMBIENTAL

LOGISTA REDUCE SUS EMISIONES DE CO₂

Logista, uno de los mayores operadores logísticos de Europa, ha renovado por sexto año consecutivo la prestigiosa certificación ISO 14064-1:2019 de Huella de Carbono. La compañía continúa así consolidando su posición como empresa líder en sostenibilidad dentro del sector logístico europeo. La verificación, realizada con un nivel de aseguramiento razonable por SGS, entidad de referencia internacional en certificación, confirma el compromiso continuado de Logista con la transparencia y la reducción de su impacto ambiental.

El exhaustivo proceso de verificación ha permitido a Logista cuantificar y reportar una reducción de gases de efecto invernadero (GEI), pasando de 485.059 toneladas de CO₂ equivalente en el ejercicio fiscal 2023 a 480.088 toneladas en 2024. Este logro es especialmente significativo considerando el crecimiento de operaciones que ha experimentado la compañía durante el mismo periodo.

La renovación de la certificación ISO 14064-1:2019 se suma a una serie de reconocimientos internacionales obtenidos por Logista durante el último año, consolidando su posición como referente en sostenibilidad en el sector logístico. En junio de 2025, la compañía fue incluida por segundo año consecutivo en el prestigioso ranking "World's Most Sustainable Companies" elaborado por TIME y Statista, que identifica a las 500



empresas más sostenibles del mundo.

Además, Logista ha mantenido por noveno año consecutivo su posición de liderazgo en CDP con una calificación A-, siendo el único operador logístico europeo que ha permanecido en la categoría Leadership durante este periodo. Estos reconocimientos no solo avallan la estrategia de sostenibilidad de la compañía, sino que también reflejan la integración efectiva de

prácticas responsables en su modelo de negocio y cadena de valor.

Juan Carlos Moro, director corporativo de Operaciones de Logista, ha señalado que *"la renovación de esta certificación por sexto año consecutivo valida nuestro compromiso con la sostenibilidad y además demuestra que estamos avanzando en la dirección correcta con resultados tangibles"*.

COMPROMISO CON LA SOSTENIBILIDAD

Logista ha mantenido por nueve años consecutivos su posición de liderazgo en CDP, que reconoce a las empresas líderes globales en la lucha contra el cambio climático. Logista es la única empresa de logística europea que logra figurar en esta categoría durante ese periodo. Además, la firme apuesta de Logista por la sostenibilidad ha sido reconocida, en mayo de 2024, 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 16,5 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 2024 – 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 2024 con un rating de MSCI de A, cuya escala es AAA-CCC.

Asimismo, Logista ha participado en el Corporate Sustainability Assessment (CSA), la evaluación de sostenibilidad corporativa de S&P. En 2025, Logista ha vuelto a ser reconocida por Financial Times como "leader in diversity" y, Ecovadis otorgó la medalla de silver por el desempeño de Logista en materia de sostenibilidad.

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.

LA MISMA CIFRA QUE EN 2024

LOGISTA PAGARÁ UN DIVIDENDO TOTAL DE 277 MILLONES DE EUROS

Logista, ha hecho públicos hoy sus resultados anuales correspondientes al ejercicio fiscal 2025, finalizado el pasado 30 de septiembre. Durante 2025, la compañía registró ventas económicas por importe de 1.809 millones de euros, lo que supone un incremento del 3% respecto al ejercicio 2024, y unos ingresos totales por valor de 13.536 millones de euros, un 4,2% más que en el ejercicio anterior, todo ello impulsado por el buen comportamiento de los principales negocios en Iberia e Italia.

El beneficio de explotación ajustado alcanzó los 378 millones de euros (un 1,9% inferior a 2024) y el beneficio neto los 281 millones de euros, un 8,8% menos que en el ejercicio anterior, reflejando un menor ingreso financiero por la bajada de los tipos de interés.

Por otro lado, en 2025 el beneficio por variación en el valor de los inventarios mejoró hasta alcanzar aproximadamente 45 millones de euros, frente a los 35 millones de euros registrados en 2024, como resultado de la subida de impuestos y precios del tabaco en España, Italia y Francia.

En cuanto a la retribución al accionista en el ejercicio fiscal 2025, el Consejo de Administración de la compañía propondrá a la Junta General de Accionistas la distribución de un dividendo total por importe de 277 millones de euros (misma cantidad que en 2024), a razón de 2,09€/acción. El dividendo total incluirá el dividendo a cuenta de 0,56€/acción que se abonó el pasado 28 de agosto y un dividendo complementario de 1,53€/acción, pagadero en el primer trimestre del año natural 2026. En conjunto, el dividendo supondrá la distribución de un 99% del beneficio neto consolidado del ejercicio.

RESULTADOS POR REGIÓN

En Iberia, las ventas económicas ascendieron a 1.181 millones de euros, lo que supone un aumento del 3,2% respecto al ejercicio 2024, gracias principalmente al buen comportamiento en los segmentos de distribución farmacéutica y de tabaco y productos relacionados. En cuanto a los ingresos totales en la región, la compañía registró 5.172 millones de euros, un 6,8% más que en 2024.

IÑIGO MEIRÁS, CONSEJERO DELEGADO DE LOGISTA, HA DESTACADO QUE "EN LOGISTA MIRAMOS AL FUTURO CON LA AMBICIÓN DE ACELERAR NUESTRO CRECIMIENTO, TANTO ORGÁNICO COMO INORGÁNICO, APOYÁNDONOS EN NUESTRA ACTUAL ESTRATEGIA DE DIVERSIFICACIÓN, QUE NOS PERMITIRÁ SEGUIR GENERANDO VALOR SOSTENIBLE PARA NUESTROS ACCIONISTAS".



En Italia, las ventas económicas crecieron un 7,9% respecto a 2024, hasta alcanzar los 434 millones de euros, impulsadas por el crecimiento de las nuevas categorías de tabaco, por el efecto positivo de los inventarios y por una evolución favorable de la distribución farmacéutica. La compañía incrementó sus ingresos totales en un 7,8% hasta los 4.781 millones de euros.

Finalmente, en Francia, las ventas económicas ascendieron a 200 millones de euros, con un descenso del 7,4% respecto a 2024, debido a la reducción en los volúmenes distribuidos y a un menor impacto de la variación en el valor de los inventarios. En cuanto a los ingresos totales, alcanzaron los 3.643 millones de euros, un 3,2% menos que en el ejercicio anterior.

Iñigo Meirás, consejero delegado de Logista, ha señalado que *"en Logista miramos al futuro con la ambición de acelerar nuestro crecimiento, tanto orgánico como inorgánico, apoyándonos en nuestra actual estrategia de diversificación. Este enfoque nos permitirá seguir generando valor sostenible para nuestros accionistas y mantener una política de dividendo atractiva y estable"*.

De cara al ejercicio 2026, Logista espera un crecimiento de dígito sencillo medio del beneficio de explotación ajustado respecto a 2025. Además, la compañía adelanta su previsión de distribución en 2026 de un dividendo, al menos, equivalente al de 2025.

POR SEXTO AÑO CONSECUTIVO

LOGISTA, RECONOCIDA COMO 'LÍDER EUROPEO EN DIVERSIDAD' POR FINANCIAL TIMES Y STATISTA

Logista ha sido reconocida por sexto año consecutivo como una de las empresas líderes en diversidad e inclusión según el prestigioso ranking "Diversity Leaders 2026", elaborado por Financial Times en colaboración con Statista.

Desde su primera inclusión en el ranking en 2021, Logista ha mantenido una posición destacada tanto en su sector como entre las empresas españolas. En esta nueva edición, la compañía ha obtenido una puntuación de 72,78 sobre 100, lo que le ha permitido mantener por segundo año consecutivo su posición como líder absoluto en la categoría Wholesale a nivel europeo, situándose además en el puesto número 11 entre todas las empresas españolas analizadas y consolidando así su compromiso con la creación de un entorno laboral diverso e inclusivo.

"Diversity Leaders" evalúa a las empresas en función de la diversidad de género, edad, etnia, discapacidad y orientación sexual. La clasificación se basa en las opiniones de más de 100.000 empleados en 16 países europeos, así como en las evaluaciones de expertos en recursos humanos y reclutamiento.

La compañía ha incrementado en un 16% el número de personas con discapacidad contratadas en el último ejercicio fiscal reportado y forma parte del Índice de Igualdad de Género de Bloomberg, del Ibex Gender Equality y del índice FTSE4Good de empresas con mejores prácticas ESG.

Eva Imbernón, directora de Recursos Humanos de Logista para Iberia, afirmó: *"La diversidad es clave en nuestra estrategia. Contar con distintos perfiles –de género, edad, raza, nacionalidad y situaciones vulnerables– nos aporta valor y nos prepara para los desafíos actuales y futuros"*.

COLABORACIONES CON ENTIDADES SOCIALES

Cabe destacar que, en su apuesta por la integración y la inclusión social, Logista ha desarrollado diversas colaboraciones estratégicas a lo largo de los últimos dos años: en marzo de 2025 renovó su acuerdo con la Fundación Real Madrid para impulsar acciones deportivas con menores con discapacidad en APANID, usando el deporte como herramienta de integración. En abril del año pasado, la compañía firmó un convenio con la Fundación "la Caixa" para incorporar personas en riesgo de exclusión a sus procesos de selección y ofrecerles acompañamiento pos-contratación. En junio de 2024, la compañía hizo lo propio con la Fundación Atlético de Madrid, apoyando escuelas de fútbol adaptado para niños con necesidades especiales. Por último, en septiembre de 2024, Logista se unió a la Fundación ONCE mediante el Convenio Inserta para reforzar la contratación de

LOGISTA MANTIENE SU PRIMERA POSICIÓN EN LA CATEGORÍA WHOLESALÉ A NIVEL EUROPEO Y SE SITÚA ENTRE LAS MEJORES EMPRESAS DE ESPAÑA EN MATERIA DE DIVERSIDAD E INCLUSIÓN.



personas con discapacidad en la compañía. Así como colaboraciones recurrentes con Cruz Roja y otras asociaciones relevantes.

Logista desempeña asimismo un voluntariado con Fundación Integra, con quien colabora activamente desde hace años. El pasado año, la empresa fue premiada por esta fundación por su implicación en la formación de personas en riesgo de exclusión social y con discapacidad, tras haber formado a 337 personas.

Todas estas iniciativas complementan y refuerzan los hitos de diversidad e inclusión que inspiran la cultura corporativa y estrategia social de Logista.

SOBRE LOGISTA - LOGISTA.COM

Logista es uno de los mayores operadores logísticos 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, Bélgica 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. Cuenta con un equipo de profesionales altamente cualificados integrado por más de 8.000 empleados directos y con un número elevado de colaboradores como los franquiciados de Nacex, los delegados de Logista Parcel, conductores, etc., todos centrados en dar servicio a sus clientes del modo más eficiente y adaptado a sus necesidades.

PHILIP MORRIS SPAIN

VIRGINIO MORRA, DIRECTOR FINANCIERO

La compañía Philip Morris ha designado a Virginio Morra como nuevo director financiero para el mercado español con el objetivo de continuar acelerando el futuro sin humo que impulsa la compañía.



Morra cuenta con una amplia experiencia en gestión financiera y planificación estratégica en entornos internacionales, iniciando su carrera profesional en el área de consultoría en Bain & Co en Italia, su país natal. En 2019 se unió al área de estrategia, fusiones y adquisiciones de Philip Morris International, trabajando desde la sede internacional de la compañía en Suiza. Tras dos años impulsando la estrategia del negocio sin humo de la compañía a nivel mundial, Morra se trasladó a Nueva York para formar parte del equipo responsable del desarrollo del negocio en el mercado estadounidense, equipo que ha liderado durante los últimos años como director de estrategia. Durante todo este tiempo, Morra ha demostrado un sólido compromiso y un gran conocimiento del sector y de los modelos de negocios de la compañía en los diferentes mercados.

Como nuevo director de Finanzas de España, será el responsable de administrar y optimizar los recursos para garantizar el impulso de las nuevas categorías de productos sin humo. Su amplia experiencia internacional y su gran conocimiento de las necesidades y retos específicos de los distintos mercados serán un valioso activo para acelerar el cambio de los fumadores adultos a las alternativas al cigarrillo.

Morra es Licenciado en Ingeniería Logística y de Producción por la Universidad de Turín y cuenta con un máster en Ingeniería Administrativa por la misma institución.

CON SÓLIDA TRAYECTORIA INTERNACIONAL EN EL ÁREA DE ESTRATEGIA, MORRA ASUME LA DIRECCIÓN FINANCIERA PARA SEGUIR IMPULSANDO EL CRECIMIENTO DE LAS ALTERNATIVAS SIN HUMO EN EL PAÍS.

MANUEL VILCHES, DIRECTOR CIENTÍFICO Y DE ASUNTOS MÉDICOS

Philip Morris ha designado a Manuel Vilches Martínez como director científico y de asuntos médicos para el mercado español. El Dr. Vilches inicia esta nueva etapa con el objetivo de seguir impulsando la investigación científica, la transparencia y la innovación responsable que promueve la compañía en su propósito de construir un futuro libre de humo.

Aporta una amplia trayectoria liderando proyectos estratégicos en el ámbito médico, institucional y de innovación sanitaria, tanto en el sector público como el privado. Ha trabajado en organizaciones de referencia como REMPE-DPS, Johnson & Johnson MedTech, Fundación IDIS, COFARES, Vithas Hospitales y Sanitas-BUPA, lo que le ha permitido comprender con profundidad los desafíos del ecosistema sanitario y la importancia de acercar la ciencia y la tecnología a las personas.



Como nuevo director científico y de asuntos médicos de Philip Morris en España, Vilches liderará la estrategia científica que impulsa la transformación de la compañía, lo que él ha definido como «un proyecto apasionante que combina ciencia, innovación, propósito y compromiso con la mejora de la salud pública». Desde esta posición, impulsará la integración del rigor científico, la innovación y el diálogo con la comunidad médica dentro del marco del compromiso global de Philip Morris con la reducción del riesgo y la construcción de un futuro libre de humo.

Licenciado en Medicina y Cirugía por la Universidad Complutense de Madrid, especialista en cirugía general y aparato digestivo por la Universidad Autónoma de Madrid-Fundación Jiménez Díaz, cuenta con un MBA de la Universidad Pontificia de Comillas y un máster en Economía de la Salud y Gestión Sanitaria por la Universidad Pompeu Fabra de Barcelona, además de Programas de Alta Dirección en IESE y San Telmo Business School, y es profesor en diferentes escuelas de negocios.

EN LA XVI EDICIÓN DE LOS PREMIOS CEGOS

TABACALERA, PREMIO AL MEJOR PROYECTO DE ATRACCIÓN, INTEGRACIÓN Y ENGAGEMENT DE TALENTO

El proyecto Mobility Hub de Tabacalera ha sido galardonado en la XVI Edición de los Premios CEGOS, organizados por Cegos España, en la categoría de Atracción, Integración y Engagement de Talento.

Este premio reconoce la estrategia y compromiso de Tabacalera, conectando directamente con la esencia de su Mobility Program, que estos últimos años ha evolucionado para ser ese espacio central que simplifica y potencia todas las políticas de movilidad internacional (corta y larga estancia), potenciando la rotación y poniendo en valor la experiencia global de nuestro talento.



Amaia Urroz García, Diana Vicente Morata, Guillermo Peña Rivas y María Martín Hernández recogieron el galardón en nombre de todo el equipo de Movilidad y Recursos Humanos de Tabacalera, cuyo esfuerzo y visión han hecho de este programa un éxito rotundo.

sidad y sucesión, ofreciendo a Recursos Humanos una visión predictiva que facilita la planificación de la fuerza laboral y la toma de decisiones estratégicas.



Foto de familia de los galardonados en esta edición de estos Premios.

TABACALERA - MOBILITY HUB

Tabacalera ha puesto en marcha “Mobility Hub”, una plataforma que centraliza oportunidades de movilidad interna y externa, mapea habilidades transferibles y acompaña al empleado con itinerarios de reskilling personalizados. Un algoritmo de “matching” presenta vacantes según afinidad competencial y preferencias profesionales, mientras mentores senior guían la transición.

El 30% de posiciones ejecutivas ya se cubren con talento interno y el tiempo medio de cobertura ha descendido 25%. El hub incorpora paneles de analítica de diver-

PREMIOS CEGOS

Los Premios Cegos a las Mejores Prácticas en Recursos Humanos con Equipos y Talento llevan más de 15 años reconociendo a empresas y profesionales en su trabajo por impulsar iniciativas que generen un impacto en las organizaciones, pero sobre todo, en las personas.

Este año se ha superado nuevamente la cifra récord de participación, con más de 120 candidaturas presentadas, todas de un gran nivel tan alto.

Organizados por Cegos España, perteneciente al Grupo Internacional CEGOS, fundado en 1926, con una experiencia y reconocimientos en el sector de la formación que les permite operar en los 5 continentes, como líderes europeos y mundiales en Learning & Development, Cegos es una gran fuente de innovación: asesorando y apoyando a las empresas en sus planes de transformación, promoviendo el desarrollo personal y profesional de las personas en todo el mundo. Cegos diseña, desarrolla y aplica acciones (trans) formadoras; intervenciones que ayudan a nuestros clientes a implantar con éxito sus estrategias de I+D, diseñadas específicamente para que sus empleados puedan –a través de una combinación de soluciones de aprendizaje de clases presenciales y a distancia–, mejorar sus habilidades clave y garantizar su transferencia del contexto de formación al contexto laboral.

¿CONOCES EL NUEVO CASHLOGY MAXIMATE?



¿Quieres saber qué hace especial a Cashlogy MaxiMate?

Dale al play y conoce de primera mano el nuevo cajón Cashlogy MaxiMate.

En este vídeo te mostramos cómo funciona, qué lo hace diferente y por qué puede marcar un antes y un después en la gestión del efectivo de tu negocio.

¡No te lo pierdas!

- **Nuevo sensor de billetes**
Más precisión en cada cobro. Detecta detalles visibles y ocultos para ofrecer una validación aún más fiable en cada transacción.
- **Admisión de hasta 30 billetes en fajo**
Agiliza tu día a día. Permite introducir hasta 30 billetes a la vez para una gestión del efectivo más rápida y cómoda.
- **Mayor capacidad de monedas**
Más autonomía gracias a una mayor capacidad y a la hucha inferior integrada.
- **Cuarta denominación de billetes**
Admite una cuarta denominación, ofreciendo más flexibilidad en el flujo de caja.

Ética Crítica - La Casa del Tabaco



Celebración del 10º Aniversario: Del sueño al éxito

Chella (Valencia) ha sido, como no podía ser de otra forma, la ubicación elegida por La Casa del Tabaco para celebrar su décimo aniversario, *"una década construyendo sueños, creando oportunidades y transformando desafíos en éxitos"* como reza el eslogan bajo el que la gran familia de la compañía se ha reunido para festejar juntos tan señalada fecha.

Las instalaciones de la compañía en Chella han acogido la Convención anual de La Casa del Tabaco, perteneciente a Gesinta Invest Company, unas jornadas de trabajo en las que se han analizado la marcha del negocio y las decisiones que se afrontarán a lo largo del próximo ejercicio.

También han servido para dar a conocer la nueva denominación bajo la que van a quedar auspiciadas las distintas actividades empresariales de la firma, Ética Crítica, una denominación que engloba el negocio de La Casa del Tabaco –que conserva su nombre para las actividades puramente tabaqueras–, de Bodegas Zapata y de tuvino, la distribuidora de vinos y bebidas.

La celebración de este décimo aniversario partió desde las instalaciones de la compañía en Barranco Esparza (Chella), donde el medio centenar de asistentes visitaron la nave de tuvino y Bodegas Zapata anexas a las de La Casa del Tabaco. Allí, Ramón Zapata habló de ello como



Honorio Tortosa (CEO), Ramón Zapata (presidente) y Pepe Palacios (vicepresidente), acompañados por José Enrique Talón Seguí, alcalde de Chella, presente toda la jornada.

una de "sus locuras", de hacerlas *"con ilusión, con ganas de divertirme, pasarlo bien y disfrutar"* y que *"la gente que me acompañe haga lo mismo"*, repasando cómo llegó a amar un mundo del vino, que siendo

joven no le gustaba nada, y de la gastronomía.

La celebración continuó en Ca Pareja, un espectacular espacio rodeado de naturaleza situado en las cercanías de Canals, del que se disfrutó aún en mayor medida por el extraordinario clima que acompañó el día.

Honorio Tortosa, CEO de La Casa del Tabaco, recordó cómo nació la empresa y cómo, poco a poco, fue incorporando a su portafolio marcas de cigarros premium internacionales de reconocido prestigio y a tener grandes éxitos, volviendo a colocar a Chella en el mapa del mundo del tabaco. Con todos pendientes de una pantalla en la que se proyectó un video con imágenes históricas de la compañía y sus empleados, señaló que al final las empresas no son sólo un papel firmado ante un notario, sino que lo son las personas que las hacen en el día a día.

Una de esas personas es Javier Alberola, recientemente jubilado –el primer jubilado de la com-



Pepe Palacios, Ramón Zapata y Honorio Tortosa brindan por esta primera década de Ética Crítica ante la tarta de cumpleaños elaborada para la ocasión.

pañía, como ellos cuentan– y que no podía faltar en una celebración así para, además, recibir el homenaje de todos sus compañeros de la mano de Pepe Palacios, vicepresidente, y Carlos Escobedo, delegado en Asturias.

Ya en los jardines de Ca Pareja se sirvió un magnífico catering que estuvo maridado con todos

y cada uno de los vinos de Bodegas Zapata (Albillo Mayor, Rosado, Roble, Crianza, Selección y Viñas Viejas), elaborados en La Horra, Burgos, y pertenecientes a la Denominación de Origen Ribera del Duero. Una cata que estuvo guiada por Aitor Zapata, su CEO, y Javier Ortiz, delegado en la Zona Levante de Bodegas Zapata, que explicaron los procesos hasta

obtener los diferentes vinos, así como sus principales características sensoriales.

Como señalaron, *"en Bodegas Zapata nos consideramos lo que se llama una bodega boutique. Hacemos 60.000 botellas al año, lo que para alguna bodega es una edición limitada, para que os hagáis una idea"*. La idea de Bodegas Zapata,

ÉTICA CRÍTICA

La nueva denominación de la compañía es la fusión de las dos palabras que la forman y que son parte de la personalidad y la propia historia de Ramón Zapata, su presidente y fundador: por un lado, la Ética como cimiento; por otro, la Crítica, o el análisis como método. Así lo comentó Gonzalo de León, director adjunto a la Presidencia de Gesinta, quien desveló cómo se ha ido forjando esta nueva denominación.

Ética Crítica es el siguiente paso de La Casa del Tabaco, de su evolución, que el mismo Ramón Zapata ha impulsado con la incorporación de nuevos productos más allá del tabaco. Un nombre que, además de expandir el concepto, encaja a la perfección porque suena al hombre que lo ha hecho posible. "Creo en aquellas cosas con las que disfruto personalmente.

Las dos pasiones que me acompañan en mi vida: el tabaco, mis adorados cigarros puros y, por eso, creé La Casa del Tabaco; y el vino, mi vino, ahora también tuvino y Bodegas Zapata. Probablemente, no hubiese sido capaz de crear algo sin ellas", comenta Ramón Zapata.

Ética Crítica, como explicó Gonzalo de León, es también una historia de colores, del blanco de las certezas, al gris de los dilemas, para finalizar por el dorado de los propósitos y del éxito.



Las instalaciones de Ética Crítica en Chella (Valencia) han recibido una nueva imagen e incorporan los espacios dedicados a tuvino y Bodegas Zapata.



como expuso Aitor Zapata, "nace en 2018 cuando mi padre, muy aficionado al vino, decide tener su propia bodega. Tras ver qué origen nos gustaba, por tipo de vino y por perfil acabamos en la Ribera del Duero, hoy en día considerada como una de las grandes denominaciones de origen en el ámbito mundial, una de las cinco mejores del mundo. En 2018 se hizo la primera vendimia, pero como los vinos necesitan guarda no fue hasta 2023 cuando se empezó a vender. Estamos enfocados a la restauración de tipo medio a alto y a tiendas especializadas en vinos, incluidos algunos estancos que han apostado por nosotros y en los que está funcionando bastante bien".

Vinos que también se degustaron durante el almuerzo, de nota, que acabó con una tarta espectacular conmemorativa del décimo aniversario y un brindis con el cava Dominio de la Vega Expression, así como con cigarrillos de Condega Serie C (anilla azul) y de Tabacalera Zapata.

José Enrique Talón Seguí, alcalde de Chella, presente durante toda la celebración, agradeció la invitación y mostró todo su apoyo a La Casa del Tabaco como un referente para la localidad.

La sobremesa estuvo amenizada por el mago e ilusionista Nuel Galán, con una puesta en escena espectacular en la que tuvieron la ocasión de interactuar algunos de los asistentes en los diferentes trucos y números, con buen humor y muchas risas, aparte del asombro propio del desenlace de los juegos de manos del artista.

La banda RetroHits animó la fiesta hasta el final interpretando temas de lo más diverso, tanto de música española como internacional, haciendo a todos cantar y participar de las canciones que iban tocando. De vuelta a Chella y con ganas aún de seguir con la celebración, hubo algunos que prolongaron un poco más la fiesta. Lo justo, pues al día siguiente había que volver a las tareas cotidianas y a las reuniones de Ética Crítica.



LKBITRONIC

DESCUBRE ESTANCOS ÉLITE

El software
más completo
para gestionar
tu estanco



Escanéame para
más información



COMODIDAD

Trabajas ágilmente y
sin molestias.



PRIVACIDAD

No compartes tus
datos con nadie.



SERVICIO

Evitas dependencias,
obligaciones y
penalizaciones.



CONFIANZA

Te sientes acompañado
y escuchado.



CATA

ÁNGEL ANTONIO GARCÍA MUÑOZ

Montecristo Open Slam, nueva vitola

Disponible ya en las cavas de puros de los estancos de nuestro país, el Montecristo Open Slam es una nueva vitola de la marca quizás más reconocida de Habanos en todo el mundo y que ahora se incorpora de forma estándar a la Línea Open.

Esta vitola fue presentada en el Festival Internacional del Habano del año 2023 como uno de sus principales lanzamientos y aparece en las cavas de nuestros estancos precisamente cuando se cumple el 90 Aniversario de la marca creada por el empresario asturiano José Menéndez –entonces propietario de H. Upmann–, en cuya fábrica se elaboran ambas marcas desde entonces.

Montecristo, considerada por muchos con la referencia de sabor del habano, incorpora el Slam a la Línea Open como referencia de una novedad denominada en galera como Idílicos, con unas dimensiones perfectamente propor-

CON UNA CAPA DE COLOR CARMELITA MÁS BIEN OSCURA ESPECIALMENTE CARACTERIZADA POR SU BIEN ACEITADA HOJA, EL OPEN SLAM NOS ENCAMINA A SABORES NO EXCESIVAMENTE FUERTES Y PERFECTAS BOCANADAS.

La cantidad de tabacos de este Montecristo Open Slam es de 12,01 gramos.

cionadas para facilitar su tiro.

La Línea Open de la marca fue creada en el año 2009 y cuenta con cuatro vitolas: Eagle (150 mm de largo x 54), Regata (135 mm de largo x 46), Máster (124 mm de largo

x 50) y Junior (110 mm de largo x 38), todas ellas con una fortaleza algo más baja (tres sobre cinco) que la serie más clásica (cuatro sobre cinco).

Se trata de un habano parejo (de forma cilíndrica) que tiene 142 milímetros de longitud y un cepo 52 (20,64 mm. de diámetro) que contiene una buena cantidad de tabaco en su interior, ya que su peso sobrepasa los 12 gramos.

Con una capa de color carmelita más bien oscura especialmente caracterizada por su bien aceitada hoja, el Open Slam nos encamina a sabores no excesivamente fuertes y perfectas bocanadas.

Suave en sus inicios va creciendo la potencia de sus sabores sin que la intensidad de los mismos asuma ningún tipo



LA LÍNEA MONTECRISTO OPEN SE INTRODUJO EN 2009 Y CUENTA CON CUATRO VITOLAS: EAGLE (54 X 150 MM DE LARGO), REGATA (46 X 135 MM DE LARGO), MÁSTER (50 X 124 MM DE LARGO) Y JUNIOR (38 X 110 MM DE LARGO). MONTECRISTO OPEN SLAM ES UNA VITOLA DE FORMATO PAREJO Y DIMENSIONES ÚNICAS DENTRO DEL PORTAFOLIO DE LA MARCA.

de agresividad en boca y así se mantiene hasta el último de sus tercios, aunque al finalizar podremos encontrar mayor vigor propio del tabaco negro cubano.

La combustión es pareja y homogénea con unos aromas muy especiales a tabaco bien añejado procedente de las vegas de Pinar del Río, ahumados, cedro y que deja recuerdos a pimienta negra junto con algunos rastros dulzones.

Esta nueva vitola será de gran agrado para los aficionados a quienes gustan de los sabores incisivos, pero sin aristas que puedan parecer agresivas en boca, todo ello con la ligada propia de la marca Montecristo.



PROTAGONISTA EL CIGARRO

MONTECRISTO OPEN SLAM

FORMATO

Longitud: 142 mm.
Diámetro: 20,64 mm.
Cepo: 52
Peso: 12,01 gr.

TABACO

Vuelta Abajo (Pinar del Río, Cuba).

ANTES DE ENCENDER

Color: maduro.
Aroma: heno viejo.
Gusto: tabaco bien añejado.

FUMADA

En sus inicios se muestra sabroso y con fortaleza más baja para, avanzada la combustión, aparecer tonos terrosos con ciertos toques picantes que se potencian en el último de sus tercios con sabores de rastros tabaqueros más intensos, pero sin agresividad en boca.

TIEMPO DE FUMADA

55/60 minutos.

TIRO

Excelente.

CENIZA

Gris de tonos medio oscuros.

PRESENTACIÓN COMERCIAL

Caja habilitada con 20 cigarros.

PVP: 25,00 €/ud.
500,00 €/caja.

COMENTARIO

Con la ligada especial de la Línea Open, este Montecristo, de vitola de galera Idílicos, es un habano para poder disfrutar una larga fumada sin ningún tipo de contratiempos y que parece tener algo más de potencia en sus sabores, con un buen gramaje.

El nuevo Montecristo Open Slam se presenta en cajas habilitadas de 20 cigarros con los colores de la Línea Open.



Distintos orígenes, distintos cultivos y diversos tabacos (así como dos formatos bien diferenciados, uno de cepo grueso y otro de cepo fino), pero ambos cumplen más que debidamente con los gustos de los aficionados, que pueden elegir desde la fortaleza más baja del Henry Clay hasta la mayor del vitolarío de Habanos, la del Juan López 54 Edición Regional exclusiva para España.

JUAN LÓPEZ 54 ED. REGIONAL ESPAÑA 2025

FORMATO

Longitud: 120 mm.
Diámetro: 21,43 mm.
Cepo: 54
Peso: 13,33 gr.

TABACO

Vuelta Abajo (Pinar del Río, Cuba).

ANTES DE ENCENDER

Color: colorado.
Aroma: heno fresco.
Gusto: pimienta.

FUMADA

En su primer tercio se inicia con energía, que se muestra desde las primeras aspiraciones, dejando pasar el testigo hacia la pimienta y los tonos terrosos, que confluyen conforme avanza la combustión, para finalizar con rastros intensos y pujanza de sabores.

TIEMPO DE FUMADA

45/50 minutos.

TIRO

Excelente.

CENIZA

Gris media.

PRESENTACION COMERCIAL

Cajas de 25 cigarros.

PVP: 22,00 €/cigarro.

COMENTARIO

Apenas le diferencian cuatro milímetros de un Robustos, pero su cepo 54 le confiere una gran estabilidad para que podamos percibir la buena intensidad de sabores tabaqueros y su magnífica densidad de humo, todo ello con una fortaleza más bien alta.



HENRY CLAY WAR HAWK LONSDALE

FORMATO

Longitud: 171 mm.
Diámetro: 16,67 mm.
Cepo: 42
Peso: 12,01 gr.

TABACO

Tripa: Criollo 98 Jamastrán (Honduras).
Capote: Connecticut Broadleaf (Honduras).
Capa: Connecticut (Ecuador).

ANTES DE ENCENDER

Color: muy claro.
Aroma: herbáceo.
Gusto: dulzón.

FUMADA

Con una ligada muy bien trabajada por los maestros tabaqueros en Honduras y Nicaragua, nos ofrece gratos sabores en los que sus matices nos hacen llegar suavidad, algo de pimienta más bien blanca y, conforme avanza la combustión, algo más incrementada la pujanza de sabores.

TIEMPO DE FUMADA

50/55 minutos.

TIRO

Excelente.

CENIZA

Clara casi blanca.

PRESENTACION COMERCIAL

Cajas de cedro de 25 cigarros con envase de celofán.

PVP: 7,50 €/cigarro.

COMENTARIO

Los tabacos que se cultivan en los valles que separan Honduras y Nicaragua nos ofrecen en los cigarros que de ellos salen todo un variado repertorio de sabores en los que sus acompañantes, como la tierra y los picantes, se muestran siempre en segundo plano y bastante suaves.



SINCE 1795



EL ALMA DE HONDURAS



Elaborados a mano en la legendaria fábrica La Flor de Copán, nuestros cigarros cuentan con una larga tradición tabaquera heredada de La Real Fábrica de Tabacos, la más antigua de Honduras, fundada en 1795.

Con más de 500.000 cigarros vendidos en España y presencia en 1.500 cavas, La Flor de Copán es la marca de origen hondureño más reconocida del mercado.



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

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

S.T. DUPONT

LÍNEA 1, EL RETORNO DE UN ICONO

- El favorito de Jackie Kennedy, Marilyn Monroe y Audrey Hepburn.

El primer encendedor de lujo del mundo regresa a la primera línea. Creado por S.T. Dupont y amado por alguno de los mitos más importantes del siglo XX, Línea 1 resurge con proporciones renovadas y elegancia atemporal. Con el distintivo guilloché vertical y lacado en negro intenso, esta nueva edición rinde tributo a la maestría de la firma francesa.

Un símbolo de refinamiento francés, Línea 1 fue el encendedor favorito de Jackie Kennedy, un objeto elegante y atemporal. En la década de los 60, veinte años después de que S.T. Dupont creara el encendedor de lujo, era uno de los regalos elegidos habitualmente por la diplomacia francesa. André Malraux, ministro de Cultura de Francia en ese momento, obsequió a la primera dama de los Estados Unidos con un modelo dorado con una "J" grabada. Jackie le llegó a tener tanto cariño al encendedor que años más tarde encargó a la firma un bolígrafo a juego, una petición que dio lugar a otro icono: Classique. Línea 1 también fue el favorito de Marilyn Monroe y Audrey Hepburn, dos mujeres que definieron la elegancia de su época.



P.V.P. recomendado

- Línea 1 Guilloché Vertical Oro – 1060 euros
- Línea 1 Guilloché Vertical Paladio – 1010 euros
- Línea 1 Guilloché Vertical Oro y Laca Negra – 1060 euros
- Línea 1 Guilloché Vertical Paladio y Laca Negra – 1010 euros

SOBRE S.T. DUPONT

Fundada en 1872 en Faverges (Francia) por Simon Tissot Dupont, donde a día de hoy siguen situados sus talleres. Este empresario saboyano comenzó manufacturando carruajes de lujo antes de encontrar su misión en la marroquinería y la manufactura de equipajes de lujo para las élites de su tiempo. S.T. Dupont es un símbolo del savoir vivre francés con sus elegantes encendedores, estilográficas, bolsos y accesorios.

Bajo el patronazgo de la emperatriz Eugenia, la casa desarrolló los primeros accesorios de viaje, hasta que los hijos Dupont, por una apuesta familiar, pasaron al mundo de los baúles de viaje por encargo y los pequeños accesorios. Entre sus clientes estaba el extravagante Maharajá de Patiala, que les encargó una pieza única, un minaudiere con un encendedor para cada una de sus favoritas- que acabó convirtiéndose en el primer encendedor de lujo. La marca registró su patente en 1940.

En los setenta, fue el primer bolígrafo de lujo lo que atrajo la atención de Jackie Kennedy, seguido por el bolso Riviera, un básico para Audrey Hepburn. Elegido por innumerables estrellas y artistas, incluyendo a Picasso, S.T. Dupont es reconocido por su maestría en las técnicas más tradicionales, que constantemente reinventa. Los más relevantes son el guilloché y la orfebrería, así como la laca de China. Hoy, más creativo e innovador que nunca, S.T. Dupont encarna la elegancia atemporal y la excelencia artesanal.

S.T. DUPONT
PARIS

NUEVAS PROPORCIONES, MISMA SOFISTICACIÓN

Completamente fabricado en Francia, Línea 1 está elaborado con precisión por maestros orfebres con guilloché en vertical, una de las señas de identidad de la firma. Su forma compacta lo convierte en un objeto que te acompaña en el día a día.

En 2025, Línea 1 ha regresado con una forma un poco más grande: 50 milímetros de altura x 37 milímetros de anchura. Sigue siendo el encendedor de lujo más pequeño de la firma. Se presenta en guilloché vertical, acabado en oro o paladio, y una versión en contraste de laca negra.

Logista
STRATOR

NUEVAS FECHAS

Veri*Factu



1 enero 2027 → Sociedades

1 julio 2027 → Autónomos

2026 es la oportunidad para revisar procesos, actualizar sistemas y formar equipos sin prisas

En Logista Strator estamos listos para acompañarte en cada paso durante el próximo año

✉ strator@logista.es

www.logistastrator.com

 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