vinetur

El vending mueve 1.175 millones y gana peso en el consumo fuera del hogar

Circana sitúa al canal en el 8% de las visitas de foodservice y apunta al alza del tique medio

viernes 5 de junio de 2026

El vending mantiene una evolución positiva en España y refuerza su posición dentro del mercado del foodservice. Así lo recoge un estudio elaborado por Circana para la Associació Catalana de Vending i Unattended (ACVIU), que cifra en 1.175 millones de euros el gasto de los consumidores en este canal y lo sitúa como una opción habitual de consumo fuera del hogar.

La consultora señala que esta evolución se produce en un momento de mayor cautela en el consumo y de mayor sensibilidad al precio. Pese a ello, el vending conserva un comportamiento sólido apoyado en la regularidad de las ocasiones de consumo y en un aumento del 4% del tique medio, un factor que, de acuerdo con Circana, sostiene el avance del canal.

El informe sitúa al vending en una cuota del 8% del total de visitas en foodservice. Para Circana, ese peso se explica por varios atributos asociados a este formato de compra, entre ellos la rapidez, la accesibilidad y el control del gasto. La consultora añade que se trata de un canal capaz de adaptarse a las necesidades del consumidor en un mercado en el que los hábitos de compra están cambiando.

Uno de los datos que recoge el estudio es la fuerte implantación del vending en los entornos laborales, que concentran el 46% de las visitas. Circana también apunta a su presencia en espacios de tránsito y zonas comerciales, donde el canal refuerza su papel como solución de consumo inmediato.

La distribución del consumo a lo largo del día también muestra una pauta definida. El desayuno y la merienda concentran tres cuartas partes de la actividad del canal, lo que confirma, según el análisis, que el vending mantiene una relación muy vinculada a momentos concretos y recurrentes de consumo.

Junto a esa estabilidad, el estudio identifica varias líneas de trabajo para el sector. Entre ellas, Circana plantea ampliar la oferta de productos saludables que resulten atractivos para nuevos grupos de edad, aumentar las ocasiones de consumo en la comida del mediodía mediante una oferta más diversificada y elevar el tique medio por ocasión con artículos de mayor calidad o combinaciones más completas.

Desde ACVIU consideran que los resultados reflejan la capacidad del sector para adaptarse a un consumidor más exigente y para seguir desarrollando su propuesta. La asociación, entidad de referencia del vending y los servicios unattended en Catalunya, representa desde 1989 a empresas operadoras y proveedoras y reúne en la actualidad a cerca de un centenar de compañías asociadas.

La organización centra parte de su actividad en la profesionalización, la innovación y la calidad en la distribución automática, además de impulsar formación, asesoramiento especializado, comunicación y encuentros para las empresas del sector.

El estudio ha contado con el patrocinio de Arbitrade e IVS Iberica y con la colaboración de V2V Factory y BRITA Iberia. Arbitrade opera en soluciones de distribución automática para empresas e instituciones y desarrolla servicios que incluyen vending, coffee corners, SmartShops, micromarkets y dispensadores de agua en hospitales, oficinas, universidades y centros deportivos, entre otros espacios profesionales.

IVS Iberica, integrada en IVS Group, centra su actividad en áreas de descanso y distribución automática de bebidas, aperitivos y otros productos. La compañía trabaja con espacios de pausa adaptados a empresas, organismos públicos y zonas de tránsito,

con un servicio que abarca análisis del espacio y del consumo, diseño, instalación, mantenimiento y suministro.

Por su parte, V2V Factory está especializada en puntos de venta desatendidos y tecnología aplicada al canal unattended, con soluciones basadas en datos en tiempo real, sistemas de pago, conectividad y telemetría. BRITA Iberia aporta soluciones profesionales de filtración de agua para máquinas de vending, con filtros orientados a proteger los equipos frente a la cal y a mejorar el sabor y el aspecto de las bebidas calientes, además de alargar la vida útil de las máquinas y favorecer una operativa más eficiente.

Circana, nacida en 2023 de la unión de IRI y The NPD Group, opera en el análisis de datos sobre comportamiento del consumidor. En España ofrece información sobre gran consumo, belleza, deporte, juguetes y foodservice a partir de ventas, tickets y consumidores del mercado español.