LBF RETAILERS FOR THE FUTURE
LA REVISTA MÁS LEÍDA EN ESPAÑA ENTRE LOS PROFESIONALES DEL ESTANCO
Nº375 / V.2 [2026] www.retailersforthefuture.com



ELIGE TU FORMATO.
ELIGE TU MARLBORO.

NUEVO
CRAFTED BLANDO

TUYO POR
4’85€



CÓD. LOGISTA: 3524504

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

LBF RETAILERS FORTHEFUTURE
LA REVISTA MÁS LEÍDA EN ESPAÑA ENTRE LOS PROFESIONALES DEL ESTANCO
Nº375 / V.2 [2026] www.retailersforthefuture.com



SOMOS MEDIA PARTNERS DE



SOLUCIÓN SMART COOLER
PARA UNA VENTA SIN LÍMITES

Ofrece servicios de alimentación sin necesidad de supervisar cada operación

Amplía tu negocio llevando Smart Cooler a más puntos de venta

Control perfecto del inventario y de la gestión del desperdicio alimentario para maximizar la rentabilidad

Evita pérdidas y reduce la merma para mantener una operación rentable

1. Utiliza un método de pago o una app para abrir la puerta de la nevera

2. Selecciona los productos que desees. Si te arrepientes, puedes devolver sin problema los que no quieras

3. Cierra la puerta para completar el proceso



Compra rápida:
Abrir, elegir y cerrar
Expande tus canales y vende productos frescos en cualquier ubicación

FRESH &GO
Adelántate al futuro del vending saludable

logistastrator.com
strator@logista.es

SUMARIO

4 **EDITORIAL.** 2026, el año de las bolsas de nicotina

PREMIOS LBF RETAILERS 2026. Ya tenemos finalistas — 6

10 **REPORTAJE.** Las bolsas de nicotina, ¿qué son, cómo se hacen y cómo entenderlas?

REPORTAJE. ¿Quién es quien en bolsas de nicotina en España? Zyn, Velo, Thor, Hype, 77, Cafero, Booster, Waka, Dope, Goat, Greatest, Syx — 12

26 **ANÁLISIS ABN.** Regulación, fiscalidad y el reto de un marco equilibrado

OPINIÓN. 2026, de la incertidumbre regulatoria a la definición del mercado, *por Mónica Andrade* — 30

32 **ANÁLISIS 2FIRSTS.** Más allá de la TPD: lecciones estratégicas regulatorias y comerciales de las bolsas de nicotina

OPINIÓN. El papel de las bolsas de bnicotina ya no es secundario, *por Alan Zhao* — 34

36 **REPORTAJE.** ¿Pueden las bolsitas de nicotina ayudar a dejar de fumar?

ENTREVISTA. Gizelle Baker: Las bolsas de nicotina son sin duda mejores que los cigarrillos — 38

40 **REPORTAJE.** Las bolsas de nicotina, claves en el desarrollo de una Suecia libre de humo

ANÁLISIS TAMARIND INTELLIGENCE. El mercado de las bolsas de nicotina está, creciendo... pero también la regulación — 44

46 **REPORTAJE.** Según TobaccoIntelligence. Fuerte crecimiento de HTPs y bolsas de nicotina en 2026 e incremento regulatorio

ENTREVISTA. Gabriel Porqueras (Ibertabac): "Celebrar 40 años es un hito que nos llena de orgullo y responsabilidad" — 52

56 **LOTTA INFORMA.** Estanquero: una profesión de riesgo

SOMOS SECTOR. *por la Mesa del Tabaco.* Cetarsa reúne a expertos europeos para analizar la reforma de la PAC y el futuro del tabaco — 58

76 **REPORTAJE.** Oliva y Vandermarliere, 10 años juntos

NOVEDADES. S.T. Dupont y el año del caballo de fuego — 84

CATA: VEGAFINA SERIE 2 SAN JUAN DE LA MAGUANA





















RETAILERS
FOR THE FUTURE
LBF

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 FOTOMECÁNICA
JOMAGAR

DEPÓSITO LEGAL
M - 1406 - 1994. ISSN 2341-3131

DIRECCIÓN WEB
www.retailersforthefuture.com

Am&Reyes PUBLICACIONES

EDITA
Av. de Manoteras, 24. 28050 (Madrid)
Telfs. 91 716 02 25 Fax 91 657 39 33
www.amediciones.es

A.M. & REYES PUBLICACIONES, S.A.
CONSEJERO DELEGADO
Raimundo de los Reyes-García Martínez
raimundo.reyes@amediciones.es

DIRECTOR EDITORIAL
Raúl Rodríguez de Alba

RETAILERS LBF respeta las opiniones de sus colaboradores, pero no se identifica necesariamente con ellas. Autoriza la reproducción citando la procedencia.
RETAILERS LBF se reserva el derecho de editar, corregir o abreviar cualquier material aceptado para su publicación.
RETAILERS LBF es una publicación destinada exclusivamente a los profesionales del comercio de tabaco, disponible únicamente bajo suscripción.
Usted tiene derecho a acceder a la información que le concierne, recopilada en nuestro fichero, y a cancelarla y/o rectificarla en caso de ser errónea. El envío de estos datos personales supone el consentimiento para que AM y Reyes Publicaciones los incorpore a su fichero automatizado e intransferible de los cuales será responsable para comunicarse con usted en el futuro.

EDITORIAL

RAÚL RODRÍGUEZ DE ALBA
Director

2026, el año de las bolsas de nicotina

Comenzamos a oír hablar de ellas hace muy poco tiempo –unos dos o tres años– y a fecha de hoy las bolsas de nicotina se han ido abriendo camino entre los consumidores adultos de nicotina que buscan una alternativa al tabaco tradicional. En ese desarrollo ha tenido que ver, y mucho, el número creciente de marcas y empresas que han apostado por esta categoría en el mercado español esperando trasladar a éste los éxitos obtenidos en otros mercados de nuestro entorno.

Uno de los mercados más exitosos es el de Suecia, donde la experiencia de décadas con un producto como el snus ha propiciado similar éxito con las bolsas de nicotina, hasta el punto que el país escandinavo está considerado por muchos como un ejemplo a seguir en materia de reducción de los daños del tabaco y donde la tasa de población que consume productos de tabaco combustibles se sitúa en el entorno del 5%, la cifra mágica con la que un país puede obtener la categoría de país libre de humo.

LBF Retailers for the Future, dada la trascendencia que están alcanzando las bolsas de nicotina, ha querido trasladarla a esta edición de la revista, donde profundizamos un poco en esta categoría para que nuestros lectores tengan un poco más de conocimiento de ella y analizamos la situación de los mercados internacionales y español con el apoyo de analistas internacionales de reconocido prestigio.



También queremos ofrecer una pincelada acerca de quiénes son los principales en la categoría de las bolsas de nicotina en nuestro país, donde a actores tradicionales en el sector de la nicotina se suman nuevas firmas y a los que a buen seguro se van a ir uniendo nuevas referencias en un futuro muy cercano. Porque el camino ya se ha abierto y el consumidor adulto, consciente de ello, toma buena nota de las nuevas posibilidades que se muestran ante él para renovar su forma de consumir nicotina. Un aspecto que, por otro lado, no pasa desapercibido para los detractores de esta sustancia y las autoridades políticas, que intentan discernir sobre cómo ordenar esta categoría o, incluso, prohibirla.

No queremos cerrar estas líneas sin hacer una referencia a los Premios Retailers, que este 2026 alcanzan su decimotercera edición. Una vez tengan esta revista en sus manos, ya existirán los cuatro estancos finalistas de cada una de las dieciséis categorías que componen la convocatoria de este año. Su elección no ha sido fácil y ha sufrido un ligero retraso debido a que nos hemos visto obligados a ampliar unos días el plazo de presentación de candidaturas por el constante flujo de inscripciones, lo que por otro lado ha motivado que no podamos ofrecer el listado de finalistas en esta edición de la revista. Por tanto, les emplazamos a que consulten en nuestra página web para conocer dicho listado de finalistas.



Premios LBF Retailers 2026

YA TENEMOS FINALISTAS

La 13ª Edición de los Premios Retailers 2026 que otorgan la revista LBF-Retailers for the Future ya tienen finalistas. Cuando ustedes tengan esta edición de la revista en sus manos, cada una de las dieciséis categorías que componen esta nueva convocatoria de 2026 ya contará con los cuatro estancos que optarán a alzarse con el premio. No ha sido una labor fácil elegir qué cuatro estancos lo han merecido más en cada categoría. Primero, por el incesante caudal de inscripciones que, por otro lado, ha obligado a la organización a ampliar unos días el plazo de presentación de candidaturas. Y, segundo, tampoco ha resultado fácil debido a que todos los estancos que enviaron su candidatura eran perfectos merecedores de estar entre los elegidos. Enhorabuena a los estancos candidatos finales: llegar hasta aquí ya es un triunfo y un reconocimiento del extraordinario esfuerzo que llevan a cabo en su día a día.

Cuatro candidaturas correctamente inscritas han sido elegidas por un comité de selección para cada una de las dieciséis categorías de los Premios Retailers y, aunque no las podemos dar a conocer en esta edición por tenerlas definidas más allá de la fecha de cierre de esta edición, nuestros lectores y los propios interesados podrán conocerlas a través de nuestra página web.

Se abre, por tanto, el plazo de votaciones entre un comité de expertos diseñado al efecto y, a mediados del próximo mes de abril, ya se conocerán los ganadores de esta 13ª Edición de los Premios Retailers for the Future.

Y, como venimos anunciando meses atrás, 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, donde habrá algunas sorpresas que esperamos sean bien recibidas por todos cuantos asistan a este acontecimiento.



Como decíamos en la entrada de este artículo, enhorabuena a los estancos que se han logrado colocar como finalistas en cada una de las dieciséis categorías de la edición 2026 de los Premios LBF Retailers for the Future. Pero no queremos olvidarnos de quienes no lo han logrado: no es una derrota, pues también lo merecían sin ningún género de duda, y por ello les animamos a que sigan optando a este reconocimiento en la edición de 2027.

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.

PREMIOS RETAILERS

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

CALENDARIO

PREMIOS 2026 RETAILERS FOR THE FUTURE

- *Presentación de candidaturas:* **15 de enero a 15 de febrero de 2026** (ampliado)
- *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

ROBERTO BRASERO, PRESENTADOR DE LA GALA 2026

Como ya les informábamos en nuestra anterior edición de LBF Retailers for the Future, una de las grandes novedades de la Gala de Entrega de los Premios Retailers 2026 va a ser su presentador, Roberto Brasero, el carismático hombre del tiempo de Antena 3 que en este inicio de año está teniendo tanto protagonismo por los constantes frentes de borrascas que hemos vivido en nuestro país.



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.

PATROCINADORES

PREMIOS 2026 RETAILERS FOR THE FUTURE

Logista STRATOR

Logista RETAIL

IMPERIAL BRANDS ALTADIS

PHILIP MORRIS SPAIN

JTI

BAT

RELX

VAPEXPO SPAIN

blu

ABN

LANDEWYCK IBERIA

ELFBAR

LOST MARY

ST DUPONT PARIS

ZIPPO

inter tabac

EVO NXT PRAGUE

UNIÓN DE ASOCIACIONES DE ESTANQUEROS DE ESPAÑA

COLABORADORES

VANDERMARLIERE

mesa del tabaco

COMET Compañía de Tabacos del Mediterráneo

IBERTABAC COMERCIAL, S.L.

TAMARIND INTELLIGENCE

Premios Retailers 2026

ZIPPO® Una marca comprometida con los Premios Retailers

La prestigiosa marca Zippo está presente nuevamente en los Premios Retailers 2026, que este año celebran su decimotercera convocatoria. Con éste ya van a ser cinco las ocasiones en las que la popular marca de encendedores –y muchos otros productos más– ha mostrado su compromiso tanto con LBF Retailers for the Future como con el estanco, no sólo ya con el patrocinio de una de las categorías, sino con la entrega de diversos obsequios tanto en la entrada a la Gala de Entrega de los galardones como durante el desarrollo de la misma.

Corría el año 2022 cuando Zippo, por primera vez, participó en la convocatoria de los Premios Retailers de la revista LBF Retailers for the Future de aquel año. Además de patrocinar una de las categorías de los Premios, Zippo quiso estar presente en la Gala de Entrega aportando un encendedor exclusivamente creado para la ocasión con el que se obsequió a todos los asistentes, además de con un córner en el que ofrecía una completa visión de sus productos más allá de estos populares encendedores.

En 2026, Zippo vuelve a los Premios Retailers y patrocina la categoría del Premio al estanco con mejor oferta de artículos y complementos para el fumador. Pero su participación va mucho más allá y en la Gala de Entrega del 28 de mayo Zippo volverá a obsequiar a los asistentes a su llegada –unos 230, aproximadamente– con una nueva edición limitada de su encendedor.



Ya son cinco los años que Zippo está comprometida con los Premios Retailers desde que en 2022 ambos decidieran unir sus caminos.

La colección se va completando año tras año y es testigo elocuente de esta consolidada asociación entre Zippo y LBF Retailers for the Future.

Y, además, tras la entrega al correspondiente ganador del premio de la categoría que patrocina, Zippo sorteará entre los asistentes cinco packs de productos de la marca. Una auténtica sorpresa en esta nueva edición de los Premios.

SORTEO DE 5 PACKS DE PRODUCTOS ZIPPO

El pack de productos que Zippo ha diseñado para esta edición de los Premios Retailers 2026 está valorado en más de 300 euros y está compuesto por:

- Adaptador de gas para encendedor
- Bombona de gas 100 ml
- Purera de viaje de piel
- Vela antiolores
- Cartera monedero de piel
- Riñonera de piel



FUYL
Extracto De Tabaco
DE VENTA EXCLUSIVA EN ESTANCOS
TABACO LÍQUIDO
DESCÚBRELO EN logista RETAIL
AUMENTA TU RENTABILIDAD
TRIPLICA TU BENEFICIO
EN COMPARACIÓN CON LA VENTA DE CIGARRILLOS
Ganador
Nuevo producto alternativo con nicotina
Extracto de Tabaco
FUYL
TABACO VIRGINIA
1 POD EQUIVALE A 30 CIGARRILLOS*
INTENSIDAD | 1 POD
Este producto contiene nicotina, una sustancia muy adictiva. No se recomienda su consumo a los no fumadores.
Extracto de Tabaco
FUYL
GRIS ESPACIAL
1 CÁPSULA EQUIVALE A 30 CIGARRILLOS
Tabaco real
Menos nocivo que los cigarrillos
Asequible
Social
logista RETAIL
TCI

Breve sinopsis de la categoría

Las bolsas de nicotina, ¿qué son, cómo se hacen y cómo entenderlas?

Las bolsas de nicotina han llegado al mercado hace muy pocos años y en ese escaso periodo de tiempo se han convertido en un producto de tendencia entre los consumidores de nicotina, si bien no ajeno a la incertidumbre que se genera sobre ellas por parte de las administraciones e instituciones sanitarias en torno a sus efectos sobre la salud de sus usarios. Confundidas a menudo con el snus (un producto que se vende exclusivamente en Suecia y que en el resto de la Unión Europea está prohibido), se diferencian de éste en que las bolsas de nicotina no contienen tabaco en su composición. Por tanto, saber qué son y cómo se hacen es primordial para entender esta nueva categoría.

Una bolsa de nicotina es esencialmente una pequeña bolsa de celulosa que contiene nicotina, fibras vegetales, saborizantes, estabilizadores y reguladores de pH, diseñada para administrar poco a poco la nicotina de forma eficiente sin hoja de tabaco y un riesgo reducido, eliminando de esta forma la generación de humo y cenizas del consumo de nicotina, inherentes en otros productos con combustión del tabaco.

Como explica la Global Institute for Novel Nicotine (GINN), a medida que las bolsitas de nicotina han ido ganado popularidad como alternativa libre de humo para los consumidores adultos, comprender su composición se ha vuelto cada vez más importante. A diferencia de los productos de tabaco tradicionales, las bolsitas de nicotina no contienen hojas de tabaco, sino fibras vegetales e ingredientes cuidadosamente seleccionados para administrar la nicotina de forma eficaz y consistente.

Según GINN, son seis las categorías principales de ingredientes que se contienen en las bolsitas de nicotina:

- **Nicotina:** La nicotina es el ingrediente activo y suele presentarse en forma farmacéutica. Puede derivarse de plantas de tabaco o sintetizarse en laboratorios para garantizar su consistencia y pureza. Entre las formas más comunes se incluyen sales de nicotina como el bitartrato de nicotina dihidratado o el polacrilex de nicotina.
- **Fibras vegetales/rellenos.** Estos materiales dan estructura a cada bolsita y sustituyen a la hoja de tabaco tradicional. La mayoría de las marcas utilizan celulosa en polvo o celulosa microcristalina, generalmente procedente de eucalipto, pino o algodón.





- **Saborizantes:** Se utiliza una amplia variedad de saborizantes naturales y artificiales para satisfacer las preferencias de los consumidores adultos, desde menta y cítricos hasta frutos rojos, café y regaliz.
- **Reguladores de pH:** Compuestos como el carbonato de sodio, el bicarbonato de sodio y el cloruro de sodio ayudan a equilibrar la acidez dentro de la bolsa. Este ajuste del pH mejora la absorción de nicotina a través de la mucosa oral.
- **Agentes humectantes:** Para evitar que la bolsa se seque, los fabricantes utilizan propilenglicol (PG), glicerina vegetal (VG) o agua. Estos agentes ayudan a mantener una textura suave y una liberación constante y uniforme de sabor y nicotina.
- **Edulcorantes** (opcionales): Aunque no están presentes en todas las marcas, se puede añadir acesulfamo K, sucralosa, xilitol o aspartamo para mejorar el sabor sin añadir azúcar.

ELABORACIÓN

Las bolsas de nicotina se producen mezclando nicotina de grado farmacéutico (bien sea extraída del tabaco o bien sea producida de forma sintética) con el resto de ingredientes antes citados.

Esta mezcla pasa por un proceso de formación y sellado en el que la mezcla se divide en porciones y se sella en bolsas de celulosa suave y transpirable (similar a las bolsas de té) que permiten la liberación paulatina de la nicotina al mezclarse con la saliva en el momento de su uso, siendo finalmente empacadas en pequeños envases o latas que cuentan con compartimentos para residuos y tapas giratorias.

El proceso se encuentra completamente automatizado y durante el mismo se ajusta la humedad para garantizar la frescura y calidad final del producto.

Además de por sus sabores, las bolsas de nicotina se clasifican por formatos (slim o slim mini, más pequeñas y delgadas, más cómodas, pero menos duraderas; y regular, algo más anchas y con mayor capacidad de nicotina) y por su intensidad (suave, media, fuerte,...) en función de la cantidad de nicotina, lo que permite que sea el propio ususario el que elija conforme a la demanda de nicotina que desee.

UNA RECIENTE HISTORIA CON MUCHOS ANTECEDENTES

Si bien las bolsas de nicotina han llegado recientemente a los consumidores, su historia se aleja en el tiempo y su origen está vinculado a prácticas tradicionales de consumo principalmente en los países escandinavos, pero también son el resultado de una evolución de métodos orales usados durante siglos.

Así, algunos encuentran ese origen en el polvo de tabaco que los indÍgenas americanos utilizaban en sus rituales y que era inhalado por la nariz, una práctica que llegó a Europa en el Siglo XVI, gracias a Jean Nicot (que dio nombre a la nicotina) y que se conoció con el nombre de rapé. Así llegó a Escandinavia en el Siglo XVIII, donde los fabricantes suecos desarrollaron el snus para su consumo oral, donde a día de hoy sigue siendo un producto de venta legal (a diferencia del resto de Europa, donde está prohibido desde 1992). Otras fuentes también señalan la influencia del tabaco de mascar estadounidense, así como el desarrollo de ciertas terapias de sustitución de la nicotina más recientes y destinadas a ayudar a dejar de fumar, como los chicles y los parches de nicotina.

Las bolsas de nicotina surgieron como una evolución del snus y representan un cambio significativo y una innovación impulsada por el deseo de ofrecer alternativas más seguras al consumo de tabaco y snus, en respuesta a la creciente preocupación por la salud pública y a la demanda de los consumidores de sistemas de suministro de nicotina más limpios, pudiendo considerarse parte de la estrategia de reducción de daños del tabaco.

El desarrollo comercial de las bolsas de nicotina comenzó en la década de 2010, con la entrada en el mercado de varias empresas, que han desempeñado un papel decisivo en la invención y comercialización de las bolsas de nicotina, aprovechando procesos químicos y de desarrollo de productos avanzados para crear y perfeccionar estos productos desarrollando una variedad de sabores, potencias y diseños de productos para atender a un colectivo de consumidores diverso y comercializándolos como productos de estilo de vida más allá de las ayudas originales para dejar de fumar.

¿CÓMO SE USAN?

La forma de usar las bolsas de nicotina es muy fácil y limpio: se abre el envase, se coge una bolsa y se coloca de forma plana entre la encía y el labio superior sin apretar demasiado. Entre 15 y 30 minutos la bolsa irá liberando la nicotina y el sabor gracias a su unión con la saliva, tiempo tras el que se retira la bolsa de la boca y se deposita en el compartimento dispuesto en el envase para su eliminación.

Para el Global Institute for Novel Nicotine (GINN), a medida que las bolsas de nicotina han ido ganando popularidad como alternativa libre de humo para los consumidores adultos, comprender su composición se ha vuelto cada vez más importante.

FICHA DE PRODUCTO

ZYN

Sigue fluyendo, libre de humo



* Información de volumen de envíos global de PMI y estimaciones de ventas de unidades de bolsas de nicotina, diciembre 2023 a diciembre 2024.

PHILIP MORRIS SPAIN

Calle José Lázaro Galdiano, 6 - Planta 4
28036 Madrid
Tel: +34 917 485 500
www.pmi.com/markets/spain/es/inicio

Más información:
www.zyn.com/es/es/home.html

CARACTERÍSTICAS

DESCRIPCIÓN
Las bolsas de nicotina ZYN son una nueva forma de experimentar la nicotina, sin humo, sin tabaco y sin dispositivo. ZYN contiene nicotina, está hecho con ingredientes de alta calidad (nicotina, sabores y endulzantes) y una bolsa de fibras vegetales.

COMPAÑÍA
Philip Morris International.

FABRICANTE
Swedish Match. Origen: Suecia.

DISTRIBUIDOR
Logista.

INGREDIENTES
• *ZYN 3.0 Cool Mint:* Agua, celulosa, fibra vegetal, glicerol, cloruro de sodio, xilitol, saborizantes, nicotina, carbonato de sodio, ácido tartárico, propilenglicol, cloruro de calcio, acesulfamo K.

• *ZYN 3.0 Spearmint:* Agua, celulosa, fibra vegetal, glicerol, cloruro de sodio, nicotina, ácido tartárico, saborizantes, carbonato de sodio, mono- y diglicéridos de ácidos grasos, cloruro de calcio, acesulfamo K.

CONTENIDOS DE NICOTINA
9 y 11 mg.

PRESENTACIÓN
• Slim.

UNIDADES/ENVASE: 20 bolsas.

PRECIO DE VENTA RECOMENDADO: 5,50 €.

GUÍA DE PRODUCTOS ZYN

	Sabor	Nicotina	Tamaño	Bolsas/envase	P.V.P.R.	Cod. Logista
Cool Mint	Menta fresca	11 mg	Slim	20	5,50 €	2005375
Spearmint	Hierbabuena	9 mg	Slim	20	5,50 €	2005376

ZYN **Sin tabaco, sin humo y sin dispositivo**

ZYN

MARCA Nº1 DEL MUNDO EN BOLSAS DE NICOTINA*

Bolsas de nicotina
Sin tabaco, sin humo y sin dispositivo

5'50€ PVPR**



Código Logista: 2005376
Código Logista: 2005375

Con más de 100 años de experiencia en esta categoría
Ofrece una nueva **experiencia** para tus usuarios adultos de nicotina

¡Pídelo ya!

Consulta con tu comercial de Philip Morris para más información.

*Información de volumen de envíos global de PMI y estimaciones de ventas de unidades de bolsas de nicotina, de diciembre de 2023 a diciembre de 2024.
**PVPR. Precio de venta al público recomendado. El estanco es libre de fijar el precio final del producto.

Este producto no está exento de riesgo y contiene nicotina, que es adictiva. Dirigido únicamente a adultos.

VELO

En cualquier momento y lugar



BAT

Paseo de la Castellana, 259D
Planta 25
28046 Madrid
www.bat.com

Más información:
www.velo.com/es

CARACTERÍSTICAS

DESCRIPCIÓN
VELO son bolsas de nicotina sin tabaco* que contienen agua, aromatizantes, edulcorantes, materiales de origen vegetal y nicotina de grado farmacéutico. Están diseñadas para colocarse entre el labio y la encía, donde se libera la nicotina y el sabor. VELO ofrece una experiencia sin humo y sin cenizas.

COMPAÑÍA
BAT España.

FABRICANTE
BAT Pecsi Dohánygyár. Origen: Hungría.

DISTRIBUIDOR
Logista.

INGREDIENTES
Célula microcristalina, agua, cloruro de sodio, aroma, xilitol, nicotina, glicol de propileno, sucralosa, bicarbonato de sodio.

CONTENIDOS DE NICOTINA
4, 6, 8, 10, 10.9, 14 y 17 mg.

PRESENTACIÓN
- Mini (12 x 30 mm)
- Slim (14 x 35 mm)

UNIDADES/ENVASE: 15 y 20 bolsas.

PRECIO RECOMENDADO
Mini: 4,00 €. Slim: 5,50 €.

Guía Productos VELO	Sabor	Nicotina	Tamaño/Bolsas	P.V.P.R.	Cod. Logista
McLaren LEP Sweet Papaya	Papaya dulce	8 mg	Slim/20	5,50 €	2005018
Brigth Spearmint	Menta verde y mentol	4 y 6 mg	Mini/15	4,00 €	4 mg: 2004630 - 6 mg: 2003109
Brigth Spearmint	Menta verde y mentol	8 mg	Slim/20	5,50 €	2003110
Crispy Peppermint	Menta con un efecto refrescante	10 mg	Slim/20	5,50 €	2003115
Freezing Peppermint	Menta verde y mentol intenso	10'9, 14 y 17 mg	Slim/20	5,50 €	10'9 mg: 2003114 - 14 mg: 2003967 - 17 mg: 2004899
Lime Flame	Calor del picante y aromático jalapeño	8 mg	Slim/20	5,50 €	2003113
Purple Grape	Uva roja con un toque de acidez	4 y 6 mg	Mini/15	4,00 €	4 mg: 2004631 - 6 mg: 2003204
Purple Grape	Uva roja con un toque de acidez	8 y 14 mg	Slim/20	5,50 €	8 mg: 2003111 - 14 mg: 2003968
Strawberry Ice	Fresa con un efecto refrescante	6 mg	Mini/15	4,00 €	2003205
Strawberry Ice	Fresa con un efecto refrescante	10 mg	Slim/20	5,50 €	2003207
Tropical Ice	Piña, coco, mango y papaya refrescante	6 mg	Mini/15	4,00 €	2003637
Tropical Ice	Piña, coco, mango y papaya refrescante	10 mg	Slim/20	5,50 €	2003639
Watermelon Ice	Sandía con un efecto refrescante	6 mg	Mini/15	4,00 €	2003965
Watermelon Ice	Sandía con un efecto refrescante	10 mg	Slim/20	5,50 €	2003966
Peppermint Storm	Menta intensa y mentol	10'9 mg	Slim/20	5,50 €	2004900
Peach Ice	Melocotón con efecto refrescante	10 mg	Slim/20	5,50 €	2006024
Blueberry Ice	Arándano dulce con efecto refrescante	8 mg	Slim/20	5,50 €	2006022
Ripe Papaya	Papaya dulce con nota cremosa	8 mg	Slim/20	5,50 €	2006023
Cherry Ice	Cereza y cítricos frescos	6 mg	Mini/15	4,00 €	2006017
Tangy Lime	Lima cítrica	4 mg	Mini/15	4,00 €	2006016
Tangy Lime	Lima cítrica	6 mg	Slim/20	5,50 €	2005657

**Este producto no está exento de riesgo y contiene nicotina, una sustancia adictiva.*



18+

Este producto contiene niconita y es adictivo. Material dirigido exclusivamente a profesionales del sector. Se prohíbe su reproducción, distribución y/o difusión a terceros, parcial o total, sin previo consentimiento escrito de British American Tobacco.

FICHA DE PRODUCTO

THOR

Taste the legend



LANDEWYCK IBERIA

Calle Bahía de Pollensa, 5 - 2º C
28042 Madrid
Tel: +34 91 144 04 70
https://landewyck.com/es/

Más información:
thorsnus.com/iberia/

CARACTERÍSTICAS

DESCRIPCIÓN
Thor son las bolsas de nicotina de Landewyck, empresa con más de 150 años de excelencia en la producción de productos de nicotina en Luxemburgo. La marca refleja una herencia nórdica y un compromiso constante con la calidad. Actualmente, Thor está presente en más de 14 países. Su fabricación en Luxemburgo es extremadamente cuidadosa y se basa en el uso de ingredientes de la más alta calidad procedentes de Europa: celulosa vegetal, aromas naturales y nicotina de grado farmacéutico.

COMPAÑÍA
Landewyck Tabacos España.

FABRICANTE
Heintz Van Landewyck. Origen: Luxemburgo.

INGREDIENTES
Fibra de celulosa vegetal, humectante, agua, sal, eritritol, regulador de acidez, aromatizantes, nicotina y edulcorante.

CONTENIDOS DE NICOTINA
6, 9´5 y 16 mg.

PRESENTACIÓN
• Slim (14 x 35mm).

UNIDADES/ENVASE: 20 bolsas.

PRECIO DE VENTA RECOMENDADO: De 5,30 € a 5,80 €.

DISTRIBUIDOR
Logista.

GUÍA DE PRODUCTOS THOR

	Sabor	Nicotina	Tamaño	Bolsas/envase	P.V.P.R.	Cod. Logista
Honeymelon Heaven	Melón dulce	9,5 mg	Slim	20	5,50 €	2003976
Frost Kick Strong	Menta fresca	9,5 mg	Slim	20	5,50 €	2006057
Frost Kick Hammer	Menta fresca	16 mg	Slim	20	5,80 €	2006056
Arctic Berries	Frutos del bosque	6 mg	Slim	20	5,30 €	2003073
Arctic Berries Hammer	Frutos del bosque	16 mg	Slim	20	5,80 €	2004193
Nordic Freeze	Menta	6 mg	Slim	20	5,30 €	2003072
Nordic Freeze Strong	Menta	9,5 mg	Slim	20	5,50 €	2003075
Nordic Freeze Hammer	Menta	16 mg	Slim	20	5,80 €	2004192

Thor Nicotine Pouches
Inspirado en los vikingos



Descubre HYPE!,

**Las nuevas bolsitas de nicotina: sin humo, cómodas y discretas.
Estas bolsitas están diseñadas para ofrecer
una experiencia potente y sabrosa, estés donde estés.**

P.V.P.Rec.:
5,95€/ud.

HYPE!

TCI



8123710
BOLSA NICOTINA HYPE JADE
MENTA PURA Y FRESCA
TAMAÑO SLIM 20 uds. - 8 mg/g



8123711
BOLSA NICOTINA HYPE MANZANA
VERDE CON TOQUE HELADO
TAMAÑO SLIM 20 uds. - 8 mg/g



8123714
BOLSA NICOTINA HYPE PINK ENERGY
CHICLE DULCE CON UN MATIZ ENERGÉTICO
TAMAÑO SLIM 20 uds. - 8 mg/g



8123715
BOLSA NICOTINA HYPE AMBAR
REFRESCO DE COLA
TAMAÑO SLIM 20 uds. - 8 mg/g



8123712
BOLSA NICOTINA HYPE SANDÍA
JUGOSA CON SENSACIÓN HELADA
TAMAÑO SLIM 20 uds. - 8 mg/g



8123713
BOLSA NICOTINA HYPE BLUE
FRAMBUESA ÁCIDA, FRESCA
Y EXPLOSIVA
TAMAÑO SLIM 20 uds. - 8 mg/g



8123716
BOLSA NICOTINA HYPE JADE
MENTA PURA Y FRESCA
TAMAÑO SLIM 20 uds. - 16 mg/g



8123717
BOLSA NICOTINA HYPE BLUE
FRAMBUESA ÁCIDA, FRESCA
Y EXPLOSIVA
TAMAÑO SLIM 20 uds. - 16 mg/g



8123718
BOLSA NICOTINA HYPE SANDÍA
JUGOSA CON SENSACIÓN HELADA
TAMAÑO SLIM 20 uds. - 16 mg/g

INGREDIENTES: Propilenglicol, Glicerina, Nicotina, Aceites y saborizantes.

www.logistaretail.es

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

Producto comercializado en exclusiva por: Logista RETAIL

FICHA DE PRODUCTO

77 NICOTINE POUCHES

SHS DISTRIBUTION By SINHUMO
SHS Distribution
Calle Castilla-La Mancha 194, Salteras,
41 909, Sevilla
www.shsdistribution.com

CARACTERÍSTICAS

DESCRIPCIÓN

77 Pouches son bolsas de nicotina diseñadas para ofrecer una liberación eficiente y constante de nicotina de forma práctica, discreta y cómoda en cualquier momento del día. Sin tabaco, sin humo y sin picor.

Disponibles en una amplia variedad de sabores y en dos concentraciones diferentes.



INGREDIENTES

Celulosa (E460), agua, aromas, sal, nicotina, edulcorantes (E955, E967), agentes refrigerantes (propilenglicol, WS-3, WS-23), humectante (E401), conservante (E202), regulador de pH (E501).

CONCENTRACIÓN DE NICOTINA

5,2 mg y 10,4 mg

UNIDADES /ENVASE

20 bolsitas de 0,65 g cada una.

DISTRIBUIDOR
SHS Distribution

FABRICANTE
Luna Corporate Sp. z o.o. (Polonia)



booster
ENERGY OF THE FUTURE

CAFERO
future caffeine pouches





DESCRIPCIÓN

X Booster y Cafero son bolsas de cafeína, una forma práctica y discreta de disfrutar de un impulso de energía en cualquier momento del día. Sin nicotina, sin tabaco y sin azúcar.

INGREDIENTES XBOOSTER

Celulosa (E460), agua, aroma, cafeína, sal, taurina, agente refrigerante (mezcla de: propilenglicol, WS-23, WS-3), edulcorante (E955), vitamina C (E300), conservante (E202), agente de ajuste del pH (E501).

CONCENTRACIÓN DE CAFEÍNA

80 mg (equivale a un café o 250 ml de bebida energética).

INGREDIENTES CAFERO

Celulosa (E460), agua, aroma, cafeína, sal, taurina, humectante (E401), agente refrigerante (mezcla de: propilenglicol, WS-23, WS-3), edulcorante (E955), vitamina C (E300), conservante (E202), agente de ajuste del pH (E501)

UNIDADES/ENVASE

20 bolsitas de 0,65 g cada una.



WAKA Empowered by RELX

La hoja de nicotina más fina del mundo



RELX International
Calle Norias, 80, 2B
28221 Majadahonda, Madrid
Más información:
relxsuperstar.com

CARACTERÍSTICAS

DESCRIPCIÓN
WAKA Empowered by RELX presenta la hoja de nicotina más fina del mundo. Un diseño ultrafino, con una absorción 2x más rápida, para quienes buscan un sabor intenso y la máxima comodidad.

COMPAÑÍA
RELX Corporation SL

FABRICANTE
RELX International. Origen: China.

DISTRIBUIDOR
Logista

INGREDIENTES
Fibra vegetal, humectante, agentes de textura, aromatizantes, agente refrescante, edulcorantes y nicotina de origen vegetal. Contiene nicotina. Sustancia muy adictiva. Contiene compuestos aromáticos naturales (limoneno, pineno, cineol). Puede provocar una reacción alérgica.

CONTENIDOS DE NICOTINA 10,5 mg, 16 mg y 35 mg

PRESENTACIÓN 24 mm x 12 mm

UNIDADES/ENVASE 20 hojas por estuche

PRECIO RECOMENDADO 4,50 €

GUÍA DE PRODUCTOS WAKA

	Sabor	Nicotina	Tamaño	Hojas/envase	P.V.P.
Cola	Cola	16 mg	24 mm x 12 mm	20	4,50 €
Fresh Mint	Menta fresca	10,5 mg	24 mm x 12 mm	20	4,50 €
Fresh Mint	Menta fresca	16 mg	24 mm x 12 mm	20	4,50 €
Fresh Mint	Menta fresca	35 mg	24 mm x 12 mm	20	4,50 €
Spearmint Fresh	Hierbabuena	10,5 mg	24 mm x 12 mm	20	4,50 €
Spearmint Fresh	Hierbabuena	16 mg	24 mm x 12 mm	20	4,50 €
Strawberry Lush	Fresa	10,5 mg	24 mm x 12 mm	20	4,50 €
Strawberry Lush	Fresa	16 mg	24 mm x 12 mm	20	4,50 €

WAKA Empowered by RELX **Máxima comodidad y discreción**

WAKA Empowered by RELX

GUARDIAN PROGRAM Preventing Underage Use

NUEVO

La hoja de nicotina más fina del mundo

Máxima comodidad y discreción

Strawberry Lush
10,5mg
16mg



Fresh Mint
10,5mg
16mg
35mg



Cola
16mg



Spearmint Fresh
10,5mg
16mg



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

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

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

FICHA DE PRODUCTO

DOPE

Take. Feel. Be.



COMET Compañía de Tabacos del Mediterráneo

C/ Núñez de Balboa, 108, 1°
28006 Madrid
www.cometcigars.com

CARACTERÍSTICAS

DESCRIPCIÓN
Las bolsitas de nicotina de DOPE proporcionan una experiencia intensa y de calidad libre de tabaco. Gracias a su diseño delgado y ligero, se ajustan perfectamente debajo del labio y aseguran un efecto rápido y prolongado.

COMPAÑÍA
Universal Tobacco Company, New & Next y Compara.

FABRICANTE
Consumer Brands International (República Checa).

DISTRIBUIDOR
COMET, Compañía de Tabacos del Mediterráneo, S.A.

INGREDIENTES
Celulosa, agua, glicerol, nicotina, sorbato de potasio, sal, sucralosa, bicarbonato de sodio, aromatizantes y saborizantes.

CONTENIDOS DE NICOTINA
11,2 y 21 mg/bolsa.

PRESENTACIÓN
Pack de 10 latas.

UNIDADES/ENVASE 22 bolsas.

PRECIO RECOMENDADO
5,50 €.

Más información:
www.cbi-products.eu

FICHA DE PRODUCTO

GOAT

Premium nicotine pouches

Step out of your shadow



COMET Compañía de Tabacos del Mediterráneo

C/ Núñez de Balboa, 108, 1°
28006 Madrid
www.cometcigars.com

CARACTERÍSTICAS

DESCRIPCIÓN
Bolsas de nicotina 100% libres de tabaco que ofrecen al consumidor un efecto único y duradero. GOAT está disponible en varios sabores con diferentes concentraciones de nicotina para satisfacer las necesidades de cada usuario.

COMPAÑÍA
Universal Tobacco Company, New & Next y Compara.

FABRICANTE
Consumer Brands International (República Checa).

DISTRIBUIDOR
COMET, Compañía de Tabacos del Mediterráneo, S.A.

INGREDIENTES
Celulosa, agua, glicerol, nicotina, sorbato de potasio, sal, sucralosa, bicarbonato de sodio, aromatizantes y saborizantes.

CONTENIDOS DE NICOTINA
8,4 y 11,5 mg/bolsa.

PRESENTACIÓN
Pack de 10 latas.

UNIDADES/ENVASE 20 bolsas.

PRECIO RECOMENDADO
5,50 €.

Más información:
www.cbi-products.eu

FICHA DE PRODUCTO

GREATEST COLD DRY

WHERE AVERAGE ENDS, GREATEST BEGINS.



PREMIUM POUCH FINLAND

Huopalahdentie 24,
00350 Helsinki, Finland
www.greatestpouch.com

CARACTERÍSTICAS

DESCRIPCIÓN
Greatest es la marca de bolsas de nicotina líder en Finlandia y una de las de mejor rendimiento en los países nórdicos. Desarrollada en Finlandia y diseñada para liderar, combina un diseño limpio, una entrega de sabor intensa y un formato premium "Cold Dry".

El formato Cold Dry ofrece un perfil refrescante de menta, una liberación satisfactoria de nicotina y una experiencia discreta y premium, alineada con las preferencias del consumidor adulto moderno. Tras su éxito comprobado en Finlandia y Suecia, Greatest llega ahora al mercado español con sus SKUs de mayor rendimiento.

COMPAÑÍA
Premium Pouch Finland Oy.

FABRICANTE
Premium Pouch Finland Oy. (Finlandia).

DISTRIBUIDOR
Logista (España).

CONTENIDOS DE NICOTINA
Greatest Cold Dry 12 mg Intense
0,7 g per pouch, 16,6 mg/g - 11,6 mg per pouch

Greatest Cold Dry 8 mg Strong
0,5 g per pouch, 16 mg/g - 8 mg per pouch

UNIDADES/ENVASE
20 bolsas.

PRECIO RECOMENDADO
6,50 €.

GREATEST
OF ALL TIME

WWW.GREATESTPOUCH.COM

FICHA DE PRODUCTO

SYX

NICOTINE POUCHES

Share your experience



COMET Compañía de Tabacos del Mediterráneo

C/ Núñez de Balboa, 108, 1°
28006 Madrid
www.cometcigars.com

CARACTERÍSTICAS

DESCRIPCIÓN
Las bolsas de nicotina de SYX son la mezcla ideal de potencia y sabor. Sin tabaco, discretas y cómodas para disfrutar en cualquier momento y lugar. Una alternativa al tabaco tradicional que garantiza una experiencia placentera y equilibrada.

COMPAÑÍA
Universal Tobacco Company, New & Next y Compara.

FABRICANTE
Consumer Brands International (República Checa).

DISTRIBUIDOR
COMET, Compañía de Tabacos del Mediterráneo, S.A.

INGREDIENTES
Celulosa, agua, glicerol, nicotina, sorbato de potasio, sal, sucralosa, aromatizantes y saborizantes.

CONTENIDOS DE NICOTINA
12 y 20 mg/bolsa.

PRESENTACIÓN
Pack de 5 latas.

UNIDADES/ENVASE 17 bolsas.

PRECIO RECOMENDADO
3,95 €.

Más información:
www.cbi-products.eu

• BOLSAS DE NICOTINA EN EUROPA Y ESPAÑA

Regulación, fiscalidad y el reto de un marco equilibrado

Las bolsas de nicotina se han consolidado como una de las categorías más dinámicas dentro del ecosistema de productos alternativos al tabaco combustible. En 2025, el mercado global de nuevos productos de nicotina supera los 82.000 millones de dólares y alcanza los 137 millones de usuarios, impulsado principalmente por Estados Unidos y Europa.



Por Mónica Andrade, presidenta de la Asociación de Española de Bolsas de Nicotina (ABN)

Sin embargo, el crecimiento del mercado no ha venido acompañado de una armonización regulatoria clara en la Unión Europea. El resultado es un panorama fragmentado, donde conviven prohibiciones, modelos regulados y esquemas fiscales divergentes, en pleno proceso de revisión de la Directiva sobre Productos del Tabaco (TPD) y de la Directiva de Fiscalidad del Tabaco (TED).

Este cambio implica más que una simple expansión del mercado; representa un reajuste estructural. Para los actores europeos, Asia ya no es una frontera lejana, sino una "máquina del tiempo" que ofrece una visión de los desafíos comerciales y regulatorios del futuro.

La relación se define por una sinergia única: Europa aporta la herencia de la marca y los marcos normativos, mientras que Asia proporciona la escala y un "laboratorio de mercado" donde se prueba en tiempo real la próxima generación de productos orales modernos.



Denis LOMME © European Union 2021 - Source: EP

EUROPA: *ENTRE LA REGULACIÓN Y LA FRAGMENTACIÓN*

En ausencia de un marco armonizado específico, los Estados miembros han adoptado enfoques muy distintos respecto a las bolsas de nicotina. Mientras algunos países avanzan hacia la prohibición o hacia límites extremadamente restrictivos, otros han optado por modelos de regulación proporcional que combinan control del acceso, requisitos de calidad y fiscalidad específica.

La tendencia general en Europa no es uniforme, pero sí muestra un patrón común: el foco se desplaza progresivamente hacia la regulación del acceso, la composición del producto, el empaquetado y la fiscalidad, más que hacia la eliminación total de la categoría.

MODELOS REGULATORIOS *EN LA UNIÓN EUROPEA*

Suecia: regulación estable y enfoque de reducción de daño

Suecia adoptó en 2022 un marco integral para las bolsas de nicotina, alineado con su legislación sobre snus. El modelo sueco incluye:

- Venta exclusiva a mayores de 18 años.
- Advertencias sanitarias en texto.
- Sistema de notificación y control.
- Fiscalidad moderada (en torno a 19 €/kg).
- Ausencia de prohibición general de sabores.



Eventos como EVO NXT o InterTabac reúnen a expertos en paneles de discusión sobre regulación e innovación.

Este enfoque ha generado un mercado estable y predecible, y es frecuentemente citado como ejemplo de regulación basada en reducción de daño.

Italia: integración fiscal con regulación en evolución

Italia no clasifica las bolsas de nicotina como productos del tabaco, pero las ha integrado en su sistema fiscal y de control:

- Prohibición de venta a menores.
- Sabores permitidos.
- Publicidad aún no regulada.
- Impuesto específico (aprox. 22 €/kg).

El Gobierno italiano ha señalado su intención de reforzar la regulación en 2026, especialmente en materia de venta y empaquetado.

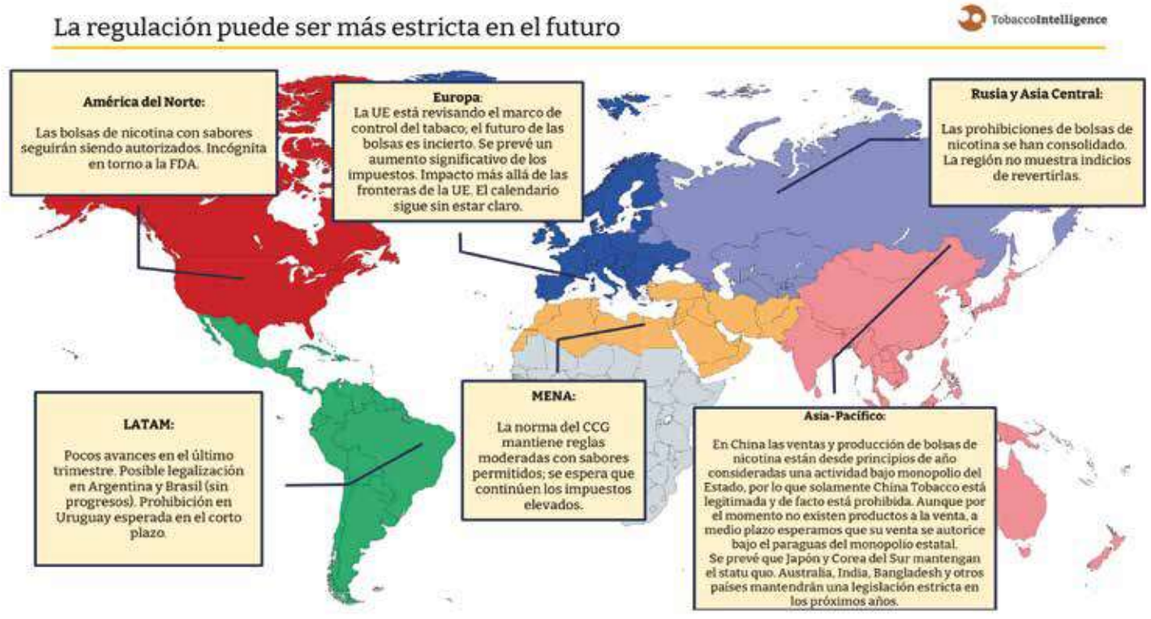
En ausencia de un marco armonizado específico, los Estados miembros han adoptado enfoques muy distintos respecto a las bolsas de nicotina. Mientras algunos países avanzan hacia la prohibición o hacia límites extremadamente restrictivos, otros han optado por modelos de regulación proporcional que combinan control del acceso, requisitos de calidad y fiscalidad específica.

Portugal: integración fiscal y riesgo transfronterizo

Portugal ha optado por integrar las bolsas de nicotina en su sistema fiscal a partir de 2026, con un gravamen aproximado de 0,065 €/gramo, inferior al aplicado en España.

Este modelo crea ya una situación peculiar entre dos países fronterizos, con una diferencia clara en fiscalidad y, por tanto, en precios finales al consumidor. La experiencia demuestra que estas asimetrías fiscales pueden incentivar el comercio transfronterizo y el contrabando, como ya ocurre en otras categorías, por ejemplo en el mercado de cigarrillos entre España y Andorra.

La falta de coordinación regulatoria y fiscal entre



países vecinos introduce riesgos reales para el control del mercado y la protección del consumidor.

España: fiscalidad definida, regulación en debate

España introdujo un impuesto específico de 0,10 €/gramo (100 €/kg), lo que equivale aproximadamente a 1,40 € por lata, situándose significativamente por encima de otros países europeos:

- España: 1,40 € por lata.
- Portugal: 0,91 € por lata.
- Diferencia: 0,49 € por lata, un 35% menos de carga fiscal en Portugal.

En paralelo, el proyecto de modificación del Real Decreto 579/2017 ha generado un intenso debate a nivel europeo, especialmente por la propuesta de limitar el contenido de nicotina a 0,99 mg por bolsa, una medida que varios Estados miembros y la Comisión Europea consideran una prohibición de facto.

LA REACCIÓN EUROPEA AL PROYECTO ESPAÑOL

Los dictámenes circunstanciados de la Comisión Europea y de cinco Estados miembros (Rumanía, República Checa, Grecia, Italia y Suecia) han puesto el foco en varios puntos críticos:

- El límite de 0,99 mg por bolsa se considera desproporcionado y contrario a la libre circulación de mercancías.
- Se cuestiona la falta de justificación científica y la ausencia de evaluación de medidas menos restrictivas.
- Se critica la extensión de requisitos de la TPD a productos no armonizados.
- Se señala la ausencia de períodos transitorios adecuados.

Este debate sitúa a España como caso de referencia en el contexto europeo sobre los límites de la acción regulatoria nacional.

LA POSICIÓN DE LA ABN: REGULACIÓN RESPONSABLE Y PROPORCIONAL

En este contexto, la Asociación Española de Bolsas de Nicotina (ABN) defiende una regulación específica, clara y proporcional, alineada con los principios europeos y con un enfoque prioritario en la protección de menores. La propuesta de ABN para la regulación en España:

1. Una regulación específica y proporcional, desarrollada de la mano del Ministerio de Sanidad, con la prohibición del acceso a menores como línea roja.
2. Concentración de nicotina realista: el límite de 0,99 mg supone una prohibición de facto. Se propone una concentración en torno a 16 mg por bolsa, recomendada por el BfR y comparable a los niveles de nicotina en sangre tras el consumo de un cigarrillo, con un límite máximo de 20 mg por bolsa.
3. Sabores: limitar o prohibir sabores claramente atractivos para menores (chicle, algodón de azúcar, cola), manteniendo opciones como menta, que han demostrado facilitar la transición de fumadores adultos.
4. Venta regulada: venta abierta en establecimientos licenciados (estancos y tiendas especializadas), con obligación de verificación de edad.
5. Etiquetado: advertencias sanitarias claras y prohibición de elementos visuales dirigidos a menores (dibujos animados, cómics, influencers).
6. Empaquetado con sistemas de seguridad infantil (child-lock), iniciativa impulsada por GINN y ABN.
7. Comunicación y publicidad: prohibición de mensajes dirigidos a menores y desarrollo de campañas de concienciación y educación.
8. Fiscalidad razonable y armonizada: un tipo impositivo más alineado con la media europea, entre 55 y 75 €/kg, que facilite la transición desde el tabaco combustible.

Hacia una armonización europea

Desde la ABN se defiende que sólo una armonización regulatoria y fiscal a nivel europeo permitirá:

- Un mercado estructurado y competitivo en igualdad de condiciones.
- Una protección efectiva del consumidor.
- La reducción de incentivos al comercio ilícito y transfronterizo.

El debate sobre las bolsas de nicotina ya no es únicamente nacional. Es europeo. Y su resolución marcará el equilibrio entre salud pública, mercado interior y coherencia regulatoria en los próximos años.

Europa se encuentra ante una oportunidad para ordenar esta categoría desde la proporcionalidad, la evidencia científica y la coherencia regulatoria. La experiencia comparada demuestra que los extremos —prohibición total o ausencia de reglas claras— generan inseguridad jurídica, fragmentación de mercado y riesgos indeseados.

España puede y debe situarse en el grupo de países que optan por una regulación específica, equilibrada y enfocada prioritariamente en la protección de menores, sin renunciar a la estabilidad normativa, la seguridad jurídica y la armonización europea.

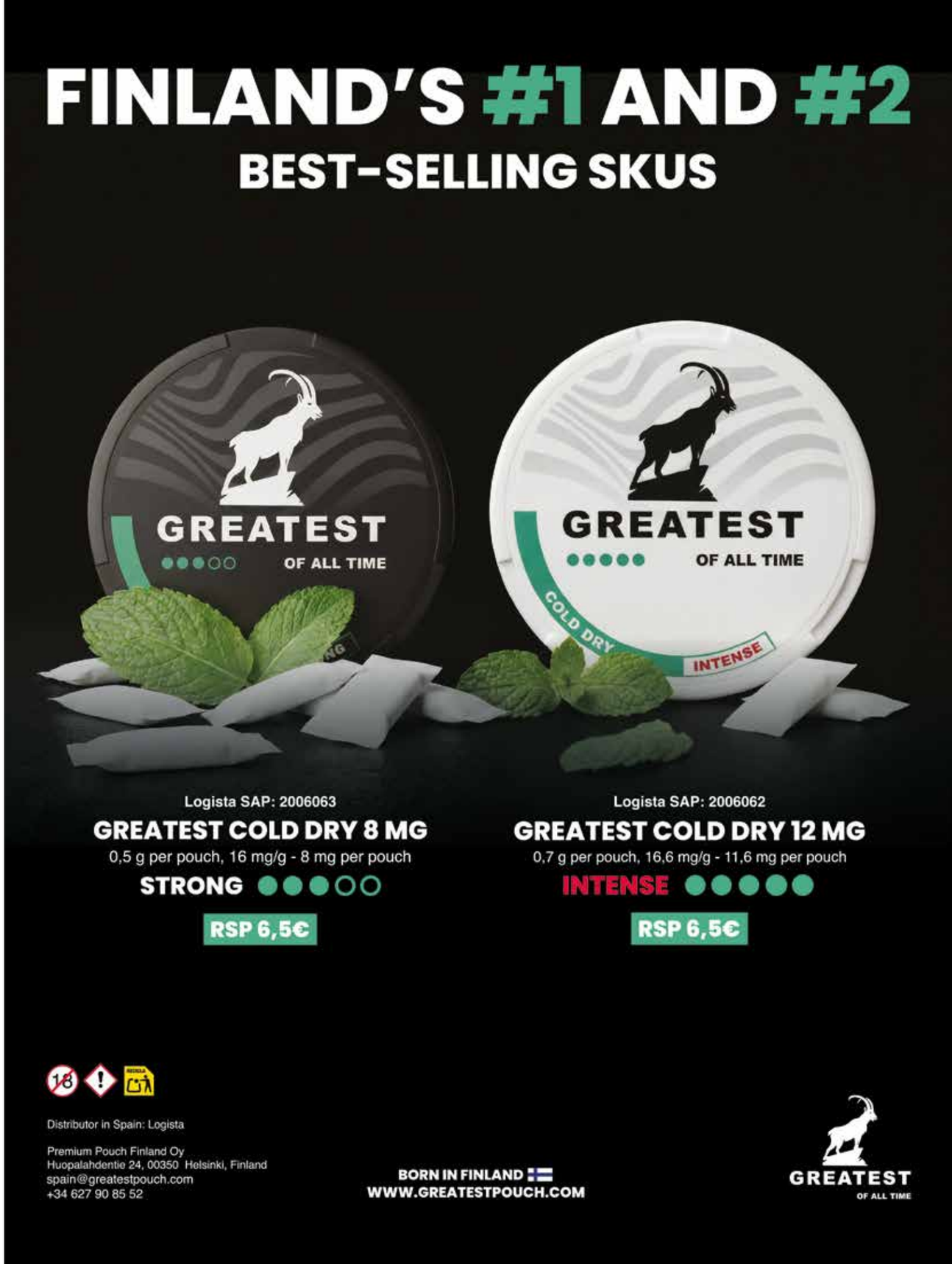
Como presidenta de la Asociación Española de Bolsas de Nicotina, mi compromiso es trabajar de forma constructiva con el Ministerio de Sanidad, con las instituciones europeas y con todos los actores implicados para desarrollar un marco regulatorio claro, responsable y alineado con los principios del mercado interior.

Defender la prohibición del acceso a menores es una línea roja incuestionable.

Defender la proporcionalidad regulatoria y la coherencia fiscal es una responsabilidad institucional.

La ABN seguirá promoviendo estándares exigentes en calidad, comercialización y prácticas responsables, así como una armonización europea que garantice igualdad de condiciones, protección del consumidor y estabilidad para el sector.

El debate no es si regular, sino cómo hacerlo bien. Y en ese proceso, la voz del sector debe ser escuchada con rigor, responsabilidad y voluntad de consenso.



Las bolsas de nicotina en España

2026: de la incertidumbre regulatoria **a la definición del mercado**



Por Mónica Andrade, presidenta de la Asociación Española de Bolsas de Nicotina (ABN)

Tras un 2025 marcado por la incertidumbre regulatoria, 2026 se perfila como el año en el que la categoría de las bolsas de nicotina debe pasar del debate a la definición.

Durante el último año, la ausencia de un marco regulatorio específico frenó decisiones clave de inversión, innovación y desarrollo comercial. Fabricantes y distribuidores optaron por la prudencia ante la falta de seguridad jurídica. Sin embargo, este contexto empieza a cambiar. Las bolsas de nicotina no son una moda pasajera, sino una nueva forma de consumo de nicotina sin combustión, sin humo y sin tabaco, ya plenamente integrada en numerosos mercados europeos.

España no es una excepción. Además, parte de una situación en la que la prevalencia de tabaquismo entre adultos sigue siendo elevada: un 28%, lo que refuerza la necesidad de evaluar con rigor todas las alternativas disponibles para los fumadores adultos.

Una categoría que se consolida… pero necesita reglas claras

La consolidación prevista para 2026 traerá consigo la entrada de nuevas marcas, mayor competitividad y una oferta más diversa, impulsando la profesionalización del sector y la actividad económica asociada. Ahora bien, consolidar no significa crecer sin orden, sino hacerlo con responsabilidad, previsibilidad y reglas claras.

Pese a su carácter emergente, el sector ya genera más de 30 millones de euros de valor añadido, sostiene más de 420 empleos y aporta alrededor de 8 millones de euros en recaudación fiscal. En este sentido, conviene recordar que las bolsas de nicotina ya cuentan con reconocimiento fiscal en España. Desde diciembre de 2024 existe una categoría fiscal específica, con un gravamen de 0,10 €/gramo, lo que supone aproximadamente 1,40 € por caja. Se trata, por tanto, de un producto fiscalizado que contribuye a las arcas públicas.

Sin embargo, esta realidad convive con la propuesta de modificar el RD 579/2017 para limitar el contenido de nicotina a 0,99 mg por bolsa, un umbral muy inferior al existente en la mayoría de países de la Unión Europea. Una limitación de este tipo tendría efectos claros: paralizaría la inversión y la innovación, haría inviable la comercialización de la categoría como alternativa para consumidores adultos y favorecería el comercio ilícito y la venta paralela, especialmente a través de canales online no controlados.

La experiencia en otros mercados demuestra que, cuando existe demanda y desaparece la oferta regulada, la demanda no se elimina: se desplaza al mercado ilícito.

Desconocimiento y desinformación: el gran reto pendiente

A pesar de su crecimiento, las bolsas de nicotina siguen estando poco comprendidas. El desconocimiento persiste a lo largo de toda la cadena de valor, desde distribuidores y estanqueros hasta profesionales sanitarios, sociedad civil y decisores públicos. Sin información rigurosa resulta difícil mantener un debate basado en datos y adoptar decisiones regulatorias alineadas con los objetivos de salud pública. Por ello, 2026 debe ser también el año de la pedagogía.



> La consolidación en 2026 traerá consigo la entrada de nuevas marcas, mayor competitividad y una oferta más diversa, impulsando la profesionalización del sector y la actividad económica asociada. Ahora bien, consolidar no significa crecer sin orden, sino hacerlo con responsabilidad, previsibilidad y reglas claras.

El papel de la ABN en 2026

En este contexto, la Asociación Española de Bolsas de Nicotina (ABN) asume una responsabilidad clara: contribuir a que el desarrollo de la categoría en España se produzca de forma ordenada, responsable y alineada con la evidencia científica. La ABN representa a fabricantes y distribuidores con actividad comercial en España, agrupando a más de 30 miembros nacionales e internacionales. Nuestra misión es garantizar los más altos estándares en fabricación, comercialización y distribución y actuar como interlocutor entre la industria, los reguladores y la sociedad civil.

Las prioridades de la ABN para 2026 se centran en tres ejes:

• *1. Educación y divulgación.*

El primer paso para regular bien es entender bien. La ABN centrará sus esfuerzos en proporcionar información basada en investigación y evidencia científica, fomentando decisiones apoyadas en datos y no en percepciones. La educación debe alcanzar a toda la cadena de valor: distribuidores, minoristas, estanqueros, profesionales sanitarios y sociedad civil. Sin conocimiento, no hay mercado responsable.

• *2. Regulación diferenciada y proporcional.*

Las bolsas de nicotina no son productos de tabaco combustibles y no pueden regularse como tales. Requieren un marco específico, equilibrado y adaptado a sus características. La ABN trabajará para establecer las bases de una regulación justa y basada en evidencia, mantener un diálogo transparente y continuo con el regulador y otros actores implicados, e impulsar iniciativas de autorregulación que anticipen futuras normativas y eleven los estándares del sector.

• *3. Innovación y comercialización responsable.*

La innovación es una herramienta clave en la reducción del daño y la mejora de los resultados en salud pública. Apoyar la innovación permite ofrecer alternativas más controladas, seguras y trazables. Al mismo tiempo, la protección de menores es una prioridad absoluta: las bolsas de nicotina deben dirigirse exclusivamente a consumidores adultos de nicotina, con controles estrictos y prácticas comerciales responsables.

2026: una decisión estratégica para España

España se encuentra ante una decisión estratégica. Puede optar por un enfoque equilibrado que permita el desarrollo ordenado de una categoría emergente con potencial sanitario, económico y regulatorio, o puede generar una prohibición indirecta que derive en pérdida de inversión y expansión del comercio ilícito.

Mi compromiso, como presidenta de la Asociación Española de Bolsas de Nicotina, es seguir trabajando para que el futuro de la categoría en España se construya desde el diálogo, la evidencia científica y la responsabilidad, colaborando activamente con los decisores públicos y todos los actores implicados para garantizar un desarrollo sostenible a medio y largo plazo.

2026 es también un año para fortalecer nuestra red de colaboración en España e invitamos a estanqueros, distribuidores y fabricantes a formar parte activa de la Asociación. Nuestra membresía es dinámica y participativa: todos contribuyen con su conocimiento, experiencia y recursos en beneficio del conjunto de la industria.

Definir el futuro de la categoría en España es tarea de todos nosotros. Necesitamos una representación amplia, profesional y comprometida. Me gustaría contar con la voz de todos vosotros para, juntos, consolidar un marco responsable, competitivo y sostenible.

Vuestra voz importa.

Fuentes:

Ministerio de Sanidad (datos de prevalencia de tabaquismo en España);
Ministerio de Hacienda y Agencia Tributaria (creación de la categoría fiscal y tipo impositivo de las bolsas de nicotina);
Boletín Oficial del Estado – Real Decreto 579/2017 y propuesta de modificación;
Estudios sectoriales y datos agregados de la Asociación Española de Bolsas de Nicotina (ABN).
Asociación Española de Bolsas de Nicotina (ABN);
Documentación comparativa de mercados europeos de bolsas de nicotina;
Principios de regulación proporcional y protección de la salud pública de la Unión Europea;
Análisis sectoriales sobre reducción de daño e innovación responsable.
Asociación Española de Bolsas de Nicotina (ABN);
Buenas prácticas europeas en autorregulación y estándares de la industria;
Documentación institucional de la ABN;
Tamarind Intelligence.



• LABORATORIOS DE ASIA

Más allá de la TPD: lecciones estratégicas regulatorias y comerciales de las bolsas de nicotina

En una cadena global sincronizada, los cambios regulatorios y sensoriales de Asia prefiguran la trayectoria de Europa. Este informe sintetiza las perspectivas asiáticas de 2026 para fundamentar la siguiente fase de la reducción de daños del tabaco en Europa.



Por Alan Zhao, cofundador y director ejecutivo de 2Firsts.

EL GIRO HACIA EL ESTE:
UNA NUEVA PERSPECTIVA PARA 2026

Mientras Europa continúa debatiendo el futuro de la regulación de la nicotina en el marco de la Directiva sobre Productos del Tabaco (TPD), el sector mundial de las bolsas de nicotina se encuentra en una encrucijada crucial. Al cierre del ciclo fiscal de 2026, la industria está valorada en aproximadamente 13.730 millones de dólares. Si bien Europa y América del Norte aún representan la mayor parte de las ventas, la región Asia-Pacífico (APAC) se ha convertido en el motor de crecimiento de alta velocidad de la industria, con una tasa de crecimiento anual compuesta (TCAC) del 34,1 %.

Este cambio implica más que una simple expansión del mercado; representa un reajuste estructural. Para los actores europeos, Asia ya no es una frontera lejana, sino una "máquina del tiempo" que ofrece una visión de los desafíos comerciales y regulatorios del futuro. La relación se define por una sinergia única: Europa aporta la herencia de la marca y los marcos normativos, mientras que Asia proporciona la escala y un "laboratorio de mercado" donde se prueba en tiempo real la próxima generación de productos orales modernos.

EL ESPEJO REGULATORIO:
REDEFINIENDO LA JURISPRUDENCIA SOBRE LA NICOTINA

Una de las lecciones más importantes para Europa reside en las diversas vías regulatorias de Asia. En 2026, presenciamos una transición de una política reactiva a una integración legal fundamental, ofreciendo un entorno de políticas para las deliberaciones de la TPD 3.0.

El modelo surcoreano es una referencia fundamental. Con la plena aplicación de la Ley n.° 21216 en abril de 2026, Corea ha cerrado eficazmente la "laguna legal de la nicotina sintética" al definir la nicotina por su molécula en lugar de su origen botánico. Al imponer un Cargo Nacional de Promoción de la Salud y la verificación obligatoria de la edad digital a través de la aplicación PASS, Corea ha demostrado cómo institucionalizar un "mercado gris" en un ecosistema transparente y conforme.

Mientras tanto, Japón mantiene una línea dura con la industria farmacéutica bajo la Ley PMD, pero ha creado una brecha crucial mediante la Orden del Gabinete n.° 362 de 2025, que designa a la FDA estadounidense como "autoridad equivalente". Este avance hacia la confianza mutua regulatoria podría acelerar la armonización global de las normas de productos. Para los reguladores europeos, estos experimentos asiáticos proporcionan datos empíricos sobre cómo los diferentes marcos regulatorios –desde la clasificación farmacéutica hasta la paridad fiscal– impactan la estabilidad del mercado y la protección de la juventud.

EL PODER DE CHINA:
SIGUE SIENDO UN ACTOR CLAVE EN EL MERCADO GLOBAL DE LAS BOLSAS DE NICOTINA

China sigue siendo el indiscutible núcleo industrial de la cadena de suministro global de bolsas de nicotina, pero su papel está experimentando una transformación histórica. Para comprender la trayectoria actual de China, es necesario observar la sólida base construida antes de 2025, durante la cual los clústeres manufactureros de clase mundial dominaron la compleja química y la ingeniería de precisión de los productos orales modernos.

El año 2026 marcó un giro político decisivo. En enero de 2026, tras el anuncio número 1 de la STMA (Administración Estatal del Monopolio del Tabaco), las bolsas de nicotina se incorporaron oficialmente al Sistema de Monopolio del Tabaco. Esto llevó a la industria de un período de crecimiento sin regulación a una era de "licencia primero" de cumplimiento de altos estándares. De cara al futuro, China sigue siendo un actor clave gracias a dos fuerzas distintas:

- Despliegue global del sector privado. Los fabricantes privados de bolsas de nicotina y las empresas de la cadena de suministro ya no son sólo proveedores OEM; se han convertido en ambiciosos estrategas globales. Estas empresas están estableciendo centros de I+D y bases de producción en el extranjero en Europa, el Sudeste Asiático y Oriente Medio para mantener su flexibilidad operativa. Para las marcas europeas, siguen siendo la principal fuente de innovación y fabricación de respuesta rápida.
- La entrada de CNTC (Corporación Nacional del Tabaco de China). Quizás el avance más significativo en 2026 sea la entrada oficial de CNTC en el mercado mundial de bolsas de nicotina. Como gigante soberano, CNTC está aprovechando sus inmensos recursos en la ciencia del tabaco y las redes comerciales globales para participar en la competencia internacional. Asia y Europa probablemente se convertirán en sus principales mercados objetivo, lo que marcará una nueva era de participación estatal en el panorama mundial de la reducción de daños.



Nicotine Pouch Symposium at the 2024 Shenzhen Vapor Supply Chain Expo.

EL "SESGO DE VELOCIDAD":
POR QUÉ ASIA TRIUNFA EN EL COMERCIO MINORISTA

La arquitectura minorista asiática ofrece un marcado contraste con los canales especializados de tabaco de Europa. En 2026, más del 65 % de las ventas en Asia-Pacífico se canalizarán a través del ecosistema de tiendas de conveniencia (CVS) 24/7 (7-Eleven, GS25, CU). Este modelo se basa en un "sesgo de velocidad": un enfoque constante en la rotación rápida de SKU y lanzamientos nacionales en 48 horas.



En las ciudades asiáticas de primer nivel, hay una tienda CVS cada 200 metros, lo que garantiza una disponibilidad constante y, más importante aún, estos centros cuentan con quioscos biométricos de verificación de edad integrados, lo que permite ventas 24/7 con mínima intervención del personal. Para los minoristas europeos, la lección no es replicar este modelo de venta, sino reconocer que la ventaja competitiva depende cada vez más de la capacidad de respuesta. La capacidad de probar formatos e interpretar las señales del consumidor en tiempo real es el nuevo estándar de oro del comercio minorista.

LA FRONTERA DEL SABOR:
UN ESCUDO REGULATORIO

En 2026, los perfiles de sabor asiáticos han evolucionado más allá de la dulzura "similar a un caramelo" hacia una "Integridad Botánica Orientada al Adulto". Al integrar los perfiles de Matcha, Jazmín Oolong y Calamansi, los fabricantes asiáticos han alineado las bolsas de nicotina con las culturas regionales de bebidas y bienestar.

Ésta es una decisión sensorial estratégica. Para los mercados europeos que enfrentan restricciones de sabor, estos perfiles botánicos y "Umami" ofrecen una vía sostenible de futuro. Ofrecen una experiencia sofisticada que aleja al producto de las asociaciones "atractiva para jóvenes", lo que podría ofrecer una protección regulatoria más resiliente en el cambiante marco regulatorio de la UE. Al reflejar la herencia del paladar del té premium y los cítricos, las bolsas de nicotina pasan de ser "alternativas para fumar" a "accesorios de estilo de vida" para la clase profesional.

SÍNTESIS: EL TERCER PILAR DEL CRECIMIENTO

De cara a 2027 y más allá, el mensaje de Oriente es claro: la evolución de las bolsas de nicotina ya no es un asunto regional. Mientras los mercados estadounidense (PMTA) y europeo se enfrentan a la saturación o a un bloqueo regulatorio, Asia ofrece un "Tercer Pilar" vital para el crecimiento estratégico y la cobertura de riesgos.

Comprender el "laboratorio" asiático ya no es opcional para los líderes europeos; es un requisito previo para abordar el siguiente capítulo de la reducción de daños del tabaco. Al aprovechar los centros de I+D asiáticos, tanto del sector privado como de la recién activa CNTC, y observar sus resultados regulatorios, los actores europeos pueden construir modelos de negocio más resilientes, innovadores y con visión de futuro.

Comprender el "laboratorio" asiático ya no es opcional para los líderes europeos; es un requisito previo para abordar el siguiente capítulo de la reducción de daños del tabaco. Así, los actores europeos pueden construir modelos de negocio más resilientes, innovadores y con visión de futuro.

El papel de las bolsas de nicotina en el mercado global de alternativas al tabaco

El papel de las bolsas de nicotina **ya no es secundario**



Por Alan Zhao, cofundador y director ejecutivo de 2Firsts.

A principios de febrero, PMI y BAT publicaron sus resultados anuales de 2025. Los envíos de bolsas de nicotina de PMI aumentaron un 36%, impulsados por ZYN en Estados Unidos, mientras que los volúmenes de Modern Oral de BAT aumentaron más del 47%, liderados por Velo. Este no es un crecimiento incremental, sino que refleja una reasignación estructural del enfoque de la industria.

Durante más de un siglo, la combustión define el tabaco. En las últimas dos décadas, los productos calentados eliminan el fuego, los cigarrillos electrónicos eliminan la hoja y las bolsas de nicotina eliminan el humo, desplazando el consumo de la inhalación a la absorción oral y separando la nicotina del tabaco combustible.



Las bolsas de nicotina amplían la geografía de uso. Sin humo ni vapor, el consumo se vuelve discreto y menos dependiente del espacio. Los lugares de trabajo, los locales de hostelería y los entornos interiores regulados que restringen los productos inhalados representan un contexto fundamentalmente diferente para la nicotina oral.

Aunque a menudo se enmarca en debates sobre reducción de daños, la relevancia inmediata de esta categoría para el comercio reside en el cambio de comportamiento y en la lógica industrial que lo acompaña. A diferencia de los cigarrillos electrónicos, que dependen de los ecosistemas de dispositivos y la diferenciación de hardware, las bolsas de nicotina son estructuralmente más simples. Son productos orales estandarizados, no plataformas de hardware. En mercados maduros, los minoristas no necesitarán docenas de marcas de bolsas. Una cartera de productos concentrada de tres a cinco empresas sólidas puede satisfacer la mayor parte de la demanda. El espacio en los estantes es limitado; la rentabilidad depende de la eficiencia.

La regulación está redefiniendo el terreno. Los envases a prueba de niños, la calibración de la concentración de nicotina para prevenir el consumo excesivo involuntario y la investigación a largo plazo sobre la salud bucal y gingival son debates políticos centrales. Incluso dentro de la Unión Europea, la divergencia es clara. España ha propuesto límites estrictos de concentración y sabor, mientras que los países nórdicos, basándose en décadas de experiencia con productos orales de nicotina, tienen una opinión diferente.

La incertidumbre regulatoria genera volatilidad. La volatilidad genera riesgo. En los mercados en transición, el riesgo se convierte en un mecanismo de clasificación. Quienes tienen una convicción a largo plazo, disciplina operativa y valentía estratégica ganan terreno, mientras que otros dudan.

Para las marcas, la dirección es inequívoca. Ninguna tabacalera seria puede limitarse a productos combustibles. Las bolsas de nicotina ofrecen una de las vías de entrada más rápidas y accesibles a los mercados de nicotina de nueva generación.

Para los distribuidores, el ciclo es claro. En 2025, las marcas de bolsas de nicotina experimentarán un auge. En 2026, ese impulso comenzará a extenderse. La proliferación de marcas se convierte en una herramienta para el canal, lo que brinda mayor poder de negociación, apoyo promocional y ganancias de margen para quienes estén preparados para gestionarla.

Durante más de un siglo, la combustión define el tabaco. En las últimas dos décadas, los productos calentados eliminan el fuego, los cigarrillos electrónicos eliminan la hoja y las bolsas de nicotina eliminan el humo, desplazando el consumo de la inhalación a la absorción oral y separando la nicotina del tabaco combustible.

Para los minoristas, la interacción no requiere una reinvención radical. Las bolsas no requieren pantallas complejas ni servicio técnico. Comenzar con una gama disciplinada permite un aprendizaje rápido, el diálogo con el consumidor y una autoridad temprana en una categoría que aún define su estructura.

La consolidación seguirá a la expansión. Los marcos regulatorios se endurecerán. El espacio en los anaqueles se consolidará. La ventaja no reside en esperar la claridad, sino en posicionarse antes de que llegue.

En un mercado definido por la transición, el mayor riesgo no es el error de cálculo, sino la inercia.



Según JAMA

¿Pueden las bolsitas de nicotina ayudar a dejar de fumar?

Un estudio realizado sobre 110.000 etsadounidenses publicado en la prestigiosa revista médica JAMA señala que las bolsitas de nicotina podrían estar ayudando a algunos fumadores y vapeadores a dejar productos de tabaco más dañinos. Los hallazgos sugieren que las bolsitas se están utilizando como herramientas para reducir daños, a pesar de que no están oficialmente autorizadas como ayudas para dejar de fumar.

Según el artículo publicado en JAMA, cuando los cigarrillos electrónicos salieron al mercado, muchos expertos en salud pública esperaban que animaran a los fumadores a dejar los cigarrillos tradicionales y optar por una alternativa de nicotina menos dañina y hace mención a una nueva iniciativa de la Administración de Alimentos y Medicamentos de EE. UU. (FDA) que podría estar apostando ahora por la reducción de daños a través de las bolsitas de nicotina.

De hecho, la FDA lanzó en septiembre pasado un programa piloto que busca aumentar la eficiencia y agilizar el proceso de revisión de las solicitudes de productos de tabaco previas a la comercialización (PMTA) para productos de bolsas de nicotina. Una iniciativa que, según la FDA, representa un avance significativo en su compromiso de mejorar la eficiencia regulatoria, a la vez que mantiene los rigurosos estándares científicos de la agencia para la revisión de productos de tabaco.

El programa piloto se basa en el entendimiento de que los riesgos para la salud de los diferentes productos de tabaco existen en un espectro, a veces denominado "continuo de riesgo". La FDA señala que, por ejemplo, los datos existentes indican que los productos de combustión (como los cigarrillos) suelen ser los más perjudiciales para la salud, mientras que los productos de tabaco sin combustión (como las bolsas de nicotina autorizadas por la FDA) generalmente pueden presentar menores riesgos para la salud. Y apunta la FDA que existe evidencia de que las bolsas de nicotina pueden ayudar a algunos adultos a dejar de consumir productos de tabaco más dañinos, y los adultos que reducen significativamente su consumo de cigarrillos o cambian por completo a un producto de tabaco alternativo de menor riesgo podrían, en general, reducir sus riesgos para la salud y la exposición a sustancias químicas tóxicas y cancerígenas. La FDA asegura que considerará la evidencia disponible para evaluar el impacto de los productos solicitantes en los usuarios, los no usuarios y la población en general.

***"Nuestros resultados sugieren que los adultos podrían estar usando bolsas de nicotina para reducir daños, dado que su uso es mayor entre quienes han dejado recientemente otro producto de tabaco o cigarrillos electrónicos",* según Cristine D. Delnevo, directora del Instituto Rutgers para Estudios de la Nicotina y el Tabaco.**

La revisión caso por caso de las solicitudes individuales por parte de la FDA aumentará la eficiencia al centrar la revisión en los elementos más críticos de esta categoría de producto para determinar si permitir la comercialización de un producto es apropiado para la protección de la salud pública. El programa



piloto incluirá una mayor comunicación en tiempo real entre la FDA y los solicitantes con el objetivo de proporcionar retroalimentación más frecuente y plazos de revisión más cortos. Como parte del programa piloto, la FDA tiene la intención de mantener conversaciones continuas con los solicitantes para analizar la información faltante o solicitar aclaraciones con la esperanza de abordar los problemas con mayor rapidez o, al menos, limitar la cantidad y la gravedad de los problemas incluidos en una carta de deficiencia al finalizar la evaluación.

El programa piloto es un ejemplo del compromiso continuo de la FDA para garantizar que todos los nuevos productos de tabaco comercializados en Estados Unidos se sometan a una revisión con base científica. Para los adultos que fuman y desean cambiar a un producto con bolsas de nicotina, este programa piloto potencialmente resultará en una mayor variedad de bolsas de nicotina autorizadas para elegir, que en la actualidad asciende a una veintena.

La revista Tobacco Reporter ha señalado sobre este estudio que los hallazgos sugieren que las bolsitas se están utilizando como herramientas para reducir daños, a pesar de que no están oficialmente autorizadas como ayudas para dejar de fumar. Y dice que los consumidores de tabaco sin humo tenían más de 10 veces más probabilidades de usar las bolsitas, mientras que los fumadores y vapeadores ocasionales también tenían una probabilidad significativamente mayor de adoptar-

las, según el estudio, que reconoció que, si bien la nicotina es adictiva y conlleva riesgos cardiovasculares, cambiar del tabaco combustible a las bolsitas podría representar un beneficio neto para la salud pública.

Por su parte, Cristine D. Delnevo, directora del Instituto Rutgers para Estudios de la Nicotina y el Tabaco, se propuso evaluar la amplitud del uso de las bolsas de nicotina entre los adultos estadounidenses y establecer una base para monitorear futuros cambios en los hábitos de consumo.

Al analizar los datos del Suplemento sobre el Consumo de Tabaco 2022-2023 de la Oficina del Censo de EE. UU., que encuestó a más de 110,000 adultos en todo el país sobre el uso de bolsas de nicotina y productos de tabaco tradicionales, los investigadores analizaron la adopción de las bolsas de nicotina en EE. UU. Examinaron el comportamiento de abandono del tabaco con otros productos de tabaco antes y después de 2019, cuando el producto se generalizó a nivel nacional.

Encontraron que, en general, el porcentaje de adultos que consumen el producto sigue siendo bajo: tan solo el 2.5 %. Los hombres blancos no hispanos fueron los más propensos a haberlo consumido. El consumo entre los adultos sin experiencia previa en tabaco (aquellos que nunca habían consumido productos de tabaco) fue prácticamente inexistente.

Lo más convincente, según Delnevo, es que la mayor prevalencia de uso actual y diario de bolsas de nicotina se registró entre adultos con antecedentes de consumo de tabaco que habían dejado de fumar recientemente, lo que sugiere que las

Mary Hrywna, profesora asociada del Departamento de Comportamiento, Sociedad y Políticas de Salud de la Facultad de Salud Pública de Rutgers ha señalado que *"a medida que las bolsas de nicotina cobran mayor importancia en EE.UU., muchos coinciden en que necesitamos comprender mejor quién usa estos productos y cómo".*

bolsas de nicotina podrían haber influido en su abandono.

Para Delnevo, cuando son utilizados por consumidores habituales de tabaco, las bolsas pueden ofrecer beneficios para la salud, añadió. *"Las personas que nunca han consumido productos de tabaco no deberían usar repentinamente bolsitas de nicotina",* afirmó. *"Pero para quienes fuman o consumen otros productos de nicotina y no quieren dejar de consumirla, dejar de consumirla por completo y reducir el riesgo con las bolsitas de nicotina probablemente sea beneficioso para la salud pública".*

Mary Hrywna, profesora asociada del Departamento de Comportamiento, Sociedad y Políticas de Salud de la Facultad de Salud Pública de Rutgers y coautora del estudio, coincidió. *"A medida que las bolsas de nicotina cobran mayor importancia en EE. UU., muchos coinciden en que necesitamos comprender mejor quién usa estos productos y cómo",* afirmó. *"Este estudio ofrece una visión general de los patrones de uso que resulta informativa y, al menos por ahora, algo tranquilizadora".*



En The Spotlight, la newsletter de PMI en LinkedIn

Gizelle Baker: las bolsas de nicotina son sin duda mejores que los cigarrillos

Gizelle Baker, vicepresidenta de Compromiso Científico de Philip Morris International (PMI), define a las bolsas de nicotina como unos productos "sin duda" mejores que los cigarrillos. Así lo afirma en la entrevista recogida en The Spotlight, la newsletter de PMI en la red social LinkedIn y donde bajo la denominación Let's Talk: Nicotine pouches + our progress –Hablemos: Bolsas de nicotina + nuestro progreso– aborda una de las categorías de productos más incomprendidas y su importante papel en la reducción de daños del tabaco.

En esta entrevista, Gizelle Baker desmiente conceptos erróneos comunes, como la creencia de que la nicotina causa cáncer, y explica la ciencia detrás de las bolsas de nicotina como alternativa a los cigarrillos. La entrevista está repleta de información importante para los fumadores adultos que buscan mejores opciones.

❍ *¿Puede citarnos algunos conceptos erróneos sobre las bolsas de nicotina?*

El primero es sobre el contenido de nicotina y cuánta nicotina hay en una bolsa. Se dice que una bolsa es igual a 4, 5 o incluso hasta 10 cigarrillos. El segundo concepto erróneo sería que las bolsas de nicotina deben causar o causan cáncer. Y el tercero sería más sobre los reguladores que permiten que los cigarrillos se vendan como productos de consumo, pero prohíben las bolsitas de nicotina para proteger la salud.

❍ *La primera afirmación resulta bastante impactante. ¿Puede decirnos exactamente cuánta nicotina hay en una bolsa de nicotina, particularmente en comparación con los cigarrillos en este caso?*

Bueno, hay un rango, ya que las bolsas de nicotina son en realidad una categoría o un grupo de productos. Entre los productos que vendemos, tenemos algunos que contienen entre 3 y 12 mg, pero llegan hasta unos 20 mg si consideramos las bolsas de nicotina comunes que se venden a diario en las tiendas.

Pero también se ven productos que se venden en plataformas online con 100 ó 150 mg, lo que es demasiado alto, y creo que aquí es donde los reguladores tienen un papel que desempeñar para establecer límites y garantizar que no haya niveles tóxicos de nicotina, pero que la nicotina se administre de una manera que los consumidores realmente dejen de fumar.

❍ *Entonces, ¿dónde está la diferencia entre la nicotina de una bolsa de nicotina y la nicotina de un cigarrillo?*

La cantidad de nicotina en el tabaco de un cigarrillo suele oscilar entre 10 y 14 mg, una cifra muy similar. Pero cuando se enciende un cigarrillo, se libera aproximadamente 1 mg de nicotina. De ahí la confusión: alrededor de 1 mg procede del humo de un cigarrillo, en comparación con los 10 mg de nicotina que contiene la bolsita. Pero cuando hablamos de aquello a lo que está expuesta una persona, eso va a depender tanto de la bolsita como del tiempo que ésta permanece en la boca, lo que determinará cuánto de esos 10 mg se extraerán realmente de la bolsita. No va a ser el 100%.

❍ *En lo que respecta a la exposición, uno de los hechos aterradores de los que la gente habla todo el tiempo es que la nicotina en estos productos es lo que causa el cáncer.*

Bueno, es una confusión comprensible, pero también una conclusión errónea. Mucha gente piensa en fumar y automáticamente lo relaciona con la nicotina, así que piensan: «Bueno, fumar libera nicotina, así que debe ser la nicotina la que causa el cáncer». Puedo entender por qué. Pero eso es total y científicamente incorrecto. Lo sabemos, gracias a la Agencia Internacional de Investigación sobre el Cáncer, los principales expertos mundiales en cáncer, que analizaron el tabaco y el humo del tabaco, y elaboraron una lista de los compuestos que causan cáncer. La nicotina no figuraba en esa lista. Por lo tanto, sabemos que no causa cáncer.

❍ *Pero, en definitiva, aunque decimos que estas bolsas contienen nicotina, también contienen otros componentes. ¿Qué contiene una bolsa de nicotina?*

Una bolsa de nicotina es como una bolsa de té. Contiene nicotina de grado farmacéutico, es decir, nicotina extraída de una hoja de tabaco y purificada hasta obtener un grado farmacéutico, similar a la que se utiliza en una terapia de reemplazo de nicotina. Ésta se mezcla con rellenos y aglutinantes, elementos que estabilizan el producto, y junto con saborizantes y edulcorantes, que son los que una persona saborea y, por lo tanto, proporcionan una experiencia satisfactoria al usuario.

❍ *Se escuchan historias sobre lo que realmente contienen estos productos. Se oyen cosas como vidrio, arsénico...*

Bueno, se escuchan muchas historias. Algunas son pura publicidad y otras podrían ser de productos que no son nuestros y que no se procesan ni fabrican con la misma calidad que los nuestros. Puedo hablar de ZYN, nuestro producto, y puedo afirmar categóricamente que lo hemos evaluado y no contiene arsénico. Y no se añade vidrio a nuestros productos, pero por alguna razón la gente pueda pensar que existe.

Para Gizelle Baker, *"es total y científicamente incorrecto que la nicotina cause cáncer"* y señala que la Agencia Internacional de Investigación sobre el Cáncer excluyó a la nicotina de la lista de compuestos del tabaco que causan cáncer.

❍ *Veámoslo desde otra perspectiva. Si la nicotina causa todas estas preocupaciones, ¿por qué no crear una bolsa sin nicotina?*

Supongo que, a nivel técnico, sí sería posible venderlo, pero si piensas a quién van dirigidos estos productos y por qué los usan, tienes que ofrecer lo que el consumidor busca. Sabemos, por los cigarrillos, que muchos fumadores fuman por la nicotina, pero el daño de fumar se debe a todas las demás sustancias químicas que se combinan con la nicotina en el humo al quemar tabaco. Así, si realmente queremos que dejen de fumar, lo cual beneficiará la salud pública, hay que darles la nicotina, la sustancia que buscan, pero eliminar o reducir las sustancias químicas nocivas que la acompañan para poder reducir el daño del comportamiento en sí.



Gizelle Baker, vicepresidenta de Compromiso Científico de PMI.

❍ *¿Se puede afirmar categóricamente que estos productos son mejores que un cigarrillo?*

Absolutamente. Al observar un cigarrillo, la combustión del tabaco genera más de 6.000 sustancias químicas, de las cuales unas cien han sido identificadas como nocivas o potencialmente nocivas. Al observar una bolsa de nicotina, no se ve la hoja de tabaco. En realidad, se extrae la nicotina del tabaco, se purifica y se introduce, por lo que su nivel de exposición será significativamente menor, ya que si no se coloca la bolsita, no estarán expuestos. Si lo analizamos de nuevo y nos preguntamos qué sabemos, estos productos son muy similares al snus. El snus también se presenta en bolsita, excepto que conserva el tabaco, y ha estado disponible en Suecia durante casi todo el siglo. Con décadas de datos epidemiológicos, y a la decisión de la FDA en EE. UU. de autorizar el snus como un producto de tabaco de riesgo modificado, se nos permitió comunicar a los consumidores que cambiar de cigarrillos al snus reduciría su riesgo de cáncer oral, cáncer de pulmón, enfermedades cardíacas, accidentes cerebrovasculares, bronquitis crónica y enfisema.

Y luego pensamos en ZYN, nuestro producto de bolsa de nicotina. Cuando se autorizó su venta en EE.UU., analizaron las pruebas, lo compararon con los cigarrillos y con el snus y concluyeron que el snus representaría el límite máximo de lo que se puede esperar de ZYN. Así pues, sabemos que los cigarrillos son, con diferencia, los más dañinos; el snus es significativamente menos dañino; y las bolsas de nicotina son aún menos dañinas. O, en el peor de los casos, son exactamente iguales al snus.

❍ *Uno de los problemas que tenemos es que estos productos son relativamente nuevos en el mercado. ¿Cómo podemos saber con certeza cuáles serán sus efectos a largo plazo?*

Bueno, creo que los efectos a largo plazo requerirán tiempo para generar esos datos, pero por eso es importante contar con esos comparadores y saber que quizás no puedas ponerles una cifra o calcular un margen de error. Pero lo que se puede hacer es comprender en qué punto del espectro de riesgo se encuentran estos productos. Y eso es realmente lo importante. Y luego implementar el monitoreo y la vigilancia posterior a la comercialización para comprender y garantizar que se pueda cumplir esa predicción.

❍ *Analicemos cómo se comercializan estos productos, que es un tema preocupante para la gente. Se considera que estos productos están siendo idealizados. De hecho, la gente podría decir que Philip Morris está volviendo a la antigua era del marketing tradicional del tabaco en lo que respecta a estos productos.*

Bueno, creo que primero deberíamos analizar las quejas de la gente. Lo entiendo y existe una preocupación. No queremos en absoluto que la gente vea estas cosas de forma glamurosa. Por lo tanto, es necesario asegurarse de comercializarlas de forma responsable. Hay que tener en cuenta quién tiene el acceso al marketing, limitar el acceso al producto en sí, asegurarse de que se ha implementado una verificación edad adecuada y medidas de prevención de acceso, para asegurar que estos productos lleguen a los adultos fumadores.

Necesitamos alejar a la gente de los cigarrillos lo antes posible y a la mayor cantidad posible. Para lograrlo, y al pensar en cómo lograr un cambio de comportamiento a esa escala, primero hay que analizar qué es lo que le gusta a la gente de fumar. ¿Cómo podemos lograrlo con el menor daño posible? Fumar es un comportamiento muy social. Buscamos crear una experiencia social para quienes buscan eso, donde puedan probar el producto, conocerlo y, con suerte, dejar de fumar con éxito en un entorno que los apoye.

Y además, ¿quiénes no queremos que vean esto? No queremos que los menores de edad formen parte de esa experiencia. Por eso, establecemos límites de edad. Nos dirigimos a fumadores adultos o consumidores de nicotina adultos. Necesitamos apoyar a quienes fuman o que, de otro modo, seguirían fumando para que logren este cambio, que sabemos que es difícil, y puedan lograrlo.

***"Sabemos que los cigarrillos son, con diferencia, los más dañinos, el snus es significativamente menos dañino, y las bolsitas de nicotina son aún menos dañinas; en el peor de los casos, son exactamente iguales al snus"*, afirma Gizelle Baker.**

Según el informe "El poder de una bolsita"

Las bolsas de nicotina, claves en el desarrollo de una Suecia libre de humo

SMOKE FREE SWEDEN

El exhaustivo informe "El Poder de una Bolsita", presentado a mediados de 2025, revela por primera vez que las bolsitas de nicotina han sido un catalizador clave del extraordinario logro de Suecia en materia de salud pública y han desempeñado un papel decisivo en cómo las mujeres están dejando de fumar más rápido y con más éxito que nunca. Una alternativa que, según el estudio, superó a todas las demás ayudas para dejar de fumar.

Como señala el informe en su introducción, Suecia está a punto de convertirse oficialmente en el primer país del mundo libre de humo de tabaco, con una tasa de fumadores inferior al 5%, un logro en la salud pública que afirma que no es el resultado de políticas prohibicionistas o basadas en la abstinencia, sino de la adopción audaz y pragmática de políticas centradas en reducir los daños del tabaquismo. Un extraordinario éxito debido en gran parte a la adopción por parte de Suecia de las bolsitas de nicotina orales, una innovación libre de humo y tabaco que ha contribuido a impulsar el descenso de las tasas de fumadores en los últimos años, especialmente entre las mujeres.



El informe afirma que las pruebas son contundentes: las bolsitas de nicotina son eficaces, cuentan con aceptación social y constituyen el arma más poderosa contra el tabaquismo de que disponemos actualmente. Han redefinido las posibilidades de ayudar a los fumadores actuales a dejar de fumar, al tiempo que garantizan que las generaciones futuras se mantengan alejadas de los cigarrillos. Por ello, constituyen una herramienta de salud pública potente y escalable para los gobiernos de todo el mundo.

El análisis realizado por expertos internacionales en salud muestra una serie de cuestiones desde la introducción en Suecia en el año 2016 de las bolsitas de nicotina:

- Han ayudado a impulsar el descenso de las tasas de fumadores en ambos géneros, con un aumento de casi el 200 % en la tasa de abandono del hábito entre las mujeres.
- Han superado a todas las demás ayudas para dejar de fumar, y tanto hombres como mujeres consideraron que las bolsitas de nicotina eran el método más eficaz.
- Se han convertido en el método preferido para dejar de fumar entre todos los exfumadores, debido a su diseño limpio, socialmente aceptable y no estigmatizado.
- Han impulsado un descenso del 49% en el consumo de tabaco entre las mujeres, que durante décadas habían ido a la zaga de los hombres en tasa de abandono del tabaco.
- Han ayudado a redefinir la política de salud pública de Suecia, demostrando que la innovación —y no la prohibición— es el camino para acabar con el tabaquismo.

Como apunta el informe, la estrategia de Suecia en la lucha antitabaco siempre ha sido diferente y en lugar de adherirse a una postura prohibicionista, ha seguido una estrategia pragmática que distingue entre productos de alto riesgo, como los cigarrillos, y alternativas de menor riesgo, como el snus, los vapeadores y las bolsitas de nicotina, asegurando que está demostrado que los vapeadores regulados son un 95% menos nocivos que el tabaco quemado.

Al garantizar que estas alternativas sean accesibles, asequibles y socialmente aceptables, el país ha conseguido reducir su tasa de fumadores en un 54% desde el año 2012.



Delon Human:
"Las prohibiciones y barreras erróneas están bloqueando el acceso a estos productos que salvan vidas. Están negando a millones de fumadores, especialmente a las mujeres, la ayuda que mejor funciona para dejar de fumar".



Marewa Glover:
"Los responsables políticos deben abandonar su mentalidad prohibicionista y seguir el ejemplo de Suecia, basado en la evidencia, o permitir que las muertes evitables continúen a gran escala".



CONCLUSIÓN

El informe concluye que las bolsitas de nicotina oral reguladas han sido un catalizador clave del histórico avance de Suecia hacia una sociedad sin humo de tabaco. Al ofrecer a los fumadores, especialmente a las mujeres, una alternativa a los cigarrillos convincente y respetuosa, han transformado el panorama de la salud pública en Suecia.

El mundo ya no necesita debates teóricos o modelos hipotéticos para comprender como vencer el tabaquismo. Suecia ha proporcionado el modelo a seguir. Ahora es el momento de que otros países sigan su ejemplo, aceptando –y no obstaculizando– el papel de las bolsitas de nicotina oral modernas en un futuro sin humo de tabaco.

Por todo ello, desde Smoke Free Sweden se hace un llamamiento a los responsables políticos, reguladores y líderes de la salud pública para que examinen las pruebas y actúen en consecuencia y afirman que el camino está claro: *"La única pregunta que queda es: ¿aprenderá el mundo del éxito de Suecia?"*.

Y es que este éxito de Suecia con las bolsitas de nicotina orales tiene implicaciones que, según el informe, trascienden sus fronteras y señalan que la tasa media de fumadores en la UE sigue siendo del 24 %, cinco veces superior a la de Suecia, y el resto de países europeos están muy lejos de cumplir el objetivo de "países libres de humo de tabaco" fijado por la UE para 2040.

Por ello consideran que si otros Estados miembros adoptaran un enfoque similar de reducir los daños causados por el tabaco e hicieran que las alternativas más seguras fueran más accesibles, asequibles y aceptables, se calcula que podrían salvarse 355.000 vidas al año sólo en la UE, lo que supondría más de 3,5 millones de vidas en la próxima década.

El Dr. Delon Human, coautor del informe, advierte que las restricciones excesivas a las bolsas de nicotina en toda Europa podrían sabotear los avances en materia de salud pública, especialmente para las mujeres. *"Las prohibiciones y barreras erróneas están bloqueando el acceso a estos productos que salvan vidas"*, afirma el Dr. Human, líder de Smoke Free Sweden y exsecretario general de la Asociación Médica Mundial. *"Esto no es sólo una mala política, sino una catástrofe de salud pública. Están*

GRAN AVANCE PARA DEJAR DE FUMAR

"El Poder de una Bolsita" apunta que quizás el avance más significativo en materia de salud pública que se detalla en este informe es el cierre de la brecha de género a la hora de dejar de fumar.

Y explica que durante décadas, a las mujeres de Suecia –y también de gran parte de Europa– les ha resultado más difícil que a los hombres dejar de fumar, lo que argumenta señalando que las herramientas tradicionales para abandonar este hábito y los productos sin humo más antiguos no satisfacían las necesidades de muchas fumadoras, que a menudo citaban la falta de atractivo, la poca practicidad o el estigma como barreras para empezar a utilizar estas alternativas.

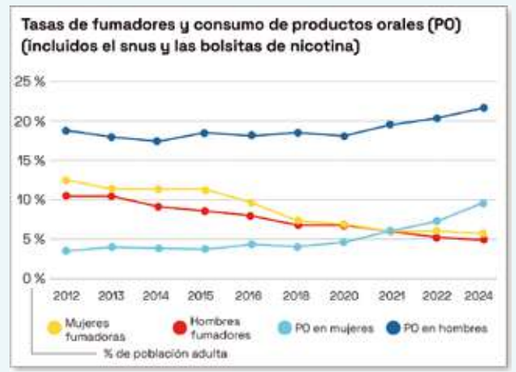
Se apunta que ésta es una situación que las bolsitas de nicotina han cambiado por completo y su adopción generalizada ha contribuido a revertir antiguas disparidades, ofreciendo un método para dejar de fumar que se adapta mejor a las rutinas diarias, preferencias y preocupaciones de las mujeres.

Ofrece una serie de datos: antes de la llegada de las bolsitas de nicotina, el consumo de cigarrillos entre las mujeres suecas sólo había descendido un 16% entre 2009 y 2015, frente al 27% observado entre los hombres. Sin embargo, a partir de 2016, que es cuando llegan las bolsitas de nicotina, la tendencia se invirtió: la tasa de mujeres que dejaron de fumar se aceleró, superando a la de los hombres.

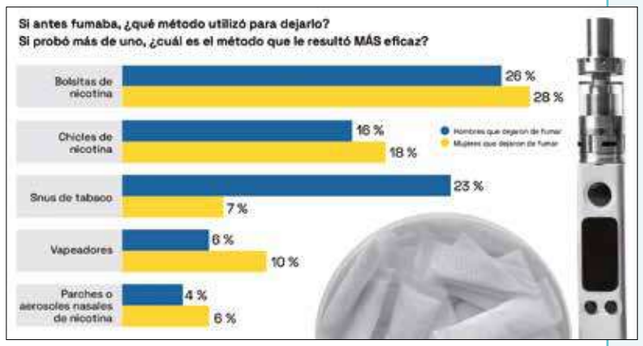
Actualmente, la tasa de fumadores entre las mujeres suecas ha descendido al 5,7%, frente al 11,2% registrado en 2015, lo que representa nada menos que un descenso del 49%.

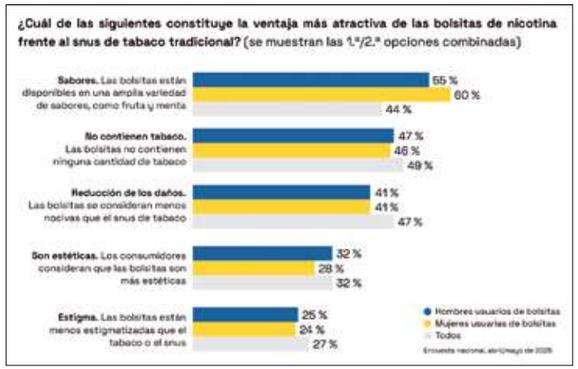
El estudio analiza el papel que han desempeñado las bolsitas de nicotina en esta transformación de la salud pública y apunta que, para los responsables políticos, ofrece pruebas concretas de que las alternativas modernas a la nicotina pueden ayudar a dejar de fumar a aquellas poblaciones a las que es difícil llegar. Y para los países en los que las tasas de fumadoras siguen siendo persistentemente altas, constituye una hoja de ruta basada en un caso de éxito real para avanzar en la lucha antitabaco.

"La evidencia sueca es clarísima: las bolsitas de nicotina son la herramienta más eficaz para ayudar a los fumadores, y especialmente a las mujeres, a dejar de fumar", afirma la Dra. Marewa Glover, coautora del informe y científica del comportamiento de Nueva Zelanda.



negando a millones de fumadores, especialmente a las mujeres, la ayuda que mejor funciona para dejar de fumar”, añade. La Dra. Glover dice: *“Cuando las mujeres tienen acceso a alternativas limpias y sin estigma, las tasas de abandono se disparan. Sin ellas, condenamos a otra generación a la muerte relacionada con el tabaquismo. Los responsables políticos deben abandonar su mentalidad prohibicionista y seguir el ejemplo de Suecia, basado en la evidencia, o permitir que las muertes evitables continúen a gran escala”.*





LOS AUTORES DEL INFORME

- ***Delon Human***

  Médico de familia especializado, el Dr. Delon Human es un defensor de la salud a nivel mundial. Ha sido secretario general de la Asociación Médica Mundial y la Alianza Internacional de Alimentos y Bebidas y cofundador de la Alianza Africana para la Reducción de Daños (AHRA). Además, ha sido asesor de tres directores generales de la OMS y del secretario general de las Naciones Unidas sobre estrategias de salud pública mundial.

- ***Marewa Glover***

  La profesora Marewa Glober es científica del comportamiento y directora del Centre of Research Excellence: Indigenous Sovereignty & Smoking, con sede en Auckland. Cuenta con reconocimiento internacional por su trabajo en la reducción de los daños causados por el tabaco y la salud indígena.

ENCUESTA

Los autores del informe querían entender por qué las bolsitas de nicotina han tenido tanto éxito, especialmente entre las mujeres, por lo que realizaron una encuesta nacional entre exfumadores adultos, hombres y mujeres, junto con grupos de discusión con usuarias de estas bolsitas.

Exfumadores suecos de ambos sexos indicaron en esta encuesta que, independientemente del número de métodos que habían probado individualmente, las bolsitas de nicotina fueron las más eficaces para ayudarles a dejar de fumar, una afirmación especialmente relevante entre las mujeres, que clasificaron las bolsitas casi tres veces por encima de los vapeadores y un 56% por encima de los chicles de nicotina.

Resulta revelador que un número significativamente mayor de hombres (23%) que de mujeres (7%) consideraron el snus de tabaco “marrón” la ayuda más eficaz para dejar de fumar.

Gran parte de la eficacia de las bolsitas como método para dejar de fumar puede atribuirse a los sabores, que los exfumadores señalan sistemáticamente como un factor importante en su elección. De hecho, el 60% de las mujeres y el 55% de los hombres identificaron la variedad de sabores como la primera o la segunda razón más importante para elegir las bolsitas de nicotina. La ausencia de tabaco, así como la reducción de los daños de las bolsitas de nicotina también fueron destacadas como ventajas clave por casi la mitad de todos los usuarios, lo que refuerza aún más la importancia de disponer de alternativas más limpias y personalizadas para dejar de fumar.

ESTADÍSTICAS CLAVE

- El 47% de los hombres y el 46% de las mujeres mencionaron la ausencia total de tabaco en las bolsas como la razón principal.
- La mayor cantidad de mujeres (26%) y hombres (23%) encuestados mencionaron "el olor o el sabor del tabaco" como el mayor factor de rechazo al snus, lo que indica que las fumadoras buscan alternativas que no se parezcan al producto que intentan dejar.
- El 34% de las mujeres afirmó que, si las restricciones legales impidieran que sus bolsas de nicotina preferidas ya no estuvieran disponibles en Suecia, las buscarían en otro lugar.
- El 30% de los hombres afirmó que, si las restricciones legales impidieran que sus bolsas de nicotina preferidas ya no estuvieran disponibles en Suecia, les preocuparía principalmente el impacto en su salud mental.
- El 73% de los encuestados coincidió en que: "Las mujeres merecen acceso al mejor enfoque para dejar de fumar que refleje su singularidad". Las bolsas de nicotina pueden ser una parte importante de ese enfoque.
- El 69 % de los encuestados, incluido el 78 % de las mujeres, coincidió en que: "Las bolsas de nicotina podrían ser la última pieza que falta en el rompecabezas para eliminar el tabaquismo en Suecia, especialmente entre las mujeres".

Las Diez Creencias de **Omni™**

Todo el trabajo de Omni™ se guía por sus Diez Creencias para la Reducción de Daños del Tabaco. En su opinión y en la de BAT, la manera más rápida de lograr un mundo sin humo es adoptar la THR (Tobacco Harm Reduction, Reducción de Daños del Tabaco) como una estrategia de salud pública. "Nuestras Diez Creencias, descritas en detalle a continuación, reafirman nuestro compromiso con la THE y la ambición que Omni™ se esfuerza por alcanzar", *mantienen.*

Tras un gran año para Omni™ en 2025, "¡este año promete ser aún mejor! Estamos intensificando rápidamente nuestro trabajo para Construir un Mundo sin Humo y hemos desarrollado un ambicioso programa de trabajo para 2026 centrado en el desarrollo de ciencia de primer nivel y en fomentar el diálogo a nivel mundial" informan desde Omni™.

Porque en 2026 Omni™ sin duda alcanzará nuevas cotas. El lanzamiento de la próxima edición del libro para este 2026 ofrecerá un análisis profundo de la evidencia científica y práctica más reciente sobre la Reducción de Daños del Tabaco (RDA). Este año también veremos una expansión de su programa de activación global, ya que se está trabajando para iniciar conversaciones significativas con actores clave en nuevos países de todo el mundo.

Pero ¿cuáles son esas Diez Creencias de Omni™ para construir Un Mundo sin Humo?

1.- Un mundo sin humo es posible.
2.- La THR, respaldada por una ciencia sólida, es la mejor ruta hacia un mundo sin humo.



3.- La evidencia respalda la THR hoy en día.
4.- La comunidad de salud pública debería adoptar la THR y las alternativas sin humo, no la prohibición.
5.- El tabaco y la nicotina son solo para adultos y nunca para menores de edad.
6.- Los consumidores adultos de nicotina deben tener acceso a información sobre alternativas sin humo y el derecho a tomar decisiones informadas.
7.- Si no fuma, no empiece. Si fuma, déjelo. Si decide no dejarlo, cámbiese por completo a productos sin humo.
8.- La innovación y un mercado responsable y bien regulado son fundamentales para hacer posible la THR.
9.- Nadie puede impulsar un mundo sin humo solo.
10.- Un Mañana Mejor™ es un mundo sin humo.

Desde Omni™ aconsejan tomarse un momento para considerar estas Diez Creencias y agradecen cualquier comentario al respecto, pues aseguran que. *"ninguna persona ni industria tiene la solución por sí sola. Construir un mundo sin humo requiere un diálogo entre los grupos de interés clave sobre el mejor camino a seguir, un diálogo en el que esperamos que pueda participar".*

¡QUEREMOS TU OPINIÓN!

Cuéntanos qué te gustaría que investiguemos en la próxima edición de Omni™.
info@asmokelessworld.com

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 innovadoras 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.

TAMARIND INTELLIGENCE

• TRENDING TOPIC

El mercado de las bolsas de nicotina está creciendo… pero también la regulación

En 2026, TobaccoIntelligence prevé que el valor del mercado mundial de las bolsas de nicotina alcanzará por primera vez los 10.000 millones de dólares, frente a los 7.900 millones de 2025. Como comparación, el mercado del vapeo tiene un valor aproximado de 40.000 millones de dólares. Este crecimiento de las ventas de bolsas de nicotina estará impulsado por un fuerte aumento del mercado doméstico estadounidense, que se espera que pase de 4.600 millones de dólares en 2025 a más de 6.000 millones en 2026. Algunos mercados europeos también continúan creciendo y sólo esperamos que el negocio de las bolsas se contraiga en un pequeño país europeo –Letonia– en 2026.

Sin embargo, ya estamos viendo claramente cómo muchas regiones del mundo se ven afectadas por un aumento de la regulación de las bolsas de nicotina. Algunos países, como Bélgica y los Países Bajos, han aprobado prohibiciones totales. En otros, están pasando a considerarse oficialmente productos del tabaco, cuando anteriormente se trataban como productos de consumo; se están imponiendo nuevas restricciones a los productos y a su venta, así como nuevos impuestos.



En el caso concreto de España, el borrador de real decreto del año pasado sería, por supuesto, un ejemplo extremo de esta tendencia. Al limitar el contenido de nicotina a 0,99 mg por bolsa, en la práctica prohibiría estos productos.

No obstante, creemos que la próxima versión de la Directiva de Productos del Tabaco (TPD) de la UE hará que las bolsas de nicotina sean legales en toda la Unión Europea bajo un marco unificado. (La prohibición en la TPD es menos probable, aunque no imposible).

Entonces, ¿cuál es la perspectiva regulatoria general para las bolsas de nicotina en España según los analistas de TobaccoIntelligence?

Nuestro Policy Radar –un producto de Tamarind Intelligence que ofrece previsiones sobre cambios regulatorios para productos de nicotina novedosos en todo el mundo– proporciona algunas respuestas.

En el Policy Radar, las distintas áreas de regulación se clasifican como "ligeras", "moderadas" o "estrictas". En el caso de España, la mayor parte de la regulación de las bolsas de nicotina es actualmente "ligera", pero anticipamos que gran parte de ella pasará a ser "estricta".

De hecho, prevemos un cambio de "ligera" a "estricta" en cinco aspectos clave de la regulación de las bolsas en España:

- publicidad, promoción y patrocinio
- envasado y etiquetado
- producto
- uso en espacios públicos
- canales de venta

Las noticias son algo mejores en cuanto al "acceso al mercado y obligaciones de notificación" (es decir, la facilidad para introducir productos en el mercado y mantenerlos en él). En este ámbito, sólo esperamos un aumento de "ligera" a "moderada".

> TobaccoIntelligence cree que la próxima versión de la Directiva de Productos del Tabaco (TPD) de la UE hará que las bolsas de nicotina sean legales en toda la Unión Europea bajo un marco unificado. (La prohibición en la TPD es menos probable, aunque no imposible).

En materia de fiscalidad, prevemos un descenso de "estricta" a "moderada".

Este endurecimiento de la regulación de las bolsas también encaja con una tendencia general hacia normas mucho más estrictas para los productos de nicotina novedosos en España.

Esto se pone de relieve en otra funcionalidad del Policy Radar, que proporciona una cifra de "carga regulatoria" para todos los productos novedosos, incluidos el vapeo y el tabaco calentado, además de las bolsas. Un valor elevado significa que las empresas deben cumplir con regulaciones exigentes; un valor bajo indica que los requisitos son menos estrictos.

En conjunto, asignamos a España una carga regulatoria actual del 22 %, muy cercana a la de Francia (24 %), aunque bastante más elevada que la del Reino Unido (10 %) que, por supuesto, ha sido conocido por su enfoque tolerante hacia los cigarrillos electrónicos e, incluso, por fomentar el vapeo.

Sin embargo, de cara a 2031, creemos que la cifra de España habrá aumentado hasta el 59 %. Francia y el Reino Unido también experimentarán incrementos, pero la carga regulatoria en España será significativamente mayor que en estos otros grandes mercados europeos.

La conclusión es sencilla: el mercado de las bolsas de nicotina se está desarrollando bien, pero la regulación de las bolsas y de otros productos novedosos va a intensificarse.

• NEWS DIGEST

Novedades internacionales relevantes

Una selección de noticias recientes sobre las bolsas de nicotina en todo el mundo muestra que los gobiernos y los responsables políticos están cada vez más preocupados por regularlas, a menudo de forma estricta.

En Argentina, el gobierno de la provincia de Buenos Aires ha emitido una advertencia sanitaria oficial ante el aumento de las ventas y el uso de bolsas de nicotina no autorizadas en la provincia, y aconseja a la ciudadanía evitarlas.

En Bulgaria, parlamentarios del Partido Socialista Búlgaro (BSP), una formación minoritaria dentro de la coalición gobernante, han presentado una propuesta para prohibir completamente las bolsas de nicotina. Que esta prohibición llegue a materializarse podría depender del resultado de las elecciones de este año en Bulgaria.

En Austria, una nueva ley está incorporando las bolsas de nicotina al monopolio del tabaco. Esto significa que, a partir del 1 de enero de 2029, sólo los estancos podrán venderlas. Además, pasarán a estar incluidas en el impuesto sobre el tabaco este mismo año.

En Finlandia, ha entrado en vigor una prohibición de sabores para las bolsas de nicotina, junto con la exigencia de advertencias sanitarias. Sólo se permiten los sabores mentol y menta.

La primera versión de un nuevo informe de la UE sobre salud cardiovascular, presentado a políticos europeos en febrero, pide que "todos los productos de nicotina no medicinales, incluidas las bolsas de nicotina… estén sujetos a las mismas normas sobre límites de edad, aromas, contenido de nicotina, envasado y comercialización que otros productos del tabaco". También insta a adoptar medidas para reducir su asequibilidad y atractivo, como la prohibición de sabores, límites a la concentración de nicotina y una fiscalidad eficaz.

En Tailandia, el Ministerio de Salud ha advertido a los comercios contra la promoción, exhibición y publicidad ilegales de las bolsas de nicotina. Dado que estas se regulan como productos del tabaco, los minoristas no deben mostrarlas de forma visible, aplicándose la misma norma que a los cigarrillos y al tabaco de liar.

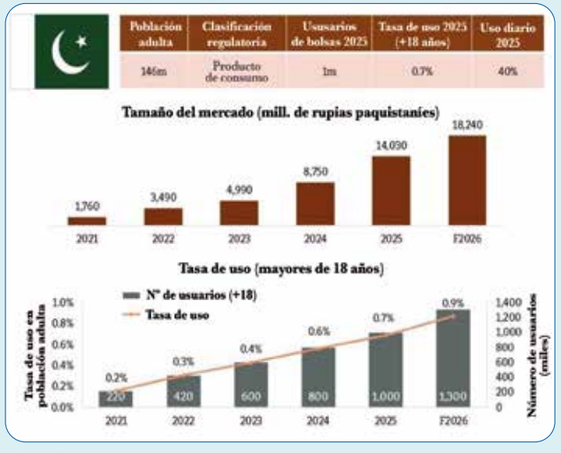
En el estado estadounidense de Arizona, una propuesta legislativa reciente impondría una amplia gama de nuevos requisitos a las empresas vinculadas a las bolsas de nicotina. Exigiría licencias específicas para su venta y fabricación; requeriría sistemas electrónicos de verificación de identidad para comprobar la edad de los compradores; y prohibiría el marketing y el envasado dirigidos a menores de edad.

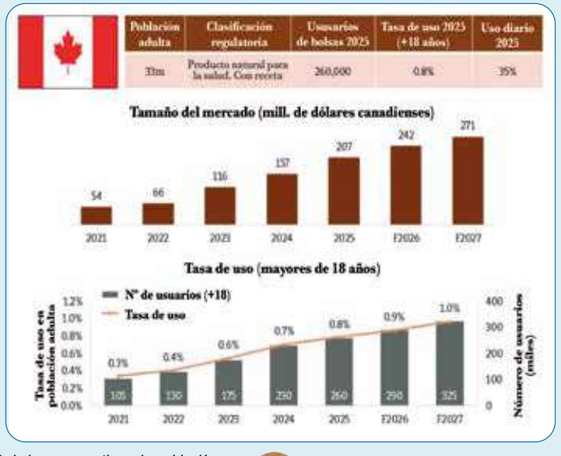
También establecería varias normas para la fabricación de las bolsas, incluida la exigencia de que, para 2028, todos los materiales consumibles se fabriquen y ensamblen íntegramente en Estados Unidos.

Mientras tanto, la Administración de Alimentos y Medicamentos de EE. UU. (FDA) sigue evaluando la solicitud de Swedish Match para obtener el estatus de "producto de tabaco de riesgo modificado" (MRTP) para sus bolsas Zyn. Si se aprueba, Swedish Match podría comercializar Zyn como producto de riesgo reducido. En el proceso se tendrán en cuenta tanto los comentarios del público como la evidencia científica.

DATA CHART: LOS GRÁFICOS

Los gráficos de este mes de TobaccoIntelligence muestran cómo las bolsitas de nicotina pueden prosperar bajo regímenes regulatorios muy diferentes y en culturas muy distintas. Aunque el mercado canadiense se desarrolló antes que el de Pakistán, ambos países han experimentado un crecimiento similar en el uso de bolsitas de nicotina desde 2021.





Nota: *El número de usuarios y las tasas de uso se basan en la población adulta (+18) de las perspectivas de población de las Naciones Unidas; clasificación reglulatoria a diciembre de 2025 (Pakistán) y a enero de 2026 (Canadá).*

TobaccoIntelligence

REPORTAJE

Según TobaccoIntelligence

Fuerte crecimiento de HTPs y bolsas de nicotina en 2026 e incremento regulatorio

TobaccoIntelligence pronostica un crecimiento significativo tanto para el mercado de tabaco calentado (HTP) como para el de bolsas de nicotina en 2026. Se espera que el tabaco calentado crezca hasta alrededor de 36.000 millones de dólares este año, mientras que el de las bolsas de nicotina supoerará los 10.000 millones de dólares por primera vez, frente a los 7.900 millones de dólares que alcanzó en 2025.

Como pronostica TobaccoIntelligence, se espera que el tabaco calentado crezca hasta alrededor de 36.000 millones de dólares este año, impulsado por mercados importantes como Italia, Japón, Rusia y Corea del Sur, donde la industria sigue avanzando con la aparición de nuevos formatos consumibles y la expansión de las líneas de productos ofrecidas por las principales marcas. La industria sigue estando bastante concentrada en Europa y Asia, mientras que la escala de desarrollo del mercado estadounidense dependerá de la solicitud de premercado (PMTA) ante la FDA para la línea Iqos Iluma.

Para las bolsas de nicotina, TobaccoIntelligence predice un aumento hasta los 10.000 millones de dólares. Esto será impulsado por un gran aumento en el valor del mercado interno de EE. UU., que se espera pase de 4.600 millones de dólares en 2025 a más de 6.000 millones en 2026.

Mientras que algunos mercados europeos continúan creciendo, TobaccoIntelligence también ha comenzado a ver otros mercados afectados por la regulación entrante. Curiosamente, Letonia es el único mercado seguido por TobaccoIntelligence que se prevé que disminuya en 2026, cayendo de 14,2 millones a 13,6 millones, tras una disminución similar aunque menor entre 2024 y 2025.

Esto se debe probablemente a la implementación de regulaciones adicionales sobre bolsas de nicotina, incluido un veto de sabores que entró en vigor el 1 de enero de 2025. TobaccoIntelligence espera que los mercados emergentes en otras regiones también muestren desarrollos a lo largo de 2026.

Otras regulaciones previstas podrían tener un impacto similar en el futuro. Parece que hay más novedades para el tabaco calentado que para las bolsas de nicotina en general, a pesar de que el primero está ampliamente regulado en todo el mundo y a menudo cae bajo las regulaciones existentes del tabaco.



La Unión Europea no ha avanzado mucho en la actualización de su Directiva de Productos del Tabaco (TPD) y se prevé que los trabajos comenzarán este año, pero no se alcanzará una posición formal comeplta antes del cierre de 2026.

De cara a 2026 y desde el punto de vista regulatorio, parece que hay más novedades para el tabaco calentado que para las bolsas de nicotina en general, a pesar de que el primero ya está ampliamente regulado en todo el mundo, puesto que a menudo cae bajo las regulaciones existentes del tabaco.

REGULACIÓN

Entidades supranacionales en Europa, como la Unión Económica Euroasiática (EAEU) y la Unión Europea (UE), buscarán implementar regulaciones generales para productos de nicotina. La EAEU ya cuenta con un borrador de estándar común de productos, publicado a finales de noviembre de 2025. Este establece requisitos de producto, notificación y etiquetado para los HTPs y productos de vapeo en toda la EAEU. Actualmente está en consideración por los Estados miembros de la EAEU (Armenia, Bielorrusia, Kazajistán, Kirguistán y Rusia).

En contraste, la UE no ha avanzado mucho en la actualización de su Directiva de Productos del Tabaco (TPD). TobaccoIntelligence predice que los trabajos comenzarán este año, pero no se alcanzará una posición formal completa antes del cierre de 2026.

Individualmente, varios países tienen planes para regular productos alternativos de nicotina que abarcarían tanto bolsas de nicotina como HTPs. Por ejemplo, Montenegro propone introducir un impuesto especial y regular las bolsas de nicotina. Se prevé que Bosnia y Herzegovina agregue regulaciones adicionales para el tabaco calentado y prohíba las bolsas, aunque estas solo se aplicarán a la mitad del país. Mientras tanto, el Reino Unido considerará pasos adicionales, como el empaquetado neutro para HTPs, regulaciones generales para bolsas de nicotina y medidas de licencia para ambos, como parte de su proyecto más amplio de Ley de Tabaco y Vapes.

Las medidas de ambos países incluirían acciones como reforzar las restricciones de publicidad, limitar el uso público y eliminar la exhibición de productos en tiendas. Sin embargo, las medidas propuestas en Bosnia y Herzegovina son significativamente más estrictas que las del Reino Unido, incluyendo una prohibición general de las ventas a distancia, así como la prohibición completa mencionada de la venta de bolsas de nicotina y tabaco oral.

Mientras tanto, Ucrania e Italia buscarán implementar regulaciones únicamente sobre bolsas de nicotina, ya que ambos países ya cuentan con un marco para el tabaco calentado. Una propuesta en Ucrania requeriría requisitos mínimos de producto y etiquetado, mientras que Italia buscará introducir un límite de nicotina, restricciones de empaquetado (incluyendo requisitos de envases a prueba de niños) y obligaciones de etiquetado obligatorio para las bolsas. Como parte del mismo proyecto de ley, Italia aumentará los impuestos sobre HTPs y productos de tabaco calentado a base de hierbas.

A nivel más detallado, se espera que Lituania aumente los impuestos sobre HTPs este año. Actualmente, las bolsas de nicotina están prohibidas en el país, aunque existe una pequeña posibilidad de que esto se revierta en 2026. Se espera que Polonia apruebe una ley que prohíba los sabores no tabaco para las bolsas de nicotina. Y Eslovaquia busca prohibir la venta de productos de nicotina con sabor (con algunas excepciones).

Otros países se unirán a Rusia y Reino Unido sobre la reducción del número de posibles puntos de venta para productos alternativos de nicotina mediante diversas medidas. Entre ellos se encuentra Polonia, donde se discute limitar la disponibilidad física de estos productos; potencialmente Portugal; y España, donde podrían retomarse las conversaciones sobre limitar la venta de productos de nicotina solo a estancos, aunque estas discusiones ya habían fracasado anteriormente.

REINO UNIDO, MÁS PERMISIVO

El Reino Unido adoptará en gran medida un enfoque más permisivo, con una excepción notable: la prohibición generacional de productos de tabaco y productos de hierbas para fumar para cualquier persona nacida a partir del 1 de enero de 2009 sigue en consideración. No está incluida en la Ley de Tabaco y Vapes, pero se espera que se presente por separado en algún momento de 2026, con una propuesta para aplicar reglas de empaquetado neutro al tabaco calentado, tras una consulta cerrada en 2025.

También se incluye en la Ley de Tabaco y Vapes del Reino Unido la creación de un esquema de licencias para minoristas de productos alternativos de nicotina. Se prevé que Rusia implemente un esquema de licencias, así como restricciones minoristas sobre todos los productos que contengan nicotina por primera vez.



Los días 17 y 18 de abril de 2026 en Praga, República Checa

EXPERTOS DEBATEN SOBRE INNOVACIÓN, REGULACIÓN Y TENDENCIAS DE MERCADO

EVO NXT reunirá en Praga (República Checa) a actores internacionales de la industria de los NGP que influyen activamente en el mercado: desde responsables políticos y regulatorios hasta analistas de la industria y el mercado, y minoristas especializados. El enfoque se centra en los beneficios concretos para las empresas: una sólida orientación en un mercado dinámico y cada vez más regulado, intercambio directo con las partes interesadas relevantes y acceso a conocimiento fiable de primera mano. EVO NXT destaca también por su sólido programa de conferencias, desarrollado en estrecha colaboración con importantes socios del ámbito político, regulatorio y empresarial, creando un espacio de diálogo.

El programa de la conferencias reúne a destacadas voces internacionales del ámbito político, regulatorio, industrial, de análisis de mercado y comercial. Reconocidos expertos de organizaciones como la Asociación de la Industria del Vapeo del Reino Unido (UKVIA), la Alianza Europea Independiente del Vapeo (IEVA) y la Alianza Nórdica de Bolsas de Nicotina (NNPA), así como el Instituto Global de la Nueva Nicotina (GINN) y Tobacco Europe, ya han confirmado su participación. Empresas como British American Tobacco (BAT) también han mostrado su apoyo. El programa se complementará con profundos análisis del mercado global de TobaccoIntelligence y Euromonitor. El sector minorista también tendrá una destacada representación, incluyendo la Confederación Europea de Minoristas de Tabaco (CEDT) y de actores relevantes del mercado local de Europa del Este.

EVO NXT es una plataforma orientada al intercambio profesional, la transferencia de conocimiento y la toma de decisiones en una industria marcada por la innovación constante, como dice Angelika Bauer, responsable de Ferias y Servicios de Ferias de Messe Dortmund.

El evento híbrido "Eyes on Brussels" continuará este año. El debate interactivo, que conecta a ponentes, participantes presenciales y quienes siguen la transmisión en directo online, tuvo lugar por primera vez en el marco de EVO NXT 2025. Los visitantes se mostraron entusiasmados con el innovador formato organizado por Tobacco Europe, la organización paraguas europea para fabricantes de productos de tabaco y nicotina. Los oyentes podrán disfrutar de una actualización sobre los últimos acontecimientos políticos en Bruselas y en toda la UE y Nathalie Darge, secretaria general de Tobacco Europe, compartirá información de primera mano con los participantes de EVO NXT.

Entre los ponentes del programa de la conferencia se encuentran Aron Byrne-Carter, experto en innovación de NGP Trends, y Jose Becerril, consultor sénior de Euromonitor International, cuyo tema elegido es "Navegando el futuro: Innovación, regulación y sostenibilidad en la era NGP". Un panel moderado por Marc Reisner, editor jefe de Die Tabakzeitung y Tobacco Journal International, se centrará en innovaciones y nuevas categorías de productos. Robert Casigne, editor jefe de pouchforum.eu, y Jonas Lundqvist, director ejecutivo de la NNPA, abordarán los retos regulatorios en las bolsas de nicotina. Rainer Krüger, cofundador de la Asociación Europea del Cannabis, hablará sobre el mercado de los vaporizadores de cannabis. Y un representante de British American Tobacco hablará sobre Chequia como modelo a seguir en la regulación de estos productos.

Para los expositores, EVO NXT ofrece una plataforma específica para posicionar sus innovaciones y dialogar con los responsables de la toma de decisiones. Los visitantes se benefician de orientación, networking y conocimiento estratégico que contribuye directamente a sus propias decisiones empresariales. EVO NXT se mantiene como un punto de encuentro clave para todos aquellos que no sólo desean observar el futuro de los productos de próxima generación, sino también moldearlo activamente.

Toda la información sobre EVO NXT Praga en www.evo-nxt.com

AMPLIACIÓN DE FORMA PROGRESIVA



Angelika Bauer, responsable de Ferias y Servicios de Ferias de Messe Dortmund, organizadora de EVO NXT, en declaraciones al medio especializado 2Firsts, ha señalado que el evento ha evolucionado desde su primera edición en 2023, ampliando de forma progresiva su programa profesional. A la exposición de productos se suma una agenda de conferencias y talleres que se ha ajustado cada año a los cambios del sector. Un proceso en el que los socios del evento han asumido un papel activo en el diseño tanto de la muestra comercial como de los contenidos del programa.
El enfoque de EVO NXT refleja una tendencia más amplia en los eventos de la industria de la nicotina, donde los asistentes buscan algo más que la presentación de productos. Los formatos de networking y los espacios destinados al diálogo directo entre participantes se han convertido en elementos centrales del encuentro, con actividades específicas orientadas a facilitar contactos entre expositores y visitantes.
La elección de Praga como sede responde a factores de mercado. De acuerdo con Bauer, Europa del Este presenta un crecimiento sostenido en categorías como bolsas de nicotina, tabaco calentado y sistemas electrónicos de administración de nicotina. Países como Polonia, República Checa y Rumanía concentran inversiones tanto de empresas consolidadas como de nuevos actores del sector. El traslado a Praga también busca atraer a empresas de Europa del Este como expositoras.
Este interés se traduce en el desarrollo de capacidades locales de producción, distribución, comercialización e investigación. A ello se suma la diversidad de marcos regulatorios existentes en la región, un aspecto que, según la organización, permite reflejar de forma más amplia la realidad internacional del sector.



EVO NXT, LIDERANDO EL CAMBIO

EVO NXT, que se celebrará en Praga los días 17 y 18 de abril de 2026, es un formato de evento especialmente desarrollado para la industria de productos de última generación y pionero en el sector. Como innovador festival empresarial, EVO NXT combina información exhaustiva, contenido práctico y networking de alta calidad en un entorno que trasciende el concepto clásico de feria comercial. Aquí se reúnen fabricantes, marcas, responsables de la toma de decisiones y expertos del sector para definir conjuntamente los desarrollos, tendencias y desafíos actuales en el mundo de los productos de próxima generación.

En cuatro zonas temáticas, EVO NXT ofrece una visión general completa de los nuevos productos, las tendencias del mercado y las formas de comunicación del sector.

Las ponencias, las cumbres, los paneles y los talleres ofrecen información detallada, soluciones concretas e inspiración valiosa, desde el desarrollo y la regulación de productos hasta la gestión de marcas y las ventas. El intercambio directo con ponentes y expertos de renombre permite aclarar dudas y preparar decisiones de forma eficiente.

Para los expositores, EVO NXT significa acceder a un público especializado altamente cualificado con claros intereses comerciales. En un entorno inspirador, se dialoga en igualdad de condiciones, se forjan nuevas colaboraciones y se generan oportunidades de negocio concretas.

El programa de contenidos se complementa con un concepto de música y entretenimiento cuidadosamente seleccionado que crea un espacio para el networking personal y promueve un diálogo duradero.

EVO NXT combina conocimiento, contactos y experiencia, ofreciendo una plataforma que impulsa activamente el progreso de la industria de NGP y crea un valor añadido tangible para su negocio.



4 ZONAS

EVO NXT está diseñado en torno a cuatro diferentes zonas:

- **E-Zone.** Todo lo relacionado con los cigarrillos electrónicos, sus diferentes rellenos y piezas individuales.
- **Heat Zone.** El segmento HNB (Heat-Not-Burn) en rápido crecimiento: tabaco auténtico, sabor auténtico, sin humo.
- **O-Zone.** Bolsas, productos orales y nuevos métodos alternativos de administración de nicotina.
- **Green-Zone.** Se presenta una amplia gama de productos de cáñamo con y sin CBD.



Vandermarliere Cigar Family España - c/ Martinez Villergas 49, Edif. V - 1ª plta 28027 Madrid – Tel.: +34 910 477 611 - vdm.cigar@jcortes.com

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



Fotos: Adrián Vázquez

Director gerente de Ibertabac Comercial

GABRIEL PORQUERAS

"CELEBRAR 40 AÑOS ES UN HITO QUE NOS LLENA DE ORGULLO Y RESPONSABILIDAD"

La empresa de la familia Porqueras, Ibertabac Comercial, conmemora en este 2026 su cuadragésimo aniversario desde que su patriarca, Alberto Porqueras y su hijo, Francisco, la fundaran en 1986. Eran otros tiempos, como suele decirse, pero veámos cómo evalúa su evolución la generación que ahora la dirige, bajo la batuta de Gabriel Porqueras, su director gerente.

❍ *¿Cómo van a celebrar este aniversario de la compañía??*

Más importante que el cómo, es el qué vamos a celebrar. Y eso lo tenemos claro. Celebrar 40 años en el mercado español es un hito que nos llena de orgullo y responsabilidad. Este aniversario es, ante todo, un reconocimiento a nuestros equipos, socios y especialmente a los estanqueros, que han sido fundamentales en nuestra trayectoria. Lo celebraremos poniendo en valor nuestra historia, fortaleciendo la relación con el estanco y reafirmando nuestro compromiso con la innovación, la adaptación al entorno regulatorio y el desarrollo responsable del negocio en España, con la vista puesta en el futuro. Cuarenta años no se cumplen todos los días. Es una cifra que habla de solidez, adaptación y compromiso. Y nuestra mejor manera de celebrarlo es seguir trabajando durante los próximos 40 años.

❍ *Todo ha cambiado desde que su padre decidiera crear Ibertabac Comercial en 1986. ¿Qué recuerdos tiene de aquel entonces?*

Sería difícil resumir los recuerdos, que son muchos. Recuerdo que para mi padre lo relevante era el marco en que empezábamos a trabajar: la entrada en la Unión Europea. Lo más relevante era que entrábamos a proponer productos europeos (puros, tabaco de liar y pipa) en un mercado monopolístico tradicional. Reconocer la potencialidad de lo que para los españoles eran nuevos productos, con qué velocidad en el tiempo serían aceptados y transitar en los nuevos hábitos de consumo.

Trajimos diferentes propuestas en cigarritos, tabaco de liar y tabaco de pipa de calidad europea. Y siempre tengo presente una frase que me dijo mi padre. *"Si algún día tienes alguna duda sobre si un producto triunfará en España, mira a Europa. Los españoles se acercarán más a Europa que Europa a los españoles. El tabaco de liar llegará a ser parte del mercado español. No sabemos cuánto tiempo tardará en llegar a ser parte del mercado, pero llegará. Hay que acompañar al mercado y a los hábitos de consumo de los españoles y sus nuevas necesidades (que las habrá)".*

❍ *¿Cómo ha evolucionado la empresa en estos años?*

Una empresa familiar que vive y está activa tras 40 años ya en sí es una rareza en España. ¿Cómo lo hemos hecho? Buscando las mejores alianzas en cada momento, bajo criterios de confianza, honestidad y compromiso con ellos. Adaptándose en cada momento al mercado y aportando soluciones y formación a nuestro capital humano.

En estos 40 años, la empresa ha evolucionado al ritmo e incluso en anticipación de los profundos cambios que ha vivido el mercado en España, pasando de un entorno mucho más tradicional a un mercado altamente regulado, profesionalizado y competitivo, lo que nos ha exigido ser más ágiles, eficientes y, sobre todo, más responsables.

También hemos reforzado nuestras marcas, invertido en innovación y optimizado nuestra estructura operativa para adaptarnos a nuevas normativas, cambios fiscales y transformaciones en las preferencias del consumidor adulto. Pero más allá de los cambios estructurales, lo que realmente ha evolucionado es nuestra mentalidad: hoy somos una compañía más tecnológica, más orientada a datos y con una visión estratégica a largo plazo. La clave no es sólo adaptarse al cambio, sino convertirlo en una oportunidad para seguir creciendo de manera sostenible.

❍ *Ibertabac siempre se ha mantenido como una empresa familiar, con su padre primero y con sus hermanos después. ¿Y para el futuro? ¿Seguirá conservando ese ámbito familiar?*

Parece que sí vamos en esa línea. Desde que nuestro padre nos



ARANCHA PORQUERAS

Estudió en el Colegio San Agustín, de Madrid, donde también lo hicieron su padre y sus tíos. Fue en la Universidad Carlos III de Madrid donde se graduó en Ingeniería Industrial con la especialidad de Organización Industrial en 2023. Un año después le otorgaron el Premio de Emprende 2023 por su TFG junto con el sello de emprendimiento en el Suplemento Europeo al Título. Ha colaborado en empresas como Bayer, en Alemania, y Additive Industries, en Holanda, y antes de incorporarse a Ibertabac trabajó para una empresa de gran distribución como jefa de turno liderando un equipo multidisciplinar de más de 100 personas.

❍ ¿Qué supone para usted el haberse incorporado a una empresa con tanta tradición en nuestro mercado?

Ante todo, una gran responsabilidad. No se trata únicamente de asumir un puesto de trabajo, sino de integrarse en un proyecto construido durante décadas con esfuerzo, visión y un fuerte compromiso con nuestros clientes y colaboradores. Formar parte de ella implica respetar su historia, entender los valores que la han sostenido y trabajar para que siga siendo relevante en un entorno cada vez más exigente y competitivo.

Desde la perspectiva de ser la tercera generación, el reto es aún mayor. Supone honrar el legado recibido, pero también aportar una visión renovada que garantice su continuidad y adaptación al futuro, encontrar el equilibrio entre tradición e innovación: preservar la esencia que nos ha permitido consolidarnos en el mercado y, al mismo tiempo, impulsar mejoras, profesionalización y nuevas oportunidades que aseguren la sostenibilidad de la empresa.

❍ ¿Qué espera aportar al legado familiar empresarial?

Espero aportar una combinación de compromiso, preparación, energía y visión estratégica de futuro. Soy consciente de que me incorporo a un proyecto que no comienza conmigo. Por ello, mi primera aportación debe ser el respeto por esa trayectoria y la voluntad de aprender profundamente el negocio. Mi incorporación responde también a la voluntad de contribuir activamente al crecimiento y la modernización de la empresa. Mi objetivo es aportar una perspectiva actual del mercado, una gestión basada en datos, mayor enfoque en la eficiencia y una apuesta decidida por la innovación, la adaptación tecnológica y la mejora continua.

En definitiva, fortalecer lo que ya funciona, introducir mejoras donde sean necesarias y ayudar a que la empresa no sólo mantenga su posición, sino que continúe creciendo de forma sólida y sostenible en los próximos años proyectándola con solidez hacia el futuro.

trasfirió la responsabilidad plena a Francisco, a Ramón y a mí en 2010, hemos seguido juntos. Francisco este 2025 ha finalizado su etapa y, desde el 1 de febrero 2026, se ha incorporado mi hija Arancha.

Nuestra historia está profundamente ligada a la familia. Mi padre inició este proyecto con una visión empresarial clara y unos valores muy sólidos y, posteriormente, mis hermanos y yo asumimos el compromiso de dar continuidad a ese trabajo. Ser una empresa familiar no ha sido sólo una cuestión de propiedad, sino de cultura: cercanía, responsabilidad directa y una visión de largo plazo que nos ha permitido tomar decisiones pensando en la sostenibilidad del negocio y en la estabilidad del equipo. De cara al futuro, nuestra voluntad es mantener ese carácter familiar.



Ramón, Arancha y Gabriel Porqueras.

❍ *¿ Cuáles son los principios de la empresa desde entonces?*

Se pueden resumir en unos pocos principios principales, pero de gran alcance: confianza, honestidad, compromiso, servicio y adaptación (resiliencia y digitalización). De cara a alianzas o partners, confianza, honestidad e inversión; de cara al mercado, clientes (estanqueros y consumidores finales), compromiso, servicio y calidad; de cara a los trabajadores, compromiso y futuro.

La confianza ha sido la base de nuestras relaciones. En un sector tan regulado y exigente, construir relaciones sólidas y duraderas con el estanco y nuestros socios ha sido esencial. Y sólo es posible desde la honestidad, con transparencia y respeto al marco normativo. El compromiso ha marcado nuestra manera de entender el negocio: compromiso con la calidad, con nuestros equipos y con la continuidad del proyecto a largo plazo. A ello se suma el servicio, entendido como cercanía y apoyo constante al punto de venta, escuchando y respondiendo a sus necesidades con agilidad. Y si hay un valor que ha cobrado aún más importancia con los años es la adaptación, lo que hoy llamaríamos resiliencia. El mercado ha cambiado profundamente y nuestra capacidad para anticiparnos, ajustarnos a nuevas regulaciones y evolucionar sin perder nuestra esencia ha sido clave para mantenernos y crecer.

En definitiva, estos valores no sólo nos han definido desde el principio, sino que siguen siendo el eje sobre el que construimos nuestro futuro.

❍ *¿Qué importancia tiene el estanco para una empresa familiar como ésta y cómo es su relación tras tantos años?*

"Para nosotros, la relación con el sector ha sido siempre cercana y basada en la confianza mutua. Al ser una empresa familiar, compartimos con muchos estanqueros una misma forma de entender el negocio: visión a largo plazo, estabilidad y trato directo", señala Gabriel Porqueras.

El estanco es absolutamente estratégico para una empresa familiar como la nuestra. No es sólo un canal de distribución, es nuestro principal punto de contacto con el mercado y con el consumidor adulto. En España, además, hablamos de un modelo único, regulado y profesionalizado, lo que convierte al estanquero en una figura clave dentro de la cadena de valor.

Para nosotros, la relación con el sector ha sido siempre cercana y basada en la confianza mutua y al ser una empresa familiar compartimos con muchos estanqueros una misma forma de entender el negocio: visión a largo plazo, estabilidad y trato directo.

Tras 40 años, esa relación se ha consolidado en el respeto, la colaboración y el diálogo constante. En definitiva, el estanco no es simplemente un cliente para nosotros; es un socio estratégico con el que hemos crecido y con el que queremos seguir construyendo el futuro del sector.

❍ *En ese futuro cada vez cuentan con más peso productos de nueva generación o de potencial riesgo reducido, pero ¿cómo cree que será el futuro del producto básico del estanco, es decir, del tabaco? ¿Y de esos nuevos productos?*

Creo firmemente que el tabaco tradicional seguirá siendo el corazón del estanco durante muchos años. Es un producto con una trayectoria consolidada, que ha formado parte de la cultura y del hábito del consumidor adulto en España durante décadas y que mantiene una base de clientes fieles y constantes.

Si bien los productos de nueva generación están creciendo y ofrecen alternativas, no creo que puedan reemplazar al tabaco en el corto o medio plazo. Su adopción todavía es limitada y muchos consumidores valoran la experiencia, la calidad y la confiabilidad que ofrece el producto clásico. El futuro de este tabaco estará, además, ligado a la capacidad que tenga la Administración de hacer un buen tránsito hacia el otro tabaco legal que no produce humo. Un cambio ordenado, regulado y transparente permitirá que tanto el tabaco tradicional como las nuevas categorías convivan de manera sostenible.

Desde nuestra perspectiva, el tabaco tradicional seguirá siendo la columna vertebral del canal y nuestro compromiso es mantener su presencia con la misma calidad, confianza y servicio que nos ha caracterizado durante 40 años. Dicho de otra manera, Ibertabac se centra en dar a conocer los productos legales y de manera legal que nuestros clientes necesiten en los estancos, a acercar el producto al consumidor final adulto por medio del estanco.

En este sentido, en nuestro ADN no está elegir qué damos a conocer;, sino dar a conocer aquello que nos requieren nuestros clientes y, por tanto, mientras seamos capaces de hacer ese trabajo con calidad y sepamos mantener el servicio en el estanco tendremos futuro.



Por Manuel Babío
Estanquero y abogado
Director de Lotta, Loterías & Tabacos (compraventa de estancos) y de Expertos en Estancos (portal jurídico especializado)





ESTANQUERO: UNA PROFESIÓN DE RIESGO

● **Un régimen sancionador desproporcionado, difícil de justificar.** ● **Cómo evitar fácilmente sanciones de (mínimo) 12.000 euros.**

El régimen jurídico de los estancos es, con diferencia, uno de los más severos y rígidos del comercio minorista español no sólo por la fuerte intervención administrativa inherente al monopolio estatal del tabaco, sino, especialmente, por su régimen sancionador, que presenta un catálogo muy extenso de infracciones graves acompañadas de sanciones económicas mínimas muy elevadas (¡12.000 €!), que pueden llegar a 120.000 €, y que no siempre o casi nunca guardan relación ni suponen un daño real y efectivo a la salud pública, ni otros perjuicios económicos, sanitarios o fiscales relevantes.

Conductas meramente formales, como no presentar declaración para venta de otros productos, incumplimientos documentales o actuaciones interpretadas como contrarias al principio de neutralidad tan básicas como regalar un mechero a quien compra un cartón de tabaco, pueden conllevar abultadas sanciones económicas.

Esta situación plantea una pregunta legítima: ¿es razonable, proporcionado y, sobre todo, justificado el actual régimen sancionador aplicable a los estancos en comparación con otros sectores, regulados o no? Desde nuestro modesto punto de vista, la respuesta es claramente no: ni razonable, ni proporcionado, ni justificado.

Vayamos por partes. Algunas (teóricas) infracciones graves pueden ser tales como:

- Deficiencias en la documentación obligatoria disponible en el establecimiento o en las máquinas de tabaco (o éstas no tengan actualizados los precios).
- Inexactitudes o retrasos en declaraciones responsables o comunicaciones exigidas.
- Incumplimientos formales vinculados al principio de neutralidad comercial (hacer más visible una marca o producto).
- Cartelería o elementos exteriores o interiores que puedan interpretarse como promoción indebida.

Desde luego no es posible que estas conductas sean consideradas como 'graves' por el sentir común de la gente en su concepto general, pero sí encajar en tipos infractores de sanción exageradamente elevada, y siempre con aquel umbral mínimo (12.000 €) que no es posible reducir... salvo que se acepte la sanción, en cuyo caso se pagará –con la tentadora reducción– y se evitarán los costes y demoras de un recurso a los Tribunales de Justicia, tampoco caracterizado por su coherencia y uniformidad de resoluciones. Es entendible la decisión de no perder esa importante bonificación y escapar del costoso y de resultado incierto camino judicial. Y en el ejercicio 2025 las arcas públicas ingresaron por este concepto más de dos millones de euros (un 47% más sobre lo ingresado en 2021).

COMPARACIÓN CON OTROS SECTORES

Se dice que las comparaciones son odiosas, pero en nuestro caso son sencillamente imprescindibles por el elocuente contraste de severidad y proporción con la normativa y praxis que afecta al sector tabacos. En otros ámbitos, los incumplimientos meramente formales suelen calificarse como leves o conllevar sanciones económicas sensiblemente inferiores, reservándose las multas más elevadas (pero también inferiores a las que nos afectan) para supuestos con daño efectivo, reiteración o especial gravedad.
Vamos a comentar únicamente tres casos de otros sectores y otra normativa; pero casos reales y no simples teorizaciones. En ocasiones, como comprobarán, sobran comentarios.

CASO 1: Sector o actividad: Armas

Organismo sancionador: Ministerio Interior
Hecho sancionado: Tenencia de armas (escopeta) con licencia caducada
Ley infringida: Ley Orgánica Seguridad Ciudadana
Calificación infracción: GRAVE
Sanción (horquilla): 300,52 € a 1.202,02 €
Sanción aplicada: archivada por subsanación: multa 90 €.

CASO 2: Sector o actividad: Agroalimentario

Organismo sancionador: Administración Autonómica
Hecho sancionado: Deficiencias de calidad (incorrecto dato de graduación en etiqueta de botella de vino, falta de dos libros de registro, a granel y embotellados).
Ley infringida: Ley 24/03
Calificación infracción: tres faltas graves
Sanción (horquilla): entre 2.001 y 30.000 €
Sanción aplicada: 6.003 € (2.001 € a cada infracción)

CASO 3: Sector o actividad: Turismo

Organismo sancionador: Administración Autonómica
Hecho sancionado: Construcción en zona protegida (inmueble con explotación comercial)
Ley infringida: Ley Patrimonio Cultural
Calificación infracción: GRAVE
Sanción (horquilla): entre 900 y 9.000 €
Sanción aplicada: 6.000 €
Por reconocimiento de responsabilidad y pago voluntario se quedó en 3.360 €.

CONCLUSIÓN

Nuestra reflexión final sobre este apartado quiere incidir, en primer lugar, en que no es de recibo ni puede mantenerse ese régimen y práctica sancionadora, en grotesco agravio comparativo con otras actividades, que además es objetivamente desproporcionado e injustificado. Eso no supone en modo alguno que el sector cuestione la necesidad de control administrativo ni la finalidad de protección de la salud pública y del mercado. Sin embargo, sería necesaria una **revisión normativa** orientada a una **mejor definición y más precisa** de las acciones sancionables (tipificación), calificando como leves incumplimientos meramente formales y/o de escasa entidad, fácilmente subsanables sin daños colaterales y a una **graduación económica más ajustada**. Más bien al contrario, se trataría de reforzar la legitimidad del sistema, alineando mejor la gravedad de la conducta con la intensidad de la respuesta sancionadora. Si es grave, implacable.

Una mejor adecuación normativa no implicaría debilitamiento del control, sino fortalecimiento de la seguridad jurídica y de la percepción de justicia del régimen concesional.

CÓMO EVITAR SANCIONES

La cruda realidad es la vigencia de ese régimen sancionador, pero es importante saber que muchas de las sanciones son evitables con muy poco esfuerzo y dedicación, de tiempo y dinero. Nos centramos, por eso, en las más simples.

1.- Venta a menores: el punto crítico número uno. No es éste un caso en que no esté bien calificada como grave la infracción de esta obligación, ciertamente importante y que además refuerza la imagen de profesionalidad y garantía de la extensa Red de Expendedurías de Tabaco. Pero tampoco parece justificado y proporcionado que por vender un paquete de tabaco a una chica de 17 años y 7 meses, sin invocarse ni constar reincidencia del estanquero o alguna denuncia (control aleatorio de la patrulla en la puerta del estanco) se proponga por el CMT una sanción económica de 24.040,48 €. Se invocaba por el Organismo (porque nos referimos a otro caso real) una especial gravedad por 'tratarse de venta a menores', para no proponer la sanción en su grado mínimo de la nada despreciable suma de 12.000 €; de hecho aquel importe propuesto suponía el 80% del rendimiento anual del estanco afectado. Y no es fácil 'renunciar' a ese descuento de 6.000 € si se acepta la sanción (ya envían muy bien preparado el documento de pago por 18.030,36 €) y además asumir unos costes económicos adicionales de abogado, si se opta por recurrir. En ese caso arriesgó y salió bien.

Sólo queremos remarcar la trascendencia e importancia de este tema y que, aunque parezca una simpleza, es fácil prevenir problemas con unas cautelas e instrucciones para el personal básicas y más control preventivo: ante la duda, solicitar sistemáticamente el DNI.

2.- Defectos documentales o de exhibición en el estanco. Inspecciones. Una parte relevante de sanciones deriva de defectos documentales: declaraciones responsables no presentadas o documentación no disponible o debidamente expuesta durante la inspección. En la actualidad es posible y habitual que el estanco venda otros productos complementarios (botellería, marroquinería, souvenirs...) y son muy pocos los productos o servicios que no se pueden ofertar. Es importante tener en cuenta que para ello no se necesita autorización expresa, pero sí comunicarlo al CMT. Cumplir con ese simple y sencillo requisito evitará una sanción entre 12.000 y 120.000 €:

- Enviar el correspondiente escrito ('Declaración Responsable') cuando queremos empezar con la venta de un nuevo producto.
- Confirmar que los productos actualmente en venta están amparados por la correspondiente 'declaración responsable'; en otro caso, debe hacerse inmediatamente aunque lleve mucho tiempo vendiéndose alguno de ellos.

También es sencilla la colocación en el establecimiento, en sitio visible, de la cartelería obligatoria (Prohibición Venta Menores, Hojas reclamación, etc.) y enmarcar la acreditación de titularidad.
Por otra parte, debemos tener en cuenta que la negativa, resistencia u obstrucción a la acción inspectora del Comisionado o sus mandatarios también constituirá infracción grave. Implementar un protocolo interno de prevención es muy recomendable y reduce significativamente la exposición a sanciones del estanco. También parece fácil:

- Tener copia física y/o digital de la documentación (Resolución autorización CMT, declaraciones responsables y justificantes de presentación, altas en IAE o Censal, datos bancarios, etc.)
- Crear una carpeta específica accesible al personal, preparativa ante una inspección.
- Revisar anualmente la vigencia de la documentación.

3.- Neutralidad comercial y elementos promocionales. El principio de neutralidad comercial impide realizar actuaciones que puedan interpretarse como promoción de productos del tabaco. Algunos expedientes se inician por la entrega de objetos accesorios, cartelería discutible o exposición inadecuada. Como medidas preventivas podemos evitar regalos vinculados a la compra de tabaco, revisar escaparates y mostradores periódicamente o, ante dudas interpretativas, optar por la solución más conservadora.

Conclusión
Una parte importante del riesgo sancionador no deriva de conductas dolosas, sino de descuidos formales o falta de diligencia. Implantar medidas simples, sistemáticas y documentadas reduce sustancialmente la probabilidad de expediente sancionador.

mesa del tabaco Actual

CETARSA reúne a expertos europeos para analizar la reforma de la PAC y el futuro del tabaco

- **Extremadura concentra el 98% de la producción tabaquera nacional y cerca del 20 % de la europea.**
- **La jornada abordó el impacto de la PAC 2028-2034 en un cultivo estratégico para el empleo y la renta agraria.**

CETARSA, Compañía Española de Tabaco en Rama, SA, SME, celebró en Don Benito (Badajoz) en el marco del certamen Agroexpo, en FEVAL (Institución Ferial de Extremadura), la jornada "La reforma de la PAC y el futuro del tabaco", un encuentro de análisis y debate en el que expertos en Política Agraria Común abordaron los principales retos y oportunidades que plantea la próxima reforma de la PAC para el sector agrario y, en particular, para el cultivo del tabaco.

Extremadura, que concentra el 98% de la producción española de tabaco y aproximadamente el 20% de la producción europea, desempeña un papel clave en este sector. Su peso económico es significativo, con más de 2.100 empleos directos y una aportación del 3,2% al PIB agrícola regional. En este contexto, CETARSA, como empresa pública, actúa como un elemento fundamental para sostener la renta agraria y el mantener el empleo en la región, con una plantilla integrada que cuenta con más de un 54% de mujeres.

Durante la jornada se analizaron las líneas estratégicas del próximo Marco Financiero Plurianual y su impacto en la PAC, así como las perspectivas del periodo 2028-2034, con la participación de representantes del ámbito europeo y nacional.

El Chief Policy Advisor de Copa-Cogeca, Paulo Gouveia, que representa la voz de los agricultores y de las cooperativas agrarias en la UE, centró su intervención en "el próximo MFP y la futura PAC", destacando las principales preocupaciones del sector agrario europeo en un escenario marcado por la sostenibilidad, la competitividad y el relevo generacional. Por su parte, el director general de la PAC de la Junta de Extremadura, Juan Eloy Rodríguez Ucedo, expuso las perspectivas de la PAC 2028-2034 y subrayó la necesidad de contar con un marco estable que garantice la viabilidad de las explotaciones agrarias.

Tras las ponencias, se celebró una mesa de debate en la que participaron, además de los ponentes, José María Castilla Baró, director de la Oficina ante la UE de ASAJA, y José Manuel Roche, secretario ejecutivo de Relaciones Internacionales de UPA. El intercambio de opiniones permitió contrastar distintas visiones sobre el papel que debe desempeñar la PAC en los próximos años y su incidencia en cultivos específicos como el tabaco.

La apertura de la jornada corrió a cargo del presidente de CETARSA, Juan Andrés Tovar, quien subrayó el compromiso de la compañía con el análisis y la divulgación de los asuntos que afectan al futuro del tabaco en España y en la Unión Europea. La mesa estuvo moderada por el director general de CETARSA, Ricardo Miranda Rodríguez, quien destacó la importancia de generar espacios de reflexión y diálogo que permitan anticipar los cambios regulatorios y defender los intereses del sector.

Con esta segunda convocatoria de conferencias centradas en temas de interés para el tabaco extremeño, CETARSA refuerza su compromiso con el crecimiento y la estabilidad del sector.





El presidente de CETARSA, Juan Andrés Tovar, subrayó durante la apertura de la jornada el compromiso de la compañía con el análisis y la divulgación de los asuntos que afectan al futuro del tabaco en España y en la Unión Europea.



LOGISTA

ÚNICO OPERADOR LOGÍSTICO EN CUMPLIR UNA DÉCADA CONSECUTIVA COMO LÍDER EN SOSTENIBILIDAD EN EL ÍNDICE CDP

Logista, uno de los mayores operadores logísticos de Europa, cumple una década siendo distinguida en la categoría Leadership con una puntuación de A- del índice CDP (Carbon Disclosure Project), consolidando su posición como referente en sostenibilidad.

Durante la última década, Logista ha reforzando progresivamente sus políticas de sostenibilidad, incorporando iniciativas orientadas a la reducción de emisiones, la mejora de la eficiencia energética y el uso responsable de los recursos naturales. El CDP Scope Report 2025, publicado por la organización sin ánimo de lucro CDP –uno de los referentes mundiales en medición de sostenibilidad corporativa–, ha vuelto a reconocer el esfuerzo de Logista por avanzar en prácticas responsables y le ha otorgado una calificación A- en cambio climático, situándose nuevamente entre las compañías con mejor desempeño en esta materia. En seguridad hídrica, ha recibido la calificación B, que reconoce los avances en la gestión del agua y los sistemas implantados para evaluar y mitigar los riesgos asociados a su uso.



ÚNICO OPERADOR LOGÍSTICO

Logista es el único operador logístico europeo que ha permanecido diez años consecutivos en la categoría Leadership del índice CDP, consolidando una trayectoria sólida en sostenibilidad. La electrificación y renovación de flotas, junto con el uso de combustibles renovables, son ejes centrales de esta estrategia. En este marco, NACEX by Logista, la firma de mensajería urgente de la compañía, impulsa el programa ECOMOBILITY para incorporar vehículos alternativos (tanto eléctricos como híbridos), mientras que en el transporte de medio y largo recorrido se promueve la transición a vehículos Euro VI y el uso de biocombustibles. Gracias a estas medidas, en 2025 el 85% de los kilómetros recorridos fueron de bajas emisiones, con el objetivo de alcanzar el 90% en 2026.

Iñigo Meirás, consejero delegado de Logista, subraya este importante hito: *"Integrar criterios ESG en cada decisión nos hace más resilientes y eficientes. Así ofrecemos a nuestros clientes una logística responsable, fiable y competitiva, reduciendo el impacto ambiental y los riesgos en toda la cadena de suministro".*

COMPROMISO CON LA SOSTENIBILIDAD

Logista cuenta con un sólido posicionamiento en materia de sostenibilidad. La empresa ha sido incluida durante diez años consecutivos en el índice CDP (Carbon Disclosure Project) de compañías más sostenibles, siendo la única empresa de logística en conseguir este hito. A ello se suman otras calificaciones destacadas como las de Sustainalytics y MSCI. Asimismo, ha sido reconocida por sexto año consecutivo en el ranking Diversity Leaders 2026 de Financial Times y Statista, con una puntuación de 72,78/100, manteniendo por segundo año el liderazgo en la categoría Wholesale a escala europea y situándose en el puesto 11 entre las empresas españolas.

Por otra parte, la compañía ha incrementado un 16% la contratación de personas con discapacidad y forma parte de los índices Bloomberg Gender-Equality, Ibex Gender Equality y FTSE4Good.

En este marco, y como continuidad de las iniciativas impulsadas en los últimos años -y que siguen vigentes actualmente-, Logista sigue ampliando sus alianzas para promover la diversidad y la inclusión. En marzo de 2025 renovó su acuerdo con la Fundación Real Madrid para impulsar actividades deportivas con menores con discapacidad de APANID; en abril de 2024 firmó con la Fundación "la Caixa" un acuerdo para incorporar a personas en riesgo de exclusión con acompañamiento de poscontratación; en junio de 2024 apoyó, junto a la Fundación Atlético de Madrid, escuelas de fútbol adaptado; y en septiembre de 2024 se adhirió al Convenio Inserta de Fundación ONCE para potenciar la contratación de personas con discapacidad. Además, mantiene colaboraciones recurrentes con Cruz Roja y otras entidades, y desarrolla un programa de voluntariado con Fundación Integra, que en 2024 reconoció a la compañía por su labor formativa tras haber formado a 337 personas en riesgo de exclusión y con discapacidad.

EN EL PRIMER TRIMESTRE DEL AÑO FISCAL DE 2026

LOGISTA ALCANZA UN BENEFICIO DE EXPLOTACIÓN AJUSTADO DE 100 MILLONES DE EUROS

Logista, uno de los mayores operadores logísticos de Europa, ha presentado los resultados correspondientes a los primeros tres meses del ejercicio fiscal 2026, comprendidos entre el 1 de octubre y el 31 de diciembre de 2025. El Beneficio de Explotación Ajustado alcanzó los 100 millones de euros, un 2% más que en el primer trimestre del año fiscal del 2025.

Durante este periodo, la compañía registró ingresos por valor de 3.399 millones de euros, lo que supone un incremento del 3% respecto al mismo trimestre del ejercicio anterior. Las ventas económicas se situaron en 454 millones de euros, ligeramente por debajo de las registradas en el mismo periodo del año anterior.

Por su parte, el beneficio neto del periodo alcanzó los 71 millones de euros, frente a los 77 millones registrados en el mismo periodo del ejercicio anterior, lo que supone un descenso del 8%, explicado, entre otros factores, por un menor ingreso financiero.

Además, la compañía continúa analizando oportunidades de adquisición de empresas complementarias y sinérgicas en línea con su plan estratégico, con el objetivo de impulsar el crecimiento y la diversificación de su base de negocios.

Iñigo Meirás, consejero delegado de Logista, ha señalado que: *"Seguimos avanzando en la optimización de las integraciones, evaluando además otras posibles oportunidades de crecimiento inorgánico".*



RESULTADOS POR REGIÓN

En Iberia, que suma los mercados de España, Portugal, Países Bajos y Bélgica, los ingresos aumentaron un 3% en el primer trimestre del ejercicio hasta alcanzar los 1.312 millones de euros, mientras que las ventas económicas se situaron en 300 millones de euros, con un leve descenso frente al mismo periodo del ejercicio anterior.

En Italia, los ingresos alcanzaron los 1.223 millones de euros, lo que supone un incremento del 9% interanual, mientras que las ventas económicas ascendieron a 106 millones de euros, un 1% más que en el primer trimestre del año fiscal 2025.

Por último, en Francia los ingresos alcanzaron los 880 millones de euros en el primer trimestre del ejercicio, lo que representa un descenso del 4% respecto al mismo periodo del año anterior, mientras que las ventas económicas se situaron en 50 millones de euros, un 6% menos que en el primer trimestre del ejercicio 2025, debido principalmente a la reducción del volumen de tabaco distribuido en Francia.

LA JUNTA GENERAL DE ACCIONISTAS APROBÓ LA DISTRIBUCIÓN DE UN DIVIDENDO POR UN IMPORTE TOTAL DE 277 MILLONES DE EUROS (2,09 EUROS BRUTOS POR ACCIÓN) IGUALANDO EL DISTRIBUIDO EN 2025.

DIVIDENDO POR IMPORTE TOTAL DE 277 MILLONES DE EUROS

En su Junta General Ordinaria de Accionistas se ha aprobado la distribución de un dividendo por importe total de 277 millones de euros (2,09 euros brutos por acción), igualando el dividendo repartido en el ejercicio anterior. El dividendo aprobado supone un payout del 99% del beneficio neto consolidado.

El dividendo aprobado consolida el dividendo a cuenta del ejercicio 2025, abonado el pasado 28 de agosto de 2025, por importe de 74 millones de euros (0,56 euros brutos por acción), y un dividendo complementario, ordinario y extraordinario, por importe agregado de 203 millones de euros (1,53 euros brutos por acción). El dividendo complementario se abonará el próximo 26 de febrero de 2026. *"Para el 2026, nuestra previsión es mantener un dividendo, al menos, equivalente al de este ejercicio"*, señaló el presidente de Logista, Luis Isasi.

La compañía mantiene así su firme compromiso con la retribución al accionista y su objetivo de ofrecer una remuneración estable y sostenible en el tiempo. Desde su salida a bolsa en 2014, Logista ha repartido cerca de 2.000 millones de euros en dividendos.

JUNTO A LOS LÍDERES TECNOLÓGICOS HP Y APG SOLUTIONS

LOGISTA STRATOR REFUERZA SU APUESTA POR LA INNOVACIÓN PARTICIPANDO EN HIP 2026

Logista Strator, la plataforma tecnológica integral para la gestión del punto de venta, ha estado presente en HIP – Horeca Professional Expo 2026, uno de los eventos de innovación más importantes del sector Horeca y que ha tenido lugar del 16 al 18 de febrero en Madrid.

Esta presencia en la feria supone un hito para la compañía, que presentará su solución integral de gestión, diseñada para mejorar la eficiencia, la seguridad del efectivo, la trazabilidad y la rentabilidad de los negocios, gracias a un ecosistema que combina software avanzado con hardware profesional y tecnología de automatización.

Para este debut en HIP, Logista Strator ha contado con la presencia de tres marcas tecnológicas de referencia:

- HP, reconocida mundialmente por la fiabilidad y robustez de su hardware profesional, ideal para entornos de alta exigencia.
- apg Solutions, fabricante de smarttill, un cajón inteligente que automatiza la gestión del efectivo, reduce pérdidas y ofrece control en tiempo real.
- Datalogic, líder en soluciones de escaneo y captura automática de datos, para una experiencia más rápida, precisa y trazable en el punto de venta.

La combinación de estas marcas permite a Logista Strator presentar una propuesta 360º que centraliza la operativa del negocio, automatiza procesos críticos, mejora la seguridad y facilita una experiencia más fluida tanto para el comercio como para el cliente final.



UNA SOLUCIÓN INTEGRAL QUE TRANSFORMA EL PUNTO DE VENTA

La propuesta de Logista Strator integra en una sola plataforma la gestión completa del negocio, la automatización de procesos para reducir errores y ahorrar tiempo, el control inteligente del efectivo mediante smarttill de apg Solutions, el rendimiento del hardware profesional de HP y la precisión de los escáneres Datalogic.

Esta combinación tecnológica facilita que los comercios optimicen sus operaciones, incrementen la agilidad en tienda, mejoren la experiencia del cliente y tomen decisiones apoyadas en datos reales y actualizados.

PRESENCIA DESTACADA EN HIP 2026

En HIP 2026, Logista Strator ha ofrecido demostraciones en vivo de smarttill, del hardware profesional de HP y de los sistemas de escaneo de Datalogic, además de mostrar casos prácticos que evidencian cómo su solución integral transforma la gestión diaria tanto en Horeca como en Retail. Asimismo, el equipo de Logista Strator ha estado disponible para mantener reuniones con comercios y profesionales interesados en conocer de primera mano sus novedades.

La participación en HIP 2026 refuerza el compromiso de Logista Strator con la transformación digital del comercio y por ofrecer soluciones tecnológicas que transformen la gestión del punto de venta, acercando a los comercios una propuesta completa, moderna y orientada a la rentabilidad.

LOGISTA STRATOR HA PARTICIPADO POR PRIMERA VEZ EN LA FERIA DE HORECA PROFESSIONAL CON UNA PROPUESTA QUE OFRECE A LOS COMERCIOS UNA EXPERIENCIA DE GESTIÓN MÁS EFICIENTE, SEGURA Y RENTABLE.

SOBRE LOGISTA STRATOR

Logista Strator es la plataforma tecnológica especializada en la gestión del retail perteneciente a Logista, que ofrece la mejor solución para cada cliente, adaptándose a las necesidades y asesorando de una manera personalizada. Con una visión 360, se ha consolidado como la solución integral para cualquier negocio, integrando los productos líderes para la gestión del efectivo, control horario, telemetría, etiquetas electrónicas y seguridad, además de servicios que aportan valor al negocio de sus clientes como el cobro de facturas, contenidos electrónicos o conveniencia, creación de páginas web o reformas entre otros.
Más información en logistastrator.com

CREADA EN 1995 E INTEGRADA EN LOGISTA DESDE 2002

NACEX, 31 AÑOS ENFOCADA EN LA EXCELENCIA, LA INNOVACIÓN Y LA SOSTENIBILIDAD

NACEX, la firma de mensajería urgente de Logista, celebra su 31º aniversario reforzando los pilares que han marcado su trayectoria desde su nacimiento el 6 de febrero de 1995: la excelencia en el servicio, la innovación constante y un compromiso firme con la sostenibilidad. Sobre esta base, la compañía ha podido consolidar su posición en sectores estratégicos.

En la actualidad, NACEX ofrece un servicio fiable, ágil y adaptado a las necesidades de clientes de diversos sectores gracias a una sólida infraestructura formada por más de 300 franquicias, 35 plataformas, más de 5.000 colaboradores, una flota superior a los 2.600 vehículos y más de 4.000 puntos NACEX.shop en España y Portugal.

La integración de NACEX en Logista en 2002 fue determinante para alcanzar estas cifras. Su respaldo le ha permitido crecer de forma sostenida, profesionalizar aún más su red y avanzar en su estrategia de internacionalización. La expansión incluyó Portugal en 2006 y la región del Benelux con las adquisiciones de Speedlink y Belgium Parcels Service en 2024.



La satisfacción del cliente es la principal prioridad de NACEX y, para garantizarla, la compañía sigue enfocada en proporcionar un servicio de alto valor añadido y garantizar el cumplimiento de los compromisos adquiridos. En esta línea, continúa impulsando la digitalización de sus procesos mediante tecnologías avanzadas que optimizan la gestión, mejoran la trazabilidad y aumentan la eficiencia.

Un buen ejemplo lo encontramos en el Servicio de Atención al Cliente que ha incorporado tecnologías como la inteligencia artificial y la automatización de procesos para ofrecer a sus clientes un servicio automatizado de consulta del estado de su envío, aumentando al mismo tiempo su capacidad de atención en periodos de alta demanda.

En paralelo, NACEX sigue comprometida con realizar una contribución positiva a la sociedad y al medio ambiente. Así, continúa avanzando en su camino hacia una actividad más sostenible mediante la expansión de su red de puntos de conveniencia NACEX.shop, la apuesta por el ecodiseño y la descarbonización de sus flotas, como parte de una estrategia integral que combina reducción de impacto ambiental y mejora continua del servicio.

Además, NACEX colabora con diversas entidades y proyectos solidarios que impulsan la inclusión, la investigación científica y el apoyo a colectivos en situación de vulnerabilidad, reforzando así su papel como agente de cambio.

Todos los valores y compromisos que han definido a NACEX en sus 31 años de historia están presentes en el nuevo vídeo corporativo de la compañía. La pieza, lanzada recientemente, destaca su foco en la excelencia, la innovación y la sostenibilidad, así como el total compromiso de sus colaboradores y franquiciados, clave para ofrecer un servicio seguro, eficiente y responsable con el entorno.

"Celebrar 31 años de trayectoria sólo es posible gracias a la dedicación de nuestra Red. Ellos son quienes hacen realidad cada envío y quienes, día a día, mantienen vivo nuestro compromiso con la excelencia. Su esfuerzo constante, unido a la confianza de nuestros clientes, nos impulsa a seguir evolucionando y a anticiparnos a las necesidades de un entorno cada vez más exigente. Mi total reconocimiento y gratitud para todos ellos", afirma Manuel Orihuela, director general de NACEX.

CENTRADA EN LA CALIDAD, LA APUESTA POR LA TECNOLOGÍA Y EL RESPETO POR EL MEDIO AMBIENTE, NACEX BY LOGISTA PROPORCIONA UN SERVICIO FIABLE, ÁGIL Y ADAPTADO A LAS NECESIDADES DE SUS CLIENTES, LO QUE LE HA PERMITIDO CONSOLIDAR SU POSICIÓN EN SECTORES ESTRATÉGICOS.

SOBRE NACEX

NACEX, que dispone de una amplia gama de servicios, forma parte de Logista, el distribuidor líder de productos y servicios a comercios de proximidad en Europa. NACEX cuenta con una flota de más de 2.600 vehículos y más de 4.300 colaboradores, así como con una red de 35 plataformas, más de 300 franquicias en España, Portugal, Andorra y Benelux, y más de 4.000 puntos NACEX.shop en España y Portugal.
Más información en www.nacex.com

POR DÉCIMO AÑO CONSECUTIVO

PHILIP MORRIS INTERNATIONAL LOGRA DE NUEVO LA CERTIFICACIÓN TOP EMPLOYER

Philip Morris International ha sido reconocida como Top Employer por décimo año consecutivo por el Top Employers Institute. Esta certificación es una prueba más del firme compromiso de PMI con sus empleados, su cultura y su progreso; consolidando a la compañía como un empleador de referencia centrado en satisfacer las necesidades cambiantes de una plantilla global y multigeneracional.



Fred Patitucci, Group Chief People & Culture Officer de PMI, ha afirmado que *"es un honor para PMI ser reconocida como Top Employer durante diez años consecutivos. Un logro que subraya la calidad y coherencia de nuestras prácticas de personal a escala mundial". "Nos esforzamos por crear un entorno en el que todos se sientan capacitados para crecer, contribuir y prosperar. Este hito refleja la pasión y dedicación de nuestros equipos en todo el mundo. De cara al futuro, seguiremos marcando la pauta del empleo moderno, invirtiendo en crecimiento, inclusión y bienestar para atraer y desarrollar un talento excepcional"*, ha señalado.

En palabras de Adrian Seligman, director general de Top Employers Institute, *"obtener la certificación como Top Employer para 2026 refleja la dedicación de PMI para construir un entorno laboral excepcional que favorezca un rendimiento empresarial sostenido. La sólida alineación entre su estrategia de personas y los objetivos organizativos, junto con su compromiso con la mejora continua, demuestra el impacto de sus prácticas transformadoras. Estamos orgullosos de reconocer a PMI por su significativa contribución a un mundo laboral mejor".*

La certificación Top Employer es el resultado de una evaluación independiente realizada por el Top Employers Institute, que ha reconocido a Philip Morris International como una de las 17 organizaciones internacionales con certificación Global Top Employer. Este reconocimiento marca el décimo año consecutivo en que PMI obtiene esta certificación a nivel global. Además, las afiliadas de PMI han sido reconocidas como empleadores de referencia en 32 países de Europa, Oriente Medio, África y Asia-Pacífico.

Este logro refleja el compromiso de PMI con el desarrollo de una cultura inclusiva y orientada al crecimiento, tal y como se define en PMI DNA, un marco cultural interno basado en valores y comportamientos compartidos que garantiza que prácticamente todos los empleados de PMI en todo el mundo se sientan seguros, escuchados y comprometidos, con un propósito claro y un fuerte sentimiento de pertenencia.

El programa del Top Employers Institute certifica a las organizaciones basándose en la participación y los resultados de su encuesta sobre Mejores prácticas de Recursos Humanos.

ESTE RECONOCIMIENTO PONE EN VALOR LAS PERSONAS, LUGARES Y AVANCES QUE HAN CONTRIBUIDO A LA EXCELENCIA DEL ENTORNO LABORAL EN LA COMPAÑÍA, CONVIRTIENDO A PHILIP MORRIS INTERNATIONAL EN UNA DE LAS MEJORES EMPRESAS PARA TRABAJAR.

SOBRE TOP EMPLOYERS INSTITUTE

Top Employers Institute es la autoridad global en el reconocimiento de la excelencia en las prácticas de gestión de personas. Ayudamos a acelerar estas prácticas para enriquecer el mundo laboral. A través del Programa Top Employers, las empresas participantes pueden ser certificadas y reconocidas como empleadores de referencia. La certificación se otorga en función de la participación y resultados en la encuesta de Mejores Prácticas de Recursos Humanos, que abarca seis áreas y 20 temas como Estrategia de Personas, Entorno de Trabajo, Atracción de Talento, Aprendizaje, Diversidad e Inclusión, y Bienestar.
Más información en www.top-employers.com

SEGÚN FORBES

PHILIP MORRIS SPAIN, ENTRE LAS 100 MEJOR VALORADAS

Philip Morris Spain ha sido reconocida por Forbes España como una de las 100 compañías mejor valoradas del país en su lista Forbes Best Reputation 2026.

En su análisis, Forbes destaca a Philip Morris como *"un buen ejemplo de reputación, marcada por su peso económico y su apuesta por la transición hacia productos sin humo"*. La publicación subraya la certificación de la hoja de tabaco extremeña para tabaco calentado, que refuerza la contribución de la compañía a la sostenibilidad de este cultivo tan relevante para el sector. También pone en valor el crecimiento de la compañía impulsado por su transformación y las inversiones en España y Europa, que avalan solvencia y visión, junto con la capacidad de impulsar innovación



científica, liderazgo femenino y productos menos dañinos orientados a un futuro sin humo.

Este reconocimiento llega diez años después del inicio de la transformación de la compañía en España, que se materializó con el lanzamiento al mercado en 2016 de su primer dispositivo para tabaco calentado. Una década después, esta transformación se consolida con la presencia de sus marcas de tabaco calentado, cigarrillos electrónicos y bolsas de nicotina en los estancos del país, un avance que no sería posible sin el trabajo diario de los estanqueros y todos los profesionales del sector en los puntos de venta.

A nivel global, la transformación de la compañía comenzó en 2008 y desde entonces se han invertido 14.000 millones de euros en la investigación, fundamentación científica y desarrollo de los productos sin humo de la compañía. Actualmente, estos productos están ya presentes en 100 mercados y son utilizados por más de 41 millones de consumidores adultos en todo el mundo, representando el 41 % de los ingresos netos de la compañía a nivel global.



JTI

CLAUDIO FERREIRA, NUEVO DIRECTOR GENERAL PARA IBERIA

JTI, compañía tabaquera líder a nivel mundial, ha anunciado el nombramiento de Claudio Ferreira como nuevo director general para su división en Iberia, que incluye los mercados de España peninsular, Islas Canarias, Portugal, Andorra y Gibraltar. Ferreira toma el relevo de John Freda, quien continuará desarrollando nuevas responsabilidades dentro del grupo en el ámbito internacional.

Con el nombramiento de Claudio Ferreira, JTI refuerza su apuesta por el liderazgo interno y por una visión estratégica de largo plazo en un mercado clave para la compañía. Tras los resultados positivos del último año en España, con una evolución sólida del negocio y avances relevantes en su estrategia de productos de riesgo reducido, entre los que destaca el lanzamiento de Ploom AURA, la nueva generación de su dispositivo de tabaco calentado. Con ello, España y el clúster ibérico se consolidan como mercados prioritarios de JTI a nivel mundial.



Claudio Ferreira acaba de ser nombrado nuevo director general de JTI Iberia, que comprende los mercados de España, Portugal, Andorra y Gibraltar.

UNA TRAYECTORIA INTERNACIONAL DE MÁS DE DOS DÉCADAS EN JTI

Claudio Ferreira cuenta con más de 20 años de experiencia en JTI, donde ha desarrollado una sólida carrera internacional en distintas regiones y áreas estratégicas del negocio. Se incorporó a la compañía en Brasil en 2002, liderando el departamento de Marketing Intelligence para la región de América y posteriormente ocupó diversos cargos de responsabilidad en Commercial & Trade Marketing.

En 2010, se trasladó a la sede central de JTI en Ginebra, donde fue nombrado tres años más tarde vicepresidente de Camel. Posteriormente, en 2015, asumió la dirección de Marketing & Sales para Europa del Este, antes de ser nombrado director general de JTI Brasil en 2018, con base en São Paulo.

Desde noviembre de 2022, Ferreira ha liderado el negocio de Global Travel Retail, una de las áreas estratégicas en crecimiento dentro del grupo a nivel mundial. Ahora, asume el puesto de director general de JTI en Iberia *"con el compromiso de consolidar el liderazgo alcanzado por la compañía en la región, impulsando un crecimiento responsable y reforzando la innovación y el desarrollo del talento interno en un entorno en constante evolución"*, señala.

CLAUDIO FERREIRA CUENTA CON MÁS DE 20 AÑOS DE EXPERIENCIA EN JTI, DONDE HA DESARROLLADO UNA SÓLIDA CARRERA INTERNACIONAL EN DISTINTAS REGIONES Y ÁREAS ESTRATÉGICAS DEL NEGOCIO. SE INCORPORÓ A LA COMPAÑÍA EN BRASIL EN 2002, LIDERANDO EL DEPARTAMENTO DE MARKETING INTELLIGENCE PARA LA REGIÓN DE AMÉRICA.

Desde 1975
J. Roig Pañella
Agente de la Propiedad Inmobiliaria
Experiencia, discreción y eficacia
en la venta de estancos en Cataluña y Baleares
Taquígrafo Garriga, 105 • 08029 Barcelona
Móvil: 629 478 404 • jroig@jrpimmobiliaris.com
Tf. 93 322 26 00 • www.jrpimmobiliaris.com

GLOBAL TOP EMPLOYER POR DUODÉCIMO AÑO CONSECUTIVO

JTI REFUERZA SU POSICIONAMIENTO COMO TOP EMPLOYER EN ESPAÑA, PORTUGAL Y ANDORRA

JTI (Japan Tobacco International) ha sido reconocida un año más como Top Employer en España, Portugal y Andorra, consolidando su compromiso con la excelencia en el entorno laboral y el desarrollo de sus empleados. En España, JTI ha obtenido la certificación Top Employer por decimocuarto año consecutivo, situándose en la séptima posición dentro del top 10 del ranking nacional. En Portugal, la compañía alcanzó el primer puesto del ranking, mientras que en Andorra continúa siendo la única empresa certificada como Top Employer desde 2021.

Este reconocimiento se enmarca en el programa global del Top Employer Institute, que evalúa y certifica a las organizaciones que destacan por sus mejores prácticas en gestión de personas. A nivel mundial, el instituto ha certificado a cerca de 2.500 compañías en 131 países, reconocimiento el impacto positivo en la vida laboral de más de 14 millones de empleados.



Equipo de People & Culture de JTI Iberia.

JTI, DE NUEVO GLOBAL TOP EMPLOYER 2026

La compañía ha renovado además su certificado como Global Top Employer por duodécimo año consecutivo, situándose un año más entre las 17 compañías reconocidas a nivel global.

En esta edición, JTI ha obtenido la certificación en 50 países y 51 entidades, tres más que en 2025. Cerca de 40 mercados del grupo han alcanzado posiciones destacadas en sus rankings locales con los 14 primeros puestos, 5 segundos puestos y 8 terceros puestos. A nivel regional, se ha situado en segunda posición en África, Asia – Pacífico y Oriente medio, y en tercera posición en Europa.

COMPROMETIDA CON LAS PERSONAS CON RESULTADOS SÓLIDOS

El proceso de certificación se basa en una evaluación exhaustiva que incluye 244 criterios relacionados con la estrategia y desarrollo del talento, el bienestar, la diversidad e inclusión y la cultura corporativa. Como resultado de este compromiso, JTI ha alcanzado este año una puntuación media global del 97% mejorando sus resultados respecto a años anteriores.

"En JTI ponemos a las personas en el centro de todo lo que hacemos, porque sabemos que atraer talento es solo el primer paso; retenerlo y cuidarlo es lo que marca la diferencia. Esta certificación como Top Employer refleja que nuestra estrategia centrada en la persona está funcionando y siendo valorada por quienes forman parte de la compañía", señala Mike Macapagal, People & Culture Director de JTI Iberia.

Macapagal destaca que *"cerrar 2025 con nuestro séptimo puesto en España y el reconocimiento como Global Top Employer hace tangible nuestro compromiso con crear un entorno donde las personas puedan crecer tanto profesional como personalmente. Para nosotros, la excelencia no es un objetivo estático, sino un compromiso continuo con el bienestar, la inclusión y el desarrollo de nuestra gente"*.

SOBRE JTI

JTI, miembro del Grupo JT, 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. 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 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, emplea a más de 46.000 personas.

JTI Iberia está constituida por los mercados de España, Portugal, Andorra y Gibraltar, donde emplea a cerca de 1.000 personas y comprende todas las operaciones comerciales en sus 4 sedes, su hub Global de IT 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.

PARA AMPLIAR LA PRODUCCIÓN DE TABACO SIN COMBUSTIÓN

BAT ANUNCIA UNA INVERSIÓN DE 500 MILLONES DE EUROS EN TRIESTE (ITALIA)

British American Tobacco (BAT) prevé reforzar su presencia industrial en Italia mediante una inversión acumulada de 500 millones de euros en su centro de innovación de Trieste hasta el año 2027. El plan contempla la incorporación de 16 nuevas líneas de producción destinadas a productos de tabaco de próxima generación, como dispositivos electrónicos y tabaco calentado, según informa 2Firsts.

El director ejecutivo del grupo, Tadeu Marroco, realizó el anuncio durante una visita institucional a Roma, donde mantuvo encuentros con autoridades y representantes del sector. Según explicó, la estrategia de la compañía incluye la modernización de equipos, el desarrollo tecnológico y la ampliación de la capacidad productiva en el país.

Marroco señaló que Italia mantiene un papel relevante dentro de la cadena industrial del grupo. Indicó que cerca del 80% de la maquinaria adquirida por BAT para sus plantas a nivel global es suministrada por empresas italianas. Además, más del 80% de los proveedores de la compañía en Italia corresponden a pequeñas y medianas empresas nacionales.



En relación con el marco fiscal, el directivo afirmó que los incrementos plurianuales de los impuestos especiales previstos en el último presupuesto italiano, que podrían alcanzar hasta 0,15 euros por paquete en 2026, han sido considerados en la planificación de la empresa. BAT estima que estas medidas tendrán un impacto limitado en sus operaciones. La compañía aporta aproximadamente 2.000 millones de euros anuales al Estado italiano en concepto de impuestos especiales e IVA. Marroco también destacó que la estabilidad fiscal contribuye a contener el comercio ilícito, que representa alrededor del 4,5% del mercado en Italia.

NUEVAS LÍNEAS DE PRODUCCIÓN

Respecto al abastecimiento agrícola, BAT prevé adquirir hasta 15.000 toneladas de tabaco producido en Italia entre 2026 y 2028. Esta compra se realizará en el marco de un protocolo trienal renovado en 2025 con el Ministerio de Agricultura, Soberanía Alimentaria y Bosques (MASAF), y dará soporte a más de 400 pequeñas y medianas empresas del sector, que emplean a unas 6.000 personas.

TADEU MARROCO, DIRECTOR EJECUTIVO DE BAT, HA SEÑALADO QUE LA ESTRATEGIA DE LA COMPAÑÍA EN ITALIA INCLUYE LA MODERNIZACIÓN DE EQUIPOS, EL DESARROLLO TECNOLÓGICO Y LA AMPLIACIÓN DE LA CAPACIDAD PRODUCTIVA EN EL PAÍS.

El centro de innovación de Trieste, inaugurado en 2023, ampliará su capacidad con las nuevas líneas de producción, lo que permitirá duplicar el volumen inicialmente previsto en el plan industrial. Una vez que las nuevas líneas entren en funcionamiento a plena capacidad, se estima que la actividad del complejo tendrá un impacto laboral equivalente a unas 2.700 personas durante un período de cinco años.

A la izquierda, Tadeu Marroco, director ejecutivo de BAT. Abajo, el Innovation Hub de Trieste, en Italia.



En cuanto a la evolución del portafolio de productos, BAT informó que los productos no combustibles representan actualmente alrededor del 18% de los ingresos del grupo a nivel global, mientras que en Italia esa proporción se sitúa en torno al 45%. El objetivo corporativo es alcanzar el 50% de los ingresos procedentes de este tipo de productos para el año 2035. La empresa destina aproximadamente 350 millones de libras anuales a investigación científica.

Asimismo, Marroco adelantó que los resultados financieros correspondientes a 2025 se presentarán próximamente y señaló que el desempeño en el mercado estadounidense, que concentra cerca del 50% de los ingresos del grupo, ha mostrado una evolución favorable, aunque indicó que los procesos regulatorios prolongados pueden influir en los plazos de innovación y en la aparición de productos no regulados.



TAMBIÉN ES TOP EMPLOYER EN ESPAÑA

BAT, MEJOR EMPLEADOR GLOBAL

BAT se enorgullece en anunciar que ha sido nombrada Mejor Empleador Global por noveno año consecutivo por el Top Employers Institute. La certificación de Mejor Empleador reconoce a las empresas que ofrecen prácticas laborales de primera clase, permitiendo a los empleados desarrollarse personal y profesionalmente, a la vez que impulsan los resultados empresariales.



Además de este reconocimiento, BAT también ha sido nombrada Mejor Empleador en cinco regiones y 44 países de todo el mundo. Cora Koppe-Stahrenberg, directora de Recursos Humanos de BAT, ha afirmado: *"Ser reconocidos como uno de los Mejores Empleadores a Nivel Mundial por noveno año consecutivo, y alcanzar un récord de 44 mercados certificados, es un momento de orgullo para BAT. Este hito refleja nuestro firme compromiso con la creación de un entorno inclusivo, solidario y de alto rendimiento donde nuestros empleados puedan prosperar y crecer. Nuestro éxito se basa en nuestra gente, y seguiremos invirtiendo en su desarrollo y en nuestra cultura a medida que transformamos nuestro negocio y creamos Un Mañana Mejor™".*

Con presencia en 125 países y regiones, Top Employers Institute es la autoridad mundial en certificación, evaluación comparativa y asesoramiento en RR. HH. y certifica a las organizaciones basándose en los resultados de su Encuesta de Mejores Prácticas de RR. HH., que abarca seis áreas y 20 temas, entre ellos, Estrategia de Personas, Entorno Laboral, Adquisición de Talento, Aprendizaje, Diversidad, Equidad e Inclusión, y Bienestar.

Adrian Seligman, director ejecutivo de Top Employers Institute, ha comentado: *"BAT ha demostrado una capacidad excepcional para alinear su estrategia de recursos humanos a nivel global, garantizando al mismo tiempo experiencias significativas y relevantes a nivel local para los empleados en todos los mercados certificados, un sello distintivo de las organizaciones que ofrecen un sólido rendimiento empresarial, movilidad del talento y resiliencia de la fuerza laboral. Este logro sitúa a BAT entre un selecto grupo de empleadores que marcan la pauta en estrategia de recursos humanos a nivel internacional. Nos enorgullece enormemente continuar nuestra colaboración con ellos, ya que inspiran la excelencia en la comunidad global de RR. HH."*

La Certificación Global es el máximo nivel de reconocimiento y las organizaciones certificadas obtienen acceso a información de referencia global, recomendaciones basadas en datos, validación de expertos y mejores prácticas para fortalecer su estrategia de recursos humanos. También se benefician de una imagen de marca de empleador mejorada, un enfoque estratégico más claro, una mejor toma de decisiones y una mayor capacidad para demostrar su impacto ante líderes, juntas directivas y mercados de talento, así como poder conectarse con una comunidad global de Top Employers certificados.

TOP EMPLOYER ESPAÑA 2026

BAT es Top Employer España 2026, un logro que mantiene ininterrumpidamente desde hace 18 años, figurando en el puesto 14 de 146 en el ranking nacional. *"Este reconocimiento reafirma nuestro propósito y compromiso de construir una cultura que impulsa el desarrollo y el crecimiento, cuida de cada persona que forma parte del equipo y acompaña la transformación. En BAT Iberia demostramos cada día que para liderar el cambio hay que empezar por las personas"*, ha afirmado Francisco Serrano Torregrosa, director de RR.HH. de BAT para España y Portugal.

BAT también ha lanzado sus nuevas Leadership Capabilities, que definen las habilidades y comportamientos necesarios para liderar en un entorno en constante transformación y ha impulsado BAT Vibes, un club social corporativo para reforzar la cultura y el sentido de pertenencia con el que fortalecer los vínculos entre las personas, fomentar la comunidad y promover una participación activa de todos los equipos en la construcción de Un Mañana Mejor Juntos.

MERCADOS CERTIFICADOS

BAT alcanza el estatus de Top Employer Global al estar certificada en 44 mercados de todo el mundo:

- África: Argelia, Kenia, Mozambique, Nigeria y Sudáfrica.
- Asia-Pacífico: Bangladés, China, Indonesia, Kazajistán, Malasia, Pakistán, Singapur, Corea del Sur, Sri Lanka, Taiwán, Uzbekistán y Vietnam.
- Oriente Medio: Jordania, Arabia Saudita y Emiratos Árabes.
- Latinoamérica: Argentina, Brasil, Chile, Colombia, Paraguay y Perú.
- Norteamérica: Canadá, Costa Rica, México.
- Europa: Alemania, Bélgica, Croacia, Dinamarca, España, Francia, Grecia, Italia, Países Bajos, Rumanía, Serbia, Suecia, Turquía, Ucrania y Reino Unido.





ÁNGEL ANTONIO GARCÍA MUÑOZ

Nueva vitola de VegaFina Serie 2, San Juan de la Maguana

San Juan de la Maguana está en el centro del Valle del mismo nombre, con la Cordillera Central al norte y al este y la Sierra de Neiba al sur, donde las vegas de tabaco se extienden entre montañas y ríos, lo que ha servido para que los maestros de Tabacalera García obtengan las hojas para crear una Edición Limitada como el VegaFina Serie 2 San Juan de la Maguana.



En la región occidental de la República Dominicana, el río San Juan es el principal agua que riega las vegas de tabaco de donde se han seleccionado las hojas para este nuevo cigarro de VegaFina y que los maestros dominicanos han cuidado con esmero desde las plantaciones hasta la fábrica consiguiendo que, desde la tripa hasta la capa, pasando también por el capote, el cigarro esté construido todo con producto agrícola dominicano.

EL VEGAFINA SERIE 2 SAN JUAN DE LA MAGUANA TIENE UN MAGNÍFICO TIRO Y UNA COMBUSTIÓN REGULAR, PARA LO CUAL ES BASTANTE POSITIVO EL HECHO DE HABER CORTADO TANTO LA CABEZA COMO EL PIE CON UN CORTAPUROS.



La cantidad de tabacos de esta Edición Limitada de VegaFina es de 16,55 gramos.

Envueltos en una caja especialmente diseñada para la ocasión con una serie de pinturas muy atractivas, el Serie 2 San Juan de la Maguana es un cigarro de Edición Limitada, con formato de doble figurado, una longitud de 146 milímetros y de cepo 42 –que en este caso se mide por la mitad del puro–, que viene envuelto en celofán.

Ya en el primero de los tercios de la fumada del cigarro que nos ocupa, se muestra su carácter y fortaleza con la constatación de que las hojas que lo conforman han tenido no sólo un buen seguimiento de los expertos, sino también un añejamiento especial.

Avanzada la combustión de nuestro doble figurado, que ha sido bautizado como vitola de galera con el nombre de Sanjuaneros, entramos en la mejor disposición para percibir toques de mayor fortaleza, que se unen a rastros de pimienta negra, en un sentido para nada habitual de los cigarros dominicanos.

A pesar de su buena cantidad de tabaco, pues tiene más de 16 gramos, el VegaFina Serie 2 San Juan de la Maguana tiene un magnífico tiro y una combustión regular, para lo cual es bastante positivo el hecho de haber cortado tanto la cabeza como el pie con un cortapuros.



EN EL CORAZÓN DEL VALLE DE SAN JUAN DE LA MAGUANA, DONDE LAS VEGAS DE TABACO SE EXTIENDEN ENTRE MONTAÑAS Y RÍOS, ES EL LUGAR EN EL QUE NACE ESTA EDICIÓN LIMITADA DE VEGAFINA SERIE 2 QUE RINDE HOMENAJE A LA TIERRA Y AL ALMA DE LA REPÚBLICA DOMINICANA.



VegaFina Serie 2 San Juan de la Maguana se presenta en cajas de 12 cigarros.

Ya en el último de sus tercios aparecen, junto a los toques picantes, algunos otros de tipo amaderado y tostado, junto con los cuales se pueden vislumbrar muy tenuemente ligeras notas de cacao, lo que nos lleva a finalizar la degustación con casi una hora.

VEGAFINA SERIE 2 SAN JUAN DE LA MAGUANA



FORMATO
Longitud: 146 mm.
Diámetro: 20,64 mm.
Cepo: 52
Peso: 16,55 gr.

TABACO
Capa, capote y tripa: República Dominicana.

ANTES DE ENCENDER
Color: maduro.
Aroma: vegetal.
Gusto: meloso.

FUMADA
Cigarro con gran carácter desde sus comienzos, con rastros de tabacos bien añejados, en el que la pimienta negra y una fortaleza nada común en los puros dominicanos se hallan presentes a lo largo de sus tres tercios.

TIEMPO DE FUMADA
50/55 minutos.

TIRO
Excelente.

CENIZA
Gris de tonos oscuros.

PRESENTACIÓN COMERCIAL
Caja de 12 cigarros.

PVP: 7,80 €/ud.
93,60 €/caja.

COMENTARIO
Esta Edición Limitada de VegaFina nos arrolla desde los principios de la degustación por sus toques picantes con una evolución mantenida en la que también la tierra y la madera se combinan perfectamente para ofrecer una atractiva fumada para los aficionados que desean un cigarro fuerte, pero sin aristas en boca.

ÁNGEL ANTONIO GARCÍA MUÑOZ

Dos Habanos diferentes por muy diversas razones porque si bien el Montecristo No. 2 representa uno de los formatos y sabores más clásicos del vitolario, en el caso del Vegueros Centrogordos nos encontramos con un puro que es muy moderno, con la característica especial de poseer una de las mayores fortalezas (5 sobre cinco) y que se fabrica en la propia provincia de Pinar del Río.

MONTECRISTO Nº 2



FORMATO
Longitud: 156 mm.
Diámetro: 20,64 mm.
Cepo: 52
Peso: 16,87 gr.

TABACO
Vuelta Abajo (Pinar del Río, Cuba).

ANTES DE ENCENDER
Color: maduro claro.
Aroma: herbáceo fuerte.
Gusto: vegetal.

FUMADA
En el primero de sus tercios se muestra con carácter y buenos vestigios de sabor tabaquero, para seguir su evolución con tonos ligeramente picantes, toques terrosos muy claros y finalizar la combustión con mayor fortaleza y pujanza de sabores.

TIEMPO DE FUMADA
75/80 minutos.

TIRO
Excelente.

CENIZA
Gris más bien tirando a oscuro.

PRESENTACION COMERCIAL
Cajas de 10 y 25 y envases de tres cigarros.

PVP: 25,80 €/cigarro.

COMENTARIO
Es uno de los figurados más apreciados por los aficionados, que encuentran en el mismo un gran tiro, mucho tabaco en su interior y la ligada más clásica de la marca Montecristo, de una fortaleza más bien alta (cuatro sobre cinco), que aporta percepciones muy sensibles de un buen añejamiento.

VEGUEROS CENTROGORDOS



FORMATO
Longitud: 100 mm.
Diámetro: 21,43 mm.
*Cepo:*54
Peso: 10,67 gr.

TABACO
Vuelta Abajo (Pinar del Río, Cuba).

ANTES DE ENCENDER
Color: colorado maduro.
Aroma: herbáceo.
Gusto: picante.

FUMADA
Carácter y fortaleza se expresan desde sus inicios que, conforme avanza la combustión, nos hace llegar tonos terrosos y muy ligeramente amaderados para terminar, en el último de sus tercios, con algunos toques picantes mientras asciende la pujanza de sabores.

TIEMPO DE FUMADA
25/30 minutos.

TIRO
Perfecto.

CENIZA
Color gris oscuro.

PRESENTACION COMERCIAL
Latas de 16 y estuches de cuatro cigarros.

PVP: 7,50 €/cigarro.

COMENTARIO
Excelente habano elaborado en el mismo Pinar del Río, al que sus maestros ligadores le han dado una proporción de tabacos que ofrece una fortaleza catalogada de cinco sobre cinco, con una combustión estupenda gracias a su esmerada elaboración en galera.



La firma nicaragüense de cigarros premium se remonta a 1886

Oliva y Vandermarliere, 10 años juntos

Todo comenzó en 1886, cuando Melanio Oliva decidió cultivar tabaco en la región de Pinar del Río, Cuba. Este valiente cultivador incluso pausó su labor para luchar en la Guerra de Independencia de Cuba (1895-1898). Tras la contienda, retomó su pasión por el tabaco, y así nació una tradición que perdura hasta hoy, donde las familias Oliva y Vandermarliere acaban de cumplir 10 años juntos.

La pasión por el tabaco siempre ha estado presente en la familia Oliva desde entonces y, ya en la década de 1920, el hijo de Melanio, Facundo Oliva, tomó las riendas de la plantación. Pero los tiempos cambiaron y con la llegada del triunfo de la revolución cubana en 1959, la familia decidió buscar nuevos horizontes y Gilberto Oliva, nieto de Melanio, se refugió inicialmente en España para seguir comercializando tabaco antes de afincarse en Nicaragua, donde encontró tierras fértiles para continuar con la tradición familiar.









Arriba, Gilberto Oliva. A la izquierda, campo de cultivo de Oliva, fachada de la fábrica Tabolisa, y Gilberto Oliva jr., Fred Vandermarliere y José Oliva.

Décadas más tarde se vio obligado de nuevo a abandonar Nicaragua para empezar de cero, buscando el mejor tabaco en los campos de Honduras, Panamá, México e, incluso, Filipinas, para finalmente de vuelta en Nicaragua encontrar un terreno fértil y establecerse de nuevo en el país.

La historia de Oliva no termina ahí. La cuarta generación, algunos de ellos nacidos y criados en los Estados Unidos, tenían el deseo de convertir el excelente tabaco de la familia en finos cigarros hechos a mano. Fue ese deseo de Gilberto y su hijo, Gilberto Jr, el que dio origen a la empresa Oliva Cigar Company en 1995, durante el denominado «boom del cigarro».

Al principio, los producían en la fábrica de Néstor Plasencia en Nicaragua, pero pronto establecieron su propia producción en Estelí. Desde entonces, no han dejado de deleitar a los aficionados con puros de alta calidad y la historia ha demostrado que fue la decisión más acertada. A pesar de los tiempos difíciles, la familia Oliva nunca perdió la esperanza y todos los esfuerzos se vieron recompensados con el reconocimiento de las marcas Oliva.

Lo que Melanio Oliva no podía saber era que, al otro lado del mundo, en un pequeño pueblo belga, un alma gemela seguía un camino similar. La familia Vandermarliere, creadora de la empresa J. Cortés Cigar Company, compartía la misma pasión por los cigarros, la tradición y la familia. Ambas familias creían en el futuro del tabaco y en la importancia de los productos de calidad.

> En 2016, Oliva Cigars y Vandermaliere Cigar Family unieron sus caminos y su pasión por el tabaco y los productos de calidad.

La generación actual ha heredado esos valores, que constituyen la base de su estrategia global. Esos valores comunes y un poco de destino supuso la unión de estas dos grandes familias de cigarros. A partir de ese momento, dos bisnietos, Fred y José, se ponen al frente de estas dos dinastías familiares ahora unidas. Para beneficio de los amantes de los cigarros, las tradiciones del pasado se conservan y se apoyan mutuamente a ambos lados del Atlántico. Se trata de una unión de dos familias, de dos continentes, con una historia y una filosofía indistinguibles e intercambiables. Juntas continúan escribiendo nuevas páginas en la ilustre y rica historia de las familias Oliva y Vandermarliere.

Cigarros Oliva es propiedad de la familia Vandermarliere, dueños de la empresa belga de cigarros J. Cortès, quienes adquirieron Oliva Cigar Co. en el verano de 2016. Aunque la marca cambió de dueños, la familia Oliva mantuvo su participación en el cultivo y la producción, operando principalmente en Nicaragua.



Tabacalera

Hoyo de Monterrey Le Hoyo de Río Seco 160 Aniversario: elegancia y tradición en una edición limitada para España

Con motivo del 160 aniversario de la creación de la marca Hoyo de Monterrey, nace Le Hoyo de Río Seco 160 Aniversario, una edición especial y exclusiva para el mercado español que rinde tributo a una de las marcas más refinadas del portafolio de Habanos.



Históricamente reconocida por su estilo elegante, aromático y equilibrado, Hoyo de Monterrey se ha distinguido desde sus orígenes por una ligada de fortaleza suave, apreciada por aficionados que buscan complejidad sin excesos y sutileza sin renunciar al carácter.

Hoyo de Monterrey Le Hoyo de Río Seco 160 Aniversario es una cuidada serie limitada que consta de 1.000 estuches numerados, y supone un homenaje a la distinción y tradición que han definido a Hoyo de Monterrey a lo largo de su historia.

Cada estuche contiene 10 Le Hoyo de Río Seco vestidos con una anilla conmemorativa del 160 aniversario, una icónica vitola de gran cepo que expresa una ligada armoniosa, y cremosa, concebida para un disfrute pausado y lleno de matices. Un tributo a la herencia de la marca y a los aficionados que la han hecho perdurar generación tras generación.

Este exclusivo estuche destaca por su cuidado diseño en madera lacada, en el que resaltan los recursos representativos de la marca y el logo especialmente creado para conmemorar su 160 aniversario. Una pieza ideal para regalar o para celebrar momentos especiales con un toque de distinción.

Se encuentra ya disponible en los estancos más especializados de España a un precio de 36€ el habano y 360€ el estuche.

LA MARCA

La marca Hoyo de Monterrey debe su origen a la plantación del mismo nombre ubicada en San Juan y Martínez, en el corazón de la zona de Vuelta Abajo, ahí situada con la famosa inscripción en su puerta de entrada: “Hoyo de Monterrey. José Gener. 1860”. Fue justo el catalán José Gener quien utilizó por primera vez el nombre de la vega para la marca en el año 1865. El suave sabor de su ligada convierte a Hoyo de Monterrey en una opción atractiva para aquellos que buscan un habano de menor fortaleza, aromático y con una gran elegancia y complejidad de matices.

FICHA TÉCNICA Y DE CATA



FORMATO
Vitola: Aromosos (140 mm x cepo 56).

TABACO
Vuelta Abajo (Cuba).

NOTAS DE CATA
Capa: Color colorada claro, sedosa y suave.
Aroma: A tabaco, floral, herbáceo, muy amaderado y dulzón de fondo, que nos trae recuerdos de cedro, heno, almendra, vainilla y una pizca de nuez moscada y miel. Con un postgusto amplio y cremoso.
Gusto: A tabaco, seco, herbáceo, bastante amaderado, algo tostado y torrefacto, con puntas terrosas muy ligeras, que nos deja un postgusto con recuerdos a heno, cedro, vainilla, almendra amarga, ligeras puntas de miel y nuez moscada.
Fortaleza: Suave a suave-media.
Tiro: Excelente.
Combustión: Pareja y homogénea.
Ceniza: Gris medio mate vetada de gris oscuro mate.
Tiempo de fumada: 60-70 minutos.
Presentación: Caja de 10 cigarros.
PVP: 36,00 euros/cigarro; 360,00 euros/caja.

LKBITRONIC
www.lkbitronic.com
900 118 694

COMPRA EN 12 CUOTAS SIN INTERESES
CUOTA DESDE (+IVA) 208* €

MEJORA LA VISIBILIDAD DE TU ESTANCO CON UNA BANDEROLA DIGITAL



5.000 NITS
Garantizan la visibilidad del contenido en cualquier momento, incluso bajo luz solar directa.

2 CARAS
Muestran los contenidos multimedia en sus 2 caras, ofreciendo mayor visibilidad a tu negocio.

PITCH 5
Ofrecen alta densidad de píxeles para una imagen clara y nítida, asegurando un mensaje efectivo.

IP65
Están protegidas contra el polvo y el agua, incluso en condiciones adversas.

¿Qué incluye?
- Banderola
- Set up (configuración inicial)
- Acceso a los contenidos disponibles
- Alojamiento en servidor
- Asistencia ante dudas, consultas, etc.

Escanea el QR para más información

Tabacalera

Romeo y Julieta Wide Churchills TR E.L. 2021, nueva especialidad de Habanos en el mercado español

La marca Romeo y Julieta presenta en el mercado español la edición especial Romeo y Julieta Wide Churchills, una presentación inicialmente introducida por Habanos en los canales especiales de Duty Free y Travel Retail y ahora disponible en las cavas españolas.



Una propuesta pensada para los aficionados que buscan el equilibrio perfecto entre elegancia, sabor y formato contemporáneo. Esta vitola, que se incorporó al portafolio de la marca en 2010 y ya consolidada como uno de los grandes éxitos de la marca, es actualmente todo un referente para los amantes del habano.

Romeo y Julieta Wide Churchills, con vitola de galera Montesco, de cepo 55 y 130 mm de longitud, es un formato de generoso diámetro que permite una fumada amplia, equilibrada y rica en matices. Fiel al estilo de la marca, ofrece una ligada de fortaleza media y muy aromática, especialmente apreciada por aficionados que buscan equilibrio y complejidad.

Este novedoso, elegante y práctico humidor con 20 Habanos en su interior, es ideal para el viajero que desea disfrutar o compartir un habano icónico en cualquier destino. Estará disponible en las cavas más especializadas de España a un precio de 55€ el habano y 1.100€ el humidor.

FICHA TÉCNICA Y DE CATA

FORMATO
Vitola: Montescos (130 mm x cepo 55).

TABACO
Vuelta Abajo (Cuba).

NOTAS DE CATA
Capa: Color colorado natural, con brillo, fina y sedosa.
Aroma: A madera, flores, tostado, especiado y dulzón, que nos deja recuerdos a cedro, heno, musgo, puntas de cacao, vainilla, canela y nuez moscada.
Gusto: Bastante amaderado, algo seco y terroso, con ligeros amargos, a frutos secos, floral, un poco tostado, con ligeras puntas minerales, especiado y dulzón que nos deja un posgusto amplio y cremoso con notas a cedro, avellana, nueces, con puntas de café, vainilla, nuez moscada y miel.
Fortaleza: Media.
Tiro: Muy bueno.
Combustión: Pareja y homogénea.
Ceniza: Gris medio con vetas de gris oscuro mate.
Tiempo de fumada: 50-60 minutos.
Presentación: Humidor de 20 cigarros.
PVP: 55,00 euros/cigarro; 1.100,00 euros/humidor.



Quai d'Orsay Especial d'Orsay: elegancia y celebración en un exclusivo estuche conmemorativo

La marca Quai d'Orsay incorpora a su portafolio Especial d'Orsay, una vitola exclusiva producida en cantidades limitadas con un calibre grueso y dimensiones únicas dentro del portafolio de la marca, creada para conmemorar el 50 aniversario de la marca y presentada en un estuche de 5 Habanos especialmente diseñado para esta edición. Una propuesta pensada para quienes valoran la elegancia, la sutileza aromática y el estilo refinado que siempre ha definido a esta marca.



Especial d'Orsay, con vitola de galera Sobresalientes, de cepo 53 y 153 mm de longitud, posee un generoso formato que ofrece una fumada amplia y equilibrada. Su cuidada elaboración y excelente construcción permiten disfrutar de una ligada de fortaleza suave, cremosa y aromática, donde destacan notas amaderadas, recuerdos de cacao y almendra tostada, con ligeros matices florales y un postgusto elegante y persistente, todo ello fiel al carácter refinado que define a la marca.

Este exclusivo estuche regalo de 5 cigarros, con una presentación cuidada que realza el espíritu sofisticado y contemporáneo de Quai d'Orsay, constituye una opción ideal tanto para regalo como para quienes desean celebrar momentos especiales con un habano de estilo singular. Estará disponible en los estancos españoles más especializados a un precio de 60€ el habano y 300€ el estuche.

FICHA TÉCNICA Y DE CATA

FORMATO
Vitola: Sobresalientes (153 mm x cepo 53).

TABACO
Vuelta Abajo (Cuba).

NOTAS DE CATA
Capa: Carmelita natural con brillo, sedosa y aterciopelada.
Aroma: Floral, tostado y dulzón, que nos deja recuerdos de cedro, almendra, vainilla, fruta madura y miel.
Gusto: Tostado y levemente terroso, dulzón y con ligeras especias. Con postgusto cremoso con notas de frutos secos tostados, ciruelas pasas, tofe, pimienta blanca, nuez moscada y sutiles puntas de melaza.
Fortaleza: Suave.
Tiro: Excelente.
Combustión: Pareja y homogénea.
Ceniza: Gris medio mate, compacta y bastante duradera.
Tiempo de fumada: 45-60 minutos.
Presentación: Estuche de 5 cigarros.
PVP: 60,00 euros/cigarro; 300,00 euros/estuche.



Tabacalera

Bolívar Tubos No. 2, para los aficionados a la intensidad

Bolívar presenta su vitola Tubos No. 2, una incorporación que reafirma el carácter fuerte y la personalidad inconfundible de una de las marcas más potentes del universo del habano. Su presentación en tubo combina tradición y funcionalidad, garantizando una óptima protección para su disfrute en cualquier ocasión.



Bolívar Tubos No. 2 se presenta con vitola de galera Marevas, (cepo 42 y 129 mm de longitud), un formato clásico que permite apreciar la ligada intensa y compleja que caracteriza a la marca. Su presentación en tubo garantiza una óptima conservación y mayor comodidad, convirtiéndolo en una opción perfecta tanto para el consumo diario como para ocasiones especiales.

FICHA TÉCNICA Y DE CATA

FORMATO
Vitola: Marevas. (129 mm x cepo 42).

TABACO
Capa: Vuelta Abajo (Cuba).

NOTAS DE CATA
Capa: Carmelita, con brillo y sedosa.
Aroma: A cedro tostado, con recuerdos vegetales y especiados como la pimienta negra.
Gusto: Toques especiados y vegetales que nos deja un postgusto esponjoso y puntas dulces.
Fortaleza: Fuerte.
Tiro: Correcto.
Combustión: Pareja y homogénea.
Ceniza: Gris medio con algunas vetas de color más oscuro.
Tiempo de fumada: 30-35 minutos.
Presentación: Caja de 25 cigarros.
PVP: 11,30 euros/cigarro.
282,50 euros/caja.



Tabacalera

VegaFina Serie 2 San Juan de la Maguana, una historia de origen, carácter y paisaje

En el corazón del valle de San Juan de la Maguana, donde las vegas de tabaco se extienden entre montañas y ríos, nace una edición limitada que rinde homenaje a la tierra y al alma de la República Dominicana: VegaFina Serie 2 San Juan de la Maguana.

La vitola, bautizada como Sanjuaneros, adopta un formato doble figurado de cepo 52 x 146 mm de largo, elegante y distintivo. Su construcción, totalmente hecha a mano y su tripa 100% origen dominicano, fue meticulosamente elaborada por el Grupo de Maestros de Tabacalera de García.

El resultado es un cigarro con carácter que destaca por sus notas amaderadas, a frutos secos, cacao, especias y puntas dulces, con una fortaleza medio-fuerte que invita a una fumada pausada y placentera.

Pero la historia no se cuenta solo con humo. El diseño del estuche es una obra de arte en sí misma que incorpora elementos icónicos como vegas de tabaco, palmas y bohíos, en tonalidades de verde, contrastes de marrón y la continuidad visual de las montañas en los cuatro laterales del estuche.

Al final se ha obtenido un producto que no solo se fuma, sino que se contempla. Un puro que cuenta una historia: la de una tierra fértil, de una tradición que se renueva, y de un equipo de trabajo que ha sabido traducir el alma de San Juan de la Maguana en aroma, sabor e imagen.

Esta edición limitada se lanzará en el mercado español al precio de 7,80 euros por cigarro y estará disponible a partir de febrero de 2026.







FICHA TÉCNICA Y DE CATA

FORMATO

Vitola: Sanjuaneros (146 mm x cepo 52).

TABACO

Capa: República Dominicana.
Capote: República Dominicana.
Tripa: República Dominicana.

NOTAS DE CATA

Capa: Color maduro, fina y sedosa.
Aroma: Tostado, amaderado, frutos secos y especiado que nos deja recuerdos a cedro ahumado, café, almendra y vainilla.
Gusto: Amaderado, tostado, torrefacto, frutos secos, ligeras puntas de café, almendra, cacao, canela y vainilla.
Fortaleza: Medio-fuerte.
Tiro: Bueno.
Combustión: Pareja y homogénea en toda la fumada.
Ceniza: Compacta y duradera
Tiempo de fumada: 55-65 minutos aproximadamente.
Presentación: Caja de 12 cigarros.
PVP: 7,80 euros/cigarro.
93,60 euros/caja.

Tabacalera

Una nueva versión de VegaFina Fusion Edition llega al mercado español

Fusion Edition es una creación desarrollada conjuntamente por la prestigiosa marca internacional VegaFina y el líder del mercado chino de cigarros premium Great Wall Cigar. Se trata de una edición limitada elaborada a mano con una cuidadosa selección de hojas de tabaco de alta calidad, torcido con maestría en la fábrica Great Wall Cigar de Shifang, China.





El primer lanzamiento de Fusion Edition se remonta a 2021, cuando el cigarro elaborado era un formato Pirámides. En esta segunda edición, la vitola es una Coronas Gordas de 48 de cepo y 143 mm de longitud. La liga está elaborada con tabacos de República Dominicana, Brasil, Indonesia y Ecuador, envueltos en una hermosa capa Habana 2000. Se caracteriza por un aroma suave con notas de cedro y especias, y por un sabor cremoso con toques de frutos secos, nuez moscada, canela y té negro. La prestigiosa revista Cigar Journal le ha premiado con una puntuación de 91.

Fusion Edition se presenta en una elegante y moderna caja de madera lacada en blanco mate, en la que destacan los logotipos de ambas marcas junto con elementos visuales de la cultura tradicional china.

Ésta es sólo una de las muchas iniciativas concebidas y desarrolladas en los últimos años en el marco de la sólida y duradera colaboración entre Tabacalera (líder mundial en cigarros premium) y China Tobacco Sichuan Industrial Corporation (el mayor fabricante de cigarros de China), propietarios respectivamente de las marcas VegaFina y Great Wall Cigar. Según los representantes de ambas empresas, "*con este proyecto se fusiona toda la esencia y el carácter premium de ambas marcas en un único producto, Fusion Edition, está destinado a resultar atractivo tanto para el consumidor nacional como para el chino*".

¿SABÍAS QUE...?

En 2025, los consumidores chinos han comprado cerca del 46% del mercado mundial de productos de lujo (Fuente: Bain & Company).
Se estima que el mercado interno chino de puros premium crece cada año a una tasa de dos dígitos.
China Tobacco Sichuan, fabricante de Great Wall Cigar, alcanza una cuota cercana al 50% del mercado interno chino.
En China, las cuatro principales empresas productoras de cigarros se encuentran en Sichuan, Anhui, Hubei y Shandong.
- Chengdu, la capital de Sichuan, es famosa por albergar la mayor reserva de pandas del mundo.

FICHA TÉCNICA Y DE CATA

FORMATO

Vitola: Coronas Gordas.
(143 mm x cepo 48).

TABACO

Capa: Ecuador.
Capote: Ecuador.
Tripa: República Dominicana, Brasil e Indonesia.

NOTAS DE CATA

Capa: Marrón medio a oscuro, suave, sedosa y mate.
Aroma: Vegetal, amaderado, con notas de cedro y un toque especiado.
Gusto: Cremoso, con matices de frutos secos, nuez moscada, canela y té negro.
Fortaleza: Suave a media.
Tiro: Excelente.
Combustión: Buena y homogénea en toda la fumada.
Ceniza: Gris claro a medio con vetas oscuras, firme y duradera.
Tiempo de fumada: 60 minutos aproximadamente.
Presentación: Caja de 10 cigarros.
PVP: 10,00 euros/cigarro; 165,00 euros/caja.



S.T. DUPONT Y EL AÑO NUEVO CHINO 2026

ENCIENDE EL AÑO DEL CABALLO DE FUEGO

• El caballo evoca energía sin límites y sed de descubrimientos.

Para celebrar la llegada del Año Nuevo Chino, que cae en el signo del caballo de fuego, S.T. Dupont presenta Horse, una colección que encarna el carisma, la majestad y la pasión. Un símbolo atemporal de nobleza y libertad, el caballo evoca energía sin límites y sed de descubrimientos. Esta colección se compone de tres líneas diferenciadas, Access, Premium y Haute Création, homenajeando a los espíritus libres.



Uniendo la tradición con la innovación, y la brillantez con la artesanía, sus diseños están llenos de significado. Detalles meticulosos, como son las figuras equinas y sus crines en guilloche, rinden tributo a la tradición china y a la maestría de la orfebrería asiática. Un homenaje a un nuevo ciclo, repleto de renovación, refinamiento y potente simbolismo.

TRES LÍNEAS

La línea Premium tiene como protagonista la orfebrería. El icónico encendedor Línea 2 y la escritura Línea D Eternity (disponible en roller y estilográfica) están adornados con guilloche, que evoca una crin ondeando al viento.

Por su parte, la línea Access está elaborada en laca roja (el color del Año Nuevo Chino) o negro intenso, el motivo del Caballo de Fuego adorna los encendedores Slimmy y Slim 7, el bolígrafo Initial y un cortapuros.

Por último, la línea Haute Creation cuenta con siete piezas excepcionales que reinterpretan el espíritu del Caballo de Fuego. Oro y diamantes rinden homenaje al fuego, el elemento de este nuevo año lunar. Un caballo de bronce con motivos de la antigua China es el protagonista de la colección, presente en un encendedor Le Grand Dupont y una estilográfica Línea D Eternity XL.

Con esta nueva colección para conmemorar el año nuevo chino, la firma S.T. Dupont rinde homenaje a un nuevo ciclo, repleto de renovación, refinamiento y potente simbolismo.

P.V.P. recomendado

- Cortapuros Access (rojo o negro) – 240 euros
- Encendedor Slim 7 Rojo – 240 euros
- Encendedor Línea 2 (Rojo/Oro Amarillo o Negro/Paladio) – 1565 euros
- Encendedor Slimmy Rojo – 330 euros
- Estilográfica Línea D Eternity (Rojo/Oro Amarillo o Negro/Paladio) – 1110 euros
- Roller Línea D Eternity (Rojo/Oro Amarillo o Negro/Paladio) – 910 euros
- Roller Initial Rojo – 325 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 guilloche 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.

Logista
STRATOR

LUMI

El nuevo horizonte para la gestión de efectivo en retail

Caja inteligente comparta que automatiza el cuadre, valida billetes y reduce fraudes y pérdidas, con monitorización en la nube a tiempo real

Ahorra tiempo: menos tareas manuales, cierres más rápidos

Seguridad reforzada: validación de billetes y bolsas precintadas para el depósito

Control y trazabilidad: datos e informes en tiempo real desde MA Cloud: reduce la pérdida desconocida

Menos pérdidas: registra operaciones y minimiza errores humanos

Flexible: uso stand-alone o integrado con tu solución en tienda

Ecosistema completo con smarttill creando una solución integral para la gestión de efectivo



logistastrator.com

strator@logista.es

Gift Card

Una tarjeta regalo para todo en Apple.

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



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

Logista