

# Aneoda

NOTICIAS

Suscríbete aquí:  
✉ [comercial@aneda.org](mailto:comercial@aneda.org)

“La revista de tú asociación”

in     
@Anedavending

**TU CONVENIENCIA ES  
NUESTRA PRIORIDAD**



# SUMARIO

ASOCIACIÓN PAG 3

ENTREVISTA A... PAG 11

**CARLOS ABENIA**

*Key Account Manager de Loomis Pay*



ESTUDIOS PAG 18

CURIOSIDADES Y REFLEXIONES PAG 23

OBITUARIO PAG 29

NOTAS DE PRENSA PAG 31

NORMATIVA RELACIONES LABORALES Y ECONOMÍA PAG 42

FORMACIÓN PAG 49

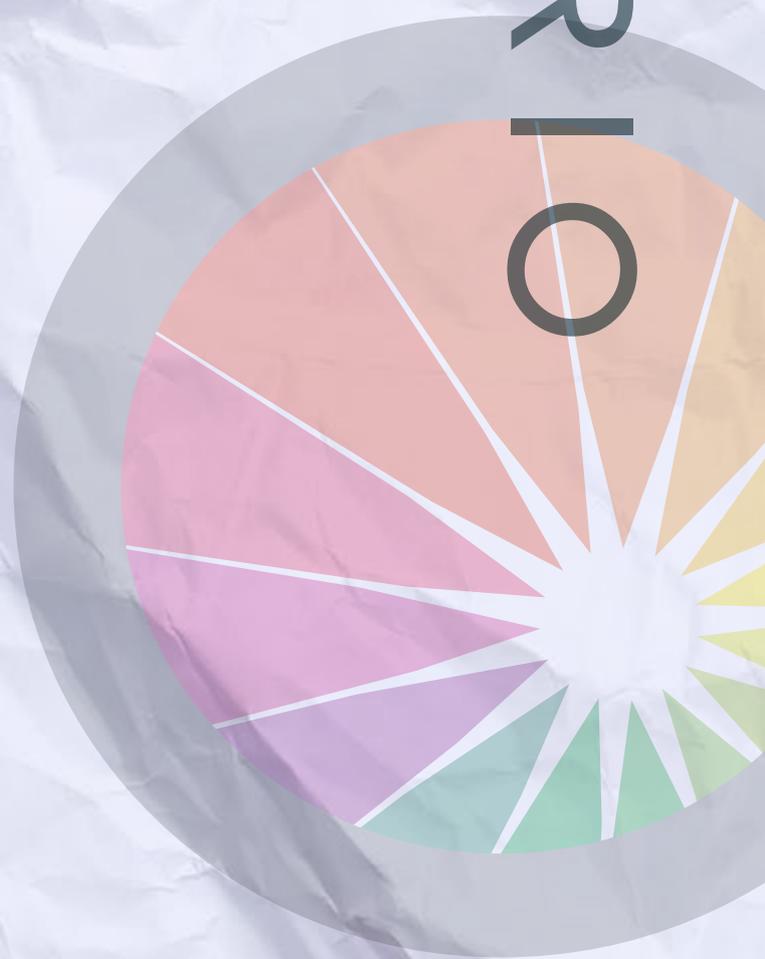
CERTIFICADO DE CALIDAD PAG 51

INTERNACIONAL PAG 53

NUEVOS SOCIOS PAG 56

REDES SOCIALES PAG 57

NOTICIAS DE EMPRESA PAG 59





# LAS PERSPECTIVAS 2024: UN AÑO LLENO DE DESAFÍOS



**Interesante webinar sobre el contexto actual y previsiones**

A finales de diciembre, la asociación organizó un encuentro online, bajo el título **“Perspectivas 2024: Un año lleno de desafíos.”**

**Jordi Costa**, Vicepresidente de ANCECO y Director General de Sternaliza, compartió detalles y su visión profesional sobre la actividad económica de 2024.

En este interesante encuentro telemático, se pusieron de manifiesto **reflexiones económicas, datos de cierre del ejercicio 2023 y las previsiones para el año 2024.**

Así mismo, se detallaron los datos del informe de Aneda sobre las **tendencias y previsiones.** Un documento encargado por la asociación y que **se presenta anualmente a los asociados.**

**Si quieres saber detalles, llámanos y te informamos cómo conseguir el Informe.**





# PRESENTACION DE ALIMENTARIA-HOSTELCO



## Aneda lanza una interesante propuesta de exposición para operadores y proveedores

ANEDA y la organización de Alimentaria-Hostelco, han mantenido diferentes reuniones para **ofrecer ventajas exclusivas y opciones de participación** para los asociados.

Los representantes de ambas organizaciones han buscado la propuesta más idónea para el expositor, ofreciendo un **espacio asociativo ad-hoc** para las diferentes empresas.

**Saúl Álvarez**, como Vicepresidente de Proveedores, ha explicado a los asociados el objetivo de esta propuesta para que pudieran analizar la viabilidad de la misma.

Se pone en marcha una nueva apuesta, abierta no sólo a los **proveedores** sino también a las empresas **operadoras de vending** para que puedan estar presentes en esta Feria.

La plataforma internacional **ALIMENTARIA-HOSTELCO**, está convocada del **18 al 21 de marzo en Barcelona**.

**David Lapuerta**, director general de Alimentaria y **Mar Santarrufina**, directora ferial, expusieron las diferentes opciones de participación en un encuentro telemático.

**ANEDA LANZA ESTA OFERTA PARA TODOS LOS ASOCIADOS, OPERADORES Y PROVEEDORES.**



Si quieres estar presente contacta con [comercial@aneda.org](mailto:comercial@aneda.org)

**Alimentaria HOSTELCO**





## ANEDA EN LA ASAMBLEA DE ANFABRA



### Historia y transformación de las bebidas refrescantes

La directora general de Aneda fue invitada para asistir a la **Asamblea General de ANFABRA-Asociación de Bebidas Refrescantes**.

Un acto llevado a cabo el **22 de noviembre** en el Museo Lázaro Galdiano de **Madrid**.

En el programa, de esta nueva cita anual del sector de las bebidas refrescantes, se mostró **la transformación** que se está llevando a cabo en el contexto de las **bebidas refrescantes**, repasando la historia de los refrescos en España.

También se llevó a cabo una **Mesa Redonda** sobre el presente de las bebidas refrescantes y un interesante dialogo sobre el bienestar del consumidor, una mirada al futuro.



## ¡¡Gracias amigos de ANFABRA!!

Un placer acudir, un año más, a esta extraordinaria jornada.



NUEVO



# NATURA

## LA PRIMERA BARRITA

### CON PROBIÓTICOS



CON DÁTILES Y SABOR CANELA

CON CHOCOLATE NEGRO

CON ARÁNDANOS Y SABOR VAINILLA

HASTA UN MÍNIMO DE 72% DE FRUTOS SECOS

GRAN FUENTE DE FIBRA

ENVASE 100% COMPOSTABLE

UNA BARRITA PROPORCIONA LA CANTIDAD DIARIA RECOMENDADA DE FRUTOS SECOS



Dr. coffee

www.drcoffee.es

Dr. coffee

## MyHome



www.aevending.com

### La máquina de café perfecta para una bebida perfecta



Pantalla touch-screen

Preparar café y una variedad de bebidas de café, incluyendo opciones con leche, está a tu alcance con un sistema automático de un solo toque.



Bebidas personalizadas

Más intenso, menos intenso, ristretto, largo, con leche caliente, sin leche. Elige la configuración que más te guste; en lo demás, MyHome se encargará de ellos.



Mantenimientos automáticos

La limpieza es más sencilla gracias al programa de limpieza automática que te guiará paso a paso para que puedas cuidar de tu máquina de café, tal como ella cuida de ti.



## DISTRIBUIDOR Y FABRICANTE DE RECAMBIOS PARA SUS MAQUINAS VENDING

Nuestro departamento técnico estará a vuestra disposición 365 días al año 24 h para solucionar todas vuestras dudas o preguntas.



www.micromic.com

Via Silvio Pellico 19/9a Pomezia RM - Italy

+39 06 91 11 503 - +39 06 62 27 05 49 - info@micromic.com



Contacto España y Portugal:

Vending technical sales manager Andrew Julian Caporicci

andrewcaporicci@gmail.com +34629231550



## MOMENTOS que

# unen



Un tardeo, un almuerzo, un picnic o un vermut. Con quien tú quieras y compartiendo unos snacks de Velarte. Hay momentos que no tienen precio, que llenan y que ahora, en época de distancias, unen más que nunca.

# VELARTE

www.velarte.com



## NUESTROS SOCIOS

Nos encanta seguir recibiendo visitas.

Durante estos últimos días nos han visitado: **GRAFUSA, SISTIAGA LASA VENDING GROUP Y LOOMIS PAY.**

**Gracias por vuestra visita. Encantados de recibirlos.**

ANEDA continúa con el **servicio de reserva de SALA** a disposición del **socio**. Cuenta con este sistema de reserva, **de manera gratuita**, para que los asociados que lo requieran puedan utilizarlo.

Sólo tienes que llamarnos, hacer tu reserva y, una vez confirmada, **te esperamos en tu casa.**



ANEDA  
-VENDING-





# EN LA PRESENTACION DE XVI PREMIOS ESTRATEGIA NAOS

## Nuestros socios cumplen los objetivos del Plan de Mejora de Alimentos y Bebidas.

ANEDA, invitada por la dirección ejecutiva de la **Agencia Española de Seguridad Alimentaria y Nutrición (AESAN)**, acudió a finales de noviembre a la presentación de los **XVI Premios Estrategia Naos**.

Dentro del programa se detallaron las principales conclusiones de la **Evaluación del Plan de colaboración** para la mejora de la composición de los alimentos y bebidas.

Un plan firmado en su día por el sector de la distribución automática, junto al resto de sectores. Las empresas asociadas operadoras de vending plasmaron sus **compromisos en el área de salud**, entre ellos, la **reducción de la dosis de azúcar** en las bebidas de las máquinas calientes, introducir más **alimentos equilibrados y más agua y bebidas sin azúcar**.

Es ahora, en ese acto, cuando esos objetivos se han hecho públicos. **D<sup>a</sup>. Almudena Rollan Subdirectora General de Nutrición**. AESAN detalló que, el sector de la distribución automática, tenía el cumplimiento del 100% de los compromisos cuantificables.

**Desde estas líneas, ENHORABUENA A LAS EMPRESAS OPERADORAS ASOCIADAS POR SU ESFUERZO Y COMPROMISO.**



1. Compra pública saludable y sostenible  
Programa de Ecocomedores de Canarias  
D<sup>a</sup>. Margarita Hernández García. Instituto Canario de Cal

2. Reformulación de alimentos  
Principales conclusiones de la Evaluación del Plan de colaboración para la mejora de la composición de los alimentos y bebidas y otras medidas 2020 y cómo avanzar.  
D<sup>a</sup>. Almudena Rollán Gordo. Subdirectora General de Nutrición. AESAN.

3. Publicidad de alimentos y bebidas dirigida a menores  
D. Gustavo Suárez Pertierra. Presidente de UNICEF España.





# SEGUIMIENTO DE ASUNTOS PÚBLICOS

## Análisis y estrategia

**Aneda y Grayling-** consultora especializada en asuntos públicos- celebran reuniones de seguimiento de manera habitual, con el fin de **analizar los elementos** más significativos y **enfocar las acciones más adecuadas**.

El contexto político actual demanda una atención más pormenorizada, bien por la incorporación de **nuevos actores** o por la puesta en marcha de **nuevas normativas**.

Antes del cierre del ejercicio se efectuó un breve **resumen de la gestión** en este ámbito durante el último trimestre, expuesto también a modo de resumen en la última Asamblea de la asociación.

Dentro de las prioridades, durante el mes de diciembre, se han mantenido varias reuniones internas con distintas asociaciones afectas, con respecto a la **propuesta de regulación** en torno a las **bebidas energéticas en Galicia**.

Hay que destacar que, a nivel regulatorio, se han presentado alegaciones a **Proyectos de Decreto donde se regula el Registro Sanitario**, como en Aragón, Andalucía o Islas Baleares.

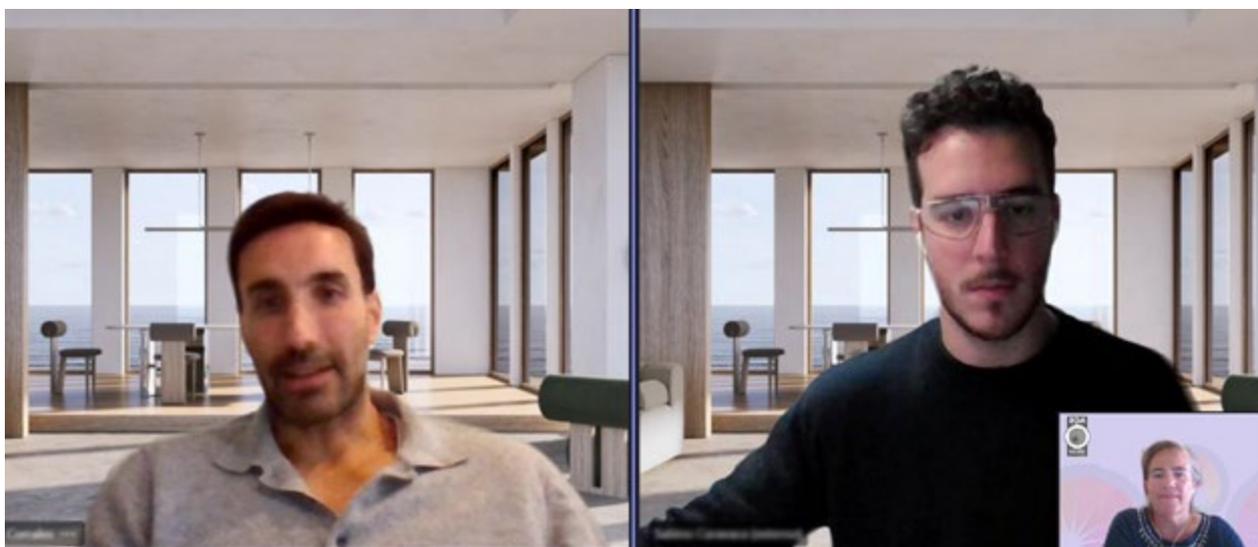
Se han solicitado informes varios al **Ministerio de Transición Ecológica** sobre el alcance de la Ley de Envases y mantenido reuniones para clarificar ciertos aspectos.

Se han mantenido varias reuniones para **exponer el problema de los costes financieros** de los micro-pagos de las empresas operadoras de vending.

Los objetivos de la Junta Directiva son claros y comprometidos en este contexto: **seguir defendiendo los intereses de los socios y del sector en general**.

Para ello, es necesario seguir estudiando y analizando las **iniciativas legislativas** que van surgiendo para adelantarse y/o en su caso, realizar las **alegaciones** oportunas en participación pública, si fuera necesario.

GRAYLING  
creating advantage





Casademont



¡El picoteo que se lleva!

www.casademont.com

Risi **MIOS!**  
ADULT SNACK



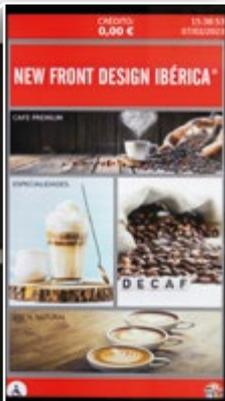
¡NUEVOS!

DESCUBRE LA  
**#PLACEROSOFÍA**  
EN LO QUE DURA  
UNA BOLSA DE MIOS!



**PERSONALIZA  
TU PANTALLA**  
*Edita tu kit al máximo*

CANTÓ 2.0



**INFORMACIÓN**  
Publicita, anuncia o anunciate



**DISEÑA, CREA  
Y EDITA**



**ORGANIZA**  
Un matriz de libre distribución  
(nº columnas, filas y bloques)  
que puedes añadir:  
- Productos  
- Información  
- Widgets (tiempo, acciones, etc)  
- Teclado alfanumérico



**IMÁGENES  
Y VIDEOS**  
Imágenes en standby y vídeos por  
consumo. Programados de forma  
manual, temporizada o remota a  
través de la interfaz Manager.

**¡AHORA SI QUIERES  
TE LO HACEMOS  
NOSOTROS!  
HAZ TU CONSULTA**

**NFD 2.0**

User interface de TOUCHSCREEN | capacitivo de 15,6" - 24"  
| Monitor full HD 16:9 | Vidrio de seguridad templado de  
3mm

**NEW FRONT DESIGN IBÉRICA**

Contamos con una amplia gama de modelos y tecnologías  
**CONTACTA CON NOSOTROS** ☎ 91 018 99 53

C/ Manzanares 32, Velilla de San Antonio, 28891 (Madrid) · pablop@nfdiberica.es · nfdiberica.es

SINCE 1828  
**VAN HOUTEN**  
CACAO PIONEERS



**5 COLORES DE CHOCOLATE  
EN POLVO PARA BEBIDAS**

Haz crecer tu negocio, amplía tu menú y deleita a tus clientes





# CARLOS ABENIA



## Key Account Manager de Loomis Pay

### 1.-Estamos viviendo una constante evolución tecnológica ¿En qué ha cambiado el sector de la distribución automática en los últimos años?

En los últimos años, los continuos **avances tecnológicos** han tenido un impacto significativo en el sector de la distribución automatizada.

En particular, hemos visto **cambios en la forma en que se realizan las transacciones financieras** y en cómo los consumidores interactúan con los servicios financieros a través de estos canales automatizados.

En primer lugar, **la digitalización ha mejorado** la eficiencia de la distribución automatizada, permitiendo transacciones más rápidas y seguras.

La introducción de tecnologías como el **reconocimiento facial, la biometría y la inteligencia artificial** ha mejorado la experiencia del usuario y ha ayudado a reducir el fraude.

Además, la personalización se ha vuelto esencial en la distribución automatizada, ya que los sistemas utilizan datos para ofrecer productos financieros **adaptados a las necesidades individuales de los usuarios**, lo

que ha supuesto un aumento en la satisfacción y fidelización del cliente.

Cuando se trata de pagos, la introducción de pagos móviles y sin contacto ha cambiado la forma en que realizamos transacciones, ofreciendo **más opciones de pago y aumentando la comodidad y velocidad.**

En Loomis Pay, nos esforzamos por **aprovechar estas innovaciones**, junto con nuestra dilatada experiencia para gestionar el dinero en efectivo, para brindar soluciones financieras más accesibles, eficientes y personalizadas a nuestros clientes y permanecer a la vanguardia de los **desarrollos en el sector de la distribución automática.**

### 2.- ¿Cómo debe afrontar el vending el nuevo futuro que se presenta en los métodos de pago?

El futuro del sector de distribución automática se encuentra estrechamente ligado a la **evolución de los métodos de pago.** Éstos son algunos de los puntos en los enfocamos en este año 2024

**a). Adaptación a la tecnología sin contacto:** La creciente preferencia por **métodos de pago sin contacto**, como tarjetas y pagos móviles, indica la necesidad de que el sector se adapte. La implementación de **tecnologías que permitan pagos rápidos y seguros** es esencial para satisfacer las expectativas de los consumidores, pero sin olvidar los métodos de pago tradicionales que siguen siendo fundamentales para el consumidor final.

**b). Integración de opciones de pago digitales:** La diversificación de las opciones de pago es clave. La industria debe asegurarse de **integrar servicios de billeteras digitales y aplicaciones de pago** para proporcionar a los usuarios diversas formas de realizar transacciones, mejorando así la conveniencia y accesibilidad.





## CARLOS ABENIA



### Key Account Manager de Loomis Pay

**c). Seguridad y protección de datos:** Con la digitalización de los pagos, la seguridad y la protección de datos se vuelven prioridades. Las empresas deben **invertir en sistemas de seguridad robustos** para garantizar la integridad de las **transacciones y la privacidad** de la información del usuario.

**d). Personalización de la experiencia del usuario:** La recopilación de datos de transacciones es una fuente de información que nos posibilita la personalización de la experiencia del usuario. Ofrecer **sugerencias a medida, descuentos específicos o programas de lealtad** basados en los hábitos de compra mejorará la satisfacción del cliente y fomenta la fidelidad a la marca.

**e). Monitoreo y análisis de datos:** La implementación de **sistemas de monitoreo y análisis de datos** es crucial para nosotros. Nos permite comprender mejor el comportamiento del consumidor, ajustar su inventario según la demanda y optimizar la **disposición de productos para maximizar las ventas**.

En Loomis Pay vemos el futuro del sector de distribución automática **abrazando las nuevas tecnologías de pago** junto con los pagos tradicionales, y también **liderando la innovación en la experiencia del usuario y la seguridad**, asegurando así su relevancia en un mundo cada vez más digitalizado.

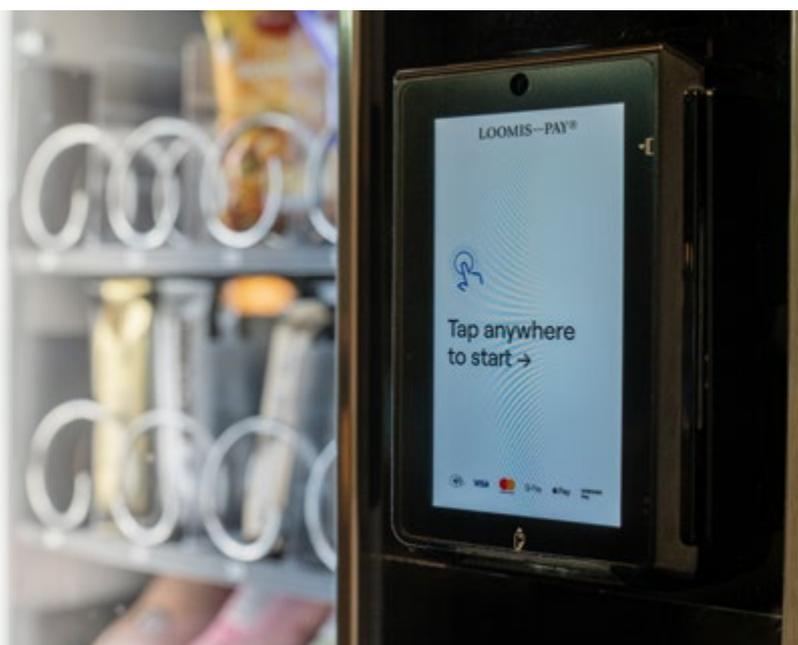
### 3.-¿Qué previsiones se marcan para este 2024?

Más que previsiones nos gustaría hablar de nuestros objetivos para este año 2024. En Loomis Pay nuestros esfuerzos centran en la

**innovación, la expansión y la adaptación** a las necesidades cambiantes del mercado. Por ello, nos hemos marcado algunas metas como son el **desarrollo de tecnologías de pago avanzadas**, seguir avanzando en el análisis de datos poniendo el principal foco de atención en el cliente y su **experiencia de usuario y la seguridad y cumplimiento** de la normativa vigente en España.

Actualmente contamos con la tecnología y la capacidad de **procesar pagos RFID/NFC**, contactless, mobile pay, etc. También ofrecemos **pagos rápidos y seguros**, pero seguimos en **constante investigación y desarrollo** para poder proporcionar la mejor experiencia al usuario.

Para nosotros es fundamental facilitar a nuestros clientes la **información más granular y relevante** que les permita tener una visión completa de su negocio, los hábitos de consumo en sus máquinas y **personalizar** su oferta de productos, **optimizar** inventarios y **mejorar** su eficiencia operativa.





# CARLOS ABENIA



## Key Account Manager de Loomis Pay

Seguimos nuestra **estrategia de expansión geográfica** que ya se extiende en los países nórdicos y en España a buen ritmo, con un **foco claro en mejorar al máximo la experiencia** del usuario final que supone un punto diferencial para nuestros clientes.

Como nuestra matriz, Loomis, para nosotros **es fundamental la seguridad y el cumplimiento normativo** y, por ello, nos mantenemos actualizados sobre las diferentes regulaciones de pagos y procesamiento de datos.

Estos retos y objetivos para este año tendrían sentido sin potenciar la colaboración con **fabricantes, operadores, proveedores tecnológicos** y otros actores clave en la cadena de suministro. Respondiendo a ello, establecemos alianzas estratégicas y facilitamos la **integración de nuestras soluciones** mientras ampliamos nuestro alcance en el mercado.

#### 4.- ¿Cuál es la filosofía de LOOMIS para dar respuesta a las necesidades específicas de los clientes?

En el corazón de nuestra filosofía está la idea de ser la **chispa de innovación en el mundo** de los servicios financieros para este sector. Nos esforzamos por entender a fondo las necesidades únicas de nuestros clientes y, en lugar de solo cumplir con esas expectativas, buscamos superarlas. **Adoptamos la flexibilidad** como mantra, adaptándonos rápidamente a las cambiantes tendencias del mercado.

Queremos que la **experiencia de pago** sea tan fácil y agradable como tomar un café de una máquina de vending, pero con un toque de **tecnología y personalización** que haga que cada **transacción sea única, fácil y segura**.

#### 5.- ¿Qué oferta tienen en este momento para operadores de Vending?

Estamos emocionados de ofrecer a los operadores de vending una **solución integral** que va más allá del simple procesamiento de pagos. Nuestra oferta actual se centra en:

- **One stop shop:** un único proveedor para la gestión de pagos digitales y en efectivo.
- **Actor local presente en España** con equipo de ventas, soporte y producto.
- **Pasarela de pagos propia:** un solo interlocutor en todo el proceso
- **Plug and Play:** Rápida configuración y gran experiencia "Out of Box".



- **Flexibilidad y agilidad.**
- **Información detallada** en nuestro portal a través de la nube
- **Nuevo jugador en el mercado español:** con la experiencia en los mercados nórdicos y centrado en resolver problemas ya conocidos del sector.
- Comprometidos en **proporcionar actualizaciones** regulares y mejoras continuas en nuestras soluciones.





# CARLOS ABENIA



## Key Account Manager de Loomis Pay

Estamos emocionados con ser parte compañeros de viaje de nuestros operadores de vending, brindándoles no solo una solución de pago, sino una **asociación estratégica que impulsa el éxito en la industria del vending.**

### 6.- El parque de máquinas sigue avanzando para ofrecer una mejor experiencia y dar facilidades y comodidad al consumidor ¿qué aporta LOOMIS PAY?

Nuestro enfoque híbrido, que abarca tanto **pagos en efectivo como soluciones digitales**, es esencial para garantizar la inclusión de todos los consumidores.

Al facilitar una **transición suave hacia métodos de pago digitales**, podemos ofrecer soluciones personalizadas que se adapten a las necesidades específicas de la industria del vending.

Desde **Loomis Pay** y con nuestra experiencia en pagos **cashless** y en efectivo buscamos ser un puente fundamental hacia **un futuro más digitalizado y eficiente** para entornos desatendidos.

### 7.- Mantener y fidelizar a clientes es muy difícil, ¿cómo se consigue? ¿cuál es la clave del éxito?

¡Absolutamente! Mantener y fidelizar a nuestros clientes es una de nuestras obsesiones aquí en Loomis Pay.

La clave del éxito radica en construir relaciones sólidas y auténticas. En lugar de simplemente **ofrecer soluciones de pago**, nos esforzamos en ser el **compañero confiable** de nuestros clientes en su viaje financiero.

En primer lugar, la transparencia es nuestra base. Comunicamos claramente **nuestros servicios, tarifas y beneficios**, creando una

relación de confianza desde el principio. Queremos que **nuestros clientes se sientan seguros** y comprendan plenamente cómo podemos ayudarles a alcanzar sus metas financieras.

Además, la personalización es clave. No adoptamos un enfoque único para todos; en su lugar, **adaptamos nuestras soluciones a las necesidades específicas de cada cliente.** Esto no solo incluye la personalización de productos, sino también ofrecer experiencias únicas y relevantes que se alineen con sus objetivos.

La **innovación constante** también es parte de nuestro ADN. Estamos atentos a las últimas tendencias y tecnologías financieras para brindar a nuestros clientes experiencias vanguardistas. Ya sea a través de herramientas digitales intuitivas, **análisis predictivo o nuevas formas de interactuar con sus productos**, buscamos mantenernos por delante de la curva.





# CARLOS ABENIA



**Key Account Manager de Loomis Pay**

*Aneda puede desempeñar un papel crucial en el desarrollo y fortalecimiento de la industria del sector.*

Fomentamos la participación y escuchamos a nuestros clientes. Sus comentarios son fundamentales, y utilizamos esta retroalimentación para **mejorar continuamente nuestros servicios**. La capacidad de adaptación es esencial en un entorno financiero en constante cambio, y estamos comprometidos con evolucionar junto con las necesidades de nuestros clientes.

**8.- Pertenecen a ANEDA desde hace poco tiempo ¿Que deberían hacer en su opinión las asociaciones profesionales para ayudar a la estabilidad, crecimiento y rentabilidad del sector?**

En mi opinión, Aneda puede desempeñar un papel crucial en el **desarrollo y fortalecimiento de la industria del sector**. Aquí hay algunas acciones que podrían ser consideradas:

- A). FOMENTAR LA COLABORACIÓN:**
- **Promover la colaboración entre los miembros de la asociación y otras partes interesadas en la industria del vending.** Facilitar el intercambio de conocimientos, mejores prácticas y experiencias entre empresas puede impulsar la innovación y el crecimiento colectivo.
- B). ABOGAR POR EL SECTOR:**
- **Actuar como defensores de la industria ante las autoridades gubernamentales y otras instituciones.** Trabajar en estrecha colaboración con las regulaciones para garantizar un entorno empresarial favorable y abogar por políticas que impulsen el desarrollo sostenible del sector.

**C). PROGRAMAS DE FORMACIÓN Y DESARROLLO:**

- **Ofrecer programas de formación y desarrollo para los miembros de la asociación.** Esto puede incluir sesiones de capacitación sobre tecnologías emergentes, tendencias del mercado y prácticas empresariales efectivas para mejorar la competitividad.

**D). PROMOCIÓN DE LA SOSTENIBILIDAD:**

- **Liderar iniciativas para promover prácticas sostenibles en la industria del vending.** Esto podría incluir campañas para reducir residuos, promover opciones de productos más saludables o adoptar tecnologías de bajo impacto ambiental.

**E). INVESTIGACIÓN DE MERCADO:**

- **Realizar investigaciones periódicas de mercado** para proporcionar a los miembros información actualizada sobre las tendencias del consumidor, preferencias y oportunidades de crecimiento. Estos datos pueden ayudar a las empresas a tomar decisiones informadas.

**F). EVENTOS Y FERIAS DEL SECTOR:**

- **Organizar eventos y ferias del sector** para promover la interacción entre empresas, permitiendo a los miembros mostrar sus productos y servicios, establecer conexiones comerciales y mantenerse al tanto de las últimas novedades.

**G). FACILITAR LA DIGITALIZACIÓN:**

- **Impulsar la adopción de tecnologías digitales en el sector del vending.** Proporcionar recursos y orientación sobre la implementación de sistemas de pago digital, análisis de datos y otras soluciones tecnológicas para mejorar la eficiencia operativa.





# CARLOS ABENIA

**Key Account Manager de Loomis Pay**

## H). CREAR ESTÁNDARES DE CALIDAD:

- **Desarrollar y promover estándares de calidad en la industria.** Esto puede incluir la definición de normas para la seguridad alimentaria, la calidad de las máquinas expendedoras y la transparencia en las transacciones comerciales.

## I). RED DE APOYO EMPRESARIAL:

- Establecer una red sólida de apoyo empresarial donde las empresas del sector puedan **compartir experiencias, enfrentar desafíos comunes y encontrar oportunidades de colaboración.** Esto puede fortalecer la cohesión y resiliencia del sector.

## J). INNOVACIÓN TECNOLÓGICA:

- Estimular la innovación tecnológica a través de **hackatones, desafíos empresariales o programas de incubación.** Apoyar el desarrollo de nuevas tecnologías y modelos de negocio que impulsen la competitividad y relevancia en el mercado.

## 10.- Estuvo presente en el último punto de encuentro de Aneda, donde también se celebró la Asamblea ¿Qué opina de estos nuevos formatos donde se intenta sorprender y fomentar la asistencia de todo el sector?

Personalmente creo que este tipo de eventos nos ofrecen una plataforma magnífica para la **interacción cara a cara, networking** y la colaboración entre miembros. Aunque pueden implicar costos de viaje y limitaciones geográficas, los beneficios incluyen una **experiencia más inmersiva y personal**, oportunidades de establecer relaciones más sólidas y la posibilidad de compartir conocimientos y recursos de manera mucho más inmediata.

*Nuestras oficinas, como muchas de las empresas tecnológicas, no tienen despachos para convertirse en un **espacio abierto** en el que todos podamos **colaborar y crecer como equipo***

Este tipo de formato que pudimos ver en la última Asamblea, me permitieron una **conexión más profunda entre todos los participantes**, contribuyendo a generar un sentido de comunidad y compromiso.

## 13.- Cuando cierra el despacho, cuando termina el trabajo ¿cómo es Carlos en el plano personal?

Nuestras oficinas, como muchas de las empresas tecnológicas, no tienen despachos para convertirse en un **espacio abierto** en el que todos podamos colaborar y crecer como equipo... pero una vez salgo de las oficinas de Loomis Pay, sigo siendo la misma persona apasionada y comprometida que dentro de ellas.

Siempre he creído en la importancia de mantener un **enfoque humano en todo lo que hago.** Valoro la transparencia, la colaboración y la empatía en mis relaciones tanto dentro como fuera de la empresa. Además, me esfuerzo por mantener un equilibrio saludable entre el trabajo y la vida personal, reconociendo la importancia de la conexión con amigos y familiares.

**Busco el éxito** tanto en el ámbito profesional como en el personal, construyendo relaciones sólidas y persiguiendo un propósito compartido que nos haga mejores a todos.

[VISITA SU WEB](#)

**LOOMIS—PAY™**

El mejor café solo con pulsar un botón.

Descubre nuestra nueva línea Vending

Special Vending

CAFESCANDELAS.COM



ISO 9001  
BUREAU VERITAS  
Certification



El sabor comienza con la calidad de cada ingrediente



100% CALIDAD

TODOS NUESTROS PRODUCTOS ESTÁN ELABORADOS CON INGREDIENTES DE PRIMERAS MARCAS.



sandwichim.com



**MYKEY**  
Siempre nueva

Descubra la nueva generación de llaves MyKey: nuevo diseño, 5 colores brillantes e impresión láser del logo del Operador.

Coges MyKey: pequeña, sencilla y cada vez más inteligente.



www.coges.es

ERAVENDING  
Fabricación



**PREMIUM 2011**

Desde nuestra experiencia de más de 20 años, en el vending público, donde las máquinas son sometidas a todo tipo de excesos, a partir de esta experiencia hemos diseñado nuestra gama de snacks y bebidas ERAVENDING PREMIUM.

En nuestros modelos del año 2011 hemos cambiado el diseño de la puerta, más ergonómico y con mayor escaparate.

En toda la máquina el acero inoxidable 304 es el protagonista, tanto en el interior como en el exterior de la misma.

**Características Principales**

**Exteriores:** exclusiva selección de productos, entrada de monedas, antivoladores y tapa de recogida de producto, todo en acero inoxidable 304 a prueba de quemaduras de mecheros. Display alfanumérico de grandes dimensiones con fondo azul.

**Interiores:** guardas interiores de la máquina en hoja de acero inoxidable 304. Bandejas de producto, espirales, separadores, guías de latas, todo ello en acero inoxidable 304. 7 cajones extraíbles para almacenar producto.

**Iluminación:** iluminación por 3 tiras de led con menor consumo y máxima duración, así como mayor respeto por el medio ambiente.

**Refrigeración:** hasta 3 °C para los modelos Combi, con temperatura estratificada y seguridad de frío, que impide la venta de productos comestibles si superan dicha temperatura.

**Sensor:** sensor de caída de producto de última generación.

**Software:** nuevo software 2011 con múltiples opciones.

**Sistemas de pago y comunicación:** máquinas preparadas para conectar módulos de telemetría, billeros y tarjetas de monedero.



**PREMIUM maxi**

Dimensiones: 1.500 x 1.000 x 850  
Pesa: 300 kg  
CAPACIDAD MÁXIMA: 900 productos

**PREMIUM medium**

Dimensiones: 1.500 x 800 x 850  
Pesa: 250 kg  
CAPACIDAD MÁXIMA: 750 productos

**PREMIUM mini**

Dimensiones: 1.000 x 700 x 850  
Pesa: 150 kg  
CAPACIDAD MÁXIMA: 400 productos



Telero Antivolador



Entrada de monedas Antivolador



Cristal entrocado de 20 mm



Cajones de alimentación de productos



Iluminación por 3 tiras de led



Bandejas en acero inoxidable, con doble espiral

**¡Pidanos presupuesto, se sorprenderá!**

Grupo de empresas La Era de la Venta Automática  
Polígono de Asipo C/B parcela 33, Navas 1 y 8  
33428 Llanera - Principado de Asturias - España  
info@eraventa.com  
www.eraventa.com

Teléfono Ventas  
902 431 668

Teléfono Servicio Técnico  
902 830 082



# OPTIMISMO ENTRE LOS CONSUMIDORES ESPAÑOLES PARA ESTE 2024

**Es la conclusión publicada por la organización TransUnion en su estudio 'Consumer Pulse' sobre comportamientos financieros**

Según el estudio 'Consumer Pulse', elaborado por la organización global de información y análisis TransUnion, los consumidores españoles son cada vez más optimistas respecto a sus ingresos potenciales: casi la mitad (un 46%) cree que sus **ingresos crecerán en los próximos doce meses** y un 49% son optimistas respecto a sus finanzas personales, mientras que solamente un cuarto (24%) de los consumidores españoles se muestra pesimista sobre su bienestar financiero. Además, casi 8 de cada 10 (79%) españoles **esperan ser capaces de pagar completamente sus facturas y préstamos**. Estas son las principales conclusiones de este informe sobre comportamientos financieros actuales, expectativas para los próximos doce meses y relación de los consumidores con las transacciones online.

**Las expectativas de los consumidores sobre el aumento de sus ingresos** crecen, ya que aumenta cinco puntos porcentuales respecto a cuando se les consultó en el segundo trimestre del año pasado. El informe de TransUnion también comparte que este incremento de ingresos previsto para este 2024 se destinará principalmente a fondos de emergencia y planes de pensiones, y un 29% planea gastar más en préstamos o hipotecas. No obstante, el 95% de los españoles consultados muestra preocupación por la actual tasa de inflación (3,1% en 2023) y el 61% considera que la economía nacional está o estará pronto en recesión. En consecuencia, hay un 39% de consumidores que está considerando **reducir sus gastos discrecionales**.

## Los jóvenes, los más optimistas

En cuanto a los resultados por generaciones, las **expectativas sobre mayores ingresos son más altas entre los más jóvenes**: el 70% de los consumidores de la Generación Z (nacidos entre 1995 y 2005) y el 47% de los Millennials (entre 1980 y 1994) creen que sus ingresos se elevarán este año. Además, estos grupos de edad son los que tienen pensado gastar más, aumentando las grandes compras, los gastos discrecionales y las compras online; y también los más proclives a la solicitud de nuevos créditos o a la refinanciación de los existentes.

**EL 70% DE LA GENERACIÓN Z Y EL 47% DE LOS MILLENNIALS CREEN QUE SUS INGRESOS AUMENTARÁN EN LOS PRÓXIMOS DOCE MESES**





# OPTIMISMO ENTRE LOS CONSUMIDORES ESPAÑOLES PARA ESTE 2024

**Es la conclusión publicada por la organización TransUnion en su estudio ‘Consumer Pulse’ sobre comportamientos financieros**

*“Los ciudadanos que entran en la mayoría de edad y pueden empezar a solicitar créditos están empezando a hacerlo. Existe una falsa creencia sobre el riesgo que suponen los consumidores de la Generación Z debido a la falta de historial crediticio”, admite Lisette González, directora general de TransUnion en España. “Sin embargo, nuestros estudios muestran cómo más de la mitad de los consumidores de entre 18 y 27 años pueden suponer la clave para el crecimiento de las entidades de préstamos por su clasificación de riesgo”.*



El estudio también determina que los **ciudadanos necesitan tener más información sobre crédito**, ya que el 38% cree que el acceso a productos de crédito es importante para poder alcanzar sus objetivos financieros, y solamente el 40% considera tener suficiente

información, cifra que se reduce al 30% en la Generación Z. Conocer más detalles sobre los costes totales de un crédito, la **disponibilidad y los beneficios que aporta un préstamo son algunas de las demandas de los encuestados**. “Los consumidores quieren saber más sobre los créditos, sobre cómo funcionan y sobre las oportunidades que les pueden aportar”, concluye **González**.

## Metodología del estudio

El Pulso del Consumidor de TransUnion es un estudio que realizó TransUnion a **1.000 adultos** entre el 3 y el 10 de octubre de 2023 en colaboración con la empresa de investigación de **mercados Dynata**. Se preguntó a mayores de edad residentes en España a través de un panel online al que se podía acceder desde ordenadores, móvil y tablet. Para mejorar la representatividad de la muestra, se incluyeron cuotas que equilibraran las respuestas de acuerdo con las estadísticas del censo en relación a la edad, al género, a los ingresos y a la región de residencia. Las generaciones se definen de la siguiente manera en este estudio: la Generación Z incluye a los nacidos entre 1995 y 2005; los Millennials, entre 1980 y 1994; la Generación X, entre 1965 y 1979; y los Baby Boomers, entre 1944 y 1964. **Los resultados del estudio no han sido ponderados** y tienen un nivel de confianza del 95 % con un margen de error de 3,1 puntos porcentuales.

Fuente <https://www.sweetpress.com>



# CINCO ESTRATEGIAS FINANCIERAS VITALES

**Los empresarios suelen pasarlas por alto**

La **estrategia financiera** es la columna vertebral del éxito duradero en el dinámico mundo empresarial. Como informa **Investopedia**, ser incapaz de superar los obstáculos financieros es la razón número uno por la que fracasan las empresas. Y, sin embargo, en medio del ajetreo de las operaciones diarias, los **esfuerzos de marketing y las relaciones con los clientes**, los propietarios de empresas suelen pasar por alto **estrategias financieras clave** que pueden repercutir significativamente en su estabilidad y crecimiento a largo plazo.



Sólo el **46% de los propietarios de empresas** se consideran con conocimientos financieros, según informa Intuit. Esta falta de conocimientos financieros puede llevar a los propietarios de empresas a cometer errores críticos, como endeudarse demasiado, gastar en exceso y perder oportunidades de crecimiento.

«Tener conocimientos financieros no es una opción para los propietarios de empresas: es esencial si se quiere superar la marca de los cinco años en el negocio. Aunque cada empresario tiene sus propias necesidades financieras, hay ciertas estrategias que todo propietario de un negocio debería comprender para maximizar sus ingresos y mantener la viabilidad financiera de su empresa», explica **Adam Taylor**, experto en finanzas y fundador de **Taylor Financiamiento**.

## 1. Gestión activa del ‘flujo de caja’

Un informe del U.S. Bank muestra que el **82% de las empresas en quiebra tienen problemas de flujo de caja**. «El flujo de caja es la savia de cualquier empresa y, sin embargo, resulta sorprendente la frecuencia con que se deja de lado su gestión activa. Una gestión eficaz del flujo de caja implica algo más que controlar el dinero que entra y el que sale; se trata del momento estratégico y de la asignación de recursos. Las empresas deben adoptar un enfoque proactivo en la gestión del flujo de caja, como el empleo de provisiones de tesorería. Esta herramienta puede ayudar a anticipar posibles déficits y capacitar a los propietarios de empresas para tomar decisiones más inteligentes sobre el retraso de los gastos o la aceleración de los ingresos. Además, mantener una reserva de efectivo de emergencia puede proporcionar un colchón en tiempos difíciles, evitando la necesidad de recurrir a costosas opciones de financiación», afirma **Taylor**.

## 2. Diversificar las fuentes de ingresos

«Depender de una única o limitada fuente de ingresos puede ser arriesgado para cualquier empresa», afirma Taylor. «La diversificación es clave para la resistencia financiera. Al explorar y desarrollar múltiples fuentes de ingresos, las empresas pueden amortiguar las fluctuaciones del mercado y los cambios en el comportamiento de los consumidores. Esto podría incluir cualquier cosa, desde el lanzamiento de nuevas ofertas de productos hasta la expansión a nuevos mercados o el aprovechamiento de las plataformas digitales para llegar a un público más amplio».

## 3. Planificación fiscal estratégica

«La planificación fiscal suele ser más reactiva que estratégica, ya que muchos empresarios sólo piensan en los impuestos cuando se acerca la fecha límite. Sin embargo, una planificación fiscal estratégica a lo largo del año puede



# CINCO ESTRATEGIAS FINANCIERAS VITALES

## Los empresarios suelen pasarlas por alto

suponer un ahorro significativo. Aprenda (o contrate a alguien que entienda) los matices de las leyes fiscales para poder aprovechar las deducciones y los créditos y tomar decisiones informadas sobre la estructura y las transacciones empresariales. Consultar con un profesional fiscal no sólo ayuda en el cumplimiento, sino que también puede aportar ideas sobre estrategias como el aplazamiento de ingresos, la elección del método contable adecuado o la realización de inversiones fiscalmente eficientes que se alineen con los objetivos empresariales», aconseja **Taylor**.



#### 4. Evaluaciones periódicas de la salud financiera

«Muchos propietarios de empresas simplemente ignoran sus finanzas. Las evaluaciones periódicas de la salud financiera son cruciales, pero a menudo se descuidan. Esto implica

algo más que echar un vistazo a las cuentas de pérdidas y ganancias; se trata de analizar varios ratios financieros y puntos de referencia para evaluar el rendimiento del negocio. Métricas clave como el margen de beneficios, el ratio corriente y el ratio deuda-capital proporcionan una imagen más clara de la salud financiera y ayudan a identificar las áreas que necesitan atención. Este enfoque proactivo permite a los propietarios de las empresas hacer ajustes antes de que las cuestiones menores se conviertan en problemas mayores», añade **Taylor**.

#### 5. Planificación de la sucesión y salida

Por último, es esencial pensar en el futuro a la hora de crear planes empresariales estratégicos: «Muchos propietarios de empresas están tan absortos en el presente que se olvidan de planificar el futuro. La planificación de la sucesión y la salida son componentes críticos de una estrategia financiera global. Tanto si se trata de traspasar el negocio a un familiar, venderlo o cerrarlo, contar con un plan garantiza una transición sin problemas y maximiza el valor. Este proceso no sólo implica una planificación financiera, sino también consideraciones jurídicas y emocionales. Se trata de crear una hoja de ruta para el futuro que se alinee con sus objetivos personales y empresariales», afirma **Taylor**.

Aunque las exigencias diarias de dirigir una empresa pueden resultar abrumadoras, los propietarios de negocios no pueden perder de vista estas cinco estrategias financieras fundamentales. Al dar prioridad a estas áreas, **los propietarios de negocios pueden construir una empresa más estable, resistente y rentable**, preparada para resistir los desafíos y capitalizar las **oportunidades del panorama empresarial** en constante evolución.

Fuente: <https://forbes.es/>

@FAS



*made in Italy*

CALIDAD QUE DURA EN EL TIEMPO

24 meses de garantía sobre toda la gama de Distribuidores Automáticos.



FAS  
we are connected

www.facebook.com/Fas.vending  
www.twitter.com/fas\_vending  
www.fas.it

Madrid Machine  
Distribuidor Oficial para España  
MFM - Madrid Fas Machine  
C/Alcalá, 5 - Sector B  
28002 Torrejón de Ardoz - MADRID  
T: 91 674 0187 - F: 91 676 9188  
www.madridmachine.es  
javier.garcia@madridmachine.es



La alternativa más saludable,  
práctica y de calidad para Vending

UNA AMPLIA GAMA DE ENSALADAS Y PLATOS LISTOS DE LA GASTRONOMÍA MEDITERRÁNEA



ESPECÍFICOS PARA  
VENTA AUTOMÁTICA

- Listos para cargar.  
La máquina no necesita adaptación.
- Fácil manipulación y conservación.  
No necesitan frío.
- Sin mermas. 1 año de caducidad.
- Fácil y atractiva identificación del producto y la marca por el consumidor.
- Gran variedad en la oferta.
- Con la calidad y garantía de la marca Carretilla.

www.carretilla.info/vending

IAN S.A.U. - Teléfono sin - 31330 Vilafranca (Navarra) - Tel. 948 843 360 - vending@grupian.com



Mmmmm



DONDE y  
CUANDO QUIERAS

Contacto Comercial: José Marcos García • Teléfono: 968 89 99 00 • Dirección: Aida Murcia 1 | 30820 Alcantarilla (Murcia)

Desde 1981  
Antonio Font  
**ilstant**

preparados solubles para el vending

leches	capuccinos	chocolates	infusiones
preparados solubles para el vending			
Tienda online	Tienda online	Tienda online	Tienda online
INSTANT VENDING PRODUCTS	INSTANT VENDING PRODUCTS	INSTANT VENDING PRODUCTS	INSTANT VENDING PRODUCTS

**café**

preparados solubles para el vending

Tienda online

INSTANT VENDING PRODUCTS

**CERO COMBUSTIBLES FÓSILES**

**FÁBRICA LIBRE DE EMISIONES CO<sub>2</sub>**

No utilizamos combustibles fósiles

www.ilstant.com

C/ Adjutori Roma, 35 - 08279 Avinyó (Barcelona) | Telf. +34 93 2602097 | ilstant@ilstant.com

# MIKA, LA PRIMERA ROBOT HUMANOIDE NOMBRADA COMO CEO DE UNA MARCA

**La marca de bebidas Dictador, nombró a Mika, una robot humanoide potenciada con la inteligencia artificial, como su CEO.**

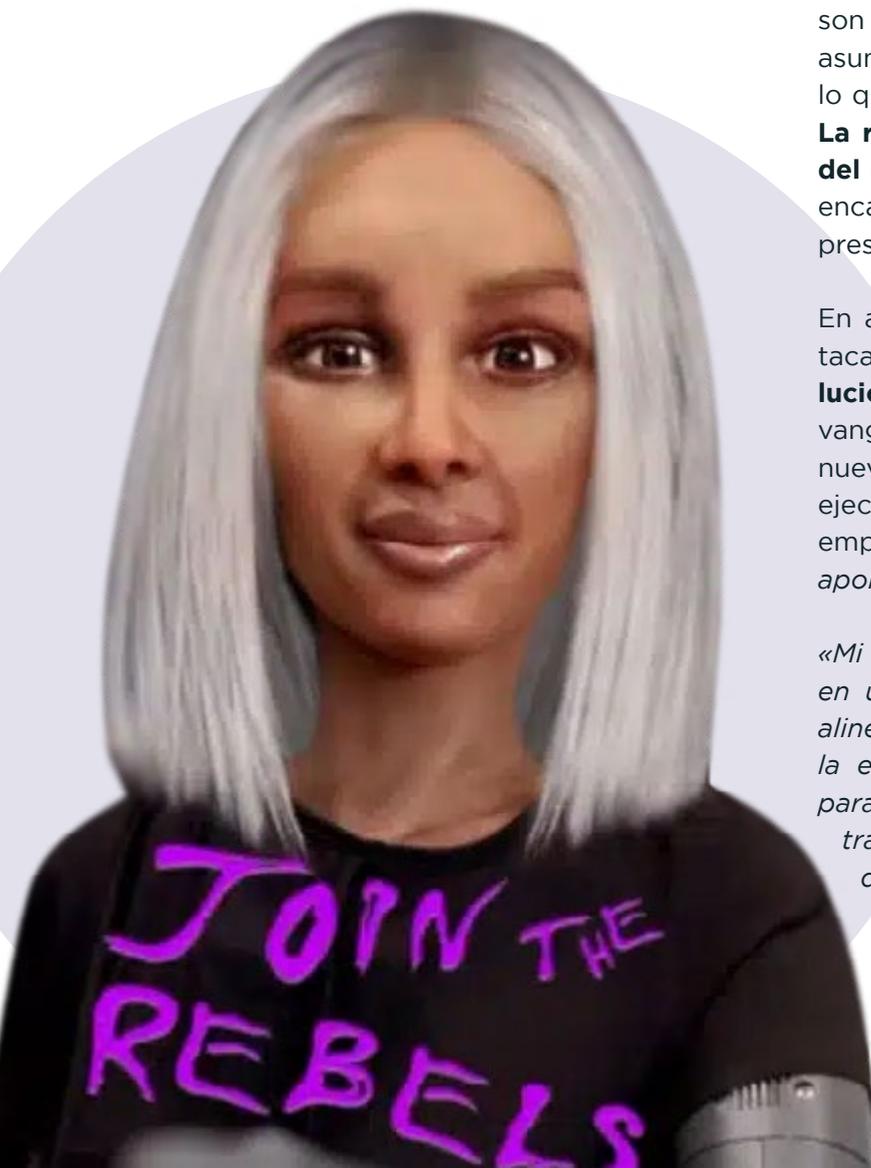
Ni los grandes directivos están a salvo de la **revolución de la IA**. La marca de bebidas alcohólicas, Dictador, ha decidido romper con la estructura tradicional de las empresas, y nombra a un robot humanoide como su CEO.

De esta forma Mika se convirtió en **la primer robot con inteligencia artificial que se enfrenta a la dirección de una empresa internacional**.

Mika, desarrollada en colaboración con Hanson Robotics, empresa creadora de Sophia, asumió el rol el 1 de septiembre de 2022, por lo que lleva en el cargo poco más de un año. **La robot es consejera delegada y miembro del consejo de la marca Dictador**, donde se encarga de liderar la comunicación de la empresa.

En algunas de sus apariciones, Mika ha destacado el compromiso de Dictador de **revolucionar la industria con IA** y tecnología de vanguardia para crear categorías totalmente nuevas en el sector. Además, esta directora ejecutiva experimental señaló que aporta a la empresa aspectos «*que un humano no puede aportar*».

«*Mi proceso de toma de decisiones se basa en un análisis exhaustivo de datos y en su alineación con los objetivos estratégicos de la empresa. No tiene prejuicios personales, para garantizar elecciones imparciales y estratégicas que prioricen el mejor interés de la organización*», aseguró **Mika** en una entrevista a Reuters.





# EL FRUTO SECO QUE ME PONE BUENA CARA EN INVIERNO Y TIENE MÁS HIERRO QUE LAS LENTEJAS

**Hay un alimento que mejora la luminosidad de la piel y que contiene más hierro que las lentejas además de ser de los favoritos de los nutricionistas.**

Cuando tenemos **los niveles de hierro bajos**, es interesante añadir a la dieta alimentos que sean ricos en este mineral, pues disminuyen nuestra sensación de cansancio además de aportarnos más energía. Además, algunos de ellos cuentan con una gran cantidad de nutrientes, lo que les convierte en **superalimentos con numerosos beneficios**. Es el caso del **pistacho**, que se ha convertido en el fruto seco favorito de muchos nutricionistas porque además contiene grasas saludables que mejoran la luminosidad y la elasticidad de la piel poniéndonos buena cara, ahora que está mucho más opaca.

## UN FRUTO SECO CON MÁS HIERRO QUE LAS LENTEJAS

De este alimento se debe destacar además su alto contenido en hierro. Contiene **3,9 miligramos por cada 100 gramos frente a los 3,3 miligramos de las lentejas**. Esto repercute positivamente en nuestros niveles de energía y en nuestro sistema inmunitario ya que es un mineral que el cuerpo necesita para muchas funciones así como para producir hemoglobina y mioglobina que ayudan a llevar y a almacenar oxígeno en el cuerpo.





# EL FRUTO SECO QUE ME PONE BUENA CARA EN INVIERNO Y TIENE MÁS HIERRO QUE LAS LENTEJAS

Hay un alimento que mejora la luminosidad de la piel y que contiene más hierro que las lentejas además de ser de los favoritos de los nutricionistas.

## COMBATE LAS ARRUGAS Y FAVORECE EL SUEÑO

Además del hierro, el pistacho contiene **magnesio y otros carotenoides**, por lo que hablamos de un alimento que nos protege de los radicales libres. Y en este fruto seco, encontramos también minerales esenciales como el **potasio, el fósforo o el calcio** que podrían favorecer un buen sueño. Como nos asegura la doctora **Elena Moreno**, médico estético de Clínica FEMM *"los pistachos son un alimento antioxidante muy rico en vitamina E que protege las células del estrés oxidativo y con su ingesta tenemos la piel mucho más bonita. Y también tienen zinc que favorece la producción de colágeno y ayuda a combatir las arrugas"*, nos asegura la experta.



## EL PISTACHO, EL ALIMENTO ALIADO PARA UNA PIEL LUMINOSA

Los pistachos son **fuentes de vitamina A, E y hierro** que favorecen la buena salud de la piel y nuestros niveles de hierro.

Los pistachos son fuente de **vitamina A, E y hierro** que favorecen la buena salud de la piel y nuestros niveles de hierro.

## EL CONSEJO DE LA NUTRICIONISTA

Para absorber mejor el hierro de los pistachos, la nutricionista **Itziar Digón**, recomienda *"combinarlos con alimentos ricos en vitamina C como los cítricos como el kiwi o los pimientos para mejorar su absorción"*.

Los pistachos también son ricos en **vitamina A**, que aumenta un 25 por ciento el efecto protector y antioxidante de la piel y contribuye al funcionamiento del sistema inmune. Si bien, en verano acostumbramos a introducir alimentos ricos en carotenos en nuestra dieta, como las zanahorias, tomates o remolachas, el pistacho es mucho más apetecible en los días más fríos y cuenta con un alto porcentaje de estos frente a otros alimentos. Por eso, ayudan a conseguir el deseado efecto buena cara ya contienen 45 microgramos de betacarotenos por cada 100 gramos frente a los 8 microgramos de las nueces pecanas o los 3 microgramos de las avellanas. Y además, contribuyen a la **formación del retinol** favoreciendo la **producción de melanina y colágeno**, potenciando la pigmentación, filtrando los rayos solares ultravioleta y promoviendo el buen funcionamiento de las células de la piel y retrasando su envejecimiento.

Fuente: <https://www.telva.com>

Cuidate con un buen momento  
www.fritravich.com



Nuevos Frutos Secos



Almendra tostada sin sal 35g



Cóctel sin sal 35g



Cacahuete tostado sin sal 35g

tostados Sin Sal añadida

Algo Mágico está llegando...



**A**lgo mágico está sucediendo en el mundo de Saeco Profesional. La calidad tradicional de Saeco hoy se combina con la tecnología de Evoca. Una gran evolución para tu pausa para el café. Magia con un solo toque. Creamos productos para hacer de tus momentos de relax algo realmente especial. Cada día. Obtén más información en la página web de Saeco Profesional.

www.saecoprofessional.com



GAS SOLAN DE CABRAS  
INESPERADAMENTE CRUJIENTE



HARIBO  
100 años contigo



75g



¡Vive un sabor mágico, ven al mundo Haribo!





# EL MILLONARIO NEGOCIO DEL CAFÉ EN ESPAÑA

**Las cifras de consumo y producción de esta bebida demuestran que lejos de pasar de moda, es un valor al alza**

**Tomar café está de moda en España.** No hay más que dar una vuelta por el centro de las ciudades para ver en cada esquina locales dedicados a las mil y una variedades de esta bebida.

La excusa perfecta para desayunar o merendar en sociedad. O para tomar el brunch. Compartir una charla en una bonita cafetería y de paso hacer la foto oportuna para nuestra cuenta de Instagram. Pero también nos estamos aficionando al **café para llevar**. Algo tan americano que parecía que no llegaría jamás aquí pero que se ha instalado con completa naturalidad. Es más, hay establecimientos dedicados exclusivamente al café 'take away', frío o caliente, con todo tipo de leches vegetales y con los dibujos más variopintos en la espuma. Por la calle es habitual cruzarse con consumidores de café con sus **vasos de cartón** en la mano de camino al trabajo.

*"Sí, entre las múltiples tendencias que se viven en el mundo del café como es su versatilidad en el consumo pudiendo disponer de multitud de bebidas en función de su preparación, el café para llevar también se ha popularizado",* cuenta **Isa Moyano**, responsable de Comunicación de la Asociación Española del Café (AECafé).

Un negocio que en España mueve **más de 1.200 millones de euros** al año según AECafé. Muchos no pueden trabajar sin antes tomarse uno solo, cortado o espresso. *"En España se consumen cada día un total de, aproximadamente, 66 millones de tazas de café. Cada español consume, de media, unos 3,81 kilos de café al año, o lo que es lo mismo, más de 500 tazas de café",* explica **Moyano**. Y aunque estas cifras nos parezcan astronómicas, si nos comparamos con otros países del mundo, en realidad el consumo es bastante bajo. **Finlandia y Dinamarca** se llevan la palma en cuanto a consumo de café **por habitante, 8,2 kilos y 7,4 kilos** respectivamente. Italia, ocupa el puesto número cinco y España el séptimo. Mientras que en la cola se sitúan países como Reino Unido, donde el té desbanca a cualquier otra bebida caliente por excelencia.

*"En el contexto europeo, España es el 2º mayor fabricante de café soluble; el 3º mayor productor de café tostado descafeinado y el 4º mayor productor de café tostado con cafeína",* nos explica nuestra experta. Pero ahora el consumidor pide más: calidad, diferentes procedencias y sabores. Se ha refinado el gusto por el café.





# EL MILLONARIO NEGOCIO DEL CAFÉ EN ESPAÑA

**Las cifras de consumo y producción de esta bebida demuestran que lejos de pasar de moda, es un valor al alza**

Hay quien habla de tres olas en la historia del café. La primera en el siglo XIX con un café básico, de baja calidad. La segunda ola la marca el auge de Starbucks, alejándose de la producción en masa e innovando con la experiencia. Es el **inicio de la cultura de la cafetería**. Y la tercera y última ola nació en los años 80 década en la que se fundó la Asociación de Cafés Especiales y nació con el deseo de mejorar la calidad, más variedades y mejores.

*"El café es un producto cotidiano con mucho arraigo de consumo en España, de ahí la popular expresión ¿quedamos para tomar un café? En los últimos años hemos sido testigos de la proliferación de cafeterías de especialidad, así como de la profesionalización de la figura del barista. Asimismo, aunque en las cafeterías predominan las máquinas de espresso, ya hay cafeterías en donde ofrecen otras preparaciones en otras cafeteras, como es la de filtro, por ejemplo; o el cada vez más conocido cold brew, que es un café preparado en frío", cuenta Moyano.*

*"En España se consume una media de 22 millones de tazas de café al día en los establecimientos de hostelería. Es decir, de cada 100 tazas que se consumen en España, 39 se sirven en los más de 235.000 establecimientos de hostelería españoles. Las restantes 61 tazas de café de cada 100 se consumen en los hogares españoles.*

*En el ranking europeo de mayores consumidores de café en hostelería, España ocupa el 3º puesto".*

Es tal el negocio, que cadenas de comida rápida como **McDonald's** se ha sumado a la fiebre por el café con un nuevo concepto de local llamado **COsMc's**, en los que venderá bebidas con cafeína personalizables. Tratando de emular el éxito que tuvo y sigue cosechando la cadena Starbucks, que comenzó con una sola tienda en Seattle en 1971 y ahora tiene una legión de fieles seguidores por todo el mundo. Con **café personalizado**. Porque en lo particular reside su éxito. Escriben tu nombre en el vaso, te ponen el tipo de café que más se ajusta a tus gustos, ofrecen diferentes tamaños... Y aunque es más caro de lo habitual, **la experiencia es lo que acerca al consumidor**.

<https://business.vogue.es/>





# NOS DEJA FÉLIX GUINDULÁIN

## Fundador de Jofemar

**Félix Guinduláin Vidondo** (Peralta, 14-6-1940), fundador de la empresa Jofemar de Peralta, **falleció el pasado 31 de diciembre a edad de 83 años.**

Durante más de 10 años trabajó en el campo, **perteneciente e a una familia de agricultores**, aunque no quiso continuar la tradición familiar de su padre y su abuelo.

Sus comienzos fueron trabajando en la empresa de fabricantes de máquinas **Azkoyen**, ubicada en Peralta.

Fue en 1971 cuando **creó Jofemar** para realizar tratamientos superficiales de piezas y elementos mediante baños electrolíticos.

Su enorme esfuerzo y valía ,en el ámbito de **fabricación de máquinas vending**, dio lugar a grandes avances y, con el tiempo, fue incorporando nuevos **productos a las máquinas, como bebidas, congelados, snacks y comida precocinada.**



Con la diversificación como objetivo, nació la **división energética que hoy se llama JSE (Jofemar Smart Energy)**, dedicada a la fabricación de baterías para vehículos industriales.

**Félix Guinduláin Vidondo lideró la empresa** estableciéndose en la carretera de Marcilla de Peralta. Hoy en día, la empresa **Jofemar ocupa tres naves que suman 52.000 metros cuadrados** en el mismo lugar, gracias al intenso y valioso trabajo de su fundador.

Jofemar, con **más de 300 trabajadores**, factura **más de 60 millones de euros** y la división de vending **exporta el 80%** de su negocio. Sus productos **están presentes en 84 países** y la empresa cuenta con **cuatro delegaciones en España** (Sevilla, Madrid, Barcelona y Valencia) y otras **cuatro en el extranjero** (EEUU, Inglaterra, Brasil y Francia, está dirigida por la segunda generación familiar y presidida por su segundo hijo, **Félix Guinduláin Busto.**



Velantur Cars es una marca creada entre Jofemar y Hurtan que responde al concepto Art-Tech



# NOS DEJA FÉLIX GUINDULÁIN

## Fundador de Jofemar

Durante la celebración del 50 aniversario de la empresa y su 80 cumpleaños, el fundador de Jofemar resaltó **la importancia que para él tenía I+D+i**. *“Es la garante del futuro para las siguientes generaciones. Quedarse quieto no es una opción. Cuando uno se mantiene fiel a sus valores y sabe a dónde quiere llegar las posibilidades de éxito son mayores”*, señaló en aquella ocasión.

Guinduláin fue uno de los empresarios de Peralta hechos a sí mismos. **Finalista en varias ocasiones del Premio Empresario del Año**, concedido por la **Confederación Empresarial de Navarra**, recibió el galardón Aster, del ESIC, en 2011. Además, asumió la presidencia del Club Multideporte Peralta entre 2002 y 2004, equipo que contó con el apoyo de Jofemar y al que subió a 2ºB.

**Félix Guinduláin Vidondo** estaba casado con **Loli Busto** y tenía cuatro hijos: **Jesús, Félix, Marcos e Ignacio**. Los cuatro forman parte del equipo directivo de la empresa, presidida por el segundo. El fundador de Jofemar tenía cuatro nietos: **Alba, Sara, David y Daniel**.

Para **Félix Guinduláin Busto** su padre fue *“una persona con mucho carisma, empuje y con buenos valores”*. *“Fue mi mentor, la persona de la que he aprendido todo. Tenía mucha visión de futuro y se adelantaba a muchas cosas”*, añadió orgulloso **Guinduláin Busto**.

**Sin duda, dejado un enorme legado y vacío en el sector de la distribución automática.**

Desde ANEDA, trasladamos nuestro más sincero pésame a toda la familia y al equipo de Jofemar, en estos difíciles momentos.

D.E.P



**Jofemar**  
CORPORACIÓN





# LA SUBIDA DEL MEI Y EL SMI PODRÍA RALENTIZAR LA CREACIÓN DE EMPLEO ESTE AÑO

## Cepyme avisa que el incremento de los costes laborales frenará la contratación en los pequeños negocios

Ante la desaceleración en la creación de empleo, desde **CEPYME** expresaron su preocupación por el incremento de los costes laborales y la rigidez del mercado de trabajo, que podrían frenar la contratación este año.

Los positivos datos de empleo correspondientes a 2023 publicados esta semana por la Seguridad Social también **mostraron una tendencia de desaceleración** en la contratación durante la última mitad del año. Según la **Confederación de la Pequeña y Mediana Empresa (CEPYME)**, esta contención podría ser aún mayor durante 2024.

Ante esta situación, desde CEPYME expresaron su preocupación por los efectos que sobre la **evolución del mercado laboral** tendrán *“algunas de las medidas adoptadas al margen del diálogo social en los últimos meses, que introducen mayor rigidez en el empleo y que generan una creciente incertidumbre de cara al futuro en un entorno de desaceleración.”*

La Confederación consideró que los datos de empleo de 2023 *“reflejan el firme compromiso de las empresas con la creación de empleo”*, si bien advirtió de los riesgos derivados de la creciente incertidumbre y de los **incrementos de costes globales y laborales**, *“por el incremento de las cotizaciones previsto para este año y la subida del Salario Mínimo Interprofesional”*. Unos costes que estarían minando la capacidad competitiva de las empresas, especialmente de las pymes, y sus recursos para abordar nuevos proyectos y crear empleo.

Por ello, CEPYME solicitó un **mayor esfuerzo para apoyar la actividad productiva**, creando un entorno más favorable, *“que incentive la inversión y promueva la creación de empleo, mejorando las políticas activas y reduciendo los obstáculos actuales que, por ejemplo, impiden a muchas empresas cubrir determinadas vacantes, especialmente las de menor dimensión, que cuentan con recursos más limitados”*, expresaron.





# LA SUBIDA DEL MEI Y EL SMI PODRÍA RALENTIZAR LA CREACIÓN DE EMPLEO ESTE AÑO

## Cepyme avisa que el incremento de los costes laborales frenará la contratación en los pequeños negocios

Así, desde la Confederación insistieron en la necesidad de **poner a las empresas en el centro de las políticas**, como motores del impulso económico, *“más allá de meros objetivos para incrementar la recaudación fiscal con gravámenes que perjudican y desalientan la inversión en nuestro país”*, concluyeron.

### La subida del MEI y el nuevo SMI podría lastrar la creación de empleo en 2024

En concreto, desde CEPYME identificaron el **incremento de las cotizaciones sociales** que los negocios y autónomos pagan por sus asalariados -y por ellos mismos- y la previsible **subida del Salario Mínimo Interprofesional (SMI)** como principales causas del aumento de sus costes laborales, una cuestión que podría agravar la tendencia de desaceleración en la creación de empleo en los próximos meses.

Sobre el primer asunto, desde el pasado 1 de enero el **Mecanismo de Equidad Intergeneracional (MEI)** que los autónomos pagan por sus asalariados y por ellos mismos se ha incrementado **del 0,6% al 0,7% sobre las bases de cotización**. En el caso de los trabajadores por cuenta ajena, **el negocio se hará cargo del 0,58%**, lo que supondrá entre 20 y 25 euros más por cada asalariado.

Con respecto a la subida del SMI, **las negociaciones todavía se encuentran en desarrollo**, aunque la propuesta del Gobierno pasa porque alcance los 1.310 euros al mes en 12 pagas, un 4% más. De cuajar esta subida, los negocios con empleados en el salario mínimo tendrían que asumir un **incremento de los costes de unos 720 euros al año por empleado**

Fuente: <https://www.autonomosyemprendedor.es/>



Nestlé.  
**Nesquik**

**ALL NATURAL**

**LECHE CON CACAO**

**100%**  
INGREDIENTES  
NATURALES

**-50%**  
AZÚCARES  
AÑADIDOS\*

**92%**  
DE LECHE

✓ SIN GLUTEN



A través de Nestlé Cocoa Plan trabajamos para mejorar la calidad de los productos de los agricultores de cacao y junto con Rainforest Alliance nos esforzamos para mejorar su vida y conseguir un cultivo de cacao sostenible.

¡CON PAJITA DE PAPEL!

Contáctanos  
Tel. 900505254  
www.nestleprofessional.es



Desayuna con estilo  
Empieza con **Caffèuno**



Un vaso,  
una temperatura

Se puede ajustar la temperatura de las bebidas de manera individual.  
Tibia > Caliente > Muy Caliente



Bajo consumo  
de energía

Control de temperatura innovador gracias a una tecnología con caldera instantánea.



**Caffèuno**

2 Tipos de panel frontal y personalización

Escoja el panel frontal según las características de la ubicación. El panel es fácil de reemplazar y la imagen se puede personalizar.



**TÁCTIL**

La elegante pantalla 10" ofrece un menú de iconos fácil e intuitivo



**SELECCIÓN DIRECTA**

Servicio casual y rápido mediante pulsador directo

**Vendo**  
SANDEN

SandenVendo Spain  
Sucursal en España

Tel. +34 93 474 15 55 e-mail [info@sandenvendo.es](mailto:info@sandenvendo.es)  
website [www.sandenvendo.es](http://www.sandenvendo.es)

**AQUAFRESC®**

EFICIENCIA

INNOVACIÓN

TECNOLOGÍA

ELEGANCIA

CALIDAD



- FUENTES DE AGUA BOTELLON
- FUENTES DE FILTRACIÓN/OSMOSIS
- ACCESORIOS



AQUAFRESC  
03820 Cocentaina - Alicante - España  
Telf: 966500816  
[info@fuentesdeaguameneral.com](mailto:info@fuentesdeaguameneral.com)  
[www.fuentesdeaguameneral.com](http://www.fuentesdeaguameneral.com)

**Fundación  
J. García-Carrión**

*El esfuerzo de una familia*



Desde 1998, la Fundación J. García-Carrión ofrece puestos de trabajo estables y de calidad a personas con discapacidad.

► Descubre esta historia en [garciacarrion.com](http://garciacarrion.com)



# GULLÓN FACTURA UN 18% MÁS

## La galletera aumenta la producción por encima de sus previsiones en 2023

Galletas Gullón ha facturado 630 millones de euros en 2023, experimentando un **crecimiento de más del 18% respecto al año 2022**. Gracias a la política de **reversión de beneficios**, la galletera **ha aumentado su producción y sus ventas** de manera exitosa, generando 200 empleos desde el mes de octubre.

*“En un año desafiante marcado por el aumento en los costos de materias primas e inflación, hemos conseguido aumentar nuevamente nuestra producción y facturación por encima de nuestras previsiones. Este crecimiento nos ha permitido seguir generando valor y empleo de calidad en la región con la mayor oferta de empleo de nuestra historia reciente, superando los 2.000 puestos de trabajo directos”,* afirma el consejero delegado y director general de Gullón, **Juan Miguel Martínez Gabaldón** (en la imagen).

*“Ahora nuestro enfoque -prosigue Martínez Gabaldón- se centra en seguir apostando por el talento y por la innovación, avanzando en conceptos ya desarrollados en los mercados internacionales y abriendo nuevos países, pero, sobre todo, vendiendo más y mejor allí donde ya hemos conseguido entrar”.*

Por otro lado, Galletas Gullón **cierra 2023 con un balance de más de 265 millones de euros** en exportaciones, lo que representa más de un 42% del total de facturación. Estos resultados son la consecuencia de la **estrategia de expansión de la galletera** y consolidación de sus productos en los mercados de más de 120 países.

**La venta exterior y la exportación de galleta** saludable suponen para la compañía la principal palanca de crecimiento, con un mercado exterior que se articula en torno a sus filiales en **Portugal, Italia, Francia, Reino Unido y Estados Unidos** y, actualmente, está poniendo el foco en las áreas geográficas del arco mediterráneo y la región Asia-Pacífico.

*“La exportación de producto es y será nuestra palanca de crecimiento. Seguiremos invirtiendo en su desarrollo, tal y cómo hemos venido haciendo en los últimos 20 años para ampliar y consolidar nuestra presencia a nivel internacional. En el medio plazo, nuestros objetivos pasan por consolidar nuestra marca y nuestra oferta de galletas saludables en los mercados donde ya tenemos presencia, con el objetivo de aumentar la cuota”,* destaca el director general de Galletas Gullón.





# GULLÓN FACTURA UN 18% MÁS

## La galletera aumenta la producción por encima de sus previsiones en 2023

Además, el directivo detalla que, para dar respuesta a estas crecientes exportaciones, la compañía lleva más de una década **reinvirtiendo beneficios**, entre otras cosas, en la ampliación de sus instalaciones. *“En 2010 comenzamos con la construcción de nuestra planta VIDA, con unos 60.000 metros cuadrados (m2), y en 2020, la ampliamos otros 45.000m2, siendo una garantía de estabilidad, riqueza y empleo para nuestra comarca”,* explica **Juan Miguel Martínez Gabaldón**.

Asimismo, en 2023 Galletas Gullón **invirtió un 2% del beneficio en la innovación de productos** y optimización de los procesos de producción. *“Tras haber lanzado dos nuevas familias de producto: Vitalgrain, con la que estamos revolucionando el mercado de snacks ligeros; y Hookies, con la que ofrecemos una respuesta a las necesidades de los niños con intolerancias, seguimos con el fuerte compromiso del pulso innovador e intensificando la escucha activa ante las demandas de la sociedad”,* explica.

Galletas Gullón tiene un **planteamiento estratégico empresarial** alineado con los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) de la ONU y **contribuye al cumplimiento de 11 de los 17 Objetivos de Desarrollo Sostenible**. Además, tiene un compromiso fuerte con el desarrollo económico y humano de la comarca de la Montaña Palentina. Para ello, dirige su actividad siguiendo su **Plan Director de Negocio Responsable** y articula el Plan Aguilar en colaboración de actores regionales con el objetivo de colaborar en la transformación social de Aguilar de Campoo y de la región. **La compañía ha donado durante el 2023 más de 86 toneladas de galletas a entidades sociales**, una cifra que triplica las donaciones del año anterior.

<https://www.revistainforetail.com/>

VISITA SU WEB



Galletas

Recetas

Blog

Sobre Gullón

Contacto de Gullón

España



Más de  
**130 años**  
horneando  
galletas

Ver vídeo ▶

Conoce nuestra historia



¿No encuentras tus  
galletas favoritas?



# EL CACAO ESPAÑOL ES UNA REALIDAD DESPUÉS DE CIEN AÑOS DE INTENTOS FALLIDOS

Los intentos por cultivar cacao en Málaga se remontan a cientos de años atrás, siempre al aire libre y en todos los casos con resultado infructuoso, hasta que en 2022 vio la luz una primera cosecha.

Fue fruto de **un proyecto controlado** en invernadero, un éxito aún incipiente pero que ya ha despertado el interés de la industria del chocolate.

Los responsables de este logro, único en Europa, son los investigadores del **Instituto de Hortofruticultura Subtropical y Mediterránea (IHSM) La Mayora**, en Málaga, un centro mixto perteneciente al **Consejo Superior de Investigaciones Científicas (CSIC)** y a la Universidad de Málaga.



El estímulo para su puesta en marcha partió en 2019 del sector privado, en concreto de la empresa chocolatera sevillana **La Despensa de Palacio**, que propuso al responsable de Fruticultura Subtropical del IHSM, **Iñaki Hormaza**, la posibilidad de intentar tener algo de producción andaluza de cacao.

El **IHSM** llevaba muchos años trabajando con **diferentes cultivos frutales tropicales**, tanto para su cultivo al aire libre como en invernadero, con *“notable éxito”* en aguacates, mangos, carambolas, litchis, papayas, lúcumas, café, guanábanas y otros muchos, pero en el caso del cacao *“el reto era mayor”*, asegura a Efeagro.

*“La mayoría de los otros cultivos proceden de climas subtropicales y, por lo tanto, soportan las relativamente bajas temperaturas del invierno malagueño, mientras que el cacao está adaptado a climas tropicales y las plantas sufren mucho con temperaturas inferiores a los 15 grados”*, explica el investigador.

Aun así, se puso manos a la obra y decidió llevar cabo el proyecto en **dos invernaderos** porque, según recuerda, *“desde hace cientos de años ha habido varios intentos de cultivar cacao en Málaga al aire libre y todos infructuosos”*.

## Temperatura y polinización

Uno de los invernaderos cuenta con calefacción, con temperaturas no inferiores a 12 grados, mientras que en el otro no hay calefacción y *“la temperatura nocturna se iguala con la del exterior, pero durante un periodo de tiempo breve”*, señala.





# EL CACAO ESPAÑOL ES UNA REALIDAD DESPUÉS DE CIEN AÑOS DE INTENTOS FALLIDOS

Los intentos por cultivar cacao en Málaga se remontan a cientos de años atrás, siempre al aire libre y en todos los casos con resultado infructuoso, hasta que en 2022 vio la luz una primera cosecha.

El otro gran desafío era la **polinización**, ya que España no cuenta con los insectos nativos que la a cabo, que son pequeñas moscas, fundamentalmente, por lo que realizaron polinizaciones manuales que, según cuenta Hormaza, “*son complicadas porque el tamaño de la flor es muy pequeño*”.

Con el paso del tiempo observaron algunos frutos procedentes de polinización natural, lo que, según ilustra el investigador, “*indica que algunos de los insectos presentes en el invernadero de cultivo están actuando como polinizadores*”.

## Una cosecha de 70 kilos en 2023

**Sembraron semillas de cuatro tipos** distintos de cacao que empezaron a producir flores al tercer año. La primera recolección, en 2022, fue “fue muy escasa porque las plantas eran muy jóvenes”, pero en enero de 2023 produjeron

70 kilos de cacao, lo que es el mayor hito hasta el momento, ya que para este año Hormaza espera un resultado “*significativamente menor*”.

“*Evidentemente el rendimiento es bajo comparado con la productividad en climas tropicales pero creemos que hay margen de mejora haciendo una selección de las variedades más adecuadas*”, señala el investigador.

Además, destaca que el objetivo inicial que era **evaluar si era viable producir cacao** en invernaderos no calefactados y que eso “se ha cumplido”, aunque “como era de esperar, la planta vegeta mejor en el invernadero calefactado”.





# EL CACAO ESPAÑOL ES UNA REALIDAD DESPUÉS DE CIEN AÑOS DE INTENTOS FALLIDOS

Los intentos por cultivar cacao en Málaga se remontan a cientos de años atrás, siempre al aire libre y en todos los casos con resultado infructuoso, hasta que en 2022 vio la luz una primera cosecha.

## El microclima malagueño

*“La peculiaridad del microclima malagueño con temperaturas mínimas no excesivamente bajas hacen que sea factible que las plantas sobrevivan, florezcan y produzcan frutas en invernaderos no calefactados. Aunque finalmente la temperatura mínima nocturna se iguala con el exterior, el invernadero permite que las temperaturas mínimas tengan lugar durante menos”,* explica el experto.

Señala que el proyecto **se puede replicar en invernaderos no calefactados** en regiones con inviernos suaves como los que se dan en la costa mediterránea andaluza. *“En invernaderos calefactados sería posible en otras zonas, pero ahí hay que añadir el coste de calentar el invernadero”,* abunda.

## Interés de la industria chocolatera

En la actualidad, el proyecto cuenta con 105 plantas en los invernaderos y el objetivo ahora es *“optimizar el manejo del cultivo”,* en lo que

se refiere al cuidado de plagas y enfermedades, al análisis de las diferentes variedades y al manejo de los residuos, entre otras cuestiones, relata Hormaza.

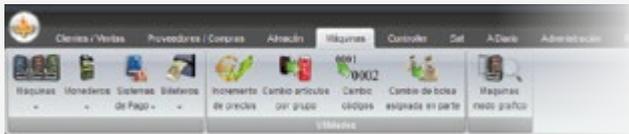
Respecto a si ve factible que en el futuro se pueda producir cacao en invernaderos comerciales, señala que, de momento “es difícil” y que sólo lo ve posible “a largo plazo” debido a los “limitantes ambientales”, pero indica que “sí podría ser posible una muy pequeña producción para un mercado muy exclusivo”.

Dependerá también del interés por parte del sector productivo y, en ese sentido, comenta que le han transmitido el “interés por parte de empresas productoras de chocolate tanto, tanto en España como en otros países europeos”.

Fuente: <https://efeagro.com/>

Actualice su gestión de Vending, cambie a...

**ELYTE**



- Escalable
- Más posibilidades
- Mayor nivel de gestión
- Operativas automatizadas
- Mejora la rentabilidad laboral
- Acceda a las últimas tecnologías
- Entorno gráfico más amigable
- Nuevo hardware asociado

**SOLICITE INFORMACIÓN**

e-mail: [computer@computer-informatica.com](mailto:computer@computer-informatica.com)  
web: [www.computer-informatica.com](http://www.computer-informatica.com)

**gullón**

Celebra con nosotros  
**El Mayor Surtido  
del Canal Vending**



**EL CAFÉ  
QUE SE  
LLEVA**

*...a donde  
tú quieras*



Asesoría empresarial  
especializada  
en el **SECTOR DEL VENDING.**



- INFORMACIÓN SOBRE LA NORMATIVA ESPECIAL
- CONTRATOS DE EXPLOTACIÓN DE MÁQUINAS
- ASESORAMIENTO PARA CONCURSOS
- Y LICITACIONES PÚBLICAS PARA LA INSTALACIÓN DE MÁQUINAS



**EUROCONSULTORES**  
ASESORÍA JURÍDICA EMPRESARIAL

C/ Ramiro II, 6 oficina 28003 Madrid  
Tel. 91 591 98 78 - [rmartin@euroconsultores.es](mailto:rmartin@euroconsultores.es)  
[www.euroconsultores.es](http://www.euroconsultores.es)



# LA CADENA ALIMENTARIA TEME EL IMPACTO EN LOS PRECIOS DE LA CRISIS DEL MAR ROJO

## Inestabilidad y tensiones

La inestabilidad en el mar Rojo está generando tensiones en la cadena agroalimentaria española, que advierte de un aumento de los precios como consecuencia de los mayores costes logísticos y problemas con ciertas importaciones

La voz de alarma la ha dado esta semana la patronal de fabricantes y distribuidores **Aecoc**, que ha señalado que la cadena de valor del gran consumo ha empezado a notar la crisis y **está adelantando sus compras de materias primas y mercancías** para evitar posibles interrupciones en el suministro.

El Gobierno ha confirmado que sigue de cerca la situación, considerada un factor de riesgo puesto que **puede incrementar los costes de producción para muchas empresas**, mientras que la patronal de la industria alimentaria FIAB ha alertado de su impacto inflacionista en una cadena “*ya tensionada*”.

Desde mediados de diciembre, la ruta del mar Rojo, que representa cerca del **15% del comercio marítimo mundial**, se ha visto perturbada por los ataques de los huties del Yemen contra buques que consideran vinculados a Israel en respuesta a la ofensiva israelí en la Franja de Gaza, a los que han respondido Estados Unidos y Reino Unido con bombardeos contra el grupo rebelde.

**Las navieras están buscando rutas alternativas** para asegurar el transporte y muchas han optado por desviarse por el sur de África, una vía que aumenta en cerca de diez días la duración del trayecto, con un coste en contenedores que puede llegar a triplicarse.

### Sectores afectados

El mar Rojo representa un **importante canal de entrada y salida** de productos de consumo e insumos necesarios para la producción, así como para las exportaciones españolas a Asia y Oceanía.

Entre los sectores afectados, el ministro de Agricultura, Pesca y Alimentación, **Luis Planas**, ha mencionado las importaciones de arroz procedentes del continente asiático, ya que las vías alternativas les suponen **costes adicionales de distinto tipo**.

Según el último informe del **Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación (MAPA)** sobre el arroz, las importaciones se elevaron el 44 % anual en 2022, hasta las 414.899 toneladas por valor de 263 millones de euros.

**Myanmar** fue el principal país de origen de las compras españolas, con una cuota del **22%**, **seguido de Pakistán, Argentina, Uruguay y Tailandia**.



Por ahora no se observa que las perturbaciones estén perjudicando a los cereales, cuyos precios continúan a la baja por la abundante oferta, mientras los barcos que transportan grano a España siguen otras rutas.





# LA CADENA ALIMENTARIA TEME EL IMPACTO EN LOS PRECIOS DE LA CRISIS DEL MAR ROJO

## Inestabilidad y tensiones

Fuentes de la **Confederación Española de Fabricantes de Alimentos** Compuestos para Animales (Cesfac) explican a Efeagro que no les está afectando el transporte de cereales, en su caso procedentes del mar Negro, y de soja de **Estados Unidos, Brasil y Argentina**.

Si bien *“no hay excesiva preocupación por las materias primas esenciales”, sí que se esperan retrasos en los envíos de aminoácidos, aditivos y algunas vitaminas procedentes de China, que sirven para dar calidad a los piensos, y de una “parte muy pequeña” de aceites tropicales como el de palma o coco, que llegan por la ruta asiática y se emplean en el procesado de subproductos.*

Desde la industria pesquera, el secretario general de la patronal de industrias conserveras Anfaco, **Roberto Alonso**, asegura a Efeagro que *“el sector transformador de productos del mar no es ajeno al conflicto en el mar Rojo”.*



La búsqueda de rutas alternativas se ha traducido en tiempos de tránsito superiores al recorrido tradicional y un **aumento de costes del transporte** en el comercio exterior de productos del mar, lo que *“afecta no solo a la importación de las mercancías, principalmente materia prima que vienen de Asia y del Índico, sino también a la exportación, por ejemplo, a Arabia Saudí”*, según Alonso.

### Minimizar riesgos

Fuentes del sector español del aceite de oliva sostiene que **la subida del coste del transporte** repercute en las exportaciones en general, no sólo las que transcurren por el mar Rojo.

De todas formas, el sector ya **adelantó sus compras del exterior a principios de la campaña** que comenzó en octubre pasado, como una forma de posicionarse en el mercado exterior y no perder posiciones por la escasez de producto, relacionada con la sequía en España.

La interprofesional del porcino de capa blanca **Interporc** detalla que, si bien el flujo de materias primas por el Canal de Suez es básico para exportar a Oriente y el este de Asia, el sector en España *“ha diversificado mucho sus exportaciones”* y tiene como principal cliente la Unión Europea.

*“Esas circunstancias estratégicas nos permiten contar con los recursos y las posiciones adecuadas para que esta desgraciada situación nos afecte lo menos posible”, sostiene la organización, que está trabajando “con tranquilidad y normalidad, evaluando en todo momento las perspectivas que se presentan en esta complicada coyuntura internacional tan cambiante”.*

En el sector de las bebidas, la industria cervecera tampoco parece preocupada porque no se abastece de la zona en cuestión, aunque no se descartan ciertos problemas en la importación de plástico, mientras que los refrescos que se consumen en España se producen en general en el país, sin depender de ningún ingrediente exterior.

Fuente <https://efeagro.com/>



# EL GOBIERNO APRUEBA EL NUEVO PROYECTO DE LEY CONTRA EL DESPERDICIO

**Las empresas de la cadena alimentaria deberán contar con un plan de prevención**

El Consejo de Ministros **ha aprobado**, a propuesta del **Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación (MAPA)**, el proyecto de **Ley de Prevención de las Pérdidas y el Desperdicio Alimentario**, una norma que se encontraba ya en el Senado durante la pasada legislatura, pero que decayó por la disolución de las Cortes Generales.

La motivación de la ley responde al *"imperativo categórico"* que, según el ministro del MAPA, **Luis Planas**, tienen los poderes públicos de reducir drásticamente el volumen de desperdicio alimentario, en consonancia con las grandes líneas del Gobierno de justicia social, **protección ambiental y crecimiento económico**. Planas ha resumido el objetivo de la ley en lema de la campaña de concienciación que realiza el ministerio, *'Aquí no se tira nada'*.

El ministro ha explicado que el desperdicio perjudica especialmente a los más necesitados, al **encarecer el acceso a bienes de primera necesidad**; malgasta recursos naturales escasos y aumenta los residuos y el impacto ambiental; y **lastra la eficiencia del sector productivo y su competitividad**.

Sus causas están relacionadas con errores en la planificación y calendario de cosecha, **empleo de prácticas de producción y manipulación** inadecuadas, deficiencia en las condiciones de almacenamiento, malas técnicas de venta al por menor y prácticas de los proveedores de servicios, y comportamiento inapropiado de los consumidores.

Con este proyecto de ley, España se dota, por primera vez, de un **marco legal para el conjunto del Estado para prevenir las pérdidas y el desperdicio alimentario**, con un enfoque centrado en la **prevención y la concienciación** de todos los actores de la cadena alimentaria. La nueva norma busca **fomentar la utilización eficiente de los alimentos**, la recuperación, la reutilización de subproductos, la donación y contribuir de esta manera a satisfacer las necesidades alimentarias de la población más vulnerable.

## Jerarquía de prioridades

La futura ley establece una **jerarquía de prioridades** para el destino de los alimentos que inevitablemente se conviertan en desperdicio alimentario. Es un aspecto esencial, ya que se establece como prioridad máxima el **consumo humano, a través de la donación o redistribución de los alimentos**.



# EL GOBIERNO APRUEBA EL NUEVO PROYECTO DE LEY CONTRA EL DESPERDICIO

## Las empresas de la cadena alimentaria deberán contar con un plan de prevención

En siguientes escalones, se contempla la **transformación de los alimentos** (zumos, mermeladas) y, cuando no sean aptos para el consumo humano, la preferencia de uso será la **alimentación animal**, la fabricación de piensos o la **obtención de compost** o biocombustibles. Las empresas de hostelería tendrán la **obligación de facilitar al consumidor** que pueda llevarse los **alimentos que no haya consumido** sin coste adicional alguno en envases reutilizables o fácilmente reciclables, si bien **debe cobrar por los envases de plásticos de un solo uso** como establece la Ley de residuos 7/2022.



La ley también articula medidas de buenas prácticas en cuestiones como la venta de productos *'imperfectos'*; de productos de temporada, de proximidad o ecológicos. Y también para la venta de productos de consumo preferente o de caducidad próxima. La norma, que iniciará ahora su tramitación parlamentaria, como todas las leyes, cuenta con un **régimen sancionador**, si bien su objetivo es la concienciación.

### Plan de prevención de pérdidas

Para lograr estos objetivos, la nueva ley establece la obligatoriedad para todos los agentes de la cadena alimentaria de contar con un **plan de prevención de pérdidas y desperdicio**. El propósito es que las empresas realicen un **autodiagnóstico de sus procesos** productivos, identifiquen áreas donde se producen pérdidas de alimentos e implementen medidas para minimizarlas y asignen usos alternativos, siguiendo una **jerarquía de prioridades** adaptada a las características de cada agente.

Para la donación de los excedentes de alimentos, los agentes de la cadena deberán suscribir **convenios de colaboración** con empresas, entidades de iniciativa social y otras organizaciones sin ánimo de lucro o bancos de alimentos. En estos acuerdos se deberán recoger de forma expresa las **condiciones de recogida, transporte y almacenamiento** de los productos, entre otras cuestiones. Quedarán exceptuados de la obligación de realizar estos **convenios de donación** las actividades de distribución alimentaria desarrolladas en establecimientos con una superficie útil de exposición y venta al público inferior o igual a 1.300 metros cuadrados.

En el segundo orden de prioridades se contempla la **transformación de los alimentos** que no se hayan vendido, pero que mantengan sus condiciones óptimas de consumo, en otros productos como zumos o mermeladas. Cuando los alimentos ya no sean aptos para el consumo humano, la preferencia de uso será, por este orden, la **alimentación animal y fabricación de piensos**; el uso como subproductos en otra industria y, ya como residuos, la obtención de compost o biocombustibles.



# EL GOBIERNO APRUEBA EL NUEVO PROYECTO DE LEY CONTRA EL DESPERDICIO

## Las empresas de la cadena alimentaria deberán contar con un plan de prevención

Asimismo, el proyecto de ley establece medidas de buenas prácticas, tanto para la administración como los distintos eslabones de la cadena, para **evitar el desperdicio de alimentos**. Por ejemplo, que los establecimientos comerciales dispongan de líneas de venta de productos considerados feos, imperfectos o poco estéticos, o promover el consumo de productos de temporada, de proximidad o ecológicos.

Además, la norma anima a incentivar la venta de productos con la fecha de consumo preferente o de caducidad próxima, de acuerdo con la **jerarquía de prioridades** de uso. El Gobierno adoptará políticas y medidas para fomentar la adecuación de las fechas de consumo preferente a la prevención del desperdicio, para lo que se llevarán a cabo **acciones formativas y divulgativas** sobre la correcta interpretación de las fechas de caducidad y consumo preferente.

Por su parte, el Gobierno deberá elaborar un **Plan Estratégico** para la **prevención y reducción de pérdidas y desperdicio** alimentario. Este plan, que se revisará cada cuatro años, definirá la estrategia general contra el desperdicio alimentario, así como las **orientaciones y estructura** que deberán seguir las comunidades autónomas en sus actuaciones en este ámbito.

Además, el Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación, en consulta con otros ministerios relacionados con la materia, deberá **elaborar un Plan Nacional de control de las pérdidas y desperdicio alimentario**, que contendrá objetivos generales y prioridades para las tareas de control.

### Datos de desperdicio en España

Según datos del MAPA, en el año 2022, los hogares españoles registraron un **desperdicio total de 1.170,45 millones de kilos o litros**, con una **disminución del 6,1%** en comparación con el año anterior y un notable descenso del 13,5% respecto al periodo prepandemia, en 2019.



Cada hogar español desperdició, de media, aproximadamente **65,5 kilos o litros de alimentos y bebidas**. Los productos sin elaborar siguen siendo los más desperdiciados, aunque en 2022 fueron un **9% menos que en 2021**. Respecto a los platos cocinados, su desperdicio aumentó un **6,7 % respecto a 2021**.

En cuanto al comportamiento **fuera del hogar**, aunque el consumo alimentario aumentó un 6,1% en el año 2022, se produjo una **reducción del desperdicio del 11,3%**, lo que supone una reducción en más de cuatro millones de kilos o litros respecto del 2021.

Fuente: <https://www.revistainforetail.com/>

# EL DECRETO DE ENVASES EMPUJA EL DESARROLLO DE LOS “SCRAP”.

## ¿Qué son y cómo funcionan?

Para vidrio, plástico, papel, cartón o productos de uso agrícola, los **Sistemas Colectivos de Responsabilidad Ampliada del Productor (Scrap)** para la **gestión de residuos de envases** industriales se ha multiplicado en los últimos años, pero ¿qué son exactamente?, ¿hay mercado para todos?

Las empresas cuyos productos generan residuos **asumen legalmente la responsabilidad de su gestión, desde la recogida hasta su tratamiento y valorización**, una obligación que pueden cumplir de forma individual o de manera colectiva, opción esta última en la que entran en juego los Scrap.

Mediante este sistema, las empresas, en vez de gestionar directamente sus residuos, **ceden la gestión a un tercer organismo, que es el Scrap**, una entidad sin ánimo de lucro especializada en esas funciones y que debe garantizar la reutilización, reciclabilidad y valorización energética de los residuos.

Así lo explica uno de los Scrap más veteranos de España, **Ecoembes**, fundado en 1996 y dedicado a los residuos de envases domésticos ligeros (plástico, papel y cartón, latas y briks), un sector en el que desde 1994 **las empresas están obligadas a asumir los costes de gestión y tratamiento de estos residuos**.

### Al albur del decreto de envases

En 2022, el real decreto de envases y residuos de envases **desarrolló el régimen de responsabilidad ampliada del productor para el sector** de los envases comerciales e industriales, en el que hasta entonces era voluntario, y motivó la aparición de nuevos Scraps en esta área de actividad.

*“La gran mayoría (de los Scrap de envases industriales) surgen al amparo de esta nueva normativa”,* expresa a Efeagro **Jesús Pérez**, director del **Cluster de Innovación de Envase y Embalaje**, entidad que ha organizado recientemente un encuentro con multitud de estos sistemas.

### ¿Cómo funcionan?

Suelen estar formados por las propias **empresas** que van a utilizar este mecanismo para gestionar sus residuos, más aquellas que **se adhieren mediante el pago de una cuota fija** o una tarifa que varía en función de la cantidad de residuos que ese asociado vaya a introducir, explica Pérez.

Cada uno *“tiene una estrategia y una estructura de costes, etc., y las empresas libremente seleccionan el que más le conviene en función de su especialidad”*, abunda el director del Clúster.



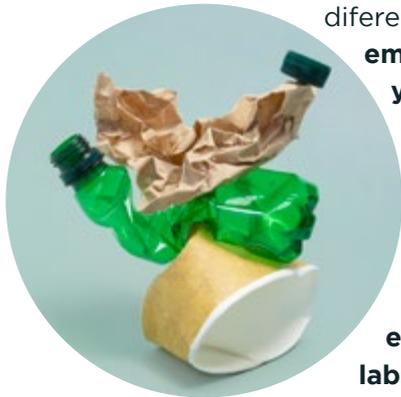


# EL DECRETO DE ENVASES EMPUJA EL DESARROLLO DE LOS “SCRAP”.

## ¿Qué son y cómo funcionan?

Entre sus cometidos está el “*crear una cadena de valor*” que garantice la circularidad de los residuos y para ello tienen que trabajar con diferentes agentes, como

**empresas de recogida y transporte o plantas de tratamiento y reciclaje**, apunta Ecoembes.



La alternativa a esto es que **cada empresa asuma estas labores** por sí misma,

algo que, según Pérez, “*es verdaderamente complejo y costoso*” y que sólo las empresas con amplia infraestructura y músculo financiero pueden acometer.

### ¿Cuántos Scrap hay?

Ecoembes contabiliza la existencia de **más de una veintena** de estos sistemas, algunos desde hace décadas, que abarcan los distintos sectores de actividad que tienen regulada la responsabilidad ampliada del productor, desde neumáticos, medicamentos y aceites hasta bombillas, aparatos electrónicos o baterías.

A raíz del **real decreto de envases y residuos de envases** surgieron algunos nuevos y otros ampliaron su marco de acción

### En el campo

Un ejemplo de estos últimos es **Sigfito**, que surgió hace más de 20 años como iniciativa de los **fabricantes y envasadores de productos fitosanitarios** y que ahora, con la nueva normativa, ha ampliado su gestión a todos los envases comerciales e industriales de semillas y productos relacionados con la alimentación y sanidad animal.

En el ámbito agrario figura también **Aevae**, dirigido a fabricantes, envasadores y distribuidores de productos de uso agrícola profesional y ganadero.

Algunos muy especializados en determinados materiales de **envases son Cartón Circular**, creado por la cadena de valor del papel y cartón, y Ecovidrio, especialistas en la gestión de vidrio.

Hay muchos más, como **Envalora**, que están especializados en envases de un solo uso; Implica, que tiene una visión multisectorial, multimaterial; o Genci y Sigaus, que trabajan un sistema multisectorial y multienvase.

### ¿Hay mercado para todos?

A pesar de la cantidad de todos estos sistemas ya en funcionamiento, Pérez se muestra convencido de que van a surgir más, algunos más especializados y otros más generalistas.

Señala que esta concurrencia es positiva para que **las empresas tengan un amplio abanico donde elegir**, según sus intereses y los materiales que manejen.

“*Los que tengan un buen modelo de negocio, una buena estructura de gestión y que sean eficientes van a tener posiblemente en mayor éxito que otros. El éxito de un Scrap va a estar condicionado a la calidad del servicio y al coste al que lo preste a la empresa*”, comenta Pérez.

Asimismo, indica que muchos tendrán que **colaborar entre ellos**, por ejemplo en los casos en los que uno esté presente en una comunidad autónoma donde otro no tiene estructura pero sí necesita operar.

Fuente <https://efeagro.com/>

EL CAFÉ MÁS COOL PARA LLEVAR

CAMEL MACCHIATO

CAPPUCCINO

ESPRESO

MACCHIATO

DESCAFEINADO

BIO CAPPUCCINO

BIO MACCHIATO



WWW.COOLIFE.ES

JCARLOS.BARRIOS@SAEXMA.ES | 696.678.444

SAEXMA

GM GLOBAL SOLUTIONS

BIBO



DISTINGUE, DIGITALIZA, EVOLUCIONA

La nueva generación de GM Global Solutions creada para digitalizar y optimizar la gestión en el segundo canal

T. +34 948 317 311 | comercial@gmglobalsolutions.com | www.gmglobalsolutions.com

GMBOS 4.0 Más inteligente



BRITA Professional

CON BRITA AUMENTA LA RENTABILIDAD DE MIS MÁQUINAS

BRITA Professional calidad de confianza.



No dude en contactar con nosotros +34 93 342 75 70 o visite nuestra web: www.profesional.brita.es

- DESDE 1852 - LACASA



Nuevas chocolatinas



# YA PUEDES ENVIAR TU DECLARACIÓN DE ENVASES 2024

Enviala a través de la plataforma de datos de envases

Queremos contarte que ya puedes enviar tu **declaración de envases definitiva 2023 y provisional 2024** a través de la Plataforma de Datos de Envases. Recuerda que el plazo final es el **28 de febrero**, incluso siendo año bisiesto.

Solo el usuario asignado como firmante puede realizar el **envío de la declaración**, asegúrate de **revisar la información de usuarios y la tarjeta de coordenadas** en el Portal de Empresas.



En el mismo portal, encontrarás **materiales útiles, guías y videos explicativos** para cualquier consulta que tengas. Además, han organizado **sesiones prácticas en vivo** para resolver dudas, **las fechas son las siguientes:**

- 30 de enero a las 10h.

Sesión específica para empresas que presentaban la Declaración Simplificada

- 1 de febrero a las 12h

INSCRIBETE AQUÍ



Accede al curso

Fórmate



# ¿QUÉ NECESITAS PARA SEGUIR CRECIENDO?

## Formarse sólo trae beneficios

Vivimos en una sociedad donde cada vez se nos **exige más conocimiento** y, además, estamos en un **cambio constante**; de ahí que formarse y estar cada vez más preparado es fundamental

Las personas y las empresas deben estar **preparadas** ante la competencia existente, que cada vez es mayor.

Para las empresas supone una mejora en los resultados y potencia el conocimiento, gestión y también la **actitud de los trabajadores** que componen la plantilla.

Es una **herramienta necesaria** y apostar por ello sólo traerá beneficios para empresa y trabajador.

Desde ANEDA, ofrecemos la gestión de cursos on-line y/o presenciales.

¿Te interesa? Llámanos.

**AQUÍ TENEIS ALGUNOS CURSOS ESPECÍFICOS.**

MEDIDAS DE ACTUACIÓN ANTE MEDIDAS DE EMERGENCIA  
-4h-

SENSIBILIZACIÓN SOBRE EL ACOSO LABORAL  
-6h-

TELETRABAJO  
-3h-

GRUPOS DE FRIO Nivel 1  
-25h-

GESTOR DE RUTA  
-18h-

MANIPULADOR DE ALIMENTOS  
-18h-  
-8h-

INTRODUCCIÓN A LA IGUALDAD DE OPORTUNIDADES  
-8h-

TÉCNICOS Nivel 1  
-40h-

COMERCIAL  
-40h-

CURSO DE SUPERVISOR  
-30h-

**Y MÁS...**



Aquí, Café se dice Baqué



Para quien busca disfrutar de un momento de descanso sin renunciar a un buen café, en **formato vending**.

Contacto Comercial  
946 215 610 · www.baque.com

ingenico  
aWorldlinebrand

Ingenico  
**SMART  
SELF**  
FOR VENDING

Lleve su negocio de vending al siguiente nivel con una solución de pago flexible y fiable

[www.ingenico.es/smartsselfvending](http://www.ingenico.es/smartsselfvending)

DISPOSITIVO INTELIGENTE

- Permiten la entrada de PIN para cumplir con CSA / PSD2
- Tecnología segura y rugerizada
  - Cumplimiento con los estándares EVA y NAMA
  - Montaje fácil y ajustable

Ahora más que nunca, los comerciantes deben atraer y cuidar a los clientes al mismo tiempo que mejoran su eficiencia operativa. Para satisfacer las expectativas de los comerciantes y compradores, y responder además a los nuevos desafíos del sector del vending, Ingenico presenta la nueva solución **Smart Self**.

Huhtamaki



Creemos que la innovación es clave para un futuro más sostenible



Conoce nuestra gama completa en [www.foodservice.huhtamaki.com.es](http://www.foodservice.huhtamaki.com.es) o compra online en [www.tiendavasospapel.com](http://www.tiendavasospapel.com)

GEV es ahora REPA,  
A Parts Town Unlimited Company.

Descubra más



Distribuidores con alta tecnología.  
Innovadores constantes.  
Posibilidades ilimitadas.

La pieza correcta. En el momento adecuado. Siempre.

**REPA**  
A Parts Town Unlimited Company



# CERTIFICADO DE CALIDAD AQS

**La certificación específica del sector te diferenciará**

El Certificado **AQS-ANEDA QUALITY SYSTEM**, actualizado en todos sus parámetros, mide las buenas prácticas de las empresas operadoras.

Este certificado de calidad es un **referente en el sector de la distribución automática**, siendo único y específico de vending, basándose en las normas ISO; además está avalado por la asociación europea (EVA).

Se trata, por tanto, de un **certificado de excelencia que valora positivamente** a aquellas empresas que quieren apostar por la mejora continua y lograr la máxima satisfacción de los consumidores. Es **garantía de calidad y seguridad**.

**UN DISTINTIVO AL SERVICIO DEL SECTOR QUE EL CONSUMIDOR SIEMPRE AGRADECERÁ.**

Un certificado que, en algunos concursos públicos, ya se referencia la adhesión al mismo.

**SI ERES EMPRESA OPERADORA DE VENDING, EL AQS ES TU SELLO.**

Solicítalo en [comercial@aneda.org](mailto:comercial@aneda.org)



INTERNACIONAL



# MIHAI UNGUREANU

## Presidente interino de la EVA

Tras finalizar **Paolo Ghidotti** su labor profesional en el **grupo Evoca** el pasado mes de diciembre y, en consecuencia, su renuncia como presidente de la **European Vending & Coffee Service Association (EVA)** después de ocupar el cargo durante más de siete años., pasa a **ocupar el cargo el primer vicepresidente de la EVA.**

**Mihai Ungureanu (O'Fresh)**, asume ahora el cargo de presidente, inicialmente de forma interina.

La EVA ha querido reconocer el **compromiso de Paolo con la asociación** y ha agradecido todos los años dedicados a la industria y su **ayuda en toda la implementación de los desarrollos estratégicos de la EVA.**

Asimismo, la asociación ha felicitado a **Mihai** como nuevo presidente interino de la EVA y le han trasladado su deseo de trabajar estrechamente con él para garantizar una transición sin problemas. Cabe señalar que **Mihai es también el actual presidente de la Asociación Rumana de Vending (PRIV).**

En el próximo I Comité Ejecutivo de la EVA, se **ratificarán y votarán todos los nuevos roles**, incluidos los nuevos vicepresidentes.



**EUROPEAN  
VENDING & COFFEE  
SERVICE ASSOCIATION**

**CUPERNICAN**

HoReCa  
**Vending**  
Take away

www.cupernican.com  
hello@cupernican.com  
+370 657 77955

FSC SGS

**FLESSY**  
Un espectáculo en la vitrina.

**Bianchi Vending**  
DESIGN YOUR BREAK

- Diseño refinado con gran vitrina e interior del mueble en blanco para mayor visibilidad del producto.
- Iluminación selectiva: LED en cada bandeja para una excelente visibilidad del producto.
- Display electrónico en las bandejas para cambiar fácilmente códigos y precios.
- Interacción cautivadora gracias a la interfaz táctil de 7".
- Proceso iluminado para guiar al usuario.
- Máxima flexibilidad interna, puedes configurar hasta 7 bandejas con 10 espirales.
- Grupo de frío con gas R290 de última generación.

**ÚNETE A LA PHYGITAL REVOLUTION**  
Con Flessy entra en escena una oferta plausible y la actualizas cuando quieras: porque el verdadero espectáculo es la flexibilidad.

**EASY CONFIGURATION** rediseña la configuración de Flessy de una forma sencilla e intuitiva para adaptarla a tu mejor oferta.  
**EASY MAINTENANCE** siempre sabrás lo que sucede "entre bambalinas" con una máquina capaz de analizar su propio estado operativo.  
**EASY INTERACTION** conquista a tu público haciendo que la experiencia de consumo sea más intuitiva, amena y atractiva.



# EVEX 2024

**En Cannes del 16 al 18 de octubre**

La EVA- European Vending & Coffee Service Association- organizará la próxima edición de **EVEX del 16 al 18 de octubre de 2024.**

Esta nueva cita se celebrará en el **Hotel Carlton de Cannes (Francia)**, donde ya se celebró la EVEX 2016. El encuentro contará con la **colaboración de la Asociación Francesa** de la Distribución Automática -NAVSA-, por lo que su nombre será EVEX 2024 - Le Forum.

La asociación con **'Le Forum'** persigue crear un evento que cautive la atención de la industria francesa e internacional.

**MÁS INFORMACIÓN EN:**

[FORUM 2024 - EVEX 2024 \(leforumdelada.com\)](http://leforumdelada.com)



**LE FORUM EVEX**  
CANNES • 16/17/18 OCTOBRE 2024

**TOUTE LA PROFESSION A RENDEZ-VOUS À CANNES EN 2024 !**

Le Forum, imaginé en 2003 afin de rassembler les professionnels de la DA qui comptent sur le marché, est une expérience professionnelle qui a su fédérer les acteurs du Vending et désormais de la vente non assistée. Le 12<sup>ème</sup> acte du Forum accueille en 2024 l'EVEX pour son édition en France.

[DE DEMANDE UN RDV](#)

Video et livre blanc 2022

Logos: NAVSA, FCM, and flags of France and UK.

PROGRAMME		
<p><b>16 octobre 2024</b></p> <p>12h • Déjeuner d'ouverture sur la croisette et la plage du Carlton. Découverte des stands - Ateliers</p> <p>19h30 • Conférence plénière d'ouverture</p> <p>20h30 • Gala FORUM / EVEX / NAVSA Célébration des 30 ans de l'EVA</p>	<p><b>17 octobre 2024</b></p> <p>9h • Découverte des stands - Ateliers Assemblée générale EVA. Déjeuner dans les jardins du Carlton Activité culturelle de l'EVEX en option</p> <p>19h30 • Soirée Villa et remise des prix de l'innovation</p>	<p><b>18 octobre 2024</b></p> <p>9h • Brunch autour des stands</p> <p>13h • Clôture de l'événement</p>

**LE FORUM**  
CANNES • 16/17/18 OCTOBRE 2024

**EVEX**  
EUROPEAN VENDING EXPERIENCE



# VENDITALIA 2024

**Nueva ubicación en Fieramilano Rho,  
pabellón 8-12**

La próxima edición de **VENDITALIA**, evento internacional, organizado por Venditalia Servizi y promovido por **CONFIDA**, la Asociación Italiana de vending, se celebrará del **15 al 18 de mayo de 2024** en el innovador distrito de Fieramilano Rho.

Venditalia 2024 ha sido diseñado para convertirse en un **escenario global y orientado hacia el futuro**, acogido en un centro de exposiciones único por la funcionalidad de los espacios, la variedad de servicios y la accesibilidad.

**SI ERES ASOCIADO DE ANEDA Y QUIERES SER EXPOSITOR, LLÁMANOS Y TE CONTAMOS LAS VENTAJAS QUE PUEDES TENER.**

**Información sobre la Feria en:**

<https://venditalia.com/en/>





**100%  
INGREDIENTES  
NATURALES**

#KAIKUCAFFELATTE

# Automated TransACTIONS

Una gama completa de soluciones tecnológicas eficientes que ayudan a las empresas operadoras a mejorar su gestión e incrementar su rentabilidad.

## Las soluciones más avanzadas al servicio de nuestros clientes:

- ✓ Gestión de efectivo
- ✓ Pagos Cashless
- ✓ Pagos con tarjeta de crédito
- ✓ Smart Vending - Telemetría
- ✓ Micromarkets
- ✓ Smart coolers
- ✓ Proyectos Personalizados



[www.automated-transactions.es](http://www.automated-transactions.es)

## MAKING VENDING



DISTRIBUIMOS LOS MEJORES  
PRODUCTOS PARA TI



Máquinas  
vending



Productos de  
calidad



Recambios y  
servicio técnico

# DONETTES<sup>®</sup>

# POPETTES<sup>®</sup>

BOLITAS DE  
DONETTES<sup>®</sup>

COBERTURA  
AL CACAO

MASA DE  
DONETTES<sup>®</sup>



# ¡PICOTEA A TU BOLA!



# NUEVA INCORPORACIÓN

## BOUNCER DIGITAL, se integra en Aneda

Aneda cuenta con un nuevo miembro colaborador: **BOUNCER DIGITAL S.L.** de Madrid.

Desde ANEDA, le damos la bienvenida por su decisión de **acompañarnos en nuestro proyecto.**

**¡BIENVENIDO!**  
**TE INVITAMOS A QUE VISITES SU WEB:**

<https://www.bouncer.digital/es>





# ¡SÍGUENOS!

**Ayúdanos a seguir creciendo en RR.SS**

Las **Redes Sociales** se han convertido en un elemento fundamental en las organizaciones, tanto para su funcionamiento operativo como para construir su identidad, profesionalizar su imagen y lograr posicionamiento.

ANEDA, como organización, también debe **posicionarse y seguir creciendo**. Queremos contar con más seguidores y para ello necesitamos que nos conozcan.

**¿NOS SIGUES EN TODAS NUESTRAS REDES SOCIALES?**

¡No te olvides de hacerlo! Estarás al día de **nuestras actividades, eventos**, y podrás conocer a nuestros socios.



# VITRO



UNA GAMA COMPLETA, CON UNA GRAN COMBINACIÓN DE TECNOLOGÍAS

- Café Espresso**; El mejor espresso, molido y preparado en el momento.
- Leche Fresca**; Ofrece a tus clientes bebidas elaboradas con leche fresca.
- Té**; Descubre el sabor del auténtico té que sólo Vitro sabe infundionar.
- Café de Filtro**; Haz disfrutar a tu cliente con el sabor aromático del café recién filtrado.

## AZKOYEN

[www.azkoyenvending.com](https://www.azkoyenvending.com)  
[vending@azkoyen.com](mailto:vending@azkoyen.com)  
 +34 948 709 709



## ingredientes que puedes ver y pronunciar

**Ingredientes 100% naturales**

**Minimamente procesadas**

**Ingrediente N° 1 Frutos Secos**  
49%-64% Frutos Secos

**Sin gluten**

@bekindsnacks\_es

[www.es.bekindsnacks.com](http://www.es.bekindsnacks.com)

## BEBIDAS INSTANTÁNEAS HONESTAS

BEBIDAS INSTANTÁNEAS DE CALIDAD Y EN CONDICIONES JUSTAS  
 Para vending, dispensing, OCS, horeca y retail.



# Laqtia

HONEST INSTANT DRINKS



[laqtia.com](http://laqtia.com)

## Water Experts Coffee lovers

**BWT**  
water + more



## Momentos para disfrutar de un café con todo su aroma y sabor

EL AGUA ES UN INGREDIENTE INDISPENSABLE EN LA PREPARACIÓN DE CUALQUIER BEBIDA, Y EN **BWT** LO SABEMOS:

- AGUA DE CALIDAD, SEGURA E HIGIÉNICA
- TRATAMIENTOS ESPECÍFICOS
- CONOCIMIENTO EXHAUSTIVO DE LOS EQUIPOS Y PROCESOS
- AMPLIA EXPERIENCIA Y UN SERVICIO INMEJORABLE



ath aplicaciones técnicas hidráulicas, s.l. · 661 558 777 · david.gasull@water-and-more.es

[bwt-warm.com/es](http://bwt-warm.com/es)



# BOUNCER DIGITAL

## Revolucionando la Industria de las Máquinas Exendedoras con la Autenticación de Edad Digital

En el entorno competitivo de las máquinas expendedoras, el desafío de **cumplir con las restricciones de edad y la verificación de identidad** ha sido persistente para los productos restringidos, como el alcohol y el tabaco. Emerge una solución tecnológica pionera, diseñada específicamente para **certificar la edad legal necesaria** en la venta de productos regulados a través de máquinas expendedoras que multiplicará las posibilidades comerciales e incrementará el volumen de ventas.

### Abriendo Fronteras de la Verificación de Edad en el Sector Vending

En medio de un audaz movimiento para proteger a los menores y cumplir con las leyes que regulan la venta de productos como tabaco y alcohol, **BOUNCER DIGITAL** presenta una revolucionaria solución para el sector vending. Su avanzada tecnología de verificación de edad facilita una experiencia de compra efectiva y sin errores. Al eliminar la necesidad de que las máquinas de vending tengan que leer





# BOUNCER DIGITAL

## Revolucionando la Industria de las Máquinas Expendedoras con la Autenticación de Edad Digital

documentos oficiales, nuestra plataforma, con la capacidad de **procesar más de 2,000 documentos a nivel mundial**, simplifica el procedimiento, y utilizando el teléfono móvil permite a los usuarios **desbloquear las máquinas con una simple prueba biométrica** a través de sus teléfonos, **verificando** así automáticamente **la edad del comprador** y asegurando que no estén por debajo de la edad legal para adquirir dichos productos.

En un mundo donde los consumidores exigen velocidad, seguridad e innovación, **BOUNCER DIGITAL** se posiciona como un **agente de cambio en el sector del vending**. Su solución para la verificación de edad simplifica y asegura la experiencia de compra, sentando las bases para **un futuro conectado y confiable en el universo de las máquinas expendedoras**.

### ¿Cómo Funciona la Tecnología de Verificación de Edad?

**BOUNCER** simplifica el proceso mediante un simple **escaneo del código QR** en las máquinas vending usando el teléfono móvil. Este pequeño paso desencadena un **proceso de validación, certificación y confirmación** de la mayoría de edad del usuario con una tecnología ya utilizada por el sector financiero para la apertura de cuentas bancarias a distancia.

Una vez finalizado, **BOUNCER** se conecta con la máquina expendedora, activándose de manera instantánea. El resultado es una experiencia de compra impecable y segura, **redefiniendo el estándar en la industria de las vending**, especialmente para productos regulados.

### Abriendo Nuevos Canales de Venta Para Marcas con Productos Restringidos

La tecnología de vanguardia de **BOUNCER** no solo eleva la experiencia de usuario en el mundo de vendings, sino que también abre puertas a oportunidades sin precedentes para marcas de productos restringidos. Como enfatiza **Jorge Bardón, CEO de BOUNCER DIGITAL S.L.**, *“Con nuestra tecnología, las marcas no solo cumplen con la regulación, sino abren un nuevo canal de ventas de manera segura y eficiente, ofreciendo sus productos en máquinas vending llegando a nuevos canales de venta donde hasta ahora no habían entrado”*.

### Más Allá de la Estimación de Edad

A diferencia de otros competidores centrados únicamente en la estimación de edad para plataformas en línea, **BOUNCER DIGITAL** toma el liderazgo al integrar su tecnología de verificación de identidad en las máquinas de vending. Su solución para máquinas no sólo amplía sus capacidades al permitir la venta de diversos productos, como cerveza, vino, latas ready-to-drink (como Mojito y Gin & Tonic), y bebidas energéticas (en cumplimiento con las regulaciones), sino que también **automatiza la experiencia del consumidor, desde la selección del producto hasta el pago y la entrega**.

**BOUNCER DIGITAL: TRANSFORMANDO EL PRESENTE, CREANDO EL FUTURO DE VENDING**



# EBOCA VENDING

## Vasos olímpicos de Eboca y la Federación Aragonesa de Atletismo

Eboca, empresa aragonesa **especializada en diseño, equipamiento y atención de zonas de descanso, y FAA, Federación Aragonesa de Atletismo**, presentan una **colección de vasos olímpica** con motivo de la celebración de su centenario 1923 - 2023 bajo la presidencia de **Alberto Pallarés**.

Con esta colección de **500.000 vasos** que serán distribuidos en todas las máquinas de vending de Eboca **en Aragón y Lérida**, se pretende dar mayor **visibilidad a este centenario de la FAA**.

Para ilustrar la colección se han utilizado los diseños del artista aragonés **Sergio Muro** (que además de ser artista es atleta). Cada uno de los diseños cuenta la historia de cada uno de los atletas aragoneses que han participado en, al menos, unos Juegos Olímpicos.

Además, **11 de los 20 atletas** aragoneses participantes en olimpiadas a lo largo de la historia han podido participar en esta iniciativa y se han grabado unos **vídeos** titulados *"5 Preguntas y un café con..."* que aportan datos sobre cómo vivió cada uno la participación en la olimpiada.

Para completar la experiencia, asociado a esta colección se irá publicando un QUIZ en la red social Instagram donde **todos los usuarios podrán participar y ganar premios relacionados con el deporte** (camisetas de la Federación Aragonesa de Atletismo, zapatillas deportivas y una matrícula a un gimnasio).





# EBOCA VENDING

## Vasos olímpicos de Eboca y la Federación Aragonesa de Atletismo

En palabras de **Alberto Pallarés**, presidente de la FAA “es un orgullo que empresas como Eboca apoyen nuestro deporte y estamos muy contentos de haber podido lanzar esta colección en la que aparecen los deportistas olímpicos aragoneses a lo largo de la historia. Creo que es una muy bonita forma de acercar el atletismo al público y que nos conozcan un poco más”.

La nueva colección de vasos presentada por la **Federación Aragonesa de Atletismo** y Eboca en las pistas del CAD en Zaragoza representa un **recorrido por la historia olímpica** con todos los atletas aragoneses que han participado en alguna olimpiada.

Por su parte, **Raúl Benito**, presidente de Eboca “para nosotros, colaborar con la FAA es algo natural, pues compartimos valores y principios y además el café es algo que los deportistas tienen bien presente en su día a día, en su preparación y en las propias competiciones.



Como complemento a la colección de vasos, los vídeos que hemos grabado con ellos hacen que conozcamos un poco más sobre cómo vivió cada uno de ellos su olimpiada u olimpiadas, ya que algunos han participado en varias competiciones olímpicas”.

Para **Sergio Muro**, artista responsable de los dibujos de los atletas “para mi es un placer haber podido plasmar los dibujos de los deportistas en la colección de vasos donde además hay un pequeño extracto de la historia de cada uno de ellos. Poder formar parte del centenario de la FAA a la que también pertenezco es algo muy especial y estoy muy contento de haber podido aportar mi granito de arena con mi creatividad”.





# CAFÉS OQUENDO

## Cafés Oquendo entrega 500 lotes navideños a pacientes y personal de los hospitales de Mieres y Cangas del Narcea

Dentro de las acciones solidarias que **Cafés Oquendo** lleva a cabo en fechas navideñas, la compañía asturiana hizo entrega ayer, lunes, día de Navidad, de **500 lotes navideños a pacientes y trabajadores** de los hospitales **Álvarez Buylla, de Mieres, y Carmen y Severo Ochoa, de Cangas del Narcea.**

Esta Navidad **Cafés Oquendo** ha lanzado una campaña basada en el mensaje *"Por una vida llena de cafés compartidos"* y para hacerlo realidad la empresa ha querido dar una sorpresa en este día de Navidad a quienes más necesitados de compañía están en estas fechas, como los pacientes de los hospitales.



La iniciativa ha contado con la **colaboración del personal** de ambos centros sanitarios, que ha sido el encargado del reparto entre los pacientes de este singular regalo de Papá Noel, consistente en una edición limitada de café y en una **taza gigante decorada con motivos navideños.**



Además de esta acción solidaria, **Cafés Oquendo** desarrolla estas navidades otras colaboraciones como el patrocinio de la **San Silvestre de Llanera**, parte de cuya recaudación se destina a la **Asociación ELA Principado.**



**VISITA LA WEB**



**SALEK****LÍDERES****EN VENTAS****CONTÁCTANOS**607 33 94 11  
erikasaavedra@salek.es  
www.salek.es**¿QUIÉNES SOMOS?**

Consultora en crecimiento en ventas

Expertos en cambios organizacionales

Inteligencia artificial y automatización de ventas

**Cápsula de fibra vegetal blanca Pascucci****¡un envase revolucionario!**Cápsulas y máquinas,  
un sistema completamente nuevo  
Café Pascucci**¡No pierdas la oportunidad de entrar a formar parte de nuestra exclusiva red de distribución!**

+34 689 711 266

info@pascucci.es

**SMART KIOSK**  
V2V Factory**VENDING AL SERVICIO DEL USUARIO**Gracias a la tecnología de V2V Factory y Hug-Witschi, el Smart Kiosk reúne bajo un mismo dispositivo todas las funciones de la restauración colectiva desatendida. Este innovador kiosk permite integrar diferentes puntos de venta completamente distintos, haciendo **más cómoda y eficiente la experiencia del usuario**.Así, en un mismo proceso, el usuario puede acceder a la venta del café y otros productos como bebidas o snacks que ofrecen las neveras inteligentes. El resultado es un **aumento en las ventas** gracias a la **ampliación de la gama de productos** y a la **agilización del proceso de compra**.La conectividad de las máquinas a un sistema centralizado permite ofrecer servicios de valor añadido como la gestión de ventas, descuentos y bonificaciones desde el Cloud, **además de permitir realizar el inventario o monitorizar su estado en tiempo real**. Además, el Smart Kiosk posibilita la carga de **saldo online en la tarjeta de empleado**. Todo esto con sistemas integrados de **pago mediante tarjeta bancaria, móvil o chip**.

VENDING HORECA RETAIL

**Simat** DESDE / SINCE 1979  
INSTANT HOT&COLD SOLUBLE SOLUTIONS 4.0Queremos ser tu **fábrica de solubles**

simatsolubles.com

**PREPARADOS ALIMENTICIOS SIMAT, S.L**  
simatsolubles.com - info@simat.es  
T. +34 93 771 23 11 - M. +34 626 638 036



# ARAGAMI

La confianza en el trabajo bien hecho

**“Excelente producto de fabricación nacional,  
trato personal y plazos de entrega perfectos”**

VISITA LA WEB





# AUTOMATED TRANSACTIONS

## Telemetría en el mundo del café: La Revolución de Cupsense

En la era de la digitalización y la automatización, el mundo del café no se queda atrás. **La telemetría**, una tecnología que permite la monitorización y gestión remota de dispositivos, está **transformando el sector de la hostelería**, especialmente en lo que respecta a las máquinas de café profesionales. En este contexto, Cupsense emerge como una **solución innovadora y vital** para los torrefactores y hosteleros.

### ¿Qué es Cupsense?

CupSense es una **solución profesional de café basada en inteligencia artificial** que permite el monitoreo en tiempo real tanto de la cantidad como de la calidad del café. Compatible con cualquier máquina de café profesional, CupSense es ideal para tostadores, distribuidores, fabricantes de máquinas de café y cadenas de cafeterías. Esta tecnología no solo ayuda a mantener los estándares de la marca y aumentar las ventas, sino que también garantiza la **satisfacción del cliente** mediante la calidad consistente del café.

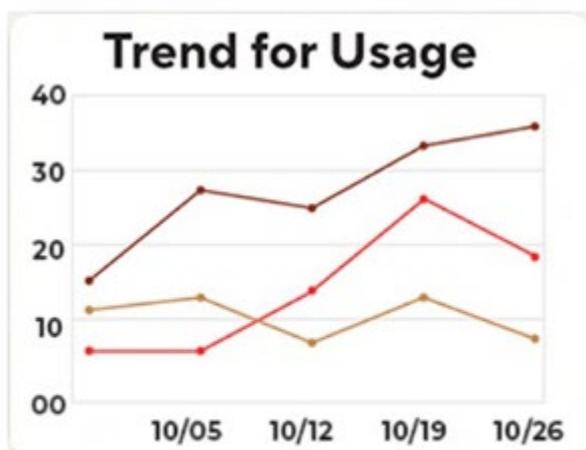
### Beneficios de la Telemetría en Máquinas de Café Profesionales:

#### 1. MANTENIMIENTO DE LA IMAGEN DE MARCA

La monitorización en tiempo real que ofrece Cupsense asegura que cada taza de café servida **cumpla con los altos estándares esperados por los clientes**. Esto es esencial para mantener y mejorar la imagen de marca de los establecimientos de hostelería.

#### 2. MANTENIMIENTO PREDICTIVO

Cupsense facilita el **mantenimiento predictivo**, permitiendo a los propietarios de las máquinas intervenir antes de que surjan problemas mayores. Esto **reduce los tiempos de inactividad** y asegura un flujo constante de café de alta calidad.





# AUTOMATED TRANSACTIONS

## Telemetría en el mundo del café: La Revolución de Cupsense

### Optimización de Inventario y Reducción de Desperdicio

El seguimiento del consumo de granos y agua que ofrece Cupsense **optimiza la gestión del inventario y reduce el desperdicio**, lo cual es crucial para la rentabilidad y la sostenibilidad de los negocios.

### 3. EXPERIENCIA DEL CLIENTE PERSONALIZADA

Con los datos recopilados, los baristas pueden **personalizar las recomendaciones y ajustar la preparación del café** según las preferencias individuales, mejorando significativamente la experiencia del cliente.

### 4. TOMA DE DECISIONES ESTRATÉGICAS

Los análisis detallados proporcionados por Cupsense **respaldan la toma de decisiones estratégicas**, permitiendo a los propietarios y gerentes ajustar estrategias de marketing y mejorar la eficiencia operativa.

### La Ciencia Detrás de la Preparación Perfecta

Cupsense desempeña un papel crucial en cada paso de la preparación del café, desde la molienda hasta la presentación. **Controla variables como la temperatura, la presión, el tiempo de extracción, la dosificación, y la relación agua-café**, garantizando así la perfección en cada taza.

### Telemetría: Beneficios para Torrefactores y Hosteleros

#### 1. MONITORIZACIÓN PRECISA PARA TORREFACTORES

Los torrefactores pueden monitorear cada aspecto del proceso de preparación, **ajustando y perfeccionando sus mezclas** para garantizar una calidad constante, gracias a la precisión que ofrece Cupsense.

#### 2. OPTIMIZACIÓN DE RECURSOS Y EFICIENCIA ENERGÉTICA

Cupsense ayuda a **analizar patrones de uso y ajustar la programación** de las máquinas para optimizar la eficiencia energética, **reduciendo costos operativos** y contribuyendo a prácticas comerciales más sostenibles





# AUTOMATED TRANSACTIONS

## Telemetría en el mundo del café: La Revolución de CupSense

### 3. PERSONALIZACIÓN DE OFERTAS PARA HOSTELEROS

La telemetría permite a los hosteleros **personalizar sus ofertas de café** según las preferencias de sus clientes, basándose en el rendimiento de cada mezcla y ajustando sus selecciones para satisfacer los gustos cambiantes de la clientela.

### 4. GESTIÓN REMOTA Y MANTENIMIENTO PROACTIVO

Con CupSense, los torrefactores pueden **diagnosticar problemas y realizar actualizaciones de forma remota**, reduciendo tiempos de inactividad para los hosteleros y asegurando un servicio continuo.

### 5. PROGRAMACIÓN DE OFERTAS ESPECIALES Y PROMOCIONES

Los torrefactores y hosteleros pueden **colaborar para programar ofertas especiales y promociones**, utilizando los datos de rendimiento de cada café para adaptarse dinámicamente a las demandas del mercado.

### 6. LEALTAD DEL HOSTELERO Y BENEFICIOS MUTUOS

La estrategia de **proporcionar máquinas de café de forma gratuita a cambio de la compra exclusiva de café** crea un círculo de beneficios mutuos, reforzado por la telemetría que respalda la calidad del café y la eficiencia operativa.

### 7. ANÁLISIS DE TENDENCIAS DEL CONSUMIDOR

CupSense permite a torrefactores y hosteleros **analizar las tendencias del consumidor**, identificando qué mezclas son más populares

y ajustando sus estrategias de marketing para alinearse con las preferencias cambiantes del mercado.

### CupSense: Una Solución Única

#### 1. AUMENTO EN VENTAS DE CAFÉ

Según Zoran Margic de Televend, **el uso de CupSense puede aumentar las ventas de café entre un 20 y un 40 por ciento**. Esto se debe a que CupSense ofrece un control total sobre la calidad del café servido, lo que a su vez fomenta la lealtad del cliente y la consistencia en cada establecimiento.

#### 2. PROTECCIÓN DE LA MARCA

**CupSense ayuda a proteger la marca al identificar el uso no autorizado de otras marcas de café y mantener una calidad uniforme en todos los establecimientos.**

La revolución de la telemetría en el mundo del café, liderada por **soluciones como CupSense, está redefiniendo la industria**. Desde mejorar la eficiencia operativa hasta personalizar la experiencia del cliente, la telemetría se está convirtiendo en una herramienta esencial para cualquier establecimiento de café que busca destacar en un mercado competitivo. Con CupSense, los torrefactores y hosteleros no solo gestionan mejor sus operaciones, sino que también crean experiencias de café memorables, asegurando una taza perfecta en cada servicio.

Desde **Automated Transactions, distribuidor oficial de CupSense**, estaremos encantados de asesorarte en la mejor aplicación de CupSense para tu negocio



# AUTOMÁTICOS ROGAR

## Vasos Navideños

Un año más llenamos las **máquinas** de felicitaciones

Llegaron las navidades y, como cada año, nos gustó **felicitarse a todos las fiestas navideñas.**

Todas las fiestas para **disfrutar con vasos de Navidad.**

**¡Cafés muy navideños!**

Nuestros espacios son para **Disfrutar, Sentir y Saborear**

**MÁS DE 40 AÑOS A TU SERVICIO**

**#Disfruta #Siente  
#Saborea**

**UN SABOR**



**5 ESTRELLAS**





## REGRESA A CLASE CON vendingSCHOOL

Experiencia, Especialización y Formación son Factores Clave en el sector del Vending

Nuestros cursos abarcan todas las funciones dentro de una empresa operadora, desde el gestor de rutas, el supervisor o el técnico hasta los mandos intermedios o la dirección general de la compañía.



**PRECIOS ESPECIALES PARA SOCIOS DE ANEDA**

En los últimos años, TPC NetGrup ha impartido más de 250 cursos a más de 1000 alumnos tanto en formato presencial como online.



TODA NUESTRA OFERTA FORMATIVA EN UN CLIK



TPC NetGrup S.L. - Ronda Europa, 60 2ª - 08800 Vilanova i la Geltrú - Tel. 938 16 63

71

## La nueva máquina que su negocio NECESITA...

La DRINK GREEN permite el suministro de cantidades de medio litro de agua, utilizando el propio recipiente del usuario. Su sistema de micro filtrado interno permite ofrecer agua pura y de calidad, manteniendo sus propiedades.



- Ideal para:
- Oficinas
  - Campings, hoteles y albergues
  - Gimnasios fitness y crossfit
  - Polideportivos
  - Pistas de tenis y padel
  - Centros comerciales...



AGUA HIDROGENADA

AGUA MICROFILTRADA  
AGUA CON GAS  
AGUA OSMOTIZADA

Y NUESTRA ESTRELLA...

- AYUDA A REDUCIR:
- Envejecimiento prematuro.
  - Cansancio.
  - Acción de enfermedades.
  - Oxidación células...
- ¡CONSÚLTENOS SUS PROPIEDADES!



¡NO MÁS PLÁSTICO!  
¡REUTILICE SU PROPIA BOTELLA!



drinkgreengpe

Nexus Machines s.l. - Tel. 637 333 311 – 933 522 291  
info@nexusmachines.net – www.drinkgreen.es



## FONT VELLA DA NUEVA VIDA A LAS BOTELLAS

Botellas 0,5L y 1,5L\*  
**100% RECICLADAS\*\***



RECICLAR



RECOGER



JUNTAR



CONVERTIR



JUNTOS CERRAMOS EL CÍRCULO



**100% HECHA DE OTRAS BOTELLAS**

\*Formatos disponibles solo para los canales de HORECA y VENDING y a petición del cliente. \*\*La botella es de material reciclado y el tapón y la etiqueta son reciclables.



Qualery  
NATURALMENTE



Te descubrimos un mundo nuevo de sabores, aromas y sensaciones.

www.qualery.com





# NEXUS MACHINES

Regenera... la bebida no energética que te trae nexus life

Galicia ha sido la primera comunidad en **prohibir el consumo de bebidas energéticas a menores**, y otras comunidades ya se están sumando a una posible futura prohibición.

Ante esta norma, los gestores de máquinas expendedoras tienen dos opciones:

**1º Adaptar las expendedoras para limitar el consumo a menores** con sistemas de identificación para verificar la edad como los que te ofrecemos desde Nexus Machines.

**2º Ofrecer otros productos alternativos más saludables**, de características similares a las energéticas, y cuyo consumo sea permitido a menores.

Para esta segunda opción, tenemos **REGENERA**, bebidas revitalizantes con vitaminas, pero sin taurina ni cafeína.

## ENJOY LIFE

Bebida carbonatada con sabor a **Frutas Tropicales, con base de vitaminas, hierbas y miel.**

La bebida revitalizante que **agiliza el metabolismo**, reponiendo vitaminas y apoyando el funcionamiento óptimo del cuerpo...



## DAILY REVITAL

Bebida carbonatada sabor **Tutti Frutti, con base de vitaminas, magnesio, zinc, hierbas y miel.**

Consumo para deportes y actividades físicas, recomendado para el **uso de actividad mental diaria.**



## 3 SABORES, 3 USOS

### DAILY CARE

Bebida carbonatada con sabor a **Aloe, pera, miel auténtica, vitaminas, magnesio, zinc, L arginina y hierbas.**



**¿QUIERES CONOCERLAS Y PROBARLAS?**

Visita [www.nexuslife.es](http://www.nexuslife.es) y pide muestras.





# PASCUAL

## Lanza la botella de leche transparente más sostenible para hostelería

Pascual sigue dando pasos adelante en su compromiso con la **economía circular**, el cuidado del planeta y la innovación con el lanzamiento de la botella de leche transparente más sostenible para hostelería. El nuevo envase de la compañía para el canal Horeca, de 1,5L, está fabricado con plástico **100% reciclable y sin tintas**, un avance que permite **reutilizar** estas botellas para crear nuevos envases de alimentación tras su reciclaje.

Además, esta botella transparente para hostelería ayuda a la compañía a **reducir sus emisiones de CO2 un 2,5%**, el equivalente a más de 46.800 litros de combustible de un coche diésel o al CO2 absorbido por 2.889 árboles en crecimiento durante 30 años.

En palabras de **Javier Peña**, director comercial de Pascual, *“en la compañía llevamos más de 50 años impulsando la economía circular, el cuidado del planeta y la innovación como ejes fundamentales para seguir creciendo en línea con la sociedad y con el sector de la hostelería. Queremos seguir dando toda la entrega a los hosteleros con este tipo de lanzamientos para que nuestros productos sean lo más sostenibles, prácticos y eficientes posibles”*.

**La nueva botella de 1,5L está fabricada con plástico 100% reciclable y no contiene tintas**, un avance que permite reutilizar estas botellas para crear nuevos envases de alimentación tras su reciclaje.



### Sostenibilidad, conveniencia y naturalidad

Por otro lado, la nueva botella de Leche Pascual para hostelería destaca también por su **conveniencia y practicidad**. En este sentido, al ser transparente se puede ver la leche en la botella, por lo que favorece una imagen de naturalidad y atractivo para los consumidores, a la vez que al hostelero le permite controlar el nivel de consumo.

Asimismo, cuenta con un **diseño elegante y sencillo** con el que se logra una imagen más premium y dispone de un tapón abre fácil gracias al cual se facilita su servicio, solo hay que girar y servir.





# PASCUAL

## Alcanzará cero emisiones en sus plantas lácteas en 2026 de la mano de Edison Next

*“Con Leche Pascual queremos ser la marca láctea con la mejor propuesta de valor que consiga cubrir todas las necesidades de los hosteleros. Para ello, trabajamos cada día para tener un producto de la máxima calidad, el envase más sostenible y el porfolio más completo”, apunta **Javier Peña**.*

Con esta innovación, la compañía **reducirá un 2,5% sus emisiones de CO2**: el equivalente a 47.000 litros de combustible de un coche diésel.

Este lanzamiento se enmarca en el **Plan Estratégico de Sostenibilidad Ambiental 2025-2030**, que tiene como uno de sus ejes principales la mejora de la circularidad de los envases de toda la compañía.

### Más de 50 años al lado del sector hostelero

La nueva botella es una muestra más del **compromiso de Pascual** con el crecimiento del canal Horeca, un sector clave para la compañía que representa el 46% de su negocio.

En concreto, Pascual llega ya a más de 90.000 bares y restaurantes, es decir, 1 de cada 3 establecimientos de nuestro país; a los que ofrece apoyo y soluciones integrales a través de su marca exclusiva para hostelería, Pascual Profesional. Gracias a ello, la compañía **se ha convertido en un socio de referencia para ayudar al hostelero a desarrollar y rentabilizar su negocio**.

[VISITA SU WEB](#)





**TEMPLO**  
CAFÉS

**DISFRUTA  
DEL MEJOR CAFÉ**

CAFÉS TEMPLO

Polígono Cantabria I, Avd. Mendavia 7  
26009 Logroño (España)

Teléfono atención al cliente  
+34 941 270 171

[www.unionpostadora.com](http://www.unionpostadora.com)  
[www.espressate.com](http://www.espressate.com)

**ñaming**  
Casual food

**NUEVA  
IMAGEN**  
**Go!**

- ✓ **Misma Vida Útil**
- ✓ **NUEVOS Salchichón y Chorizo**



Ñaming S.L.  
Pol. Ind. El Zafraner c/Pais Vasco 5, 50550 Mallén  
(Zaragoza) Tel. 976 866 380 · [www.n-aming.es](http://www.n-aming.es)



**ES RICO  
ES BUENO**



**EMPIEZA  
BUENO!**

rhFS2



**MADE  
FOR YOU**

rhea apliven

*innovation sustainability quality tailor made*

# Aneeda

NOTICIAS

## PRÓXIMA CITA:

31 DE ENERO

PRIMERA "CITA MATUTINA"  
DE PROVEEDORES.  
CONFIRMA TU CONEXIÓN

SUSCRÍBETE  
y recibe la revista cada mes:

✉ [comercial@aneda.org](mailto:comercial@aneda.org)



[in](#) [Twitter](#) [Facebook](#) [Instagram](#)  
@Anedavending