

Visión 2030:
Colaboración y Competitividad



Memoria Corporativa **2025**

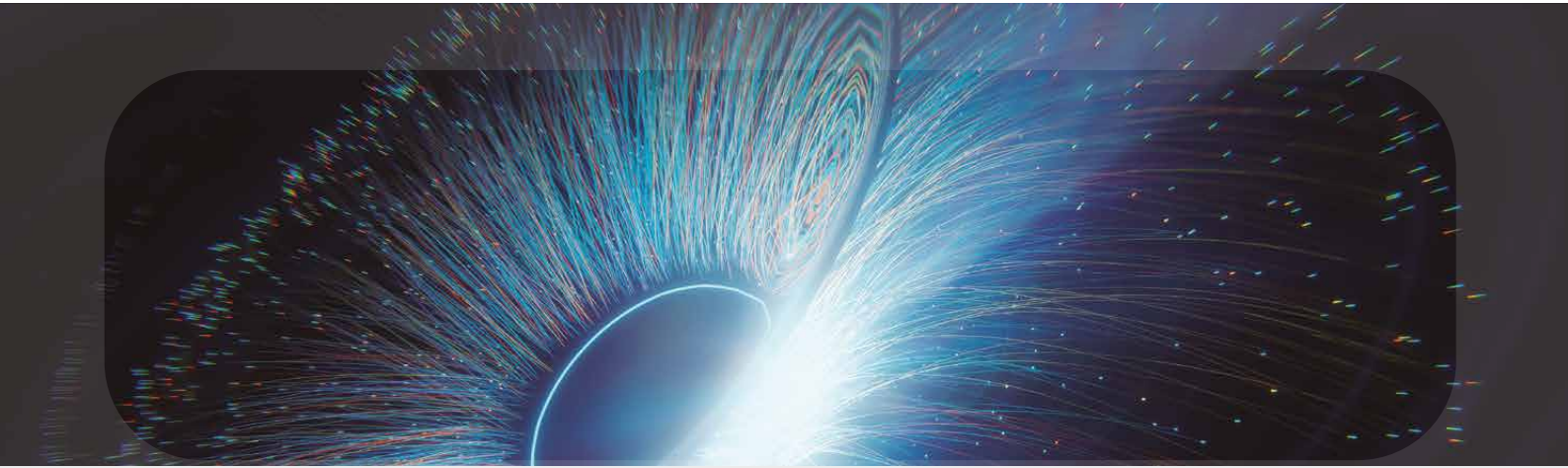


AECOC

Memoria Corporativa **2025**

AECOC

Bienvenida	
· Carta del presidente	07
· Carta del director general	09
Información Corporativa	
· ¿Quiénes somos?	12
· Una Asociación en crecimiento	14
· Órganos de gobierno	16
Plan Estratégico 2024-2026	
· Pilares del plan estratégico	20
· Sostenibilidad	22
· Sostenibilidad	22
· Prevención del desperdicio alimentario	26
· Operaciones y Logística	30
· Logística y Transporte	31
· Smart Distribution	34
· Digitalización y Tecnología	36
· Innovación	38
· Medios de Pago	41
· Prevención de la Pérdida	42
· Omnicanalidad y Consumidor	44
· Estrategia Comercial y Marketing	46
· Seguridad Alimentaria y Calidad	48
· Empleo y Talento	50
· Gestión del Talento, Empleabilidad y Diversidad	50
Ejes de Actividad	
· Ejes del plan estratégico	56
· Estándares y Recomendaciones	58
· Estándares de Identificación y comercio electrónico (código de barras y Escan QR)	59
· Herramientas y Servicios	60
· Conocimiento	62
· Shopperview	63
· Benchmarking	64
· Retail Knowledge y Foodservice	66
· Formación	68
· Puntos de Encuentro	70
· Comunicación, Marketing y Publicaciones	74
· Unidad de Acción	76
· Asuntos Públicos	76
Sectores de Trabajo	
· Productos Frescos	80
· HORECA	84
· Ferrería y Bricolaje	86
· Bienes Tecnológicos de Consumo	88
· Salud	90
Comités Aecoc	94



Bienvenida



Ignacio González Presidente

Bienvenida

Más competitivos en un entorno convulso

Tras cerrar el 2025 en positivo -en un ejercicio marcado por la contención de precios y la recuperación de la demanda- los sectores integrados en AECOC, con el gran consumo a la cabeza, afrontan a principios de 2026 un escenario de máxima complejidad e incertidumbre.

El conflicto en Oriente Medio, cuya duración y consecuencias son a fecha de hoy imprevisibles, impactan de lleno en la economía mundial, situándonos nuevamente ante un escenario de mayor inflación, así como de ralentización económica.

El actual desorden y convulsión global impacta de manera directa, como ya estamos viendo, en los precios energéticos (combustibles, gas, electricidad...) pero además el encarecimiento de la energía y del transporte suponen un factor de coste transversal que se traslada a la mayoría de los productos industriales. A estos, hay que sumar otro factor de coste especialmente relevante en la producción de alimentos como son los fertilizantes. En ese sentido, la principal preocupación radica en que esa subida generalizada de costes acabe por afectar al precio de la cesta de la compra y, por tanto, al conjunto de la sociedad.

La cadena de valor del gran consumo ha hecho gala, hasta en la peor de las crisis, de un gran sentido del deber y de la responsabilidad, ejerciendo como palanca de contención a la subida de los precios de los alimentos. Por ello, en AECOC no nos cabe duda de que el gran consumo y todos los sectores a los que integramos van a seguir trabajando en estrecha

colaboración para tratar de mitigar al máximo los efectos de este contexto.

Aun así, hay que tener en cuenta el impacto negativo que la complejidad del escenario económico puede tener en el consumo privado, en las inversiones e incluso en el turismo, a pesar de que, según algunos analistas, España pueda quizás beneficiarse de su consideración como destino más seguro.

Tampoco la política nacional ofrece a las empresas el marco de certidumbre que exige la inversión y su contribución al desarrollo económico y social del país, ya que la fragmentación parlamentaria y la precipitación e indefinición regulatoria nos abocan a un escenario confuso y, en ocasiones, carente de la necesaria seguridad jurídica.

Nos aguardan meses complejos en los que desde AECOC seguiremos muy de cerca los acontecimientos y en los que, como siempre, seguiremos apoyando a nuestras más de 35.000 empresas asociadas para hacer frente a un año que, sin duda, va a estar marcado por la geopolítica, la presión regulatoria y a evolución del consumo y del consumidor.

Los más de 650 profesionales con los que contamos en nuestros comités y grupos de trabajo son el mejor "termómetro" para conocer el clima que afronta cada uno de los sectores y áreas integradas en AECOC y también la mejor brújula para guiar al conjunto de la cadena de valor por el camino de la colaboración, la eficiencia y la competitividad. Esa es la esencia de nuestra misión y hoy es más urgente y necesaria que nunca.



José M^a Bonmatí Director General

Bienvenida

Visión 2030: Colaboración y competitividad

Bajo el slogan "Visión 2030: colaboración y competitividad" AECOC ha trabajado en 2025 en el desarrollo de su plan estratégico a tres años que finalizará en 2026. Un plan que incluye 5 pilares (sostenibilidad, operaciones y logística, digitalización y tecnología, omnicanalidad y consumidor y empleo y talento) en torno a los cuales hemos impulsado buen número de proyectos en el ámbito del desarrollo de estándares y recomendaciones, herramientas y servicios y gestión del conocimiento.

En el marco de este plan, la Asociación ha continuado creciendo, hasta superar las 35.200 empresas asociadas; incrementando además sus representatividad y actividad en sectores como los de salud, bienes tecnológicos de consumo o banca, entre otros. Más de 30.700 empresas, de entre ellas muchas pymes, han ganado en eficiencia y competitividad gracias al uso de nuestros servicios, hemos formado a cerca de 19.000 profesionales de empresas y más de 6.800 han intercambiado ideas y conocimiento en nuestros puntos de encuentro.

A lo largo del año AECOC ha consolidado también su liderazgo en aquellos desarrollos normativos que requieren de "unidad de acción" y ha trabajado en la divulgación de un vasto marco regulatorio y en sus implicaciones para nuestras empresas asociadas y, muy especialmente, para las pymes.

De igual modo, este año AECOC se ha afianzado como "trusted advisor" para la administración en materia de Distribución Urbana de Mercancías, completando un total de 12 proyectos destinados a mejorar la DUM en municipios con realidades y necesidades especialmente complejas.

En el pilar de sostenibilidad, este año se han lanzado dos nuevos servicios para dar respuesta a las necesidades de intercambio de información de las empresas -AECOC huella de carbono y

AECOC packaging- y se ha iniciado el desarrollo de AECOC Desperdicio Alimentario, para que las empresas puedan realizar fácilmente los planes de prevención y reducción que marca la nueva ley que entra en vigor en abril de 2026.

También se ha desarrollado la plataforma AECOC eScan QR como servicio de etiquetado extendido digital y liderado la implantación del código QR como evolución del código de barras tradicional para la mejora de la gestión del punto de venta y el paso por caja.

Además, para responder mejor a las necesidades de todos los sectores integrados en AECOC, hemos creado el Comité de medios de Pago, hemos separado el Comité de salud en dos nuevos comités (uno dedicado al canal hospitalario y otro a la farmacia comunitaria) y hemos constituido dos nuevos foros: El Foro de asuntos públicos y el de CIOs.

La Asociación ha intensificado, asimismo, sus esfuerzos para seguir muy de cerca los cambios del consumidor y las tendencias de todos sus sectores y para abordar los desafíos que, en materia de empleo y talento, presentan todos ellos. Con ese fin, ha puesto en marcha El Observatorio del absentismo laboral, un ambicioso proyecto destinado a identificar las causas y buscar soluciones a una cuestión que se ha convertido en un problema de país y en un catalizador de la pérdida de competitividad para las empresas y el conjunto de la economía.

El ejercicio 2025 ha estado marcado por importantes desafíos, que hemos logrado superar con una excelente valoración por parte de nuestras empresas asociadas (69,62 de NPS global) gracias al respaldo de nuestro Consejo Directivo, a la proyección y visión global que nos aporta nuestra pertenencia a GS1 - organización líder mundial en el desarrollo de estándares para los negocios- y a la confianza de nuestras más de 35.000 empresas asociadas.



Información Corporativa

¿Quiénes somos?

Evolución

Órganos de gobierno

¿Quiénes somos?

Con más de 35.000 empresas asociadas AECOC es una de las mayores organizaciones empresariales del país y la única que reúne a representantes de todos los eslabones de la cadena de valor (sector primario, industria, distribución y operadores intermedios) de diferentes sectores profesionales.

Misión

AECOC trabaja para la mejora de la competitividad de toda la cadena de valor, compartiendo soluciones, estándares y conocimiento que la hagan más eficiente y sostenible, aportando mayor valor al consumidor

Una de las mayores asociaciones empresariales del país

Sectores representados



Alimentación
y Bebidas



Hostelería y
Restauración



Droguería
y Perfumería



Bienes
Tecnológicos
de Consumo



Salud



Textil



Libros, Discos y
Otros



Ferretería
y Bricolaje

Multisectorialidad

Más de 35.000 compañías

+35.000

85% de pymes

85%

25% del PIB nacional

25%

4,5 millones de empleados
en sus empresas asociadas

4,5^M

Ayudamos a las Empresas a:

01 

Operar con éxito en el actual ecosistema digital, apoyando el desarrollo de las capacidades digitales de las empresas

02 

Adoptar buenas prácticas y participar en proyectos que contribuyan a un modelo de desarrollo más sostenible

03 

Fomentar e impulsar la transparencia y trazabilidad de la cadena de valor

04 

Ganar eficiencia y excelencia operacional, fomentando la resiliencia de la cadena de suministros

05 

Conocer y anticiparse al marco regulatorio a fin de mantener a las empresas siempre informadas de todas las novedades

06 

Gestionar el talento, favorecer la diversidad en sus organizaciones y fomentar la empleabilidad

Una Asociación en crecimiento

En AECOC reunimos tanto a grandes compañías como a pymes del sector del gran consumo (alimentación y bebidas y droguería y perfumería) y de otros sectores profesionales afines (bienes tecnológicos de consumo, ferretería y bricolaje, logística y transporte, hostelería, salud...)

AECOC aumenta su representatividad e impacto

655 altas netas este año

6.884 asistentes a 22 eventos

8.843 apariciones en medios de comunicación

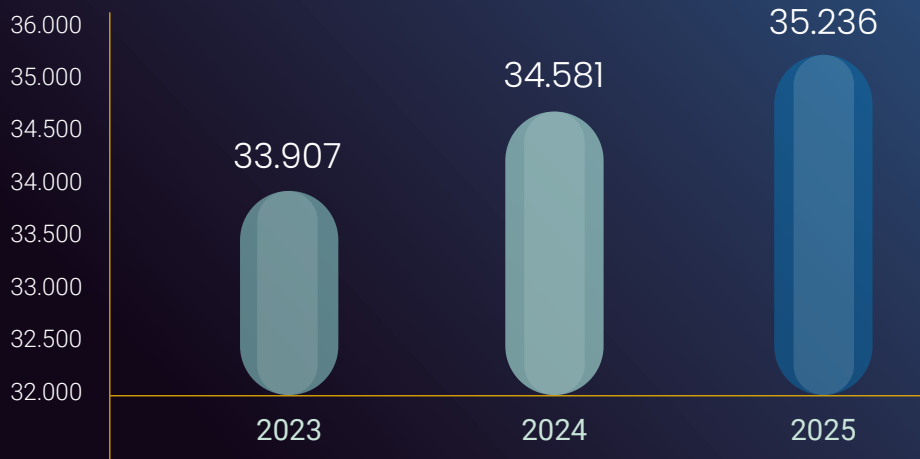
522.000 visitas a la web de AECOC y GS1 España

32.600 empresas con servicios más allá del código de barras

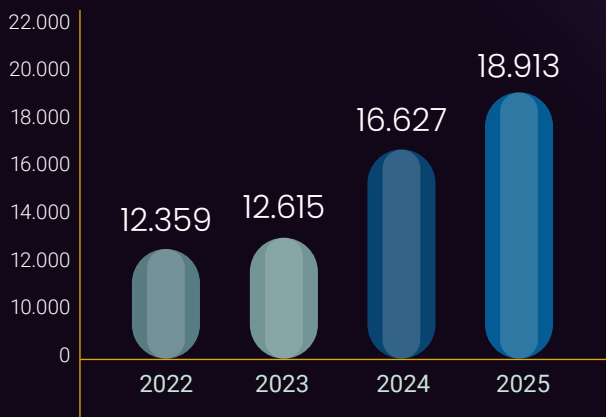
18.900 asistentes de 3.800 empresas en más de 400 actividades de formación

Alto nivel de satisfacción global de los servicios ofrecidos a los socios (69,62 en el NPS global)

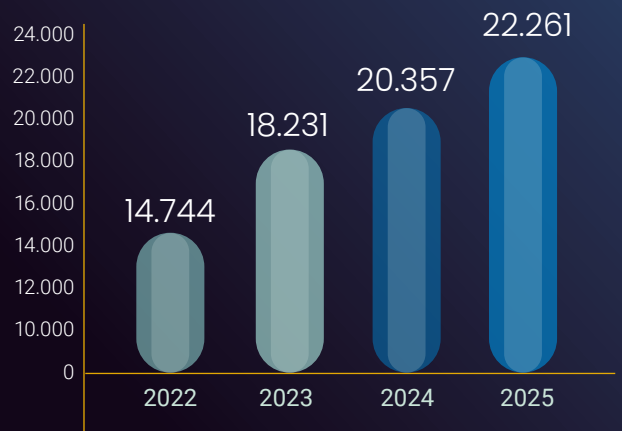
Evolución anual de socios



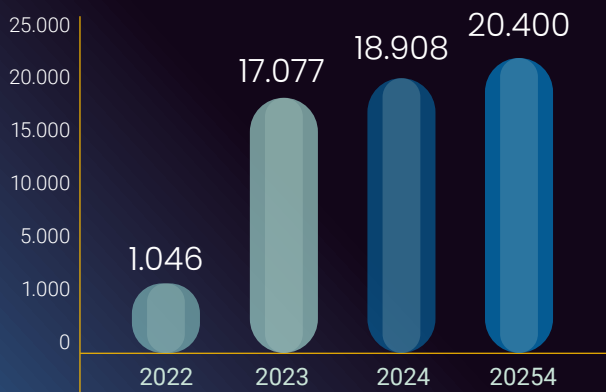
Asistentes a programas de formación



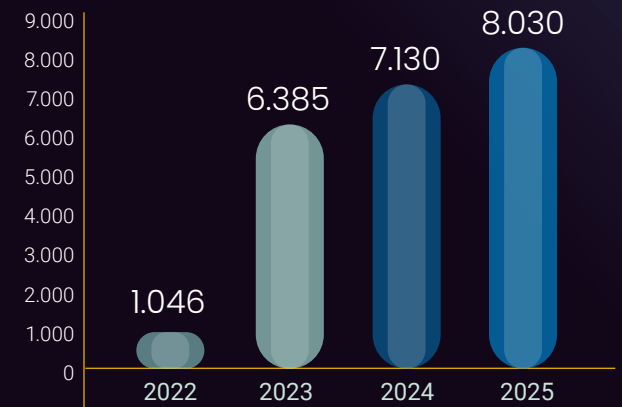
Empresas con servicios digitalización



Número de pymes con servicios



Empresas servicio sostenibilidad



Órganos de gobierno

AECOC se rige por un Consejo Directivo que tiene a su cargo la dirección, gobierno, administración y representación de la Asociación y por su Asamblea General. Además, en cada una de las áreas y los sectores en los que opera cuenta con un comité de trabajo que es el que define las necesidades y proyectos que, en ese ámbito, deben impulsarse. En total, más de 700 profesionales de destacadas empresas del país participan activamente en los distintos comités de trabajo de AECOC.

Consejo Directivo

PRESIDENTE

Sr. Ignacio González
Consejero de KH LLOREDA

VICEPRESIDENTE

Sr. Francisco Javier Campo
Consejero de GRUPO PALACIOS

TESORERO

Sr. Alberto Rodríguez-Toqueroo
Director General de MAHOU-SAN MIGUEL

Consejeros

Sra. Ana Callol
Directora General de
**COCA COLA EUROPA
PARTNERS IBERIA**

Sr. Antonio Rodríguez Lázaro
Director General de **CONSUM**

Sr. Carlos González-Vilardell
Director General de Comercial
y Compras de **LIDL**

Sr. Diego Maus
Director General de **IFA RETAIL**

Sra. Elodie Perthuisot
Directora Ejecutiva de
CARREFOUR ESPAÑA

Sr. Fernando Terry
Consejero Delegado de
GRUPO OSBORNE

Sr. Ignacio Silva
Presidente de **DEOLEO**

Sr. Jordi Gallés
Presidente ejecutivo de
EUROPASTRY

Sr. Jordi Llach
Director General Iberia de
NESTLÉ ESPAÑA

Sr. Jorge Villavecchia
Director General de **DAMM**

Sr. José M^a Rodríguez
Presidente de **EUROMADI**

Sra. Patricia Tobía
Directora General de Informática
de **MERCADONA**

Sr. Ricardo Álvarez
CEO de **DIA España**

Sra. Rosa María Carabel
CEO de **GRUPO EROSKI**

Sr. Tomás Pascual
Presidente de **PASCUAL**

DIRECTOR GENERAL

Sr. José M^a Bonmatí
Director General de AECOC

PRESIDENTE DE HONOR

Sr. Juan Roig
Presidente de **MERCADONA**

Consejo Directivo

Comités Buenas Prácticas	Comités Medio Ambiente	Comités Sectoriales
 Logística	 Lean & Green	 Salud
 Estrategia Comercial y Marketing	 Sostenibilidad	 HORECA
 Seguridad Alimentaria y Calidad	 Contra el Desperdicio Alimentario	 Ferrería y Bricolaje
 RRHH y Gestión del Talento		 Bienes Tecnológicos de Consumo
 Prevención de la Pérdida		 Productos del Mar
 Administración Comercial Eficiente		 Frutas y Hortalizas
 Smart Distribution		 Productos Cárnicos

GS1 España

Bajo el nombre de GS1 Spain, AECOC es el representante en España de GS1: La organización líder mundial en el desarrollo y promoción de los principales estándares tecnológicos para los negocios.

La Asociación tiene un papel activo en los órganos de gestión y desarrollo de estándares en el marco de GS1; un proceso global abierto a la participación de las empresas en un esfuerzo común para proporcionar soluciones que se adapten a sus necesidades.

Con su participación activa en GS1, AECOC traslada las necesidades de las empresas españolas al proceso de desarrollo de estándares y realiza las guías de implantación necesarias, tanto en el ámbito nacional como europeo, para garantizar una adopción coordinada y sin divergencias.



Plan estratégico 2024_2026

Pilares del plan estratégico

Sostenibilidad

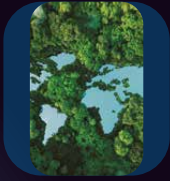
Operaciones y Logística

Digitalización y Tecnología

Omnicanalidad y Consumidor

Empleo y Talento

Pilares estratégicos



Sostenibilidad

Operaciones
y LogísticaDigitalización
y TecnologíaOmnicanalidad
y ConsumidorEmpleo y
Talento

Reforzar el "core"

Sostenibilidad

AECOC impulsa la adaptación de las empresas a un entorno global exigente mediante la integración de prácticas sostenibles que, además de responder a demandas regulatorias y sociales, generan oportunidades de innovación y eficiencia.

La Asociación prioriza la descarbonización de la cadena de suministro, la transición hacia la economía circular -reduciendo envases y residuos- y la lucha contra el desperdicio alimentario. Asimismo, promueve herramientas y espacios de colaboración para facilitar el cálculo y la reducción de emisiones, especialmente en el alcance 3. También trabaja en prevenir la deforestación importada y en el seguimiento activo de regulaciones nacionales y europeas, participando en su desarrollo para garantizar la competitividad de la cadena de valor y la alineación con los estándares más exigentes.

Operaciones y Logística

AECOC sitúa la eficiencia logística como eje clave de competitividad en su Visión 2030. Ante los retos de la distribución urbana y la creciente complejidad operativa, promueve soluciones innovadoras en materia de distribución urbana de mercancías e impulsa el desarrollo del transporte intermodal.

Además, trabaja en la optimización de almacenes, la incorporación de nuevas tecnologías y la adaptación de modelos de entrega, equilibrando costes, sostenibilidad y mejora de la experiencia del consumidor. También desarrolla estándares y recomendaciones sectoriales, realiza benchmarking continuo de niveles de servicio y asesora a la administración para fomentar un transporte más eficiente, seguro y sostenible.

Digitalización y Tecnología

La digitalización es uno de los pilares del Plan Estratégico 2024-2026, orientado a mejorar eficiencia y competitividad mediante la gestión avanzada de datos y la automatización de procesos. AECOC impulsa la digitalización del proceso Order-to-Cash y la documentación de transporte, favoreciendo la interoperabilidad entre empresas.

Asimismo, facilita la adopción de tecnologías como IA, blockchain o chatbots, reduciendo las barreras de entrada y acelerando su implementación. Impulsa soluciones como códigos QR y RFID para mejorar la trazabilidad y la calidad de la información a lo largo de la cadena. La ciberseguridad es también prioritaria, garantizando la protección de datos, el control de accesos y la integridad de los sistemas.

Omnicanalidad y Consumidor

AECOC trabaja para ayudar a las empresas a adaptarse a un entorno omnicanal, impulsando los estándares AECOC/GS1 y asegurando coherencia y calidad en la información de producto en todos los canales, incluidos los marketplaces.

A través de herramientas como ShopperView, analiza el comportamiento del consumidor para anticipar tendencias y mejorar la propuesta de valor. Además, fomenta la colaboración entre fabricantes y distribuidores, apoya la internacionalización mediante el conocimiento de nuevos modelos de negocio y promueve la transparencia con soluciones de etiquetado digital. También impulsa la formación y el cumplimiento en materia de seguridad alimentaria junto al OPSA (Órgano Permanente para la Seguridad Alimentaria).

Empleo y Talento

AECOC promueve el desarrollo del talento como factor clave de competitividad, trabajando en mejorar la marca empleadora del sector y colaborando con la administración en el diseño de políticas educativas y laborales alineadas con las necesidades empresariales.

Impulsa la Formación Profesional Dual y otras iniciativas de capacitación para alinear habilidades con las demandas del mercado, así como proyectos orientados a la empleabilidad juvenil. Asimismo, fomenta la diversidad e inclusión en las organizaciones, contribuyendo a entornos más innovadores, resilientes y competitivos, con profesionales cualificados y preparados para los retos futuros.



Sostenibilidad

Dentro del pilar estratégico de Sostenibilidad, AECOC impulsa iniciativas para que las empresas adapten sus modelos de negocio a un entorno global cada vez más complejo y exigente. La incorporación de prácticas sostenibles no solo responde a las demandas sociales y regulatorias, sino que también ofrece soluciones innovadoras para abordar desafíos medioambientales y sociales. Con ese fin, AECOC ayuda a las empresas a desarrollar líneas de trabajo centradas en áreas como la descarbonización de la cadena de suministro y la transición hacia una economía circular, promoviendo la reducción de envases y residuos. Además, la Asociación ayuda al tejido empresarial a prevenir y reducir el desperdicio alimentario, optimizando los procesos de gestión y fomentando un consumo más responsable.



Sostenibilidad

En 2025, Europa avanzó hacia un equilibrio entre competitividad empresarial y liderazgo en sostenibilidad. Por ello, las empresas del sector continúan reforzando su compromiso con el Acuerdo de París, los ODS y la descarbonización, así como la transición hacia un modelo de economía más circular. El área de sostenibilidad está liderada por un comité multisectorial que impulsa proyectos de colaboración entre empresas y con la administración.

Los sectores integrados en AECOC tienen un rol fundamental en el cumplimiento de los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) que marca la agenda de las Naciones Unidas, así como en el impulso de un modelo de crecimiento más respetuoso con el entorno social y medioambiental.

LÍNEAS DE TRABAJO 2025

En 2025, el Comité de Sostenibilidad de AECOC continuó trabajando para compatibilizar los proyectos e iniciativas derivadas de la presión normativa actual con actividades más operativas y orientadas al negocio.

Las acciones más destacadas incluyen:

- **Trabajar en la implementación de un modelo de SDDR** para envases de bebidas, eficiente y alineado con las metas europeas, minimizando su impacto en costes.
- **Lanzamiento de plataformas de intercambio de información de sostenibilidad;** en concreto:
 - **AECOC Huella de Carbono:** Herramienta digital que permite a fabricantes, distribuidores y otros agentes de la cadena de suministro compartir y consultar información sobre sus emisiones de gases de efecto invernadero (GEI), enfocándose en el Alcance 3.
 - **AECOC Packaging:** Plataforma diseñada para facilitar el intercambio estandarizado de información sobre envases y embalajes, respondiendo a la necesidad normativa y comercial de ofrecer esta información a los clientes.
- **Seguimiento legislativo y plan de relaciones institucionales** para mitigar impactos normativos, con foco en envases, consumo sostenible, residuos de muebles, deforestación, reducción de emisiones y greenwashing. Más de 2.300 profesionales recibieron información sobre estas normativas.
- **Creación de un grupo de trabajo** sobre el Reglamento Europeo contra la Deforestación (EUDR) y aproximación a stakeholders mediante un grupo de contraste con organizaciones medioambientales y sociales.
- **Colaboración con stakeholders "claves"** mediante un grupo de contraste formado por organizaciones medioambientales y sociales
- **Colaboración transversal,** promoviendo la relación con otros Comités de AECOC para integrar la sostenibilidad como un eje transversal en todas las áreas y sectores, fortaleciendo la alineación entre sostenibilidad y funciones de compras, marketing y comercial.
- **Elaboración del 5º Informe de Estrategias de Sostenibilidad del Gran Consumo,** difusión de mejores prácticas con 96 participantes.
- **Realización de la 4ª Jornada sobre "Packaging sostenible para cumplir con la normativa"** con la participación de 65 profesionales de empresa.
- Coordinación de la **iniciativa europea Lean & Green** para reducir emisiones logísticas e **impulso de la prevención del desperdicio alimentario** a lo largo de la cadena, con el Comité AECOC contra el Desperdicio Alimentario.



Liderada por un comité multisectorial, el área de sostenibilidad de AECOC trabaja para impulsar proyectos de colaboración

Sostenibilidad



1 y 2. 7º Congreso de Desarrollo Sostenible de AECOC y FIAB

7º Congreso de desarrollo sostenible

En 2025, AECOC celebró, en colaboración con FIAB, la séptima edición del Congreso de Desarrollo Sostenible, un punto de encuentro diseñado para reflexionar sobre la necesidad de impulsar un modelo de desarrollo económico y social que atienda, al mismo tiempo, las necesidades de protección del medioambiente.

El encuentro constituye un foro anual de reflexión para que los principales agentes económicos y sociales del país puedan poner en común inquietudes y

estrategias encaminadas a satisfacer las necesidades de nuestra generación sin comprometer las de generaciones futuras, alineando así su plan de acción con el de la Agenda 2030 aprobada por Naciones Unidas y sus Objetivos de Desarrollo Sostenible.

Más de 250 profesionales de destacadas empresas de la industria y distribución de diferentes sectores profesionales se reunieron en Madrid, dando clara muestra del interés y compromiso del sector con el impulso del desarrollo sostenible.

Prioridades 2026

A lo largo de 2026 se dará continuidad a las líneas de trabajo iniciadas en los años anteriores, con especial atención a:

- **Seguimiento legislativo**, con foco en el ámbito europeo y desarrollos de ámbito nacional y autonómico que se deriven de éstas.
- **Extender el cálculo de emisiones de gases de efecto invernadero** entre las empresas de la cadena de valor como primer paso para fijar objetivos de reducción.
- **Elaboración de un plan de relaciones institucionales** y puesta en marcha de las iniciativas de formación y difusión destinadas a sensibilizar a los equipos de las propias compañías y a la opinión pública.
- **Realización del “VI Informe de Sostenibilidad del Gran Consumo y sectores afines”** para medir la evolución de los aspectos prioritarios en sostenibilidad para las empresas.
- **Impulso de medidas destinadas a la creación de impacto positivo en la sociedad** por parte de las empresas y a dar visibilidad a la información de sostenibilidad de las compañías.
- **Fomento de la colaboración entre retailers y fabricantes** en el ámbito de la sostenibilidad con la realización del 3º Estudio Benchmarking de Sostenibilidad, que aborda los diversos aspectos ASG.

Resultados del “5º Informe de Estrategias de sostenibilidad del Gran Consumo y sectores afines”

El informe ofrece información crucial sobre el estado inicial de las empresas en relación con la sostenibilidad, así como indicadores para medir su evolución y establecer objetivos de mejora.

Sus conclusiones son:

Reducción de emisiones y lucha contra el cambio climático:

Las empresas españolas han reducido un 32,2% sus emisiones en cinco años y más del 90% sitúa la sostenibilidad en el centro de su estrategia.

Medición y control de la huella de carbono:

El 96,8% de las compañías mide ya sus emisiones y el 83,3% ha puesto en marcha medidas para reducir su impacto ambiental.

Apuesta por la eficiencia energética y el uso de energías renovables:

El 96,8% tiene proyectos para reducir su consumo de energía y el 70,1% de la energía utilizada procede de fuentes renovables, con el objetivo de alcanzar el 81,9% antes de 2030.

Impulso de la economía circular:

El 92,4% de las empresas cuenta con planes de reducción de residuos, el 84,8% actúa sobre el packaging y el 81,3% aplica criterios de sostenibilidad en sus compras.

Prevención del desperdicio alimentario

La entrada en vigor en España, el 3 de abril de 2026, de la Ley de Prevención y Reducción de la Pérdida y el Desperdicio Alimentario, marca un antes y un después en la gestión de los alimentos que quedan descartados del circuito comercial. Por ello, AECOC, que desde 2012 lidera el proyecto de colaboración "La Alimentación no tiene desperdicio" que secundan más de 600 empresas, ha intensificado este año sus actividades para ayudar a las compañías de la cadena agroalimentaria a cumplir con la norma, así como a aprovechar para revisar sus procesos e implementar posibles mejoras que contribuyan a su eficiencia y mejora competitiva.



LÍNEAS DE TRABAJO 2025

• Informes y gestión del conocimiento

- Elaboración del informe sobre el desperdicio Alimentario en la industria y la distribución española para el MAPA (Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación) con la participación de 150 empresas.
- Realización, en colaboración con Phenix, del segundo Barómetro AECOC Shopperview sobre aprovechamiento de los alimentos en los hogares españoles
- Elaboración del cuestionario anual de "Evolución del Desperdicio Alimentario en la gran distribución en España" y seguimiento de los principales indicadores.

• Puntos de encuentro:

- Organización del XIII Punto de Encuentro AECOC contra el Desperdicio Alimentario
- Celebración de la 8ª Semana contra el Desperdicio Alimentario, con una alta participación de la distribución y la industria y acciones de sensibilización en puntos de venta, hostelería, webs...
- Celebración de la 2ª edición de las AECOC Food Waste Academic Sessions con jornadas informativas y de sensibilización en varios centros universitarios y de PF de todo el país.

• Colaboración institucional y divulgación del marco normativo:

- Colaboración con el MAPA en una jornada de presentación de la Ley de Prevención y reducción del desperdicio alimentario con la participación de la secretaria general de recursos agrarios y seguridad alimentaria, Dª Ana Rodríguez Castaño.
- Celebración de varios webinars informativos en colaboración con el MAPA sobre las obligaciones de la ley de Prevención y reducción de la Pérdida y el Desperdicio de Alimentos y resolución de dudas por parte de las empresas.
- Participación en varias mesas redondas sobre el impacto de la ley en el sector organizadas por Phenix en colaboración con el despacho de abogados Cuatrecasas.

2ª Edición de las Foodwaste Academic Sessions

Durante los meses de septiembre y octubre, AECOC organizó, por segundo año, las "Food Waste Academic Sessions", dirigidas a estudiantes universitarios y de Formación Profesional de toda España. Estas sesiones tienen como objetivo concienciar a los jóvenes sobre el impacto del desperdicio alimentario.

En el marco del proyecto "La alimentación no tiene desperdicio", AECOC visitó diversas instituciones educativas, entre ellas la Universidad Rey Juan Carlos, la Universidad de Málaga, la Universidad Politécnica de Madrid, el Institut dels Aliments de Barcelona y la Universidad de Zaragoza. Durante estas sesiones, se abordó el triple impacto del desperdicio alimentario (económico, social y medioambiental) y la necesidad de un compromiso colectivo y compartido para su reducción.

AECOC también presentó el Barómetro de Desperdicio Alimentario, realizado en colaboración con Phenix, y el Informe del Desperdicio Alimentario en la Industria y la Distribución en España, elaborado para el Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación. Además, empresas como Bimbo, Too Good To Go, Grupo MAS, Phenix, Comerso, Dia, Cultivar, Mercabarna y BonÀrea expusieron sus estrategias para prevenir y reducir el desperdicio.

En la iniciativa participaron más de 400 estudiantes de diversas titulaciones, reforzando la importancia de la reducción y prevención del desperdicio alimentario.



AECOC Food Waste Academic Sessions

Prevención del desperdicio alimentario

Prioridades 2026

Divulgación y cumplimiento del marco normativo

- Puesta en marcha del nuevo servicio AECOC Sostenibilidad: Desperdicio Alimentario, especialmente diseñado para ayudar a las empresas a realizar sus planes de prevención y reducción de acuerdo con el marco normativo e incluso a dar un paso más marcándose objetivos de mejora que les permitan ahorrar costes y ganar eficiencia y competitividad.
- Asesoramiento y soporte continuado a las empresas asociadas para el buen cumplimiento normativo.
- Continuar con la divulgación de las exigencias e implicaciones de la ley mediante la celebración de varios webinars informativos en colaboración con el MAPA.

Informes y gestión del conocimiento

- Elaboración, en colaboración con Phenix, del tercer Barómetro sobre hábitos de aprovechamiento de los alimentos en los hogares españoles

- Realización, junto con Comercio, de un estudio sobre los desafíos y dificultades para la gestión de los productos "invendidos" que plantea la entrada en vigor de la nueva ley en España.

Puntos de encuentro

- Celebración del XIV Punto de Encuentro AECOC contra el Desperdicio Alimentario
- 9ª edición de la Semana AECOC contra el Desperdicio Alimentario, con la participación de las principales compañías de la industria y la distribución
- Organización de la 3ª edición de las Food Waste Academic Sessions, con la participación de empresas y centros universitarios
- Organización de varias jornadas informativas para presentar las conclusiones del Barómetro de aprovechamiento de los alimentos en los hogares españoles y del informe de desafíos para la gestión de los productos "invendidos" tras la aprobación de la ley.



13º Punto de Encuentro Contra el Desperdicio Alimentario

AECOC Sostenibilidad/Prevención Desperdicio Alimentario es una herramienta que permite la elaboración de planes de aplicación para la prevención de las pérdidas y desperdicio alimentario en cumplimiento de la Ley 1/2025.

Es un servicio "llave en mano" que, mediante un cuestionario online, permite a las empresas descargarse sus planes de prevención y reducción del desperdicio alimentario.

Existen 3 modelos distintos de servicio, de acuerdo a las obligaciones y grado de compromiso de cada empresa/organización. Cada modelo vinculado a un cuestionario autodeclarativo, mayoritariamente en formato multirrespuesta.

Modelo Básico

Jerarquía de prioridades

Modelo Normativo

Plan de Prevención del Desperdicio Alimentario

Modelo Avanzado

Plan de Prevención del Desperdicio Alimentario ampliado

¿Qué incluye?

Protocolo que justifica cómo tu organización está aplicando la jerarquía de prioridades que marca la ley en la gestión del desperdicio alimentario.

- Plan de aplicación para la prevención y reducción del desperdicio alimentario.
- Informe de recomendaciones adaptado a tu empresa.

- Plan avanzado de aplicación y reducción del desperdicio alimentario, incluyendo aspectos e indicadores voluntarios.
- Informe de recomendaciones ampliado.
- Benchmark comparativo con otras organizaciones del sector.

¿A quién va dirigido?

A aquellas **empresas que estén obligadas a cumplir con la jerarquía de prioridades** y/o que quieren dar el primer paso en la gestión del desperdicio alimentario y sentar las bases para avanzar hacia planes más completos.

A aquellas **empresas a las que la ley les exige tener un plan de prevención y reducción del desperdicio alimentario**, en la que conste como se sigue la jerarquía de prioridades.

Pensado para **empresas que quieren ir más allá del cumplimiento** y mejorar su desempeño global.

Operaciones y Logística

Desde una visión 2030, el área de Operaciones y Logística de AECOC impulsa una transformación en la gestión de la cadena de suministro. A través de tecnologías avanzadas y la adopción de buenas prácticas, la Asociación fortalece la resiliencia de las empresas y garantiza la continuidad operativa. AECOC también avanza en la mejora de la distribución urbana de mercancías (DUM), buscando hacer más eficientes las entregas en las ciudades, reducir las emisiones y aliviar la congestión. De esta forma, la Asociación promueve soluciones innovadoras destinadas a optimizar procesos y favorecer un modelo más sostenible, adaptado a los retos del futuro.



Logística y Transporte

El área de Logística y Transporte de AECOC trabaja en el impulso de recomendaciones que ayuden a las empresas a mejorar sus operativas de transporte y almacenaje, así como el desarrollo de proyectos que impulsen un transporte de mercancías más eficiente y sostenible. Detectamos las necesidades de los agentes implicados en toda la cadena de valor y aportamos soluciones competitivas para nuestros asociados.



Ignacio González, presidente de AECOC; Óscar Puente, ministro de Transportes y movilidad Sostenible, y José M.º Bonmatí director general de AECOC

Lean & Green: Hacia la descarbonización de la Logística

AECOC impulsa en España el programa Lean & Green, la mayor plataforma internacional de colaboración que ayuda a las empresas a medir, reducir y reportar las emisiones de gases de efecto invernadero asociadas a sus operaciones logísticas y de transporte. La iniciativa ofrece a las empresas un marco estructurado para definir y ejecutar su estrategia de descarbonización logística, alineada con el Acuerdo de París y orientada a alcanzar la neutralidad de emisiones en 2050.

Lean & Green reconoce públicamente a las empresas que logran reducciones de emisiones acreditadas mediante una auditoría independiente. En una primera fase, las organizaciones adheridas se comprometen a reducir al menos un 20% sus emisiones de CO₂ logísticas en un plazo máximo de cinco años.

El proyecto cerró 2025 con 169 miembros, empresas representativas de toda la cadena de valor. Actualmente España es el segundo país de Europa que más empresas aporta al proyecto.

Desde su puesta en marcha, las empresas participantes han logrado una reducción media del 32,7% en las emisiones relativas de Gases de Efecto Invernadero (GEI) derivadas de sus procesos logísticos.

En 2025 se ha constituido la Lean & Green International Association, entidad de la que AECOC forma parte como miembro fundador y miembro de su consejo directivo. Esta nueva asociación nace con el objetivo de reforzar y escalar el programa a nivel internacional, garantizando su coherencia, reconocimiento y desarrollo futuro.

Misión de la Lean & Green International Association:

- Gestión de la propiedad intelectual y de la marca Lean & Green.
- Armonización del programa y de sus criterios metodológicos entre países.
- Impulso de la implementación internacional del modelo Lean & Green.
- Promoción del reconocimiento del programa por parte de las instituciones de la UE.



Entrega de premios Lean & Green

LÍNEAS DE TRABAJO 2025

• Competitividad de la cadena de suministro y acción institucional

- Mejora de la eficiencia operativa mediante estándares y buenas prácticas publicadas en las Recomendaciones AECOC para la Logística (RAL).
- Seguimiento en la gestión de crisis coordinando la transmisión de información, e incidentes, a fin de reducir riesgos y minimizar impactos.
- Afianzamiento de las relaciones e interlocución con la Administración para abordar de manera colaborativa temas de interés..
- Posicionamiento como la principal asociación multisectorial que representa a las empresas usuarias del transporte ante la Administración:
- Participación en los procesos legislativos abiertos con aportaciones que defienden los intereses de las empresas usuarias del transporte.
- Contribución a la mejora de la eficiencia operativa con estándares y códigos de buenas prácticas publicados en las RAL de Transporte.
- Seguimiento de las normativas a nivel nacional y europeo.
- Representación en grupos de trabajo y actividades del Ministerio de Transportes y Movilidad Sostenible.

• Formación y puntos de encuentro

- Consolidar foros de debate y análisis sobre los principales retos del sector logístico.
- Organización de viajes internacionales para conocer tendencias y mejores prácticas en supply chain y logística (Italia y Países Bajos).
- Celebración de 28 webinars (1.100 asistentes), 16 cursos online e in-company (262 asistentes) y 9 jornadas profesionales (650 asistentes).
- Organización del 6º Congreso AECOC Smart Distribution, del 24º Foro Nacional del Transporte y del 15º Congreso de Supply Chain, con más de 1.200 asistentes.

Conocimiento y análisis sectorial

- Publicación de estudios de referencia: Benchmarking Supply Chain, Sondeo de colaboración y previsión de la demanda, Diagnóstico de Intermodalidad, Perspectivas de la cadena de suministro, Barómetro de logística sostenible y Estudio de vida útil.



Acuerdo DUM con Ayuntamiento de Valencia



Acuerdo DUM con Ayuntamiento de Sevilla

Prioridades 2026

- Interlocución con el Ministerio de Transporte y Movilidad Sostenible, el Ministerio del Interior, el Ministerio para la Transición Ecológica y el Reto Demográfico y la DGT para defender los intereses del sector en el ámbito de la logística y el transporte.
- Desarrollo de nuevas líneas formativas y recomendaciones adaptadas a las necesidades del sector.
- Iniciativa 360° de colaboración entre las áreas de supply Chain y las de comercial.
- Grupo de Trabajo de actualización de las Recomendaciones AECOC para la Logística de la cadena del frío.
- Afrontar el reto de la escasez de conductores.
- Intermodalidad: Actualización del estudio de Intermodalidad en gran consumo en colaboración con ADIF e INECO.
- Seguir la implantación normativa, incluyendo el Reglamento General de Vehículos, la Ley de Movilidad Sostenible y las directivas europeas.
- Avanzar en digitalización, con documentos digitales de control, estándares de comunicación y desarrollo de la plataforma AECOC TRANSP.
- Promover la sostenibilidad: cálculo de emisiones GEI según ISO 14083, recomendaciones para mejorar la calidad del dato, fichas estandarizadas para ahorro energético y proyectos colaborativos para optimizar rutas e impulsar la intermodalidad, incluyendo la iniciativa Lean & Green.



2º Encuentro
AECOC de
Ciudades



Smart Distribution

El área de Smart Distribution de AECOC colabora con fabricantes, distribuidores, operadores logísticos y empresas de reparto para mejorar la eficiencia en la última milla. Ante los cambios normativos y los nuevos modelos de distribución urbana de mercancías (DUM), AECOC facilita el diálogo directo entre empresas y administraciones en el ámbito estatal, autonómico y local. Su objetivo es aportar conocimiento y propuestas que respondan a las necesidades de consumidores y ciudadanos. Así, AECOC se consolida como “Trusted Advisor” en movilidad y distribución urbana de mercancías en España, tanto para administraciones públicas como para empresas.

LÍNEAS DE TRABAJO 2025

Gestión del Conocimiento

Uno de los focos de la gestión del conocimiento es la creación de puntos de encuentro entre administraciones públicas y empresas para compartir la visión actual de la DUM.

- **6º Congreso Smart Distribution:** Reunió a más de 350 asistentes y 25 representantes de los tres niveles de gobierno, consolidándose como referencia en DUM.
- Representantes políticos de ciudades de la Comunidad de Madrid, Valladolid, Málaga, Tenerife, Zaragoza y la Autoridad del Transporte de Barcelona debatieron mejoras propuestas por estudios de AECOC.
- **Encuentro de Ciudades:** Segunda edición con más de 20 municipios y comunidades autónomas participantes para debatir sobre movilidad y DUM.
- **Colaboración internacional:** Berlín y la Metrópoli de París compartieron avances en DUM y mantuvieron un diálogo con representantes estatales.
- **Desayunos por la DUM en Sevilla:** Segunda edición con más de 120 asistentes, en colaboración con el Ayuntamiento de Sevilla y entidades locales.
- **Acuerdo con el Ministerio de Transportes:** Desarrollo de una Guía de Recomendaciones en DUM para más de 400 municipios.

Además, promovemos iniciativas para crear y compartir información sobre la DUM.

- **Estandarización normativa:** Creamos y compartimos las recomendaciones AECOC (RAL) sobre descarga nocturna y carga/descarga.
- **Grupo DUM:** Reuniones de trabajo con 31 empresas usuarias y transportistas.
- **Nuevos Grupos de Trabajo:** Creación del Grupo de Trabajo Salud, Startups, OOH_Ecommerce.



En 2025, el área de **Smart Distribution de AECOC** centró su estrategia en colaborar con los principales ayuntamientos para analizar la situación de la DUM y proponer soluciones alineadas con las necesidades de consumidores y ciudadanos.

AECOC se ha consolidado como “**Trusted Advisor**” de los ayuntamientos españoles, aportando conocimiento y facilitando la planificación de un nuevo modelo de distribución B2B y B2C en las principales ciudades españolas.

LÍNEAS DE TRABAJO 2025

- **Formación:** Más de 320 empresas y PYMES participaron en webinars sobre temáticas como la Ley de Movilidad Sostenible, ZBE o movilidad eléctrica.
- **Participación sectorial:** Presencia en congresos y jornadas y talleres clave del sector, colaborando con AEDIVE, AER, Pacto de Movilidad, MGUML o Vitoria Mobility Lab, entre otros.
- **Alianzas institucionales:** Trabajamos con la FEMP y la DGT para impulsar el conocimiento de la DUM a nivel estatal y la estandarización de normativas.

Colaboración Público - Privada

Una de las principales labores del área es la acción institucional para promover nuevos marcos regulatorios adaptados a las necesidades del sector.

- **Colaboración con la Administración Central:** Reuniones con el Ministerio de Transportes, el Ministerio para la Transición Ecológica y representantes parlamentarios. Presentación del diagnóstico DUM ante la Comisión de Transportes y Movilidad Sostenible.
- **Coordinación con Comunidades Autónomas y ayuntamientos:** Presentación del proyecto ante 6 Comunidades Autónomas y más de 35 ayuntamientos.
- **Mesas de movilidad sostenible:** Presencia en foros clave en Madrid, Barcelona, Málaga y Donostia-San Sebastián.

A través de estas relaciones se impulsa la investigación y colaboración en DUM:

- **Estudios DUM 2025:** 12 diagnósticos elaborados junto a los ayuntamientos de Santa Cruz de Tenerife, Málaga, Torremolinos, Mijas, Fuengirola, Sevilla, Valladolid, Burgos, Comunidad de Madrid, Santiago de Compostela y Vitoria.
- **Convenios de colaboración:** acuerdos con Tenerife, Sevilla, Córdoba, Granada, Valencia, Zaragoza y la Comunidad de Madrid.

Prioridades 2026

- **Ser el "Trusted Advisor" de las administraciones públicas:** Continuando con las reuniones con los principales representantes de las Comunidades Autónomas y los ministerios de Transporte, Medio Ambiente e Interior.
- **Coordinación con organismos estatales:** Trabajo conjunto con DGT, IDAE, FEMP y sus federaciones para la correcta implantación de nuevas normativas.
- **Colaboración con Administraciones Locales:** Análisis de la DUM y difusión de diagnósticos en ciudades como Madrid, Sevilla, Santa Cruz y Valladolid.
- **Normativa y recomendaciones:** Presentación de las RAL sobre descarga nocturna y zonas de carga y descarga.
- **Grupos de Trabajo sectoriales:** Identificación de mejoras en sectores estratégicos como HORECA, voluminosos y salud.
- **Formación y divulgación:** Creación de espacios de conocimiento para empresas, pymes y autónomos sobre las nuevas regulaciones y tendencias en DUM.
- **Plan de Transporte al Trabajo:** Desarrollo de un modelo estándar junto con el Ayuntamiento de Valladolid, alineado con la futura Ley de Movilidad Sostenible.
- **Colaboración con asociaciones empresariales:** Desarrollo de diagnósticos y propuestas de modelos de DUM junto a entidades locales y nacionales.

Digitalización y Tecnología

La Digitalización y la Tecnología ocupan un lugar central en el Plan Estratégico 2024-2026 de AECOC debido a su gran potencial para transformar los modelos de negocio, mejorar la eficiencia operativa y optimizar los procesos en las empresas. En este contexto, la Asociación trabaja en diversas áreas con el objetivo de impulsar la competitividad y la sostenibilidad en el sector.

Entre estas áreas destaca la Innovación, que fomenta la colaboración entre empresas, startups y centros de investigación para desarrollar soluciones disruptivas que respondan a los retos del mercado actual. Asimismo, AECOC pone especial énfasis en la Prevención de la Pérdida, promoviendo iniciativas para minimizar el impacto de los hurtos comerciales.

Por otro lado, los medios de pago juegan un papel clave en la evolución del comercio, y AECOC trabaja en la implementación de sistemas de pago más ágiles, seguros y adaptados a las nuevas necesidades de los consumidores y las empresas. A través de estas líneas estratégicas, la Asociación refuerza su compromiso con la digitalización del tejido empresarial, contribuyendo al desarrollo de un entorno comercial más eficiente y seguro.



Innovación

El área de Innovación de AECOC se posiciona como un referente en la monitorización y la difusión de nuevas tendencias, tecnologías y su impacto en las organizaciones, actuando como facilitador de la innovación para las empresas del sector. En un entorno empresarial cada vez más dinámico, donde la digitalización, la Inteligencia Artificial y la sostenibilidad son retos cruciales, AECOC colabora con todo el ecosistema innovador, incluyendo empresas, startups, aceleradoras y centros tecnológicos.

A lo largo de 2025, AECOC ha consolidado su papel como agente facilitador mediante la activación de proyectos que fomentan la colaboración y el intercambio de ideas, destacando el éxito de su cuarto "challenge" sectorial. Este reto promueve el diálogo entre grandes empresas y nuevas iniciativas, buscando soluciones innovadoras para abordar la digitalización y la implementación de nuevas tecnologías en los sectores de gran consumo, Horeca y sector salud.

En este contexto, el Plan Estratégico de Innovación 2026 se presenta como una hoja de ruta integral, enfocada en fortalecer el ecosistema innovador y potenciar el papel de AECOC como catalizador del cambio en la industria.

LÍNEAS DE TRABAJO 2025

- **AECOC Innovation Hub:** Observatorio de tendencias, tecnologías e impactos de acceso gratuito para todos los asociados y disponible en la web de AECOC y mediante una newsletter mensual. El Innovation Hub ayuda a las empresas tomar decisiones a partir de la mejor comprensión de las principales innovaciones y el impacto que pueden tener sobre el sector.

Con más de 600 asistentes a las sesiones del área de innovación (Innoshots), se han organizado 7 sesiones temáticas para abordar la transformación industrial, la gestión y eficiencia de la publicidad exterior, las principales tendencias en retail, la reducción de la huella hídrica en la industria y también las biotecnologías que más disrupción puede crear en el sector del gran consumo.

- **Plataforma de Innovación Abierta y Colaborativa (PIA):** El proyecto PIA es el punto de encuentro de la innovación abierta y de la colaboración entre empresas de gran consumo y horeca. ha permitido a diversas empresas colaborar y encontrar soluciones innovadoras a los desafíos del mercado. El proyecto cuenta con un Steering Committee formado por 21 empresas líderes en el ámbito de la innovación abierta.

Durante el año 2025, se ha lanzado una nueva iniciativa de innovación abierta centrada en el sector salud. En este proyecto, hemos logrado reunir a 8 participantes, integrando a distintos actores clave entre laboratorios y distribución farmacéutica.

- **PIA Challenge:** En 2025 AECOC lanzó la cuarta edición del PIA Challenge, una iniciativa pionera que une a empresas y startups de gran consumo y horeca para dar respuesta a los principales retos del sector. En esta edición participaron 18 compañías de gran consumo / horeca y 2 del sector salud, que abordaron conjuntamente soluciones para la innovación en digitalización y nuevas tecnologías.

En más de 30 retos, abordados con metodología de innovación, se siguen las prioridades de las empresas poniendo el foco en la ejecución de pilotos y pruebas de concepto colaborativas entre las empresas participantes y las soluciones más innovadoras del mercado. Estas prioridades están enmarcadas en los ámbitos de sostenibilidad, digitalización, salud y experiencia del consumidor, Y en concreto, se han pilotado de manera colaborativa junto con startups iniciativas vinculadas a la digitalización como son la validación del Whatsapp commerce como canal de comunicación corporativa con el consumidor orientado a ventas online o retail media.

Destaca también en este ámbito el uso que AECOC realiza de una herramienta de IA que, monitoriza de forma continua más de 2,5 millones de startups en el ámbito global, acercando así la innovación a nuestro país independientemente de su origen y optimizando la búsqueda y selección de innovaciones alineadas con las necesidades de las empresas participantes.

- **International Training:** En septiembre, AECOC organizó el cuarto International Training dirigido a la comunidad de innovación del sector alimentario. En este caso, con un viaje a Shanghái: el actual mercado de referencia para visitar retailers líderes del sector, formatos de tienda disruptivos, grandes corporaciones tecnológicas, marketplaces y RRDD, organismos y ecosistemas de referencia en el ámbito de la innovación en IA, robótica, logística, relación con el consumidor, etc.
- **Trend Builders:** Celebración de la décima edición de Trend Builders en colaboración con Trivu. Trend Builders es el punto de encuentro de los principales actores del ecosistema de innovación en los sectores de gran consumo, distribución, retail y horeca. Empresas, emprendedores, startups, aceleradoras y expertos del sector se dan cita para analizar y anticipar las tendencias que están transformando la industria y el gran consumo.

A través de contenidos centrados en nuevos modelos de negocio, innovación abierta, tecnología, inteligencia artificial aplicada, omnicanalidad, experiencia de cliente, transformación digital, sostenibilidad y eficiencia operativa, el congreso ofrece una visión práctica y estratégica de los retos y oportunidades que definen el nuevo escenario global de consumo.

Innovación

Retos sectoriales más representativos

Los retos se agrupan en 4 grandes categorías comunes entre fabricantes y distribuidores. En esta ocasión las categorías que han centrado mayor número de proyectos son las siguientes:

42%

Sostenibilidad

4 de cada 10 empresas se han centrado en reducir los plásticos, subproductos, economía circular, huella ambiental, eficiencia energética y de residuos.

33%

Digitalización

1 de cada 3 empresas han aplicado la IA, trazabilidad, automatización, datos en PLV, control de ejecución, eficiencia operativa a través de tecnología.

15%

Salud

El 15% han reformulado ingredientes, microbiótica, claims de salud.

10%

Experiencia del consumidor

1 de cada 10 compañías ha activado en punto de venta, visión 360 del cliente, personalización, uso de datos para adaptar la oferta.

Más del 75% de los retos están concentrados en sostenibilidad y digitalización, mostrando una clara prioridad estratégica del sector.

PIA Gran Consumo Steering Committee:

PIA Gran Consumo - Challenge:



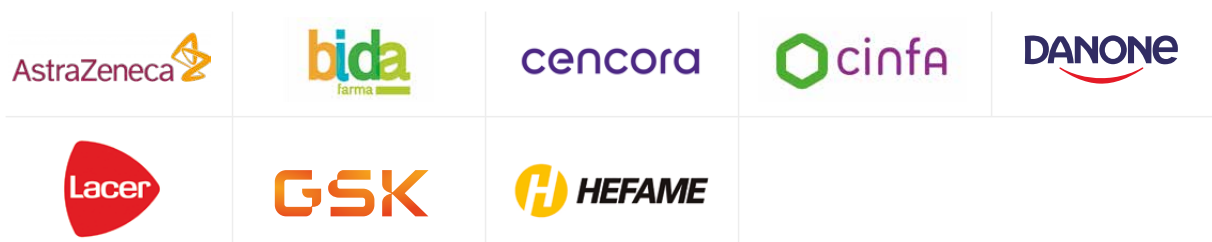
1 y 2. Congreso de Trend Builders

Innovación

Prioridades 2026

- **Acercar a las empresas las tendencias y nuevas tecnologías** de mayor impacto en sus negocios. La velocidad del cambio en tendencias y tecnologías es tan rápida que las empresas necesitan una estructura adecuada para adaptarse a la nueva realidad. Crear una cultura empresarial orientada a la innovación es esencial para elegir correctamente las líneas de trabajo en las que invertir.
- **Acelerar la innovación en los asociados de AECOC** proporcionando conocimiento y oportunidades de colaboración mediante la gestión del ecosistema de innovación y el desarrollo de nuevos servicios y ampliación de propuestas de valor.
- **Ampliar el modelo de la Plataforma de Innovación Abierta** a nuevos sectores y mercados, consolidando la iniciativa en el sector salud.
- **Ampliar el alcance del área de innovación** a la mayoría de los asociados de AECOC mediante el desarrollo de contenidos, formación, guías, etc. Al alcance de todos; como la divulgación del primer Libro Blanco de la Innovación Abierta o la realización de la segunda edición del estudio sobre el estado de la innovación y la innovación abierta en las empresas en España.

PIA Salud Steering Committee:



PIA Salud – Challenge:



Medios de Pago

En abril de 2025, se constituyó el Comité AECOC de Medios de Pago (CAMP) a partir de un grupo de trabajo que llevaba funcionando más de 5 años. Este colectivo, que actualmente cuenta con 30 empresas del ecosistema, tiene como misión desarrollar el crecimiento y la competitividad de los medios de pago compartiendo conocimiento e impulsando el desarrollo de prácticas innovadoras, eficientes y seguras en un entorno omnicanal con el fin de aportar más valor al usuario final.

Entre sus ámbitos de actuación destacan el impulso de los pagos inmediatos y el euro digital, el uso de la inteligencia artificial y la identidad digital, la prevención del fraude, la resiliencia operativa, la innovación en todos sus frentes, la accesibilidad de los usuarios, la sostenibilidad medioambiental de las infraestructuras y medios y la regulación aplicable.

Dentro de sus iniciativas sectoriales destacan la organización de las 3ª Jornadas AECOC-Cecabank de Consumer & Retail Payments, el II Barómetro de medios de pago y mecanismos de autenticación y el webinar sobre las bondades de los pagos instantáneos y Bizum.

AECOC colabora además estrechamente con el Banco de España y el Tesoro Público por medio de reuniones, grupos de trabajo y encuestas.



3ª Jornada AECOC-Cecabank de Medios de Pago

Prevención de la Pérdida

El área de Prevención de la Pérdida Desconocida de AECOC proporciona a las empresas herramientas para reducir el impacto de los hurtos comerciales y los errores administrativos en sus negocios; prácticas que generan importantes costes económicos y de recursos, restando competitividad a las compañías.

LÍNEAS DE TRABAJO 2025

El Comité de Prevención de la pérdida de AECOC elaboró en 2025 un plan para el impulso de iniciativas de colaboración destinadas a avanzar en los siguientes ejes de trabajo:

- **Abarcar nuevos puntos para el estudio del barómetro del hurto.**
- **Elaboración de la Recomendación sobre todo lo referente a la denuncia del hurto en el comercio y su necesidad en el entorno de la Prevención de la Pérdida.**
- **Adecuación al marco regulatorio de la Unión Europea que afecta a los medios tecnológicos donde se involucran las biometrías y la IA.**



1 y 2.
28º Congreso
AECOC de
Prevención de
la pérdida



Prioridades 2026

- Consolidación de AECOC como referente en el estudio sobre el hurto en la distribución comercial con nuevos datos de interés.
- Elaboración de una recomendación sobre la importancia de las auditorías y otra sobre las medidas de prevención necesarias en los cajeros de autopago.
- Nuevo marco regulatorio contra la multirreincidencia.
- La IA en videovigilancia y el reglamento Europeo.
- La prevención de la pérdida desde la auditoría interna

El Gran Consumo pierde 1.856 millones de euros debido a los hurtos y errores administrativos

Los hurtos externos:

Principal causa de pérdida desconocida

57% Hurtos externos

23% Errores administrativos
El 81% de las empresas detecta un aumento

Perfil del autor:

Principal causa de pérdida desconocida

+50% Bandas organizadas
Más de la mitad de los hurtos externos se atribuyen a grupos estructurados

64% Reincidentes
La mayoría de los hurtos son cometidos por personas reincidentes

Productos afectados: Principal causa de pérdida desconocida

54% Alimentación y bebidas.
Es la categoría más afectada por la pérdida desconocida

Productos más hurtados: Vinos y licores, embutidos, conservas y aceites



Omnicanalidad y Consumidor

En el pilar estratégico de “Omnicanalidad y consumidor”, AECOC trabaja para anticipar las demandas del mercado, integrando los estándares AECOC/GSI en todos los canales, especialmente en marketplaces. Además, la Asociación asegura la coherencia de la información de los productos, tanto en el etiquetado físico como digital, facilitando la transparencia mediante el desarrollo de códigos QR. Por otro lado, para conocer mejor al consumidor, AECOC utiliza herramientas como AECOC ShopperView, que permiten analizar su comportamiento y alinearse con sus expectativas. A su vez, apoya la internacionalización de las empresas y fomenta la colaboración entre fabricantes y distribuidores en el desarrollo de promociones y en la gestión por categorías. Por último, ofrece formación en seguridad alimentaria, en colaboración con el Órgano Permanente para la Seguridad Alimentaria (OPSA), a fin de garantizar los más altos estándares de calidad.



Estrategia Comercial y Marketing

El área de Estrategia Comercial y Marketing (ECyM) tiene la misión de ser punto de encuentro, conocimiento y buenas prácticas para las áreas comerciales y de marketing, poniendo a disposición de las empresas asociadas una propuesta de valor adaptada a sectores y perfiles que les ayude a vender más y mejor, siendo más eficientes y sostenibles. Esta propuesta de valor gira en torno al conocimiento de tendencias del ciudadano-consumo-comprador y la activación de buenas prácticas comerciales en el actual entorno omnicanal, tanto desde una visión estratégica como táctica, garantizando el punto de encuentro y entendimiento entre fabricantes y distribuidores.

LÍNEAS DE TRABAJO 2025

• Tendencias de mercado, consumo y compra:

A través de la plataforma de estudios AECOC Shopperview se activaron 20 investigaciones, con cinco barómetros de difusión gratuita entre los socios, diseñadas para anticipar los cambios de comportamiento del consumidor, la situación económica y las principales tendencias de mercado. En paralelo, el área mantuvo la iniciativa "El pulso del sector", que recoge las impresiones de las empresas del comité sobre los cambios y tendencias del mercado, así como diversos sondeos en los que más de cien compañías avanzan su visión sobre la situación del consumo y del sector, sus retos y prioridades. También se celebraron dos International Trainings en París y Shanghai para descubrir las estrategias y tácticas de los líderes de la distribución en estos países, así como las estrategias en entornos polarizados entre el precio y la experiencia de compra y la tecnología como protagonista.

• Innovación: Tras la creación en 2022 de la "Guía de la innovación" para fomentar el trabajo conjunto entre fabricantes y distribuidores en este ámbito, en 2025 se ha continuado trabajando en la difusión de estas recomendaciones y estudiando la percepción del consumidor sobre los lanzamientos de nuevos productos, gracias al "Barómetro de Innovación" AECOC Shopperview.

• Gestión por categorías: Más de 500 profesionales han participado en las actividades organizadas para desarrollar categorías en un entorno omnicanal, poniendo en práctica metodologías en la gestión por categorías y en la definición de surtido y promociones eficientes o participando en sesiones donde se analiza el impacto de nuevas tendencias en el sector, como el retail media, entre otras. Por otro lado, se ha dado continuidad al Foro en Category Management, celebrando su segunda edición, acogiendo a más de 80 profesionales de esta disciplina los cuales pudieron actualizar sus conocimientos compartiendo "best practices".

• Data Analytics: Se ha formado a más de 260 profesionales en metodologías de trabajo

para la explotación de los datos de sell-out y compartido casos de uso que demuestran su potencial para conseguir vender más conjuntamente industria con distribución poniendo foco en los datos de compra obtenidos a través del sell out.

• Visión 360 Comercial&Logística: Se ha potenciado el trabajo conjunto con el área de logística para fomentar la cooperación entre los departamentos comerciales y de logística y generar una cadena más competitiva y eficiente, celebrando el 11º Encuentro de dirección comercial y supply chain con foco en el trabajo conjunto para mejorar la eficiencia de la actividad promocional.

• Sostenibilidad: Monitorización de los principales temas vinculados a la sostenibilidad y su impacto en las decisiones comerciales para identificar si hay que activar líneas de trabajo que competen al comité.

• Punto de encuentro: Celebramos el 30º aniversario del Congreso de Estrategia Comercial y Marketing, batiendo récord de asistencia con prácticamente 500 asistentes, convirtiendo este foro en el punto de encuentro de referencia para las áreas comerciales y de marketing del gran consumo. Se abordaron todas las líneas de trabajo del área. Además, se reconocieron las mejores prácticas comerciales de las empresas en la 13ª edición de los Premios AECOC Shopper Marketing.

• Comité extendido de Estrategia Comercial y Marketing: Se ha dado continuidad al comité extendido de Estrategia Comercial y Marketing consolidando esta iniciativa que tiene el objetivo de incrementar el engagement de los socios con AECOC. Lo conforman 20 compañías que en 2025 participaron vía online o presencialmente en parte de las reuniones del comité principal, en los sondeos y en los puntos de encuentro celebrados.

• Estudios Benchmarks: En colaboración con el área de servicios de AECOC, se han desarrollado las iniciativas del Benchmarking comercial y punto de venta.

Estrategia Comercial y Marketing

Punto de Encuentro

Celebración del 31º Congreso AECOC de Estrategia Comercial y Marketing, la cita anual imprescindible para los líderes de las áreas de comercial y marketing del gran consumo. Un foro que pone el foco en aportar valor al consumidor, con una visión pragmática, para orientar a las empresas fabricantes y distribuidoras a vender más y mejor en colaboración. En el marco de este punto de encuentro se seguirá realizando el certamen de Premios AECOC Shopper Marketing e Innovación, que celebrará su 14ª edición.

5.500 asistentes en las actividades del área ECyM



Más de 2.350 asistentes a nuestras actividades de difusión de conocimiento



Prioridades 2026

• **Conocimiento de Tendencias de mercado, consumo y compra en un entorno omnicanal**

- Monitorizar el mercado, dificultades y prioridades del sector y ayudar a las empresas a construir escenarios ante la situación actual, gracias al liderazgo del comité de Estrategia Comercial y Marketing.
- Detectar y anticipar los cambios en el comportamiento del ciudadano-consumidor-comprador, ayudando a las empresas a interpretarlos, a través de las investigaciones puestas en marcha por el servicio de AECOC Shopperview.

• **Buenas prácticas en estrategia y táctica comercial con visión omnicanal**

AECOC trabaja para ser referente y facilitador de buenas prácticas para ayudar a sus socios a acelerar sus curvas de aprendizaje para vender más y mejor, incentivando el trabajo conjunto. Para ello, impulsa recomendaciones, metodologías y servicios que ayuden a las empresas a adaptarse a la situación actual siendo más competitivas, tocando temáticas tan relevantes como las siguientes:

- **Category Management:** Promover formación en buenas prácticas de co-creación de valor conjunta en el sector, en un momento en el que se necesita recuperar los básicos y ganar eficiencia, poniendo énfasis en la redefinición de surtidos, actividad promocional y la creación de valor en las categorías que potencien el crecimiento del mercado, aportando programas avanzados en esta disciplina.
- **Data Analytics:** Ayudar a las empresas a visualizar el beneficio de tomar decisiones basadas en datos de sell-out a través de casos de uso, potenciar su intercambio y uso y darles metodología y capacitación para hacerlo real.
- **Innovación:** Poner en valor la innovación como palanca de crecimiento en el sector y difundir la "Guía de trabajo" sobre innovación como herramienta metodológica para su implantación.
- **Visión 360 Comercial&Logística:** Trabajar en surtido eficiente, tanto en la definición como en el nivel de servicio de este, siendo el foco del 12º Encuentro de dirección comercial y supply chain.
- **Cuota de estómago:** Aportar conocimiento sobre cómo está evolucionando la "cuota de estómago" para ayudar a las empresas a capitalizar nuevas oportunidades, definiendo el entorno competitivo de la alimentación con una visión completa que engloba tanto el dentro como el fuera del hogar. Divulgar buenas prácticas dentro y fuera de nuestras fronteras para inspirar y ver cómo se proyecta a futuro.

Seguridad Alimentaria y Calidad

Desde su área de seguridad alimentaria y calidad, AECOC trabaja para impulsar una cadena de valor más transparente y segura, mejorando las relaciones entre los agentes de la cadena alimentaria, así como con el resto de los diferentes grupos de interés.

LÍNEAS DE TRABAJO 2025

Mejorar el comportamiento y la formación de los consumidores en la manipulación y consumo de alimentos (desde la perspectiva de la seguridad alimentaria).

En 2025 se publicó la 1ª edición del Barómetro de Seguridad Alimentaria de AECOC como herramienta de diagnóstico del conocimiento y comportamiento del consumidor en materia de seguridad alimentaria. Los resultados pueden contribuir a mejorar la formación de los consumidores (autoridades, asociaciones de consumidores, divulgadores, empresas, ...), aportando información sobre posibles situaciones de riesgo que debemos corregir.

Reforzar la reputación sectorial y la confianza de los consumidores en la cadena alimentaria a partir de la mejora de los mecanismos de protección de los consumidores y seguridad alimentaria.

Desde AECOC trabajamos para generar confianza a través de la seguridad alimentaria, reforzando la prevención y mejorando la gestión de alertas. En 2025 hemos:

- Generando conocimiento y buenas prácticas, en materia de cultura de seguridad alimentaria y gestión de alertas, a través de nuestras actividades de formación y publicación de guías de referencia.
- Realización de estudio "Radiografía del estado de cumplimiento de los protocolos para la gestión de alertas", con casi 500 empresas participantes, que nos ha permitido hacer un diagnóstico global de cumplimiento e identificar necesidades de mejora colectivas.

Contribuir al cumplimiento normativo de los socios de AECOC

- Seguimiento de desarrollos normativos, participación en consultas públicas y relación con las autoridades (por ejemplo, relación con la MECOCALA)
- Actividades de divulgación de novedades legislativas en coordinación con autoridades competentes (AESAN, MAPA)
- Asistencia / asesoría a socios en requisitos de información al consumidor/etiquetado

Alcance de las principales actividades del área

Actividades formativas: Más de 2.800 asistentes totales a las actividades formativas a lo largo del año

Congreso: 290 asistentes en la edición 2025

Empresas usuarias del servicio de autodiagnóstico de alertas: 471 empresas

Prioridades 2026

Continuar con la estrategia desarrollada en 2025 en los ejes indicados en esta memoria:

- Publicación de la 2ª edición del Barómetro de Seguridad Alimentaria y divulgación de resultados, cooperación con divulgadores, asociaciones de consumidores, autoridades, etc.
- Publicación de la 2ª edición del informe “Radiografía del estado de cumplimiento de los protocolos para la gestión de alertas”, que nos permitirá ampliar la muestra de estudio y medir la mejora de las empresas que participaron en la 1ª edición.
- Mejora del conocimiento (formación) para la gestión de riesgos, de la mano de expertos y colectivo científico, de los principales motivos de alerta pública: Listeria, gestión de alérgenos, etc.
- Colaboración con otros comités de AECOC para aportar criterio técnico en seguridad alimentaria en proyectos prioritarios y transversales para el sector:
 - Sostenibilidad: Plásticos reciclados Food-Grade (contacto alimentario)
 - Desperdicio alimentario: Garantizar la seguridad alimentaria en la aplicación de la jerarquía contra el desperdicio
 - HORECA: Trazabilidad mayoristas HORECA, seguridad alimentaria en el delivery
- Punto de encuentro: seguir trabajando para consolidar el Congreso de Seguridad Alimentaria de AECOC como un evento de referencia en España, ampliando la comunidad de asistentes y manteniendo las excelentes valoraciones por parte de la comunidad.

23º Congreso AECOC de Seguridad Alimentaria y Calidad



Empleo y Talento

El talento y el empleo son factores determinantes para garantizar la competitividad de las empresas en un entorno empresarial en constante evolución. En este contexto, AECOC trabaja para fortalecer la “marca empleadora” del sector de gran consumo, con el objetivo de atraer y retener a los mejores profesionales. Además, asesora a la administración para impulsar políticas educativas que favorezcan el desarrollo del talento y la adaptación de los sistemas educativos a las necesidades del sector. Asimismo, promueve la Formación Profesional Dual, que combina la enseñanza teórica en los centros académicos con la práctica en entornos reales de trabajo, permitiendo a los futuros profesionales adquirir habilidades específicas para su inserción en el mercado laboral.



Gestión del Talento, Empleabilidad y Diversidad

El mercado laboral continúa experimentando una profunda transformación impulsada por la digitalización, la evolución de los modelos de trabajo y la creciente necesidad de nuevas competencias profesionales. Ante estos desafíos, desde AECOC seguimos impulsando el área de Gestión del Talento, Diversidad y Empleabilidad como uno de los cinco ejes clave de nuestro Plan Estratégico 2024-2026. Nuestro compromiso se centra en promover iniciativas que impulsen el desarrollo profesional, fomenten entornos de trabajo diversos e inclusivos y refuercen la empleabilidad en toda la cadena de valor.



Asistentes al Summer Camp del Gran Consumo 2025

LÍNEAS DE TRABAJO 2025

- **Mejora del conocimiento del sector y de la marca empleadora del gran consumo.**
 - Adhesión de 35 nuevas empresas al Pacto AECOC para la Empleabilidad y la Gestión del Talento, sumando un total de 195 empresas colaboradoras.
 - Celebración de 350 actividades académicas, alcanzando a más de 8.500 alumnos y docentes, con retransmisiones en streaming y consolidación de la colaboración con 98 centros universitarios y de FP.
 - XII Edición de los Premios Académicos AECOC, con 178 candidaturas de 52 centros y reconocimiento en cuatro categorías.
 - Celebración del Summer Camp del Gran Consumo 2025 en la Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales de la Universidad Complutense de Madrid, donde 140 de jóvenes y 26 empresas pudieron compartir una jornada de networking.
 - Participación de AECOC en el Tour del Talento 2025 de Fundación Princesa de Girona y Trivu, en las ciudades de Almería, León y Badajoz.
 - Desarrollo de un Plan de Comunicación para destacar la labor del sector en materia de educación y empleo.
 - Elaboración del Pulso al sector para obtener una radiografía de sector con indicadores clave y comparativas entre sectores y empresas.
 - Alianzas con entidades del tercer sector y escuelas de segunda oportunidad para facilitar el acceso a perfiles esenciales.
 - Realización de la primera "Escuela de verano para Docentes AECOC" para mejorar su conocimiento y actualización de contenidos en las áreas de actuación de AECOC.
 - Según datos del ranking Merco Talento: 35 empresas de GC entre las 100 primeras y 9 entre las 15 primeras empresas con mayor capacidad de atraer y retener talento.
 - Celebración de 4 webinars para la comunidad de Talento, Empleo y Diversidad.
 - Firma de convenio con Fundación Princesa de Girona para impulsar la empleabilidad juvenil, la orientación profesional y la formación.
 - Celebración del 3er Congreso AECOC Empleo y Talento con 129 asistentes.
- **Impulso de la Formación Profesional Dual a través de proyectos de colaboración entre centros y empresas asociadas AECOC**
 - Celebración de la jornada "FPLAN conecta gran consumo: logística y comercio internacional" con el objetivo de reunir a Centros de FP y profesionales de las áreas del sector para colaborar en impulso de iniciativas comunes.
 - Consolidación de la comunidad de FP_ con 18 Centros, sumando: Escola del Treball de Barcelona, Institut Lluïsa Cura, Institut Tecnològic de Barcelona, Institut de la Gastronomia de Barcelona, DAVANTE y Instituto Nebrija de Formación Profesional.
 - Consolidación y prórroga del acuerdo entre AECOC y la Comunidad de Madrid para la acreditación de la experiencia profesional de los trabajadores del sector.
 - Celebración de la Jornada "Procesos colectivos de Acreditación de la Experiencia Profesional: Un impulso clave para el Talento en Gran Consumo" en la sede de la Comunidad de Madrid, donde se puso de manifiesto el valor estratégico que los procedimientos de acreditación tienen para los trabajadores, las empresas y para la economía (más de 110 trabajadores del sector han sido acreditados en 2025 en el marco de este impulso). Destaca el papel de las compañías participantes en esta primera fase—Carrefour, DIA y Lidl— y reconoce el esfuerzo de los trabajadores que han completado la acreditación. Asimismo, actualmente ya están trabajando en la acreditación de sus profesionales Campofrío y El Corte Inglés.
- **Eje Diversidad**
 - Lanzamiento de la Iniciativa "Directivas del Gran Consumo en las aulas" y colaboración en Leadinggirls 2025 (FYCMA) para fomentar el liderazgo femenino y las disciplinas STEAM.
 - Participación del área en la Comisión de CEOE de Igualdad y Diversidad.

Gestión del Talento, Empleabilidad y Diversidad

LÍNEAS DE TRABAJO 2025

- **Posicionamiento del área en materia de Empleo y Mercado Laboral**
 - Participación del área en la Comisión de CEOE de Trabajo y Seguridad Social y Comisión CEOE Educación y Formación.
 - Participación en el BNEW, como parte del panel “Talento Senior y Junior: creando sinergias para el futuro laboral” junto a Manel Galán, Director General, BPLIA, Pau Cerdà, Socio Director, OUTVISE, Anais Hernández, Directora de tienda, LEROY MERLIN, Patrick Lokkegaard, CEO & Co-Fundador, ECODELIVER.



Ana Callol, directora general de Coca Cola Europacific Partners Iberia, participando en una sesión de Directivas del Gran Consumo en las Aulas



Tour del Talento 2025



Congreso AECOC Empleo y Talento

Prioridades 2026

Se mantendrán todos los ejes de trabajo de 2025 y además se sumará:

- Puesta en marcha del Observatorio AECOC del Absentismo Laboral.
- Seguir desarrollando el Plan de Comunicación destinado a destacar la labor del sector en materia de educación y empleo y compartir las reivindicaciones que tenemos en este ámbito.
- Elaborar una encuesta e informe para obtener una radiografía de sector con indicadores clave y comparativas entre eslabones de la cadena (contratación, temporalidad, brecha género, etc.).
- Celebrar una nueva edición del Summer Camp del Gran Consumo con la participación de alrededor de 100 estudiantes de todo el país y unas 20 empresas.
- Ampliar y potenciar la relación con la comunidad de FP, intensificando tanto el número de centros con los que colaboramos como la relación que mantenemos con ellos (sesiones, grados duales, actualización currículo formativo).
- Dar continuidad a los grados de FP Dual del Institut dels Aliments de Barcelona y Centre d'Estudis Politecnics.
- Seguir trabajando con las CCAA para el impulso de la acreditación de las competencias profesionales de los trabajadores del sector.
- Desarrollar iniciativas en el marco del protocolo de colaboración firmado entre el Ministerio de Educación y AECOC para impulsar la capacitación profesional, la empleabilidad y la igualdad de oportunidades de talento capacitado en toda la cadena de valor, a través de la modernización y transformación de los modelos formativos en el marco de la nueva economía digital, inclusiva y sostenible.
- Consolidar las alianzas con entidades del 3er sector y escuelas de segunda oportunidad para encontrar nuevas vías de acceso a perfiles profesionales esenciales pero escasos dentro del sector y explorar nuevas oportunidades en este ámbito.
- Celebrar en torno a 375 actividades académicas dirigidas a estudiantes y docentes en centros universitarios y de FP, en estrecha colaboración con nuestra comunidad de embajadores.
- Celebrar la 2ª edición de la Escuela de verano AECOC para docentes, con un programa de actualidad económica, tendencias de mercado y del sector para mejorar su conocimiento y actualización de contenidos de valor para su labor docente.
- Mantener el número de centros universitarios adscritos revisando y ampliando las titulaciones a las que nos dirigimos.
- Garantizar al menos 200 candidaturas a los Premios académicos priorizando la calidad de éstas.
- Dar visibilidad y acercar las conclusiones de los trabajos ganadores de los Premios Académicos al conjunto de nuestras empresas.
- Plan de relaciones institucionales para anticiparnos y tratar de influir en materia educativa y laboral en cumplimiento de nuestra misión de fomentar la empleabilidad juvenil y la competitividad de las empresas.
- Celebrar la cuarta edición del Congreso AECOC de RRHH y Gestión del Talento en Gran Consumo, con asistencia de 175 profesionales.
- Realizar 4 sesiones anuales híbridas /webinar para la comunidad de Talento, Empleo y Diversidad.
- Mantener los 4 números anuales de la newsletter de educación y empleo.
- Celebrar 6 sesiones de "Directivas del Gran Consumo en las Aulas".
- Apoyar y difundir las actividades llevadas a cabo por "I'm women consumer goods".



Ejes de Actividad

- Estándares y Recomendaciones
- Herramientas y Servicios
- Conocimiento
- Unidad de Acción

Ejes de actividad



Estándares y Recomendaciones



Herramientas y Servicios



Conocimiento



Unidad de Acción

Actualización plataformas de AECOC:
Nuevos servicios y ciberseguridad

Estándares y Recomendaciones

AECOC facilita a las empresas el intercambio de datos, documentos e imágenes mediante los estándares GS1, optimizando procesos y mejorando la relación con los consumidores. Como representante de GS1 en España, adapta estándares globales al mercado nacional, elabora guías de implantación y traslada las necesidades españolas al desarrollo internacional.

Estos estándares permiten identificar, capturar y compartir información de productos, activos y localizaciones, garantizando una comunicación eficiente y un intercambio de datos fiable. De este modo, las empresas comparten un mismo lenguaje, logran mayor visibilidad en la cadena de suministro y refuerzan su eficiencia operativa y competitividad en un entorno cada vez más digitalizado.

Herramientas y Servicios

La Asociación pone a disposición de las empresas plataformas digitales que facilitan la gestión de la cadena de valor y el intercambio de información. Entre ellas destacan AECOC ACTIVATE, para la identificación y trazabilidad de productos; AECOC EDI, que centraliza pedidos, facturas y albaranes; AECOC MEDIA, que conecta la información entre el punto de venta y el entorno online; y AECOC DATA, como catálogo centralizado de datos de producto.

Estas soluciones permiten automatizar procesos, reducir costes administrativos, mejorar la calidad del dato y aumentar la transparencia, contribuyendo a una operativa más ágil, eficiente y alineada con las necesidades del consumidor.

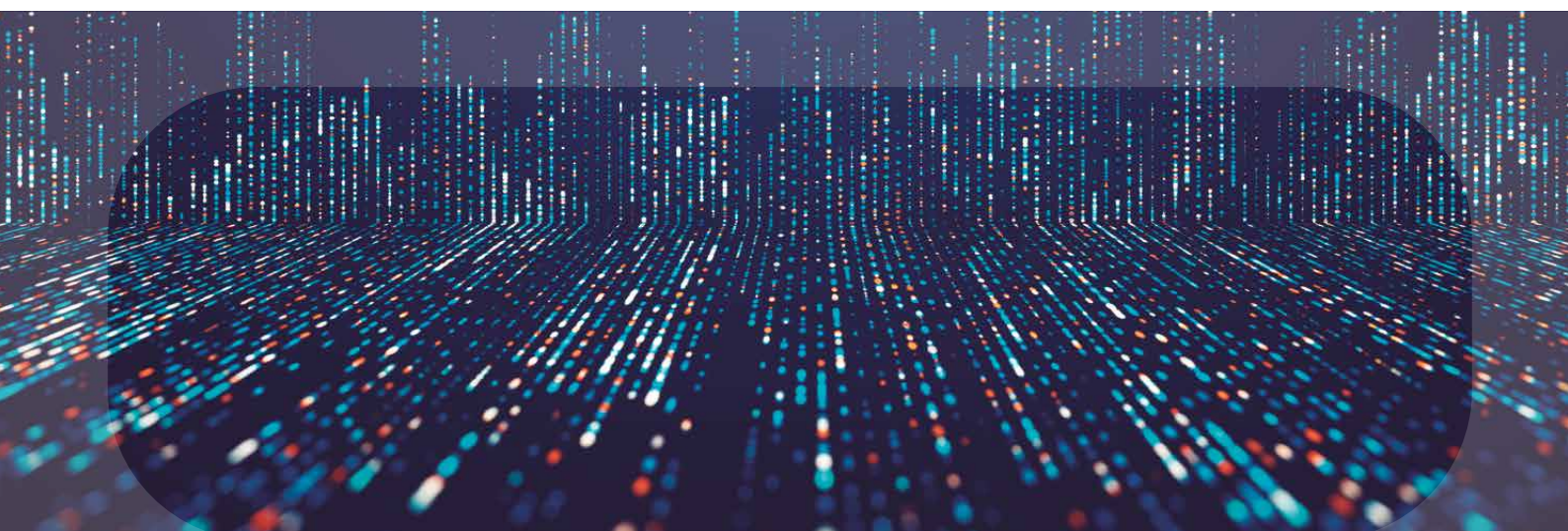
Conocimiento

AECOC impulsa la generación y difusión de conocimiento para mejorar la competitividad de la cadena de valor. A través de estudios, análisis y herramientas propias, aporta información sobre tendencias de mercado, consumo y omnicanalidad, ayudando a las empresas a anticipar cambios y tomar decisiones estratégicas. Además, mantiene una comunicación constante y bidireccional con sus asociados y organiza cursos, webinars y encuentros profesionales, tanto presenciales como online, para garantizar el acceso a contenidos actualizados y de alto valor.

Unidad de Acción

La “unidad de acción” es un enfoque transversal que coordina la respuesta del sector ante normativas y proyectos legislativos, reforzando la colaboración público-privada. En sostenibilidad, aborda regulaciones sobre envases, desperdicio alimentario, deforestación o huella de carbono. En logística y operaciones, realiza seguimiento de iniciativas como la Ley de Movilidad Sostenible o la regulación del transporte.

En digitalización, participa en el desarrollo de la Ley Crea y Crece, especialmente en materia de factura electrónica. En omnicanalidad y consumidor, trabaja en la accesibilidad y la coherencia de la información de producto, y en empleo y talento, promueve políticas inclusivas y equitativas en colaboración con otras organizaciones. Este enfoque permite alinear al conjunto del sector y dar una respuesta coordinada a los retos regulatorios y de mercado.



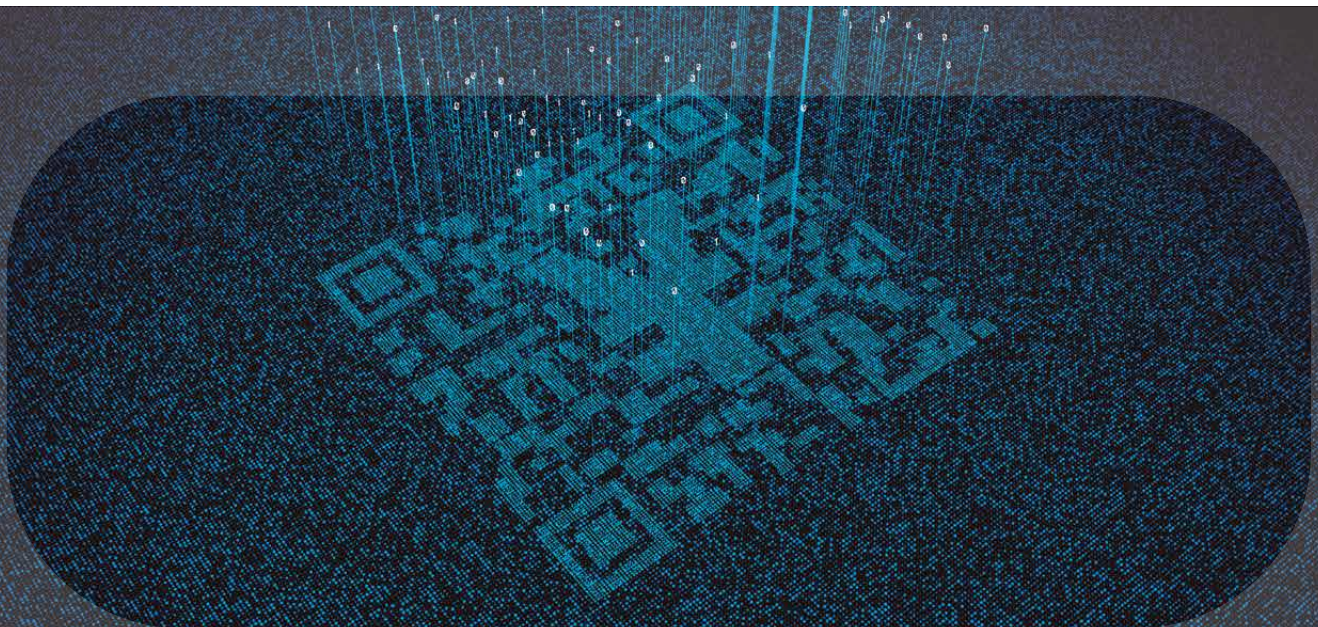
Estándares y Recomendaciones

AECOC pone a disposición de las empresas herramientas y plataformas que facilitan el intercambio de datos, documentos e imágenes mediante los estándares GS1, optimizando procesos y mejorando la relación con los consumidores. Como representante de GS1 en España, AECOC lidera el desarrollo y promoción de estos estándares a nivel global, adaptándolos a las necesidades del mercado nacional. Además, ha reforzado su compromiso con la innovación al impulsar el uso de códigos QR, que están transformando la experiencia de compra en el sector retail, especialmente en la gestión de productos frescos y de corta vida útil.

Servicios a disposición de los socios

AECOC ESCAN QR

La herramienta AECOC ESCAN QR es una solución de etiquetado digital, diseñada para ayudar a las empresas en la creación de etiquetas electrónicas, que permite ofrecer información de producto enriquecida en formato digital, a través de códigos QR. Una solución eficaz tanto para cumplimiento normativo como para conectar marcas y consumidores.



Del código de barras al código QR en el punto de venta

El código QR estándar de GSI supone una evolución clave respecto al tradicional código de barras debido a su doble función: puede ser leído tanto por los móviles de los consumidores como por los sistemas de caja en el punto de venta.

Por un lado, para el consumidor, el QR permite acceder fácilmente, desde su teléfono móvil, a información detallada sobre ingredientes, sostenibilidad, normativas, promociones y alertas alimentarias, facilitando una compra mucho más informada, segura y adaptada a sus necesidades.

Por otro lado, para el punto de venta, este nuevo código permite digitalizar mucha más información que el simple identificador de producto (EAN), lo que abre la puerta a aplicaciones avanzadas como la trazabilidad completa, la gestión automática de fechas de caducidad, la retirada eficiente ante posibles alertas y la optimización de descuentos para reducir el desperdicio, entre otras.

Actualmente, en España, tanto fabricantes como distribuidores ya están apostado por la implantación del código QR estándar de GSI.

Un canal de comunicación entre las marcas y el consumidor

- Servicio al consumidor para acceder a información completa del producto y empresa escaneando un código QR
- Solución de cumplimiento normativo para regulaciones de información al consumidor
- Herramienta para generar engagement con el consumidor, comunicando información extendida de producto y marketing
- Etiquetado transparente para garantizar acceso a información relevante
- Solución multiidioma, para ofrecer el contenido en múltiples idiomas, para una mayor comprensión del consumidor

Herramientas y Servicios

AECOC pone a disposición de sus socios plataformas digitales que permiten a las empresas mejorar la eficiencia operativa y optimizar la gestión de la cadena de suministro. Estas herramientas facilitan la automatización de procesos clave, lo que reduce los tiempos de gestión y minimiza errores en la manipulación de datos. Al centralizar la información en una única plataforma, las empresas pueden obtener visibilidad total de sus operaciones, lo que les permite tomar decisiones más rápidas y fundamentadas. A través de estas plataformas, AECOC impulsa una mayor colaboración y comunicación entre los distintos actores de la cadena de valor.

Plataformas para el intercambio de información

Las herramientas de la Asociación ponen a disposición de las empresas plataformas que se apoyan en el uso de los estándares GS1 para el intercambio de datos, documentos e imágenes; así como para ofrecer información sobre sus productos a los consumidores.

AECOC ACTIVATE

Gestión de la identificación de los productos y los códigos de barras:

- Más de 9.000 empresas usuarias.
- Registro de los códigos GTIN (EAN) del producto asignado.
- Creación de los códigos de barras, acorde con los estándares internacionales de GS1.
- Descarga de las imágenes de los códigos.
- Entrada en el Registro Global de GS1 para la protección de la marca y reducción de la posibilidad de falsificación.

AECOC EDI

Pedido, factura y albarán en un click:

- Más de 3.000 empresas usuarias
- Solución para PYMES para uso de la factura electrónica y generación de códigos de barras
- Sin coste ni impacto en los procesos de las empresas

AECOC MEDIA

Intercambio de información para el punto de venta y el comercio electrónico:

- Más de 7.000 empresas usuarias
- Intercambio de información para el punto de venta y el e-commerce
- Espacio único para disponer de toda la información sobre sus productos y compartirla para la venta a través de todos los canales

AECOC DATA

El catálogo centralizado de datos de producto para el intercambio de información logística:

- Más de 5.000 empresas usuarias
- Sincronización de datos de productos
- Facilita a proveedores y clientes compartir toda la información de manera estandarizada, segura y con altos niveles de calidad
- Conectado a la red mundial de catálogos GDSN, permitiendo el intercambio de información con cualquier país de forma estandarizada



AECOC TRADE

Un escaparate comercial para descubrir empresas y productos:

- Más de 15.000 empresas registradas
- Plataforma digital para mostrar información clave de empresas y productos de alimentación, bebidas y productos frescos
- Comunicación ágil entre fabricantes, distribuidores y consumidores

AECOC TRANSP

Intercambio documental para el transporte de mercancías:

- Más de 3.500 empresas de transporte usuarias
- Plataforma online para que cargadores, transportistas y operadores logísticos compartan información sobre el cumplimiento de requerimientos documentales (licencias de transporte, seguro de mercancías, certificados de Seguridad Social, ITVs, etc.)

FTRACE

Información directa sobre el fabricante:

- Plataforma en la que productores y comerciantes suministran información sobre los orígenes, procesamiento y calidad de sus productos de marca
- Acceso a la información por parte del consumidor y capacidad de seguimiento de los productos

Conocimiento

AECOC trabaja para mejorar la competitividad de la cadena de valor, facilitando el intercambio de conocimiento para promover la eficiencia y la sostenibilidad en las empresas, a fin de aportar un mayor valor para el consumidor. La Asociación mantiene una comunicación constante y abierta con sus asociados, lo que le permite entender sus necesidades y ofrecer soluciones a los retos del sector. Además, AECOC es referente en el análisis de tendencias de mercado y consumo y brinda información valiosa para ayudar a las empresas a tomar decisiones acertadas. A través de sus puntos de encuentro, formaciones y webinars, AECOC asegura que sus miembros tengan acceso a los conocimientos más actuales, apoyándolos en su adaptación a los cambios del mercado.

AECOC Shopperview

Dentro del área de Estrategia Comercial y Marketing, AECOC dispone de un servicio de estudios, AECOC Shopperview, dedicado al conocimiento y análisis de los cambios de comportamiento de compra y la evolución de las tendencias que marca el shopper y el ciudadano.

AECOC Shopperview tiene la misión de poner a disposición de las empresas este conocimiento y ayudarlas a aplicarlo, siendo sus objetivos específicos:

- Identificar los cambios que se producen en los hábitos de compra y consumo dentro y fuera del hogar
- Profundizar en las principales tendencias de consumo
- Estudiar la evolución y retos de determinados sectores y categorías más allá del gran consumo.



20 investigaciones realizadas en 2025

Difusión de los resultados, aportando valor a más de 550 empresas

Más de 2.350 asistentes a nuestras actividades de difusión de conocimiento

Estudios realizados en 2025

- **Barómetros de comportamiento de compra y consumo:**
 - Barómetro de compra y consumo (2 ediciones)
 - Evolución del e-commerce en gran consumo (1 edición)
 - Los momentos de consumo fuera del hogar (2 ediciones)
 - Evolución del ticket de compra (2 ediciones)
 - Barómetro de Innovación (2 ediciones)
 - Cómo afronta el shopper la Navidad
 - Tendencias de consumo: Perspectivas 2025
- **Comportamiento del shopper en el TOP6-10 de los distribuidores españoles**
- **El consumidor Silver (+55 años)**
- **Oportunidades de crecimiento en el momento snacking** (3ª edición)
- **El consumidor de productos frescos** (4ª edición)
- **Indicadores de compra y consumo de frutas y hortalizas** (3ª edición)
- **El consumidor de productos del mar**
- **Hábitos del consumidor en seguridad alimentaria** (1ª edición)
- **Hábitos de aprovechamiento de la alimentación en España** (2ª edición)
- **Métodos de pago y sistemas de autenticación** (2ª edición)

Conocimiento para las empresas

Más allá de los estudios, AECOC Shopperview ayuda a las empresas a activar el conocimiento del comprador con metodología específica a través de:

- Servicios de asesoría de aterrizaje de resultados
- Presentaciones ad-hoc y formaciones a los equipos de trabajo
- Presentaciones al comité comercial o comité de dirección
- Participación en jornadas organizadas por nuestros socios

Prioridades 2026

En 2026 la prioridad de AECOC Shopperview será ofrecer información relevante sobre la evolución del comportamiento de compra y tendencias de consumo, además de profundizar en temáticas clave como:

- Comportamiento del shopper en el TOP distribuidores regionales españoles
- Hábitos de compra en el canal de conveniencia (3ª edición)
- Hábitos de compra y consumo del shopper de origen latinoamericano
- Puntos de contacto en el e-commerce
- Qué busca el shopper en la alimentación de conveniencia (2ª edición)
- Los consumidores más influyentes del mañana: la generación Alpha
- El consumidor de productos frescos (5ª edición)
- Hábitos de compra y consumo en el sector de frutas y hortalizas (4ª edición)
- Hábitos del consumidor en seguridad alimentaria (2ª edición)
- Hábitos de aprovechamiento de la alimentación en España (3ª edición)
- Métodos de pago y sistemas de autenticación (3ª edición)
- La preocupación del shopper por la sostenibilidad

Benchmarking

AECOC acumula 18 años de experiencia en el análisis comparativo del desempeño empresarial mediante los proyectos de benchmarking. Estos estudios se sustentan en la percepción recíproca entre empresas y proveedores y abarcan aspectos clave como el nivel de servicio y la relación comercial.

Cada compañía recibe un informe individualizado con sus resultados principales, que facilita la identificación de fortalezas y áreas de mejora adaptadas a su realidad. A escala sectorial, los benchmarkings permiten formular recomendaciones para abordar retos comunes.



Áreas de análisis:

Los proyectos Benchmarking cubren distintos enfoques para ofrecer una visión integral del desempeño empresarial.

Cadena de suministro: Analizamos todas las etapas del proceso order to cash, evaluando el nivel de servicio, la eficiencia del customer service, los procesos administrativos, la implantación de estándares y la planificación y colaboración entre compañías.

Relación comercial: Examinamos las fases de la relación comercial, incluyendo el desarrollo de mercado, la interlocución con clientes, las acciones promocionales y de trade marketing, la innovación y la gestión del surtido.

Innovación: Estudiamos los procesos de lanzamiento de nuevos productos para medir su impacto y eficacia en el mercado.

Sostenibilidad: Analizamos el impacto medioambiental, social y económico, así como la colaboración entre actores en materia de sostenibilidad.

Estudio 360°: Realizamos un análisis integral que combina la evaluación de la relación comercial y la cadena de suministro.

Sectores en los que se realizan estudios Benchmarking:

- Gran Consumo
- Congelado
- Productos Cárnicos
- Productos del Mar
- Frutas y Hortalizas
- HORECA
- Salud
- Bienes Tecnológicos de Consumo

En 2025 se emitieron 303 informes dirigidos a fabricantes y distribuidores, focalizados en las áreas que se detallan a continuación:

- Benchmarking Gran Consumo - Supply Chain
- Benchmarking Gran Consumo - Comercial y Punto de Venta
- Benchmarking Gran Consumo - Innovación
- Benchmarking HORECA
- Benchmarking Salud - Farma
- Benchmarking Salud - Farma Hospitalaria
- Benchmarking Bienes Tecnológicos de Consumo
- Tracking Frutas y Hortalizas
- Tracking Productos Cárnicos
- Tracking Productos del Mar

Barómetro OSA:

El Barómetro OSA constituye el indicador de referencia para medir la disponibilidad de producto en el lineal. AECOC publica mensualmente datos detallados sobre niveles de disponibilidad, basados en la monitorización diaria de más de 36.000 referencias en 1.800 tiendas de 8 retailers nacionales.

Datos cierre 2025:

Tasa Valor OSA (disponibilidad de producto en el lineal) → 95,5% (-0,2% vs 2024)

Oportunidad perdida debido al OSA → 122M€ (+7,1% vs 2024)

Duración media de out-of-shelf → 2,9 días (-0,1 días vs 2024)

Retail Knowledge y Foodservice

AECOC Retail Knowledge se propone ser la fuente de conocimiento de referencia del retail de gran consumo. El área agrupa los servicios de la asociación destinados a conocer en profundidad:

- La distribución alimentaria nacional e internacional
- Tendencias actuales y futuras del sector
- Herramientas y servicios que contribuyan a la competitividad y eficiencia de las empresas para afrontar los retos de un escenario incierto y cambiante.

El servicio AECOC Retail Knowledge desarrolla tres ejes diferenciados:

- **El eje nacional** concentra los inputs más relevantes del mercado de gran consumo, así como las políticas comerciales de los principales distribuidores nacionales y regionales.
- **El eje internacional** ahonda en el conocimiento de los mercados de referencia a nivel global y proporciona información relevante sobre los principales actores de cada mercado, sus estrategias y mejores prácticas.
- **El eje tendencias**, a través de una monitorización constante de las iniciativas de la distribución internacional, detectamos y hacemos difusión de las principales tendencias que mueven el sector, en un momento de gran dinamismo y transformación de los mercados.

LÍNEAS DE TRABAJO 2025

- **Impulso y mejora continua de la Plataforma Retail Knowledge.** Se ha intensificado el plan de comunicación a los socios, ampliado los contenidos y lanzado la modalidad de acceso en abierto, con contenidos específicos fundamentales sobre el retail nacional, los top 25 retailers y mercados internacionales. El objetivo es ampliar el alcance y facilitar el uso del servicio, con modalidades específicas acordes a los intereses y necesidades de la comunidad, ofreciendo información y contenidos de valor sobre el retail alimentario nacional, internacional y las tendencias del sector.
- **Revisión y actualización de los contenidos de la plataforma Retail Knowledge** y tracking continuo de las principales tendencias e iniciativas del sector, de las cuales hacemos difusión a través de los informes mensuales y a través de las 5 sesiones online de difusión de estos contenidos a nuestros socios.
- **Impulso y diversificación de la formación del área**, cuyo objetivo es acercar a nuestros socios a la realidad y política comercial de los distribuidores más relevantes, nacionales y regionales, así como actores de relevancia en los países vecinos, incluyendo por primera vez jornadas específicas en retailers como Sonae y Grand Frais.
- **Seguir impulsando los International Trainings**, tanto inter-empresa como In-company, como fórmula de conocimiento y aprendizaje de alto valor. Durante el año 2025 se han realizado los siguientes International Trainings:
 - Londres: Eficiencia y experiencia en frescos, en un mercado polarizado
 - París: Alta competitividad y dinamismo del retail francés
 - Shanghai: Experiencia y tecnología disruptiva marcan el futuro del Retail

Prioridades 2026

- **Intensificar la comunicación y difusión de la Plataforma Retail Knowledge**, tanto en la modalidad Premium como en la de acceso gratuito, con un plan de comunicación y dinamización continuo durante el año, agregando a los contenidos las actividades formativas online y haciendo difusión de ésta en puntos de encuentro, comités y demás actividades. El objetivo es ampliar y construir una comunidad activa y fiel en el uso de nuestro servicio, convirtiéndonos en referentes para todos aquellos socios que quieran estar al día de la realidad y evolución del retail alimentario nacional e internacional.
- **Enriquecer la Plataforma Retail Knowledge con nuevos contenidos de valor para nuestros socios y actualización periódica de los ya existentes.** Seguir impulsando el tracking continuo de las principales tendencias e iniciativas del sector, de las cuales hacemos difusión a través de los informes mensuales y a través de las 4 sesiones online de difusión de estos contenidos dirigidas en exclusiva a las empresas adheridas al servicio.
- **Dar respuesta a las crecientes necesidades formativas en el ámbito internacional**, en especial por parte de la distribución, a través de la organización de 10 International Trainings In Company centrados en una selección de los mercados europeos de mayor interés para

el sector. Seguimos impulsando también los International Trainings inter empresa, a través de los cuales damos oportunidad a nuestros socios de observar las tendencias más disruptivas e inspirarse a través de las mejores prácticas llevadas a cabo por parte de los líderes de los mercados internacionales. Los destinos seleccionados para 2026 son:

- Milán: Los frescos como elemento de diferenciación e identidad.
 - Amsterdam: Omnicanalidad, conveniencia, sostenibilidad y nuevas tendencias de consumo.
 - Silicon Valley + San Francisco: El Futuro del Retail Alimentario. Tecnología, innovación y nuevos alimentos.
 - Dublín: Donde Retail y Restauración marcan el rumbo.
- **Seguir impulsando la formación del área, a través de actividades online y presenciales.** El objetivo de nuestra formación es acercar a nuestros socios a la realidad y política comercial de los distribuidores más relevantes, nacionales y regionales, así como actores de relevancia en los países vecinos, incluyendo por segundo año consecutivo una jornada específica centrada en un actor de relevancia internacional como Sonae.



Formación

AECOC ha seguido facilitando la formación continua de las empresas como herramienta destacada para conocer y adaptarse a nuevos escenarios. Durante el año 2025, la Asociación organizó más de 400 actividades formativas destinadas a la capacitación en áreas como las de marketing, comercialización, logística y transporte, seguridad alimentaria, sostenibilidad o identificación de productos.

En total, casi 19.000 profesionales de más de 3.800 compañías participaron en las formaciones organizadas por AECOC en 2025.

Además, la Asociación tiene como prioridad ampliar la oferta formativa dirigida a pymes, y durante 2025 organizó 155 formaciones orientadas a pequeñas y medianas empresas. Entre estas y el resto de la oferta participaron más de 3.700 profesionales de pymes.

Por otra parte, un total de 637 profesionales cursaron las formaciones In Company, con las que AECOC imparte programas a demanda para responder a las necesidades específicas de las empresas.

En 2025 también se organizaron 10 International Trainings, en los que 145 profesionales conocieron in situ el tratamiento de los productos frescos, la restauración, la logística o la innovación aplicada al sector alimentario en mercados de referencia como Holanda, UK, Italia, Francia o China.



Jornada Retos del transporte intermodal para el Gran Consumo en un entorno de cambio

Logros 2025

18.913 profesionales formados de 3.826 empresas

3.716 profesionales de más de 1.536 pymes participantes en las formaciones de AECOC

155 formaciones específicas para pymes

32 actividades formativas In Company dirigidas a 637 profesionales

145 participantes en los International Trainings

98,9% de asistentes satisfechos con las formaciones de AECOC



Jornada "Del código de barras al código QR"



Jornada "Visiones que impulsan el Horeca del futuro"

Puntos de Encuentro

Los Puntos de Encuentro de AECOC son espacios dedicados al análisis de tendencias y temas actuales, donde profesionales de los diferentes sectores que conforman la Asociación se reúnen para compartir conocimientos e intercambiar ideas.

Puntos de
Encuentro
celebrados

22 Congresos celebrados

7.168 Profesionales inscritos

1.900 Empresas participantes

Eventos sectoriales

En 2025, la Asociación celebró los siguientes encuentros:

Sectoriales

- Congreso de Productos Cárnicos y Elaborados
- Congreso del Sector Salud
- Congreso HORECA
- Congreso de Frutas y Hortalizas
- Congreso de Productos del Mar
- Congreso de Ferretería y Bricolaje
- Congreso de Bienes Tecnológicos de Consumo
- Congreso de Gran Consumo

Temáticos

- Congreso de Seguridad Alimentaria y Calidad
- Congreso de Desarrollo Sostenible
- Congreso de Distribución Urbana
- Congreso de Estrategia Comercial y Marketing
- Punto de Encuentro contra el Desperdicio Alimentario
- Trend Builders
- Congreso AECOC de Empleo y Talento
- Congreso de Prevención de la Pérdida
- Congreso de Administración Comercial
- Foro Nacional del Transporte



Asamblea General

La Asamblea General de Asociados de AECOC, celebrada en el Hotel Barceló Sants, congregó a más de 120 directivos de importantes empresas del sector. En este evento, que tiene lugar anualmente para presentar los resultados obtenidos en el ejercicio anterior, se destacó el crecimiento de AECOC, que ha superado las 35.000 empresas asociadas. Además, la jornada contó con la intervención de Arancha González Laya -Ex Ministra de Asuntos Exteriores, Unión Europea y Cooperación del Gobierno de España, quien aportará su visión sobre los crecientes riesgos geopolíticos y su impacto en la estabilidad de las cadenas de suministro, el comercio internacional y la competitividad de las empresas en un entorno global cada vez más incierto.

Congreso AECOC

El Roig Arena de Valencia fue el escenario de la 40ª edición del Congreso AECOC de Gran Consumo, un evento que batió récords de asistencia al reunir a más de 1.500 directivos del sector. Bajo el lema “40 años ampliando la mirada”, el congreso convocó a empresarios y altos directivos de las principales compañías de la industria y la distribución.

Durante el encuentro, se analizaron temas clave como el impacto en el sector de la coyuntura económica y geopolítica global, el papel del liderazgo empresarial en el desarrollo económico y social de España, los valores que deben guiar a las organizaciones en un escenario de transformación constante, la innovación y la eficiencia en el modelo de negocio en la distribución o el rol del retail en la cohesión social y el desarrollo económico.



Ignacio González, presidente de AECOC, en el 40º Congreso AECOC de Gran Consumo



Ricardo Álvarez, CEO de DIA en España



El presidente de Honor de AECOC Juan Roig en el 40º Congreso AECOC de Gran Consumo

40 años ampliando la mirada

AECOC celebró los pasados 22 y 23 de octubre la 40ª edición de su Congreso de Gran Consumo, la mayor cumbre nacional de un sector que aporta el 25% del PIB y 4,5 millones de empleos a la economía española. A lo largo de sus cuatro décadas de vida, el Congreso AECOC ha sido un fiel testigo de cómo ha ido evolucionando la sociedad y la economía española y cómo esos cambios se han ido reflejando en las tendencias de consumo y transformación del consumidor.

El Congreso se ha convertido además en el mejor punto de encuentro para los máximos responsables de las principales compañías del sector, brindándoles un escenario inigualable para el intercambio de impresiones, el debate y la colaboración. 40 años ampliando la mirada.



40º Congreso
AECOC
de Gran
Consumo

Comunicación, Marketing y Publicaciones

Desde las áreas de comunicación, marketing y publicaciones de AECOC se coordinan las acciones de la Asociación destinadas a ganar visibilidad ante los medios de comunicación, empresas asociadas y la sociedad con el objetivo de dar a conocer sus iniciativas y proyectos, así como reforzar su reputación corporativa.

Logros 2025

8.843
apariciones
en prensa

Newsletters sectoriales a las más de 35.000
empresas asociadas en función de
sus áreas de interés

12
revistas

2 libros
publicados

Boletín diario de noticias gratuito
al servicio de todos los asociados

AECOC en los medios

AECOC pone al alcance de todos sus asociados información de valor sobre tendencias nacionales e internacionales, actualidad y evolución de sus sectores y líneas de actividad a través de sus publicaciones, que aportan herramientas a las empresas para ser más competitivas.



Informes C84

En 2025 C84 publicó 11 informes digitales que tras el evento recogen los principales mensajes y aprendizajes dejados por los ponentes y los pone a disposición de la comunidad de socios AECOC. Los informes editados son:

- Informe Congreso AECOC Seguridad Alimentaria
- Informe Congreso AECOC Desarrollo Sostenible
- Informe Congreso AECOC Estrategia Comercial y Marketing
- Informe Congreso Horeca de AECOC
- Informe Congreso AECOC Productos del Mar

- Informe Congreso AECOC Frutas y Hortalizas
- Informe AECOC Productos Cárnicos
- Foro del Transporte
- Congreso AECOC Supply Chain
- Trend Builders
- Congreso AECOC Empleo y Talento

Código 84

C84, la revista de AECOC, es la publicación de referencia para los profesionales de gran consumo que trata los temas que marcan la actualidad y las tendencias del sector y entrevista a sus principales directivos. El año pasado se editaron 10 números ordinarios de la publicación y dos extraordinarios: C84 Mundo Rural y C84 Supply Chain. La revista se edita en papel y en formato digital.

- **C84 Mundo Rural.** Esta edición especial pone el foco en las empresas que no solo producen alimentos y otros bienes con calidad, sino que con su actividad crean riqueza en el entorno rural, contribuyendo a fijar población, vertebrar el territorio y dinamizar la vida de miles de comunidades rurales.
- **C84 Supply Chain.** Este número especial analiza los desafíos a los que se enfrenta en la actualidad una supply chain sometida a tensiones y cambios sin precedentes, que ponen una vez más de relieve su carácter estratégico y su rol absolutamente esencial para el buen funcionamiento económico y para el bienestar de toda la sociedad.

Libros Congreso AECOC



“40 años de Gran Consumo en España”

Con motivo de la celebración del 40 aniversario del Congreso AECOC, la Asociación publicó este libro que recoge algunas de las ideas más relevantes que en sus intervenciones nos dejaron los ponentes. Se trata de mensajes que visibilizan los cambios que han acontecido a lo largo de estos años y de conceptos que se anticiparon a su tiempo. También se incluyen lecciones atemporales de gestión y liderazgo que constituyen un legado único que AECOC pone a disposición de los asistentes al Congreso AECOC y de todos sus asociados.



Libro Congreso AECOC Gran Consumo 2025

Bajo el título “40 años ampliando la mirada”, AECOC publicó el año pasado el libro resumen del Congreso AECOC 2025, en el que se recogen los principales mensajes que dejaron los ponentes, nacionales e internacionales, de la pasada edición.

Premios de Periodismo AECOC por la Competitividad Empresarial

En la 14ª edición de los Premios de Periodismo

por la Competitividad Empresarial, AECOC reconoció al periodista de El Mundo, Rodrigo Terrasa, por su artículo “La tiranía de las reseñas en internet: Hoy un negocio puede triunfar o morir por culpa de una sola estrella”. El jurado de los **XIV Premios de Periodismo por la Competitividad Empresarial** valoró el reportaje por su excelente análisis del impacto y riesgos de las reseñas online en la reputación y futuro de los negocios.



Los Premios de Periodismo de AECOC tienen como objetivo reconocer la labor de los medios de comunicación en el impulso de un modelo económico, social y empresarial basado en la transparencia, eficiencia y competitividad.

Unidad de acción

AECOC trabaja desde un modelo de “unidad de acción”, que tiene como objetivo asegurar una respuesta coordinada, junto con otras asociaciones y actores clave del sector, frente a los proyectos legislativos que afectan a la competitividad de las empresas.

Asuntos Públicos



Regulatorio & Public Affairs

El área de regulatorio y asuntos públicos de AECOC se centra en ayudar a las empresas asociadas a anticipar cambios normativos y a identificar los temas de interés presentes en el debate público y en las agendas regulatorias nacionales y europeas. Su objetivo es permitir que las empresas adapten sus estrategias a un entorno regulatorio cada vez más complejo y dinámico. Para ello, realiza un análisis constante del contexto normativo, político y económico, identificando iniciativas con impacto en la cadena de valor y ofreciendo a las empresas una visión anticipada de posibles cambios. Este trabajo incluye monitorizar los asuntos que preocupan a la cadena de valor y colaborar en acciones de divulgación y formación, especialmente relevantes para pymes que enfrentan mayores desafíos en la adaptación normativa.

Durante 2025, el área reforzó su rol como “trusted advisor” mediante la creación de nuevas herramientas de información y espacios de diálogo. Entre las iniciativas más destacadas está el Foro de Asuntos Públicos y Marco Regulatorio, concebido como un espacio de análisis y debate sobre tendencias políticas, regulatorias, sociales, económicas y geopolíticas. La primera sesión, en septiembre de 2025, reunió a empresas y expertos para discutir los principales retos normativos, y nuevas sesiones ya están programadas para 2026, incluyendo la participación de Alberto Nadal, vicesecretario de economía del Partido Popular. Paralelamente, se lanzó un boletín de actualización normativa que ofrece información estructurada y periódica sobre novedades legislativas, seguimiento normativo y otros asuntos relevantes para la actividad empresarial.

Las áreas de seguimiento prioritarias han sido: actualización normativa, unidad de mercado, empleo y talento, digitalización, consumo, actualidad geopolítica y otros temas emergentes que afectan a la cadena de valor.

LÍNEAS DE TRABAJO 2025

- **Prevención:** Identificación temprana de temas regulatorios y políticos para permitir la anticipación y análisis de impacto antes de que se materialicen en iniciativas concretas.
- **Regulatorio:** Seguimiento y monitorización de normas, transmisión de opiniones de la cadena de valor al regulador y desarrollo de acciones formativas para facilitar la adaptación de las empresas.
- **Relación con stakeholders:** Identificación y vinculación con actores políticos, institucionales y de sociedad civil, consolidando a AECOC como interlocutor de referencia.
- **Conocimiento:** Asesoramiento sobre normativas en tramitación o vigentes mediante webinars, artículos, sesiones informativas y boletines.
- **Colaboración con los asociados:** Coordinación con departamentos legales, de comunicación y de los asuntos públicos para evaluar el impacto regulatorio y de los asuntos públicos y definir soluciones adecuadas.

Prioridades 2026

- **Consolidar los canales de información y conocimiento** reforzando el boletín como instrumento clave de seguimiento normativo.
- **Impulsar la comunidad de asuntos públicos y regulatorio**, fomentando el intercambio de conocimiento y la unidad de acción de la cadena de valor.
- **Desarrollar el Foro de Asuntos Públicos y Marco Regulatorio** como espacio permanente de análisis y diálogo con empresas, expertos y representantes institucionales, abordando los principales retos regulatorios, económicos y geopolíticos.
- **Reforzar la presencia institucional de AECOC**, tanto en eventos externos como en actividades organizadas por la propia asociación, con participación activa en inauguraciones, mesas redondas y otros formatos institucionales.



Sectores de trabajo

Productos Frescos

HORECA

Ferretería y Bricolaje

Bienes Tecnológicos de Consumo

Salud

Productos Frescos

Desde el área de cadena agroalimentaria, que engloba los tres sectores de frescos -frutas y hortalizas, carnes y productos del mar-, AECOC trabaja para acercar soluciones, estándares y conocimiento a las empresas, con el fin de impulsar la eficiencia, la sostenibilidad y la competitividad de todos los eslabones de la cadena de valor compartido de estos sectores, aportando mayor valor y transparencia al consumidor.

LÍNEAS DE TRABAJO 2025

- **Conocimiento del consumidor y del mercado:** Desarrollo de diferentes estudios que se han puesto gratuitamente al alcance de las empresas de los sectores de frescos:
 - **4ª edición del estudio “El comprador de productos frescos”**, realizado en colaboración con Patatas Meléndez.
 - **3ª edición del estudio “El comprador de frutas y hortalizas”**, realizado en colaboración con Patatas Meléndez.
 - **El consumidor de pescados y mariscos**, realizado para la Xunta de Galicia.
- **Puntos de Encuentro:** Realización de los mayores congresos sectoriales que reúnen a las empresas del conjunto de la cadena de valor de estos sectores. Los congresos de Productos Cárnicos y Elaboradores, Frutas y Hortalizas y Productos del Mar reunieron a más de 1.400 profesionales de los diferentes sectores.
 - **25º Congreso AECOC de productos cárnicos y elaborados** que reunió en Lleida a casi 450 profesionales y directivos del sector para debatir juntos retos y oportunidades del nuevo escenario competitivo.
 - **27º Congreso AECOC de frutas y hortalizas** reunió en Valencia a más de 700 profesionales y directivos del sector para analizar las tendencias y desafíos del sector en el contexto actual.
 - **25º Congreso AECOC de productos del mar** que reunió en Baiona a 340 profesionales y directivos del sector para analizar los retos del sector de la pesca y la acuicultura en España.



LÍNEAS DE TRABAJO 2025

• **Formación:**

Capacitación para las empresas del sector:

- Jornada "Perspectivas 2026 para los sectores de frescos".
- Jornada "MAKRO y los productos frescos".
- Jornada "ÁREAS y los productos frescos".
- Cursos de capacitación de los profesionales del sector: "Plan de activación comercial en productos frescos", "Key Account Manager en frescos" o "Quién es Quién" en la distribución de productos frescos.
- International Trainings a Londres y a China con empresas nacionales para conocer otros mercados de referencia en productos frescos.
- Webinar gratuito sobre "Nuevos requisitos de trazabilidad en productos de la pesca y la acuicultura" con la colaboración del MAPA.

- **Competitividad y buenas prácticas:** Desarrollo de los proyectos "Tracking de Productos Cárnicos y Elaborados", "Tracking de Productos del Mar" y "Tracking de Frutas y Hortalizas" que tienen como objetivo ayudar a fabricantes y distribuidores a mejorar su nivel de servicio y sus relaciones comerciales.

- **Sostenibilidad 360°:** Seguimiento, información actualizada e implicaciones sobre la legislación de los envases de plástico y otras exigencias legislativas en materias de sostenibilidad y economía circular marcadas por Europa.

• **Comunicación**

- Información actualizada y continuada sobre las afectaciones para los sectores de los paros del transporte.
- Apoyo de las iniciativas sectoriales para mejorar la transparencia, comunicación y promoción de los productos del mar.
- Apoyo de la iniciativa sectorial "El Sentido de la Carne" en colaboración con las asociaciones Interprofesionales Ganadero-Cárnicas y su Foro Ganadero Cárnico.

Productos Frescos



1. 25º Congreso AECOC de Productos del Mar
2. xxxxx27º Congreso AECOC de Frutas y Hortalizas
3. 25º Congreso de AECOC de Productos Cárnicos y Elaborados



Prioridades 2026

- **Anticipación y adecuación al marco Regulatorio:**
 - Real Decreto 1055/2022 de Envases y Residuos de Envases. Seguimiento del estatus de la normativa en cuanto al listado de excepciones de frutas y hortalizas que presentan un riesgo de deterioro o merma cuando se venden a granel.
 - Reputación Sectorial / Plan de Comunicación del Sector Cárnico: apoyo a la tercera edición de la iniciativa sectorial industria-interprofesionales-distribución "El Sentido de la Carne".
 - Seguimiento, aplicación y revisión de los cambios en la Política Pesquera Común (PPC) relacionados con la trazabilidad y el Reglamento de Control.
 - Interacción continuada con la Administración.
- **Sostenibilidad 360°:**
 - Posicionamiento de los sectores y colaboración en temas de sostenibilidad económica, social y medioambiental. Ayudar al posicionamiento y a la competitividad de los sectores de frescos.
 - Impulsar buenas prácticas para mejorar la sostenibilidad de los sectores de frescos.
- **Conocimiento del consumidor y del mercado:**
 - Promover el conocimiento del consumidor y del comprador de productos frescos, así como las dinámicas de mercado y las tendencias en estos sectores.
 - Ser el referente de información y de tendencias para los sectores de frescos, compartiendo el conocimiento generado por AECOC en los diferentes puntos de encuentro y actividades formativas.
- **Avanzar en la difusión de buenas prácticas en el sector:**
 - Apoyo y fomento de las iniciativas sectoriales para mejorar la transparencia, trazabilidad, comunicación y promoción.
- **Comunicación transparente y contribución al posicionamiento de los sectores:**
 - A través de los planes de comunicación sectoriales de AECOC.

HORECA

El área de HORECA de AECOC proporciona conocimiento a las empresas del sector para entender los cambios de hábitos que impactan en el conjunto de la cadena de valor de la restauración y exponer las tendencias nacionales e internacionales que marcan tanto su presente como su futuro.



LÍNEAS DE TRABAJO 2025

El Comité de Horeca de AECOC elaboró en 2025 un plan para el impulso de iniciativas de colaboración destinadas a avanzar en los siguientes ejes de trabajo:

- **Publicación de informes periódicos** con las principales iniciativas y tendencias globales del sector hostelero.
- **Formación específica** para los fabricantes que trabajan en el sector o para las que planean entrar en él. Desarrollo de nuevas formaciones dirigidas a fabricantes (jornadas para conocer a destacados actores del sector).
- **Viajes de inspiración** para ayudar al sector a conocer tendencias y casos de éxito internacionales, con la mirada puesta en la “cuota de estómago”.
- **Continuación de los dos proyectos estratégicos** del área impulsados desde del comité para el sector.
 - **Route to Market:** Proyecto estratégico que analiza en profundidad los retos y tendencias que impactarán en el “route to market” del canal HORECA con horizonte 2030.
 - **Local Heroes:** Proyecto que pone el foco en ampliar la comunidad de operadores pequeños e intermedios de índole regional. Después del primer informe sectorial en 2024, presentación del informe específico del Coffee & Bakery, poniendo en valor las principales tendencias y casos de éxito regionales.

Prioridades 2026

- **Consolidar el congreso como el punto de encuentro de referencia del sector**, tanto por los contenidos como por la calidad de los asistentes. Potenciar el crecimiento del evento a través de la participación de un mayor número de grupos de restauración.
- **Visibilidad y posicionamiento del área en actividades y eventos** sectoriales tales como ferias, congresos, presentaciones in company. Temáticas a abordar: tendencias, estudio del Route to Market, Local Heroes, cuota de estómago.
- **Local heroes**: Poner el foco en conocer el ecosistema de restauración de los "heroes locales", con nuevos informes a compartir con el sector. Conocer a los principales operadores, poniendo en valor sus proyectos y singularidad. Ponerlos en contacto entre ellos y con otros agentes de la cadena de valor, así como darles visibilidad en los eventos de AECOC. Organizar safari tours de conceptos por destacadas ciudades, para conocer de primera mano a los emprendedores locales.
- **Cuota de Estómago**: trabajar de forma transversal junto a ECYM para tener un conocimiento global de cómo se está transformando el segmento de la conveniencia para anticipar oportunidades y retos para las empresas del sector. Desarrollo de actividades ad hoc para transmitir el conocimiento generado.

22º Congreso HORECA

La 22ª edición del Congreso HORECA de AECOC reunió en Madrid a cerca de 500 directivos, descifrando las claves de la actualidad del sector y abordando las temáticas que más impactan en el negocio: el impacto del turismo en el sector, los retos en un entorno cambiante, la transformación de las dinámicas en la cadena de valor, el mercado laboral o la digitalización.



Ferretería y Bricolaje

El área de Ferrería y Bricolaje de AECOC tiene la misión de incrementar la competitividad del sector, desarrollando y facilitando conocimiento del mercado y del comprador, e impulsando la eficiencia operativa con la implantación de los estándares GS1 y el intercambio de información a lo largo de toda la cadena de valor.

LÍNEAS DE TRABAJO 2025

• Punto de encuentro

- **Celebración del 27º Congreso AECOC de Ferrería y Bricolaje**, con cerca de 250 asistentes de toda la cadena de valor.

• Formación

- **Diseño y desarrollo de la 2ª edición del “Programa Experto en Negocios de Ferrería y Bricolaje”** junto con EOI -Escuela de Organización Industrial- y especialmente diseñado para dotar a los directivos y/o gerentes de negocios del sector de los conocimientos y herramientas necesarios para cultivar las competencias vinculadas a la gestión empresarial y comercial, y potenciar la innovación y el talento.

• Conocimiento

- **Poner al alcance del sector los resultados del Barómetro AECOC** trimestral de la distribución sectorial.
- **Puesta en marcha del plan de acción de mejora de la calidad** y profundidad de los datos de dicho Barómetro AECOC.
- **Desarrollo del Estudio sobre las “Tendencias del Retail DIY”** y divulgación del resumen de este en el 27º Congreso AECOC de Ferrería y Bricolaje.

• Estándares

- **Impulso del uso de nuestros servicios de AECOC MEDIA y AECOC DATA** entre las empresas del sector para el intercambio de información de los productos.
- **Desarrollo y divulgación de los proyectos impulsados por AECOC** relacionados con la inteligencia artificial y su aplicación en la obtención de datos de productos.

• Sostenibilidad

- **Fomento de la participación de las empresas del sector en la iniciativa Lean & Green**, promoviendo prácticas sostenibles y eficientes.
- **Informar a las empresas del sector sobre la nueva “Plataforma AECOC Sostenibilidad-Huella de carbono”** e impulsar el uso de esta.
- **Continuar apoyando el informe de sostenibilidad de AECOC** y divulgar sus conclusiones clave al sector.

• Empleabilidad

- Impulso de la participación de las empresas del sector en el **Pacto AECOC para la Empleabilidad y la Gestión del Talento**.

• Legal

- **Poner al alcance de los socios las actualizaciones legislativas** y novedades jurisprudenciales más destacadas que afectan a la competitividad del sector.

Prioridades 2026

• Punto de Encuentro:

- Celebración del 28º Congreso AECOC de Ferrería y Bricolaje, con alrededor de 300 profesionales asistentes.
- Jornada sobre las “Tendencias y Perspectivas en el sector de Ferrería y Bricolaje”, con más de 65 asistentes.

• Formación:

- Diseñar y poner en marcha la 3ª edición del “Programa Experto en Negocios de Ferrería y Bricolaje” 2026-2027, con 20 participantes.
- Formar a los socios en materia de digitalización y omnicanalidad a través de webinars.

• Conocimiento:

- Seguir monitorizando la evolución trimestral del sector mediante el Barómetro de la distribución del sector de Ferrería y Bricolaje en diferentes canales.
- Poner en marcha, desarrollar y poner al alcance del sector los resultados de la 8ª ola del Barómetro “Radiografía del comprador de Ferrería y Bricolaje”.
- Actualizar y poner al alcance del sector los resultados del Estudio de “Tendencias del Retail DIY”.
- Actualizar la Clasificación Estandarizada de los Productos AECOC del sector y ponerla a disposición de este.

• Estándares:

- Consolidar nuestros servicios de AECOC MEDIA y AECOC DATA como plataforma referente para el intercambio de información de calidad de los productos del sector.
- Divulgación de los proyectos impulsados por AECOC relacionados con la IA y su aplicación en la obtención de datos de productos.

• Sostenibilidad:

- Ampliación de la presencia de las empresas del sector en la iniciativa Lean & Green.
- Seguir apoyando el informe de sostenibilidad de AECOC y divulgar sus conclusiones al sector.

• Legal:

- Seguir facilitando a los socios las reformas legislativas más destacadas que afecten a la competitividad del sector.

• Empleabilidad:

- Ampliación de la participación de las empresas del sector en el Pacto AECOC para la Empleabilidad y la Gestión del Talento, como herramienta para la captación del talento y la profesionalización del sector.
- Poner en marcha el Observatorio AECOC sobre el Absentismo laboral, impulsar la participación de las empresas del sector en el mismo y compartir los resultados.



27º Congreso de Ferrería y Bricolaje

Bienes Tecnológicos de Consumo

A través de su Comité sectorial, AECOC trabaja para consolidarse como el punto de encuentro y colaboración entre fabricantes y distribuidores, impulsando el desarrollo del sector en términos de eficiencia y competitividad en torno a cuatro grandes prioridades: Mercado/Consumidor, Omnicanalidad, Cadena de suministro y Sostenibilidad.



LÍNEAS DE TRABAJO 2025

- **Comité AECOC de BTC:** Se han incorporado al Comité Xiaomi, Ezratis, SBS Mobile y Midea, reforzando la representatividad sectorial. Asimismo, se ha producido la incorporación de un nuevo responsable del sector y se ha alcanzado un nivel de involucración empresarial del 92% en las iniciativas promovidas.
- **Stakeholders del sector:** Se ha mantenido una estrecha colaboración con las principales asociaciones sectoriales -APPLiA, FECE, AMETIC y Ecolec- en asuntos de interés común, especialmente en el ámbito regulatorio y de sostenibilidad.
- **Comunicación:** Se han logrado 89 impactos en la prensa sobre las actividades y proyectos del área, alcanzando una audiencia de más de 20 millones de personas.
- **Punto de Encuentro:** Se ha celebrado con éxito la XV edición del Congreso AECOC de BTC, que reunió a cerca de 100 directivos de empresas fabricantes y distribuidoras líderes del sector.
- **Digitalización y omnicanalidad:** Se han impulsado los servicios vinculados al e-commerce y desarrollado nuevas funcionalidades en las plataformas de intercambio de información, alcanzando 191 usuarios en AECOC MEDIA y 21 en AECOC DATA.
- **Excelencia operacional:** Se ha desarrollado y monitorizado un cuadro de mando regulatorio que ha facilitado la interlocución con la administración, con el objetivo de minimizar el impacto normativo en la competitividad sectorial. Asimismo, se ha liderado, junto a FECE y en colaboración con APPLiA, la iniciativa para promover un Plan Renove Nacional orientado a la renovación del parque de electrodomésticos.
- **Sostenibilidad:** Ocho empresas del sector participan ya en la iniciativa Lean & Green para la reducción de emisiones en la cadena de suministro y cinco en el informe anual de sostenibilidad de AECOC. Además, se ha constituido un Grupo de Trabajo específico para el seguimiento e influencia de los desarrollos regulatorios en esta materia.
- **Empleabilidad:** Un total de 19 empresas del sector se han adherido al Pacto por la Empleabilidad de AECOC.

Prioridades 2026

- **Comité AECOC de BTC:** Mantener el nivel de representatividad y reconocimiento sectorial del Comité, reforzando su notoriedad y capacidad de liderazgo. Identificar, además, un nuevo proyecto tractor que fomente la unidad de acción sectorial.
- **Stakeholders del sector:** Profundizar la colaboración con APPLiA, FECE, AMETIC y ECOLEC, especialmente en materia regulatoria, en el impulso del Congreso anual y en la difusión de iniciativas sectoriales.
- **Comunicación:** Dar un salto cuantitativo y cualitativo en visibilidad sectorial mediante un mayor número de acciones en medios externos de comunicación.
- **Punto de encuentro:** Celebrar la XVI edición del Congreso AECOC de BTC, consolidándolo como evento de referencia ineludible para fabricantes y distribuidores líderes en España.
- **Digitalización y omnicanalidad:** Continuar desarrollando AECOC MEDIA y AECOC DATA mediante nuevas acciones de colaboración con la distribución e incorporación de funcionalidades adaptadas a las necesidades del mercado.
- **Conocimiento del comprador (shopper):** Analizar la viabilidad de desarrollar un estudio o barómetro sectorial sobre percepción y comportamiento del comprador de BTC.
- **Gestión del conocimiento:** Impulsar los cursos "Conoce a tu distribuidor", acercando a los fabricantes a los modelos logísticos y la visión estratégica de los principales distribuidores.
- **Excelencia operacional:** Liderar el desarrollo del Plan Renove Nacional junto a FECE y en colaboración con APPLiA. Explorar la ampliación de categorías en la próxima edición del benchmark sectorial (2027) y fomentar el crecimiento del uso del EDI en el sector en términos de usuarios, volumen de mensajes y calidad de intercambio.
- **Sostenibilidad:** Consolidar el Grupo de Trabajo sectorial, impulsar la adhesión a Lean & Green y promover una mayor participación en el informe anual de sostenibilidad de AECOC.
- **Empleabilidad:** Alcanzar la adhesión de 24 empresas del sector al Pacto por la Empleabilidad.



Salud

Desde el sector salud de AECOC, se trabaja para guiar al sector sanitario hacia una correcta implementación de los estándares GS1 y en el desarrollo de buenas prácticas a lo largo de la cadena de suministro con el objetivo de contribuir a mejorar la seguridad del paciente e impulsar un sector más moderno, eficiente, sostenible y competitivo en nuestro país.

Desde hace más de 25 años, AECOC cuenta con un comité sanitario que es el responsable de marcar las estrategias y líneas de trabajo del sector. Este foro formado por los máximos responsables de logística del sector ha permitido el éxito de las iniciativas y recomendaciones que se proponen y supone uno de los valores corporativos más importantes del funcionamiento del sector.

En una clara apuesta estratégica de la Asociación, durante el 2025, se realizó una división del comité -canal farmacia comunitaria y canal hospitalario- buscando la especialización y excelencia en el sector, poniendo el foco en el punto de dispensación y atención al paciente.

Por una parte, el comité canal hospitalario, organizado con 8 servicios de salud, 2 grupos privados hospitalarios, 1 operador logístico y 10 proveedores de material hospitalario. Y la otra, el comité canal farmacia comunitaria, formado con 6 mayoristas farmacéuticos, 2 operadores logísticos y 13 laboratorios farmacéuticos.

Al igual que los años anteriores, en 2025, AECOC ha seguido creciendo y posicionándose como una organización relevante en el sector, alcanzando más de 2.300 empresas asociadas del sector salud, consolidando su crecimiento y ofreciendo más de 10.000 servicios a sus asociados.

LÍNEAS DE TRABAJO 2025

- **Logística y operaciones:** Recomendaciones y buenas prácticas. Ejecución de los proyectos Benchmarking, consolidando los KPI's del sector salud para la evaluación del nivel de servicio y relación comercial de la cadena de valor.
- **Digitalización y tecnología:** Sistemas de intercambio de información interoperables, que ayudan a las empresas a implementar y mejorar los procesos de comunicación mediante la utilización de los Estándares GS1 y el uso los mensajes EDI entre empresas.
- **Transparencia y omnicanalidad:** Seguridad del paciente, formación y conocimiento.
- **Sostenibilidad:** Involucración de la cadena de valor en la elaboración de la propuesta de valor de AECOC hacía el sector.
- **Gestión del conocimiento:**
 - **Celebración del 25º Congreso del Sector Salud**, con la participación de más de 130 asistentes.
 - **Celebración de la jornada de logística intrahospitalaria** en el Hospital Clínic de Barcelona con más de 200 asistentes.
 - **Organización de más de 20 formaciones, jornadas, cursos y webinars**, en formatos presencial y online, destacando las jornadas relacionadas con las normativas UDI, agregación y serialización de medicamentos y la eficiencia hospitalaria.

Benchmarking

- **Publicación de la nueva edición del estudio “Benchmarking Farma”**, centrado en el canal farmacéutico, con la participación de 500 farmacias, 6 mayoristas y 40 laboratorios. Se ha afianzado la sección mirror de evaluación a los mayoristas por parte de 30 laboratorios y un apartado de tendencias del sector.
- **Presentación de los resultados de la segunda edición del “Benchmarking Farma Hospitalaria”**, con la participación de más de 40 responsables de farmacia hospitalaria de 15 Comunidades Autónomas.

Innovación

- **Plataforma de Innovación Abierta en el Sector Salud**, con la participación de 8 organizaciones, cuyo objetivo es desarrollar proyectos colaborativos de innovación abierta con impacto en la cadena de valor y atender las necesidades individuales de cada organización.

Prioridades 2026

En 2026, el área de salud de AECOC seguirá consolidando los proyectos ya iniciados y reforzará su apuesta por la innovación y la sostenibilidad.

- **Consolidación de AECOC en el sector Salud.** Consolidar y aumentar la representatividad de los comités del sector Salud de AECOC -Comité Canal Hospitalario y el Comité Canal Farmacia Comunitaria-.
- **Punto de encuentro del Sector.** Ofrecer espacios formativos e inspiradores para el sector salud.



25º Congreso
AECOC Sector Salud



Comités



Logística

Presidente **Alberto Madariaga**

Eroski

Ramón Barca | Auchan Retail
Antonio Aguilar | Carrefour
Ismael Martínez-Acitores | Campofrío
Roberto Rodríguez | Capsa
Anna Esquiús | Coca Cola EP
Víctor Escanciano | Condis
Lourdes Brugera | Consum
Alejandro Mena | Danone
Juan Pablo Jiménez | DHL
Miguel Ángel Santamaría | Dia
Anaïs Desbarres | El Corte Inglés
Adolfo Díaz | Gadisa
Ignacio Gallardo | Grupo Damm
Luz Pérez | Grupo Uvesco
Loles Soriano | Henkel
Dora Cristina Ruivo | Johnson & Johnson
David Abeijón | Lidl
David Cid | Mercadona
Gustavo Rocafort | Nestlé
Nicolás Castrejón | Mahou
Jesús M. González | Pepsico
Amaya Sarasa | P&G
Pedro Bartolo | Sonae
Antonio Uceda | Stef
Eva Cilleros | Unilever



Estrategia Comercial y Marketing

Presidenta **María García Fernández**

Capsa

Fernando Romero | Ahorramás
Clara Duque | Alcampo
Marcos Ruvira | Campofrío
Roberto Sobrino | Carrefour
Carlos Aguirregomezorta | Coca Cola EP
Alicia Pujol | Condis
Manuel García | Consum
Pedro Schuler | Danone
Claudia Scott Glendownyn | El Corte Inglés
Beatriz Santos | Eroski
Josep Martínez | Euromadi Ibérica
Marta Cortés | Europastry
Santiago Codesido | Gadisa
Víctor Pérez | Grupo Ifa
Ivan Luna | Henkel

Joaquín Jiménez | Juver

Víctor Zaccaria | Lidl

Guillaume Sonolet | L'Oréal

Segismundo Royo-Villanova | Mahou San Miguel

Mavi Alba | Mercadona

Rai Cararach | Nestlé

Luis Fernando Romero | P&G

Antonio Rueda | Supermercados Pujol

Marta González-Mesones | Unilever

Miguel Ángel Zamorano | Uvesco



Seguridad Alimentaria y Calidad

Presidenta **Eva Muñoz**

El Corte Inglés

Adolfo Santiago | Ahorramás

Isabel Jiménez | Auchan Retail

María José Linares | Alsea

Javier Cañada | Angulas Aguinaga

Elena Cañas | Campofrío

Ángel Márquez | Carrefour

Begoña Sánchez | Compass Group

Lourdes Brugera | Consum

Eva Pérez | Danone

Isabel Barcenilla | Dia

Mónica Cid | Eroski

Verónica Miranda | Europastry

Susana Batres | Grupo Bimbo

Pedro Olivares | Grupo Fuertes

Beatriz Trinidad | Grupo IFA

Marta Otero | Grupo Nueva Pescanova

Daniel Sánchez-Patón | Leche Pascual

Antonio Prada | Lidl

Isabel Montolio | Mercadona

Montserrat del Campo | Nestlé

Enrica Insa | Noel Alimentaria

Cristina Díez | Palacios

Carolina Vives | Pepsico Iberia

Dolores Mir | Transgourmet

Marta Vía | Unilever

Vicente Bosch | Verdifresh



RRHH y Gestión del Talento

Presidenta **Isabel Gavilanes**

Alcampo

Mar Romero | Alsea
Susana Sierra | Calidad Pascual
Lourdes Santos | Campofrio
Vicente Celemín | Capsa Food
Lorena Sánchez | Carrefour
Francisco Gonzalez | Clarel
Marta Sempere | Coca-Cola EP
Pedro Herández | Consum
Rebeca Navarro | El Corte Inglés
Cesar Vázquez | Dia
Ana Fossas | Euromadi
Sonia Rosique | Grupo G's
Sonia Cañas | Grupo IFA
Monica Zai | Heineken
Elisabeth Santos | Henkel
Virginia Sánchez | Leroy Merlin
Airan Kiebel | Lidl
Bruno Olmos | Mercadona
Andreia Cabral | Nestlé



Prevención de la Pérdida

Presidente **Oscar Molins**

Mango

Fernando Montero García | Ahorramás
Manuel Fernández | Bodegas Torres
Ángel Antero | Carrefour
Martí Aymerich | Clarel
Javier Vilata | Consum
Miguel Ángel Matia | Chep
Daniel García | Desigual
Santiago Pacheco | DHL
Julio Alcocer /Olga Palomo de la Cruz | Dia
Diego Pilares | El Corte Inglés
Carlos Cifuentes | Eroski
Arturo Huamán | Game
Miguel Ángel Recio | Grupo Recio
Jean Sanchez | Makro
Alba Martínez | Mercadona
Sergio Gargante | Nestlé
Oscar Olmos / Alberto Toledo | Leroy Merlin
Jorge Lagares | Primark
Ferran Masip | Transgourmet



Administración Comercial

Julian López / Francisco Javier Fernández |

Ahorramás

Noemi Riera García | Bimbo
Fernando Peral | Campofrio
Amelia María Álvarez Valbuena | Carrefour
Mónica Fernández | Condis
María Isabel Moreno Gil | Consum
Gloria Castella | Danone
María del Pilar Álvarez Fanego | Dia
Francisca Gómez Martínez | El Corte Inglés
Sonia Sesto | Eroski
Carlos Fernández González | Gadisa
Francisco Guerrero | Heineken
Raquel Gimenez | Henkel
Dora Cristina Ruivo | Kenveu
Jordi Illenas | Lidl
Verónica Ortega Palma | Mahou San Miguel
Marta García | Mercadona
David Torrent | Nestlé
María Duque Casas / Luis Pastor | P&G
Liliana Cortabarría Vila | Pepsico
Arturo Latorre Hernández | Pikolin
Alexandro Lyra Santos | Puig
Anna Batlle | Transgourmet



Smart Distribution

Presidente **Javier Guerrero**

Mahou San Miguel

Jon Guinea | Amazon
Marcos Bonafonte | Bidafarma
Juan Alfonso Mera | Carrefour
Javier Escribano | Cofares
Aitor Arteaga | Coca Cola
Jorge Reyes | Decathlon
José Angel Llop | El Corte Inglés
Itziar Sancho | Grupo Ifa
Antonio Pey | Heineken
Abel López | Inditex
Diego Aparicio | Ikea
Luis Ángel Flórez | Leroy Merlin
Paco Fernández | Mango
Eduardo López | Makro
Rodrigo Garcia | Mediamarkt
Ruth Maria Puche | Mercadona
Sergio Sánchez Carbonell | Pascual
Víctor del Pozo | Veepee



Lean & Green

Presidenta **Michaela Reischl**
Lidl

Isabel Vasserot | Azucarera
Maximiliano Bermejo | Baleària
Borja Leal Muñoz | Bidafarma
Antonio Botas | Calidad Pascual
Héctor Benito | Carreras
Ángel Rodríguez | Chep
José Antonio Vázquez | Conway
Santiago Ramirez | DHL
Paulino Yunta | Día
Yolanda Díaz | Damm
Juan Luis Arambarri | Eroski
Alberto Barbero | Grupo Bel
Miguel Ángel García | Leroy Merlin
Michaela Reischl | Lidl
Julio de Pazos Rey | Mahou San Miguel
Batirtze Garrido | Nestlé
Adrián Valverde | Primafrio
Gonzalo Aguerri | Saica
Eduardo Cáceres | Taisa



Sostenibilidad

Presidente **Alejandro Martínez Berriocha**
Grupo Eroski

Yolanda Fernández Jiménez | Alcampo
Mónica Galeote Quecedo | Amazon
Cristina Alonso Guillamón | Áreas
Elena Aldana | Carrefour
Carmen Gómez-Acebo | Coca-Cola EP
Rosa Ferrer | Consum
Trinidad Dávila | Día
Foucauld Declercq | Decathlon
Bernardo Cruza | El Corte Inglés
Alejandro Martínez Berriocha | Grupo Eroski
Marta Colomer | Idilia Foods
Eva Mengs | Ikea
Cristina Sánchez | Leroy Merlin
Michaela Reischl | Lidl
Delia García | L'Oréal
Patricio Carpena | Mercadona
Jordi Aycart | Nestlé
Oscar Hernández | Pascual
María Antonia Ruiz Arteta | Puig
Ana Palencia | Unilever



Desperdicio Alimentario

Presidenta **Carolina Muro**
Nestlé

Alfred Vara | Agència Catalana de Residus
Andrea Alonso | Agroponiente
Roberto Ortuño | Ainia
José Luis Ares | Alcampo
Blanca López | Areas
Oriol Dolader | BBAA de Barcelona
Tamara Polo | Campofrío
Elena Aldana | Carrefour
Amaya Prats | Casa Ametller
Ana García Rodero | Covirán
Núria Riba | Consum
Charo Saavedra | Danone
Andrea Carneros | Día
Ana Antequera/Fátima Laffite | Ebro Foods
Cristina Rodríguez | Eroski
Eva Muñoz | El Corte Inglés
Francisco Greciano | FESBAL
Ana Lorenzo | Grupo IFA
Carmen Redondo | Hispacoop
Michaela Reischl | Lidl
Laura Cruz | Mercadona
Ana Díaz/ Helena de Miguel | Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación
María Pérez | Nueva Pescanova
Ana Isabel Martín | Pascual
Paloma Temiño | Pepsico
María José Aduriz | Uvesco



Bienes Tecnológicos de Consumo

Presidente **José Escoda**
Grupo Segesa

Noor Odeh | Activa Hogar
Vanesa Checa | Alcampo
Carlos Albert | Amazon
Rosa Cánovas | Carrefour
Alex Barnett | De'Longhi
Víctor Llatas | El Corte Inglés
Marc Rodríguez | Ezratis Iberia
Daniel Olmo | Fnac
Pere Rius | Frigicoll
Antonio Tolrá | Groupe Seb
José Benigno Fernández | Hisense
Salvador Cayón | HP
Oscar Cabo | LG
Samuel González | Media Markt

Julio Fontecha | P&G
María Sánchez | PC Componentes
María Jesús Aliaga | Philips
Álvaro Uriarte | Samsung
Franck Herrera | SBS Mobile
Carlos Moreno-Figueroa | Sinersis
Óscar Gracia | TCL Electronics
Vicente Sánchez | Teka
Gonçalo Carvalho | Worten
Pedro Hunolt | Xiaomi

HORECA

Presidente **Peio Arbeloa**
Mahou San Miguel



Roberto del Barrio | Aguas Font Vella-Danone
Juan Manuel de Simón | Alsea
Alberto Ferreira | Campofrio
Alicia Orden | Coca Cola EP
Inmaculada Castillo | Conway
Chema Iñurrieta | Diageo
Karina Castillo | Dunkin
Guillermo Arcenegui | El Corte Inglés
Daniel Calvo | Europastry
Daniel Agromayor | Five Guys
Judith Viader | Frit Ravich
Carlos Pérez Tenorio | Food Box
Carlos García Gómez | Transgourmet
Alejandro Hermo | Goiko
Susi Darnés | Grup Disbesa Darnés
Félix Gómez | Grupo Áreas
Ricardo Nuncio | Heineken
Emilio Gallego | Hostelería de España
Albert Planas | Makro
José Antonio del Castillo | Manolo Bakes
Adriana Bonezzi | Marcas de Restauración
Robert Vivo | Nestlé
Javier Peña | Pascual
Álvaro López | Unilever Food Solutions

Ferretería y Bricolaje

Presidente **Jaime Mendoza**
Cofedroza



Santiago Trullás | AC Marca Adhesives
Antonio Buñuel | Akzo Nobel
Eduardo Salazar | Aside
Jon Goikoetxea | Assa Abloy (Tesa)
Bart Ginneberge | Bauhaus
Bienvenido Calvo | Bellota Herramientas
David Milagro | Bigmat

Chris Bargate | Brico Dépôt
César Navarro | Cintacor Storplanet
Ignacio Ehlis | Ehlis
Eduardo Nussio | El Corte Inglés - Bricor
Carlos del Piñal | Husqvarna Consumer - Gardena
Juan Carlos Morata | Leroy Merlin
Alberto Pérez | Manomano
Celia Pérez | Molins Construction Solutions
Alfredo Díaz | Neopro
Àngel Jubete | Productos Flower
José Manuel González | Reunión Industrial
Jesús Martínez | Robert Bosch
Antònia Martínez | Servei Estació
Xavier Merino | Sipcam
Abraham Vieito | Unifersa

Productos del Mar

Presidente **Eduardo Míguez**
Puerto Celeiro



Antonio Martínez Santana | Ahorramás
Juan Luís Manso | Alcampo
Isabel Alemany | Aldi
Raquel Aizpurua | Angulas Aguinaga
Eduardo Ortega | Carrefour
Alberto Alonso | Cabomar
Sebastián Guillén | Consum
Ana Segovia | Dia
Roberto Morán | El Corte Inglés
Gorka Azkona | Eroski
Beatriz Aguado | Gambastar
Daniel Lorente | La Sirena
Eduardo López | Lidl
Jorge Milán López | Mercadona
Lino Dávila | Nueva Pescanova
Ruy Andrade | Grupo Pereira
José Juan Fernández | Grupo Proinsa
Erín Valcárcel | Pescarmar-Gadisa
Osvlado Rodríguez | Profand
Salvador Ros | Ros Freskibo
Manuela Gómez | Stolt Sea Farm
Ángel García | Scanfisk Seafood
José Ángel Mozos | Serpeska
María José Adúriz | Uvesco

Frutas y Hortalizas



Presidente **Enrique de los Ríos**
Grupo An/Unica Fresh

José María Lezcano | Ahorramás
Alfonso Rojas | Aldi
Piedad Coscollá | Anecoop
Juan Flores | Arc Eurobanan
Alexandra Riera | Carrefour/Socomo
Luis Miguel Fernández | Coexphal
Jesús Antonio García | Consum
José Manuel Bernardo | Dia
Álvaro de Cabo | El Corte Inglés
Aitor Ruiz | Eroski
Fermín Aldaz | Florette-Vegamayor
Joaquín Rey | Fruitgrowing Quality
Joaquín Ballester | Foodiverse
Sebastian Hierl | Lidl
Miguel Ángel Heras | Makro
Javier Bessini | Mercadona
Francisco Sánchez | Onubafruit
Rafael Soto | Pascual Marketing
Javier Meléndez | Patatas Meléndez
Eduardo Córdoba | Primaflor
Xavier Navarro | Supermercats Pujol
José María Naranjo | Tany Nature
María José Adúriz | Uvesco

Carnes



Presidente **Josep Solé**
Vall Companys

Fernando Batuecas | Ahorramás
Cynthia Astete | Aldi
Eduardo Latorre | Alcampo
Miquel Martí | BonÁrea
Ángel Suárez | Campofrio
Carlos Serrano | Cárnicas Serrano
Jorge Castelló | Carpisa
Francisco Piqueras | Carrefour
Jose Cuenca | Consum
Elisabet Cañigueral | Costa Brava
Mediterranean Foods
Joan Pérez | Costa Food Group
Juan Carlos Martínez | Covirán
Álvaro Escribano | El Corte Inglés
Juan Mayol | El pozo
Igor Acero | Eroski
Esther García | Grupo AN
Dino Grobas | Grupo Coren
Carmen Sánchez | Grupo Dia

David Castro | Grupo Facsa
Isabel Miguel | Grupo Hermi
Daniel Medina | Grupo Medina
Raul Gómez | Grupo Uvesa
Iván Fernández | Imacsa
Jaime Sánchez | Incarlopsa
Noemi Sánchez | Lidl
Francisco Órtiz | Makro
Joaquín Mir | Mercadona
Félix Valdemoro | Oviaragó

Medios de Pago



Presidenta **Francesca Cedrola**
Amazon

Juan José Llorente | Adyen
Arnau Bertrán | Amazon
Gonzalo Pérez del Arco | American Express
Julián Martín | Ant International
Alejandro Barrenechea | Banco Santander
Lola Bázquez | Bankinter
Antonio Macías | BBVA
Ángel Nigorra | Bizum
Tina Peris | CaixaBank
Elena Martín | Carrefour
Julio César Fernández | Cecabank
Javier Casas | Checkout.com
Irene Negro | Decathlon
Cristina Lozano | DIA
Vicente Sánchez | El Corte Inglés
Alejandro Sánchez | Eroski
Alicia Escribá | Google
José Luis Langa | Iberpay
Josep Cassany | Lidl
Ignacio González-Posada | Mastercard
Esther Miranda | Media Markt
Julia Gallego | Mercadona
Alex Sáiz | Monei
Beatriz Giménez | PayPal
Miguel Torres | Redsys
Javier Rivera | Stripe
Mariló Chiari | Tendam
Javier Agudo | Visa
José A. Nieto | Worldline



Comité de Canal Hospitalario

Presidenta **María Blanco Campanero**

Institut Català de la Salut

Pere Antoni Jordán Martínez | B.Braun Medical

Gemma Ruiz Ortega | Becton Dickinson

Santa Pedro García | Generalitat Valenciana -
Conselleria de Sanitat

Encarnación Montes Béjar | Grifols Movaco

María Blanco Campanero | Institut Català de la Salut

Virginia González Collado | Johnson & Johnson

Javier Ruiz Schorr | Kci Clinic Spain

Sebastián Ramírez Jerez | Medtronic Ibérica

Lorenzo Formento | Mölnlycke

Josep Maria Mor Fernández | Mútua de Terrassa

Sergi Argüelles Macias | Logaritme Serveis Logistics

Nahikari Ruíz Martín/Amaia de Lorenzo Quintela |

Osakidetza Servicio Vasco de Salud

Oscar Maldonado Rubio | Palex Medical

Guillermo Cristobal Ortiz | Quirón Salud

Mickael Skobierski | Roche Diagnostics

María Ramírez Gutiérrez | Servicio Andaluz de la Salud

Martín Cribeiro González/ Lara Otero López |

Servicio Gallego de Salud - Sergas

Rafael Marcote Darriba | Servicio de Salud de
Les Illes Balears

Ina Redrado Laraña/Oihana Remondegui | Servicio
Navarro de Salud

Macarena Sánchez | Servicio Andaluz de la Salud

Juan Antonio Quesada Torres | Servicio Murciano
de Salud

Javier González de las Peñas | Werfen



Comité Farmacia Comunitaria

Presidente **José Luis García del Rosal**

Bidafarma

Victor Martin | Abbott Laboratories

María Esther Ávila | Almirall

David Cervera | Astrazeneca

Juan Sanz Fernández | Bidafarma

Roberto Comisaña/ Guillem Perez | Cencora

Aitor Madoz Sánchez | Cofares, Coop. Farma.

Francesc Miret/Pere Josep Vandellós | Fedefarma

Vanesa Colina | Ferrer

Marta González-Betes | Glaxosmithkline

Amaya Cobo/Ignacio Satorre | Hefame

Ramon Roig | Kern Pharma

Carolina Meléndez | Laboratorio Stada

Fernando López Sáinz | Laboratorios Cinfa

Xavier Sayos | Laboratorios Ordesa

Carlos Albajar | Logista Pharma

Maite Ortega | Merck

Carmen Marmesat | Nestlé España

Juan de Andrés | Píizer

José Oliver Alberca | QDUX360

Juan Antonio Nieto | Teva Pharma

Elena Lezaun | Unnefar

Los materiales contenidos en las páginas de este informe incluyendo el texto, diseño, presentación, logotipos, iconos, imágenes, fotografías y cualquier otro elemento gráfico son propiedad de la Asociación Española de Codificación Comercial ("AECOC"). AECOC se reserva el derecho de modificar alguno o todos los elementos del informe.

© [Abril, 2026] AECOC. Todos los derechos reservados. Esta obra no puede ser utilizada, reproducida, distribuida, comunicada públicamente o alterada, en su totalidad o en parte, sin el permiso escrito de AECOC.



Ronda General Mitre 10
08017 Barcelona
www.aecoc.es

Tel.: 93 252 39 00

AECOC