

Aneeda

NOTICIAS

Susíbete aquí:
✉ comercial@aneda.org

“La revista de tú asociación”

in   
@Anedavending



CRECE CON NOSOTROS

ASOCIACIÓN PAG 3

ENTREVISTA A... PAG 16

DIEGO FERNANDEZ

CTO - Director Técnico y responsable el Departamento de desarrollo de la empresa MACROSISTEMAS, propietaria de VenCloud©.



ESTUDIOS PAG 22

CURIOSIDADES Y REFLEXIONES PAG 34

NOTAS DE PRENSA PAG 39

NORMATIVA RELACIONES LABORALES Y ECONOMÍA PAG 45

RELACIONES INSTITUCIONALES PAG 47

FORMACIÓN PAG 49

INTERNACIONAL PAG 50

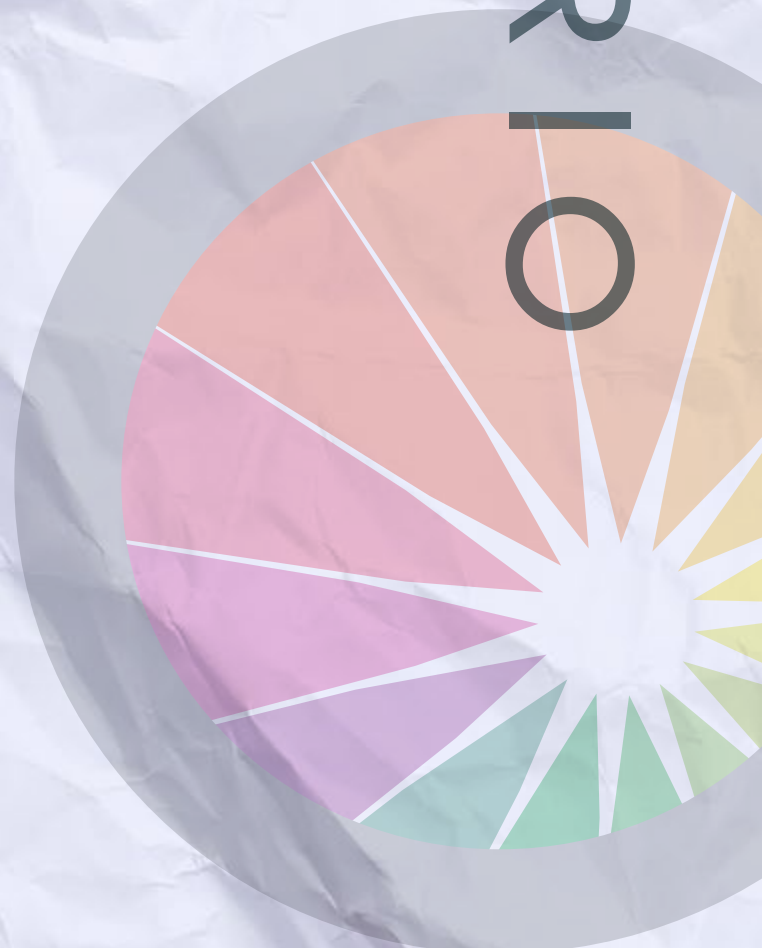
NUEVOS SOCIOS PAG 52

REDES SOCIALES PAG 53

NOTICIAS DE EMPRESA PAG 55

CTO - Direc
taria de Ven

SUMARIO





CITA MATUTINA DE PROVEEDORES



Primera reunión telemática para seguir avanzando

Con una **puntualidad exquisita**, el pasado día **31 de enero a las 7:00** horas de la mañana, se llevó a cabo la primera “cita matutina” de proveedores.

Esta nueva apuesta, anunciada por el vicepresidente de proveedores **Saúl Álvarez** en la pasada Asamblea de Aneda, tienen como objetivo la **puesta en común de información relevante**, compartir inquietudes, conocerse y trabajar conjuntamente para las necesidades del conjunto.

En este primer encuentro, **Saúl Álvarez**, detalló las actividades puestas en marcha en el último trimestre, actualizó los datos de fabricantes y se presentaron tres proveedores: **BOUNCER DIGITAL**, **H2Odirect** y **SEFLY STORE**.

Jorge Bardón, **Pere Riera** y **Enrique Bretones**, representantes de las empresas citadas, pudieron dar a conocer su producto.

Gracias por vuestras explicaciones y colaboración

**LA PRÓXIMA CITA MATUTINA ESTÁ PLANIFICADA PARA EL
28 DE FEBRERO A LAS 7:00 HORAS.
Si quieres participar, ponte en contacto con nosotros.**





LOS SOCIOS ESTAN SATISFECHOS CON LOS SERVICIOS RECIBIDOS DURANTE 2023

Con un 32% de participación en las encuestas de satisfacción

ANEDA tiene un compromiso con el nivel de servicio que presta a las empresas asociadas y, es por ello, por lo que al finalizar cada ejercicio se lanza una **encuesta a todos los asociados para conocer el grado de satisfacción.**

El principal objetivo de esta es saber qué opinan los socios, **la valoración de los servicios y actividades** ofrecidas y conocer las mejoras a realizar.

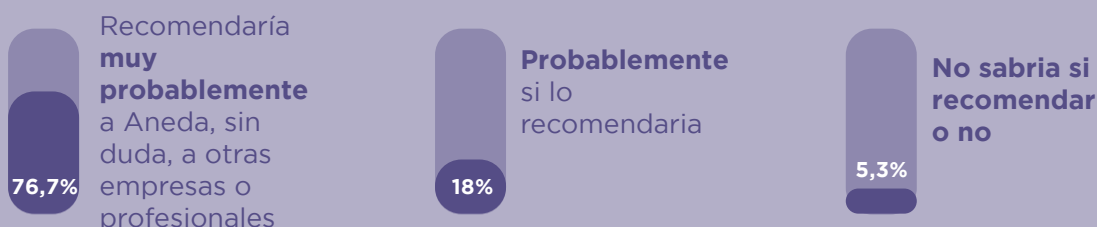
La participación baja cuatro puntos con respecto al año anterior, **y el 62,5% de las contestaciones son de operadores y el 37,5% de proveedores.**

Una vez cerrada la encuesta, y con los datos obtenidos en las respuestas de los participantes, **las principales conclusiones pueden resumirse como sigue:**

El servicio recibido durante 2023:

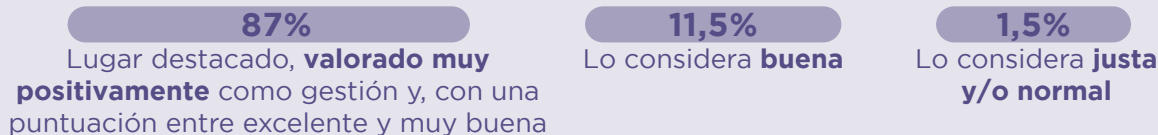


Recomendar a la asociación a otros profesionales o empresas



Sobre la calidad de las actividades ofrecidas:

Relaciones Institucionales en defensa del sector

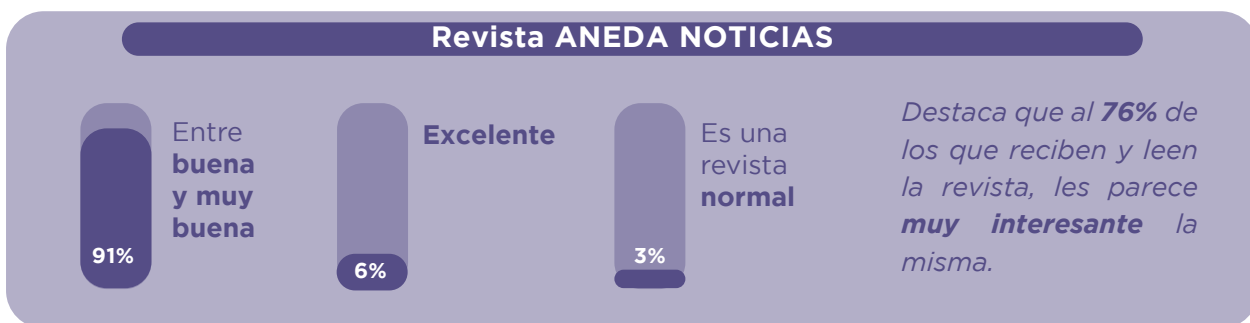




LOS SOCIOS ESTAN SATISFECHOS CON LOS SERVICIOS RECIBIDOS DURANTE 2023



Con un 32% de participación en las encuestas de satisfacción



Destacan, también, la **comunicación** vía **email**, la **presentación de jornadas y eventos**, **organización de Asambleas**, **promoción de redes sociales**





LOS SOCIOS ESTAN SATISFECHOS CON LOS SERVICIOS RECIBIDOS DURANTE 2023

Con un 32% de participación en las encuestas de satisfacción

Estudios y confección de datos estadísticos

79%

Están muy bien

21%

NS/NC *

**Lo que nos indica que hay un déficit de comunicación con respecto a esa información.*

Proyectos que les parecen más interesantes:

Aneda **EXPOCONGRESS 2025**

Desayunos-**networking**

Campañas de **visibilidad y promoción** sectorial

Creación de **Mesas de trabajo**

Opiniones y sugerencias

Más jornadas tipo **Futurvend**

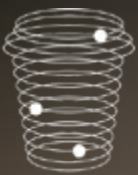
Continuar en la misma línea con **la actividad institucional**

Atención a los **concursos públicos** para intervenir o no. Hay sugerencias contradictorias en dicho ambito

Mas presencia en **Europa** y crecer en representatividad

Con dicha información , la asociación realizará un **análisis interno** para valorar con mayor detalle el **nivel de satisfacción** y poder corregir lo que corresponda y/o realizar las acciones de mejora de los aspectos más relevantes.

Gracias por la participación y colaboración.



CUPERNICAN

HoReCa

Vending

Take away



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

AGILY

El secreto de tu éxito, hoy y mañana

Bianchi Vending

DESIGN
VENDING



¡AGILY se adapta a todas tus necesidades! Puedes elegir AGILY L Touch 21" o AGILY M Touch 21" si buscas una alternativa más compacta.

Gracias a su excepcional modularidad, podrás configurar la máquina según tus objetivos y cambiarla sobre la marcha, cuando quieras: puedes ofrecer dos variedades de café y dos tipos de azúcar, hasta diez contenedores de productos solubles, elige el kit de segundo vaso para ofrecer múltiples formatos de bebidas o el kit dispensador de toppings para menús aún más golosos.

Con Agily, eres dueño del cambio.



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
vuestra 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



NOS VEMOS EN ALIMENTARIA HOSTELCO



Aneda estará presente en espacio asociativo

Han sido meses de trabajo conjunto entre **ANEDA** y la organización de la plataforma **ALIMENTARIA HOSTELCO** hasta poder ofrecer una atractiva propuesta para todos los asociados.

Las distintas reuniones mantenidas han servido para **poner en valor la colaboración**, entre ambas organizaciones, en interés del sector de la distribución automática.

El objetivo inicial de la propuesta no ha sido viable, aunque **empresas asociadas estarán como expositores** y bajo las condiciones ventajosas conseguidas, así como la asociación que tendrá **su propio stand institucional** para acoger a los profesionales del sector.

Saúl Álvarez, como Vicepresidente de Proveedores, ha mostrado su interés en continuar trabajando con un proyecto interesante, atractivo y en pro del crecimiento empresarial.

*LA PLATAFORMA INTERNACIONAL
ALIMENTARIA-HOSTELCO,
SE CELEBRARÁ DEL
18 AL 21 DE MARZO
EN BARCELONA.*

Llámanos y ven a visitarnos

Alimentaria HOSTELCO

ANEDA estará en el Horeca Hub el día 18 de marzo.

TE ESPERAMOS

**DESCUBRIREMOS JUNTOS LAS
NUEVAS TENDENCIAS DEL SECTOR**



NOS VEMOS EN ALIMENTARIA HOSTELCO



Aneda estará presente en espacio asociativo

Por otro lado. **ANEDA** estuvo en la presentación de Madrid, invitada por la organización.

La presentación tuvo lugar en el **Espacio Larra** de Madrid ante los principales stakeholders del **sector de la alimentación, la bebida y el canal HORECA**.

El presidente de Alimentaria, **Antonio Llorens** inició el acto. Pere Taberner, presidente de Hostelco, destacó el papel fundamental de esta plataforma como punto de encuentro de experiencias y retos de futuro.



Intervinieron también **Toni Valls, Mauricio García de Quevedo y Pablo de la Rica**, dando unas pinceladas sobre que se encontrara el visitante en esta edición, detallando el estado actual de la industria y presentando las tendencias del sector foodservice.

El cierre de este acto oficial de presentación ALIMENTARIA-HOSTELCO corrió a cargo de **José Miguel Herrero Velasco** (Director general de Alimentación del **Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación**, que resaltó la importancia del conjunto de toda la cadena alimentaria que permite la calidad diferencial del producto español a nivel mundial.

Posteriormente se sirvió un **cóctel** donde los asistentes pudieron conversar sobre los salones Alimentaria y Hostelco.

Alimentaria **HOSTELCO**





ANEDA EN LA JORNADA DE CEPYME



El nuevo Reglamento Europeo de Morosidad y su impacto en la Pyme española.

Con motivo de la tramitación en la Comisión Europea de la propuesta de Reglamento del Parlamento Europeo y del Consejo sobre la **Lucha contra la Morosidad en las transacciones comerciales**, el pasado 22 de enero, la representante de Aneda como miembro de CEC, -Confederación Española de Comercio, acudió a una jornada sobre **“El nuevo reglamento europeo de morosidad. Impacto en la pyme española”** organizada por CEPYME.

En la nota de prensa sobre esta jornada, **CEPYME** pide que el nuevo reglamento frente a la morosidad **contemple las necesidades de los distintos sectores y empresas**

Dado que la normativa preexistente no ha conseguido atajar el problema **-el periodo medio de pago (PMP) sigue 20 días por encima del plazo legal-**, la tramitación en curso de la propuesta de reglamento del Parlamento Europeo y el Consejo sobre la Lucha contra la Morosidad brinda la mejor oportunidad para transmitir las necesidades sectoriales y problemáticas específicas de cara a definir con mayor acierto una mecánica que sí logre reducir los plazos de pago sin perjudicar a las unidades productivas más vulnerables: **pymes y autónomos**.

Un acto donde se dio voz a todos los sectores y sensibilidades, contando con la participación de los representantes de los principales ramos de actividad, y siendo clausurada por el presidente de la Confederación, Gerardo Cuerva; la secretaria de Estado de Industria, **Rebeca Torró**; y el presidente del Observatorio de Morosidad de CEPYME, **Luis Collado**.

La Confederación celebra que el futuro Reglamento busque homogeneizar la normativa en toda la UE, algo necesario en un mercado único que requiere que todos los operadores se enfrenten al mismo marco. CEPYME comparte el objetivo de la futura norma: que **se reduzcan los plazos de pago**.

Especialmente relevante fue la participación en el debate de los principales sectores, cuya visión se torna ineludible. A lo largo de dos mesas sectoriales moderadas por el secretario general de CEPYME, **Luis Aribayos**, estuvieron presentes y pudieron transmitir sus inquietudes los más altos representantes de la Confederación Nacional de la Construcción (**CNC**), la Confederación Española del Comercio (**CEC**), Confemetal, los autónomos (**ATA**), la Distribución (**ANGED y ASEDAS**); Alimentación y Bebidas (**FIAB**) y el Calzado (**FICE**). Los ponentes valoraron el espíritu del nuevo Reglamento, pero transmitieron las dudas que su aplicación suscita en sus respectivos ámbitos de actuación.



NUEVO

Máquina dispensadora de VAPERS

¡MÁS DE 10 SABORES!

SANDÍA HELADA AROMA KING | STRAWBERRY ICE AROMA KING
 WATERMELON SIN NICOTINA | CHERRY ICE LM
 CHERRY SIN NICOTINA ELFBAR | WATERMELON ICE LM
 BLUEBERRY SOUR RASPBERRY SIN NICOTINA
 WATERMELON ICE AROMA KING
 BLUEBERRY SOUR RASPBERRY AROMA KING
 PEACH ICE AROMA KING
 BLUEBERRY SOUR RASPBERRY LM
 STRAWBERRY KIWI LM
 COOL MANGO AROMA KING
 GRAPE AROMA KING

9.99€

BOUNCER DIGITAL
vapesale

Encuétranos en:
Centro Comercial Moraleja Green,
Planta 0, cerca del Centro de
información.

Risi
MIOS!
ADULT SNACK



¡NUEVOS!

DESCUBRE LA
#PLACEROSOFÍA

EN LO QUE DURA
UNA BOLSA DE MIOS!

NECTA KIKKO MAX

ILUMINACIÓN LED
Unidad de devolución de monedas antivandálica en acero inoxidable con iluminación LED

GARANTÍA EXTRA
1 año extra de garantía

REJILLA INOX

2+1 AÑOS

ANTIVANDÁLICO
Inserción de monedas antivandálica

CIERRE SUAVE
Puerta del compartimento dispensador de cierre suave

PERSONALIZACIÓN
Te ofrecemos editar tu kit al máximo con la personalización de vinilos exteriores e interfaz de pantallas (logotipo, productos, etc)

PANTALLAS
22" y 24"
User Interface de selección de productos interactiva. Con tecnología táctil capacitiva y pantalla full HD con amplio ángulo de visualización con tecnología ips y protección de cristal de seguridad de 3 mm de grosor.



PERSONALIZA TU PANTALLA

Edita tu kit al máximo

- INFORMACIÓN**
Publicita, anuncia o anunciate
- DISEÑA, CREA Y EDITA**
- ORGANIZA**
Matriz de libre distribución (nº columnas, filas y bloques) que puedes añadir: productos, información, widgets (tiempo, acciones, etc) y teclado alfanumérico
- IMÁGENES Y VÍDEOS**
Imágenes en standby y vídeos por consumo. Programados de forma manual, temporizada o remota a través de la Interfaz Manager.

CONTACTA CON NOSOTROS ☎ 91 018 99 53

C/ Manzanaras 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



coCa
HORIZONS



ENCUENTROS DE CERCANÍA



Comienzo en Zaragoza de la mano de la Delegada Regional Ana Isabel García

La Delegada Regional, **Ana Isabel García**, que representa a la **R4- La Rioja, Aragón y Navarra** convocó la primera reunión presencial de operadores de la zona que representa para **compartir una jornada de interés asociativo**.

El pasado 24 de enero, se puso en marcha los llamados **"Encuentros de Cercanía"**, una iniciativa de Ane^{da} donde compartir inquietudes, información y necesidades de los asociados.

La directora general quiso desplazarse a primerísima hora a **Zaragoza** para disfrutar de un día completo con los socios. Comenzó la visita en las instalaciones de **AUTOMÁTICOS ROGAR**, donde disfrutó de una grata compañía y un magnífico desayuno, para coordinar con la delegada regional los destinos acordados.

Durante la mañana, las representantes de la asociación acudieron a visitar a algunos **proveedores locales asociados**, mostrándoles su disposición para fomentar la relación entre todos los asociados de la zona y conocer de cerca sus inquietudes.

En **CHOCOLATES LA CASA** tuvieron la ocasión de compartir un café con **Emilio** y charlar sobre el sector.

Ana Isabel García y Yolanda Carabante, mantuvieron un agradable encuentro con las empresas operadoras que acudieron a la cita, agradeciendo la participación y dando voz para poner en común información relevante, necesidades y posibles iniciativas de interés.



Encuentros de cercanía





ENCUENTROS DE CERCANÍA



Comienzo en Zaragoza de la mano de la Delegada Regional Ana Isabel García

Los asistentes visitaron la fábrica de **Dr. Schär** situada a poca distancia de Zaragoza capital, donde les explicaron en detalle los procedimientos, calidad y seguridad de sus productos y la experiencia de ser pioneros de los productos “**Sin Glutén**” hasta convertirse en especialistas en soluciones de nutrición.

Muchas gracias a nuestro asociado **DR.SCHÄR** por abrirnos su casa y poder visitar sus magníficas instalaciones.

Agradecimiento muy especial a **Pablo Bazo** y **María Delgado** por apostar por nuestro sector.

Una estupenda jornada y muy bien acompañados por nuestros asociados.

MUCHAS GRACIAS



Encuentros de cercanía





CON NUESTROS SOCIOS



Aportan el valor esencial de la asociación.

Durante los últimos días **se han visitado a algunos asociados** y, también, sigue habiendo socios que disfrutan de la sala que la asociación pone a disposición de ellos en la sede.

Gracias a **AUTOMÁTICOS ROGAR, CHOCOLATES LACASA, DR.CHAR, GRUP IPARVENDING Y ARAGAMI** por abrirnos vuestra casa.

Nos encantaría **seguir visitando a todos nuestros socios**, aunque es complicado coordinar una fecha acertada para todos.

UN PLACER ESTAR CON VOSOTROS.

Aquí tenéis momentos con nuestros socios, **imágenes de algunas visitas:**



Gracias a los que han hecho posible las visitas:

Gracias **Ana y Susana** por vuestro enorme cariño siempre.

Gracias **Emilio** por tu cercanía y por esos deliciosos productos.

Gracias **María** por estar pendiente de cada detalle y hacer posible la visita y gracias **Pablo** por tus explicaciones

Gracias **Carlos, José Carlos y David** por vuestra amabilidad, explicaciones y compromiso.

Gracias **Sergio** por tu tiempo.

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 ERA VENDING 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:** aislado 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 moxi
Dimensiones: 1.100 x 1.000 x 850
Pesa: 300 kg
CAPACIDAD MÁXIMA: 100 productos

PREMIUM medium
Dimensiones: 1.100 x 900 x 850
Pesa: 300 kg
CAPACIDAD MÁXIMA: 750 productos

PREMIUM mini
Dimensiones: 1.000 x 700 x 850
Pesa: 200 kg
CAPACIDAD MÁXIMA: 400 productos



Teclado Antivandálico



Entrada de monedas Antivoladores



Cristal reforzado de 20 mm



Cajones de alimentación de productos



Iluminación por 3 tiras de led



Bandejas en acero inoxidable, con doble espesor

¡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



DIEGO FERNANDEZ



CTO - Director Técnico y responsable el Departamento de desarrollo de la empresa MACROSISTEMAS, propietaria de VenCloud©.

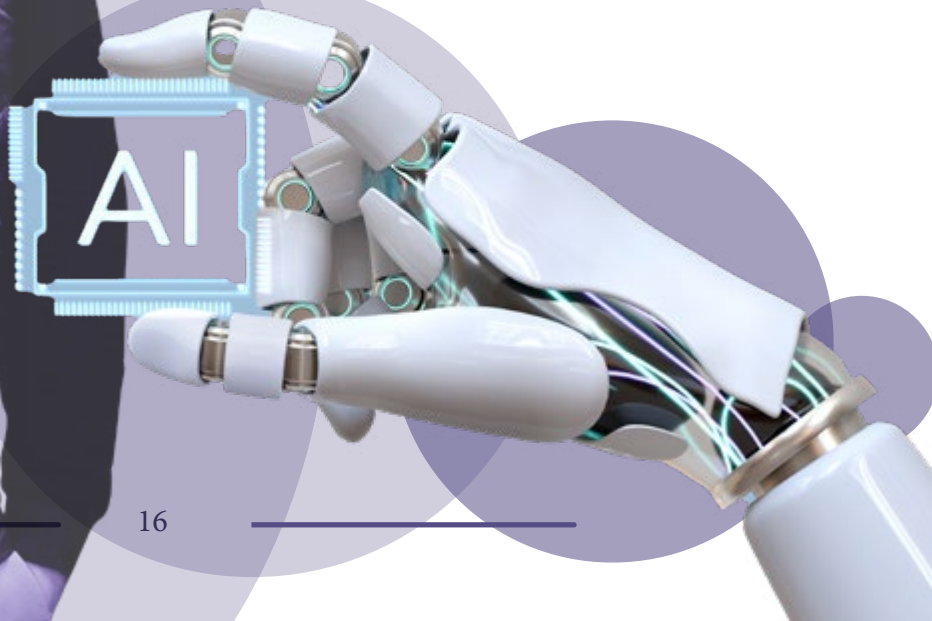
Entre las tecnologías emergentes que se empiezan a imponer en nuestras vidas y en nuestros negocios, está la Inteligencia Artificial, por lo que resulta de gran interés conocer que puede decirnos al respecto un profesional, experto en la aplicación de tecnologías informáticas como es nuestro entrevistado, y que puede aportar esta nueva tecnología a las empresas operadoras del Vending.

Diego es **Ingeniero de Software y dirige un equipo** compuesto principalmente por Ingenieros informáticos dedicados al desarrollo y soporte de la solución VenCloud©.

Nos explica que entre los cometidos del departamento de **Desarrollo e Innovación Tecnológica** que dirige, está el de asegurar la constante evolución de la solución, en especial incorporando nuevas tecnologías y métodos de trabajo, que automaticen y simplifiquen las tareas que tienen que realizar el personal de los operadores de Vending, facilitando datos e información a los responsables de la empresa bajo la visión de lo que se considera “inteligencia de negocio”.

En resumen, **ayudar a las empresas operadoras de Vending** a implantar soluciones tecnológicas avanzadas y emplear las mejoras prácticas, que les permitan lograr una mejor efectividad en sus organizaciones, y con ello la mayor rentabilidad de sus negocios.

Conviene aclarar primero, según nos dice Diego, que es la **Inteligencia Artificial** y ciertos conceptos asociados a la misma, para enmarcar así aquellas tecnologías que se consideran englobadas en lo denominado comúnmente Inteligencia Artificial.





DIEGO FERNANDEZ



CTO - Director Técnico y responsable el Departamento de desarrollo de la empresa MACROSISTEMAS, propietaria de VenCloud©.

¿Qué es y en que se basa la Inteligencia Artificial?

Nos responde nuestro entrevistado intentando explicar este concepto de la forma más sencilla posible: *“Podemos describir la Inteligencia Artificial como una técnica o conjunto de tecnologías basadas en desarrollo y programación de algoritmos informáticos especiales, que usan continuamente información retroalimentada, de manera que puedan ofrecer resultados más óptimos a los problemas propuestos, y adquirir así comportamientos que podrían ser considerados como inteligentes”*. “Entre las técnicas o tecnologías más comunes podemos mencionar **Big Data, Machine learning**, Modelos predictivos, Procesado e interpretación de imágenes, Route planning optimization, etc.

La Inteligencia Artificial, por tanto, engloba y se basa en la **aplicación de este tipo de tecnologías** dependiendo del tipo problema a tratar y del tipo de resultado que se pretenda obtener.

Nuestro entrevistado nos explica que, en base a su conocimiento del sector del Vending y experiencia profesional, que existen varias **tecnologías englobadas dentro del grupo de Inteligencia Artificial** que tienen aplicación para el sector del Vending.

Estas nuevas tecnológicas van a cambiar de forma muy notable la **forma de gestionar el negocio** por parte de los operadores del Vending. Pronostica que, en pocos años, aquellos operadores que no dispongan de soluciones que incorporen este tipo de tecnologías quedarán muy desfasados, podrán ser muy poco competitivos y podrán llegar a quedar fuera del mercado.

“Estos cambios los vamos a empezar a ver mucho antes de lo que creemos. La tecnología está avanzando cada día a pasos agigantados, por lo que aquellos operadores que no empiecen a aplicar soluciones que las contemplen en poco tiempo sus negocios dejarán de ser competitivos”.





DIEGO FERNANDEZ



CTO - Director Técnico y responsable el Departamento de desarrollo de la empresa MACROSISTEMAS, propietaria de VenCloud©.

¿Es posible implantar técnicas de IA en cualquier empresa de Vending?

Es posible implantar estas técnicas sea cual sea el tamaño de la empresa, sobre todo porque logran **optimizar los procesos** y por tanto permitirán gestionar de forma más sencilla y ágil cualquier empresa al margen de su tamaño.

La implantación de **tecnologías de Inteligencia Artificial** se basa en disponer o incorporar un sistema de gestión informático que las incorpore, lógicamente no es posible implantar estas tecnologías en una empresa que trabaja con sistemas básicos tales como anotaciones sobre papel u hojas Excel.

En cambio, las empresas que dispongan de estas herramientas estarán preparadas para los cambios que se nos avecinan, mejoraran su funcionamiento y por tanto su rentabilidad. *“Trabajarán mejor, lograrán mejores resultados probablemente con menor esfuerzo porque la tecnología les ayudará a conseguirlo”*

¿Cuándo cree que se implantará la IA en el sector del Vending, o ya se está haciendo?

“Se podría decir que ya está en nuestras vidas, quizás no tanto con el nombre de IA pero si con tecnologías como Big Data y Machine learning. Es algo que se lleva usando tiempo, pero no al nivel que proponen las nuevas IA. Estás van a suponer un salto mucho más relevante que lo usado hasta el momento”.

“Si me preguntan cuando, mucho antes de lo que pensamos. No sería descabellado pensar que en muy pocos años no se conciba este negocio sin elementos de IA actuando en la operación, por tanto, considero a muy corto plazo”

¿En qué áreas o ámbitos de la empresa considera que se implantará la IA?

“En general puede tener utilidad en casi todos los ámbitos de la gestión, desde digitalizar un documento, interpretar una imagen, optimizar una ruta, optimizar los planogramas de productos en máquinas, mejorar la rotación de stock, mejorar la predicción de averías o fallos en las máquinas...”

¿Podría de hablarnos de algunas de ellas más concretamente o si Vencloud ya está trabajando con algunas?

“Por su puesto. En general una de las que más me gusta es el Cálculo y optimización de rutas auténticamente dinámicas”

“La aplicación de técnicas como Route Planing Optimization con procesamiento geográfico, conjuntamente con la información generada a través de dispositivos de telemetría, permitirán planificar de forma automática las visitas diarias a realizar, sobretodo atendiendo a si la máquina realmente necesita o no ser visitada, el producto que realmente necesita ser abastecido, ejecutar la mejor ruta geográfica que permita optimizar recorridos, teniendo en cuenta los horarios del cliente para poder realizar visitas.”





DIEGO FERNANDEZ



CTO - Director Técnico y responsable el Departamento de desarrollo de la empresa MACROSISTEMAS, propietaria de VenCloud©.

Estos sistemas permitirán optimizar tiempos de visitas, número de visitas, combustible de vehículos, cantidad de productos, lo que permitirá lograr la máxima eficiencia de la operación al extremo”.

Además, estos sistemas avanzados permitirán tratar los casos de visitas no previstas, incidencias de tráfico y otras incidencias facilitando autocorregir la planificación, y poder ajustarse sobre la marcha a circunstancias excepcionales.

Estas tecnologías que denominaremos “inteligentes” tienen como consecuencia además que permitirán **optimizar los stocks**, los procesos logísticos internos relativos a la preparación de carga de vehículos (prekitting y picking), y con ello se conseguir

la máxima eficiencia de todos los elementos que intervienen en la cadena de procesos, considerado el más trascendente de toda empresa operadora de vending, con el consiguiente ahorro de costes e impacto positivo en la rentabilidad el negocio.

Optimización de productos en máquinas.

Los sistemas informáticos se volverán cada vez más “inteligentes” de modo que lograrán hacer recomendaciones con alto nivel de acierto, sobre los productos y cantidades que en cada momento debe ubicarse en cada máquina de vending.

Esto se logrará mediante la aplicación de técnicas de **BigData y Modelos predictivos**, ya que no solo tienen en cuenta las estadísticas de ventas, sino además las **tendencias de consumo**, lo que permitirá anticiparse, optimizar la gestión de compras, procesos de preparación de carga de vehículos teniendo en cuenta tales recomendaciones y el stock de cada producto en cada máquina.

Consecuentemente se reducirán las caducidades, se mejorará las rotaciones de cada producto, y en general contribuirá en el incremento de la cifra global de ventas y rentabilidad del negocio.

En lo respectivo al Procesado e interpretación de imágenes, ¿que podemos lograr aquí?

“La aplicación de técnicas de procesado de imágenes y su conversión automática en datos permitirá disponer de información de cómo se encuentran realmente las máquinas de vending en cada visita que realicen los reponedores”.

Para facilitar la comprensión de lo comentado anteriormente, nos explica nuestro entrevistado que la solución **VenCloud©** ya permite que el





DIEGO FERNANDEZ



CTO - Director Técnico y responsable el Departamento de desarrollo de la empresa MACROSISTEMAS, propietaria de VenCloud®.

reponedor en cada visita que realiza a una máquina de vending, tome una foto al inicio de la visita, y otra foto cuando termina la visita, fotos que incorpora automáticamente al sistema, lo que deja constancia del estado inicial y final de la máquina.

“El procesado automático de estas imágenes permitirá, entre otros usos, detectar automáticamente los posibles huecos en espirales (falta de producto), posibles ventas perdidas y otra información relevante, en base a lo cual el sistema podrá disparar alarmas o recomendaciones de forma automática, lo que permitirá controlar y gestionar de forma más apropiada cada punto de venta”.

Antes nos mencionaba también “inteligencia de negocio”. ¿En qué consiste y que diferencia tienen con la IA?

“La inteligencia de negocio es un concepto más amplio que la IA, y es que en realidad engloba a la propia IA. Es un término que suele describir aquel conjunto de técnicas, tecnologías y sistemas que dotan a la empresa de una “inteligencia” o conocimiento sobre su propio negocio. Se habla de inteligencia de negocio por ejemplo procedimientos que automatizan la actividad de forma que los resultados a obtener sean mejores, o sistemas de análisis de datos que permitan tomar decisiones inmediatas con conocimiento real del estado de la operación.”

Marketing automatizado y fidelización del consumidor.

Una de las técnicas que se considera “inteligencia de negocio”, es la incorporación de sistemas de pago del tipo **Virtual Wallet** en la que al consumidor se le facilita el pago

usando su smartphone bien con cargo a tarjetas de crédito o al saldo de su cuenta en la Virtual Wallet, lo que permite la aplicación de técnicas de marketing automáticas con “inteligencia” de negocio.

Tales técnicas se basarán en el **conocimiento de los gustos por parte del consumidor** por una parte basándose en la estadística de los productos que adquiere y por otra base a las preferencias que indique el propio consumidor a través de dicho Virtual Wallet, la introducción de nuevos productos y las tendencias del mercado.

Toda esta información permitirá a los sistemas dotados de esa “inteligencia de negocio”, enviarle de forma totalmente automática y personalizada a cada consumidor ofertas de productos y promociones que encajen con su “perfil”, y adicionalmente enviarle bonos (descuentos o importes gratuitos) como premio sobre las cantidades de productos consumidos.

La aplicación de estas técnicas de inteligencia de negocio automáticas producirá el **incremento del grado de fidelización** por parte del consumidor y en buena lógica un incremento de la cifra de negocio derivada de dicha fidelización.

Nuestro entrevistado nos comenta que él y su equipo están trabajando en la aplicación de estas tecnologías, y que algunas prestaciones derivadas de ellas próximamente se verán incorporadas en la solución **VenCloud®**.



@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@grupoiar.com



Mmmmm



DONDE y CUANDO QUIERAS

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

Desde 1981 Antonio Font
ilstant

preparados solubles para el vending

leches	capuccinos	chocolates	infusiones
preparados solubles para el vending	preparados solubles para el vending	preparados solubles para el vending	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 CO₂

No utilizamos combustibles fósiles

www.ilstant.com

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



LÍDERES EFECTIVOS

No te pierdas sus 5 hábitos efectivos

Si se pregunta cómo mejorar sus habilidades y su personalidad este año para poder convertirse en un **líder empresarial** más influyente, mejor estimado y exitoso, es esencial recordar que necesita tener más en su haber que simplemente asistir a una capacitación en liderazgo, o poseer habilidades técnicas. Asumir un **rol de liderazgo o gestión** no es sólo un trabajo; es un modo de vida. Y como tal, transformará radicalmente su forma de pensar y sus perspectivas, incluso fuera de su trabajo.

Para ser un líder o gerente altamente eficaz, **es importante dominar estos cinco hábitos** e integrarlos en sus rutinas diarias y semanales, hasta que se conviertan en algo natural:

1. Rutinas matutinas

¿Cómo es tu mañana antes del trabajo? Si bien muchos recurren a las redes sociales para compartir la típica y casi vergonzosa rutina matutina «perfecta», no se deje engañar pensando que esta es la forma en que debe organizar su mañana y no se preocupe por no tener todo como en la imagen. Igual como lo muestran los influencers de las redes sociales. El **estilo de vida** y las circunstancias de cada persona son diferentes y el suyo puede contrastar con el de ellos.

Lo más esencial es que tengas una rutina matutina diaria que cumplas, con una ligera **flexibilidad**, por supuesto, para situaciones en las que todo tu horario se ve interrumpido o estás de viaje. Esto le ayudará a sentirse con los pies en la tierra durante su jornada laboral y a reaccionar ante las emergencias y perturbaciones en el trabajo de una manera tranquila y decisiva.

Algunos elementos que podría considerar incorporar a su rutina matutina podrían incluir salir a **caminar** un poco o **hacer ejercicio** durante 15 minutos, **leer, meditar** y hacer **ejercicios de relajación**, tomar un desayuno completo y rico en nutrientes, levantarse razonablemente temprano y asegurarse de dormir toda la noche, y reproducir música alegre antes de entrar a su oficina (o trabajar desde casa, según sea el caso).

2. Establecimiento de objetivos INTELIGENTES

Otro hábito esencial que juega un papel importante en el fortalecimiento de su capacidad de liderazgo es el establecimiento de objetivos inteligentes. Establecer una visión estratégica clara junto con la creación de objetivos claramente definidos garantiza que los proyectos y las operaciones comerciales se mantengan al ritmo y también proporciona dirección y motivación a los miembros del equipo.





LÍDERES EFECTIVOS

No te pierdas sus 5 hábitos efectivos

Comienza por establecer metas para tu propio desarrollo profesional como aspirante a líder y serás testigo de un enorme crecimiento y mejora con el tiempo.

3. Expresar gratitud

Uno de los factores cruciales que garantiza altos niveles de compromiso de los empleados es el de expresar aprecio y gratitud hacia los miembros del equipo. Reconocer y celebrar tanto los esfuerzos como los resultados aumenta la moral del equipo, mejora su bienestar y, de hecho, mejora su desempeño. Esto lo ha demostrado una investigación de Gallup y Workhuman realizada en 2023, que concluyó que los elogios y el reconocimiento estratégicos tanto de los gerentes como de los empleados pueden generar más de \$16 millones en ahorros anuales para una organización. Así que hoy, practica compartir agradecimiento y elogios constructivos con todos los que te rodean, incluidos los miembros de tu equipo. Conviértalo en algo que haga con regularidad, no sólo cuando eventos específicos o reuniones de evaluación lo requieran. Hazlo de forma pública y privada. Muestre a su equipo que los valora y que está orgulloso de su trabajo.

4. Aprendizaje continuo

Es prácticamente imposible ser un líder eficaz sin ser un ávido aprendiz permanente. El liderazgo es dinámico; debe adaptarse a los tiempos y estar siempre alerta a posibles cambios, oportunidades y amenazas para su organización. Cultiva una actitud de curiosidad y trata siempre de priorizar una o dos horas de autodesarrollo cada semana.

5. Trucos de productividad

Otro hábito personal importante que debes dominar como aspirante a líder es el de aprovechar el tiempo de manera efectiva para ser más productivo, alcanzar hitos dentro de los plazos y completar las tareas esenciales. Podrías probar técnicas de gestión del tiempo, como el bloqueo del tiempo, la regla 80/20 o el uso de herramientas de productividad de IA para ayudarte a realizar un seguimiento de tu tiempo, evitar reservas dobles y brindarte más tranquilidad.

Integrar estos cinco hábitos en tu rutina diaria contribuirá significativamente a tu eficacia general como líder, te ayudará a ser más eficiente y productivo y garantizará que tu salud mental y tu bienestar reciban el apoyo adecuado mientras desempeñas tu función.

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



LA SOSTENIBILIDAD

Un aspecto cada vez más importante
para los consumidores

**LA SOSTENIBILIDAD, EL VIAJE PARA
CONQUISTAR A LOS CONSUMIDORES
"ECO-ACTIVOS" A TRAVÉS DEL
PROPÓSITO**

La sostenibilidad como estrategia para impulsar las marcas. Profesionales del sector reflexionan sobre cómo hacer que el mundo sea más verde y ético.

La **sostenibilidad** es uno de los desafíos más urgentes de nuestros tiempos. En un panorama marcado por los **retos del cambio climático** y los desafíos económicos, la preocupación por el bienestar del planeta tierra y la sociedad ha tomado un rol protagónico, tanto para las personas como para las marcas y organizaciones.

Los consumidores han emprendido un viaje profundo hacia el **camino de la sostenibilidad** y se evidencia que no hay una vuelta atrás. En los últimos años, el número de consumidores catalogados como **«Eco-activos»**, es decir aquellos que se comprometen de forma activa a las causas sostenibles, ha aumentado de forma significativa, tal y como señala el informe **«Who Cares? Who Does?»** de Kantar.

En los últimos 5 años de investigación se evidencian profundos cambios en el entendimiento del medioambiente, así como en la relación entre consumidores y productos, lo que ha dado paso a **nuevos hábitos entre los clientes**. Pero, en un clima marcado por un aumento de los precios, tomar decisiones de compra que sean «eco-friendly» es todo un reto para los consumidores.

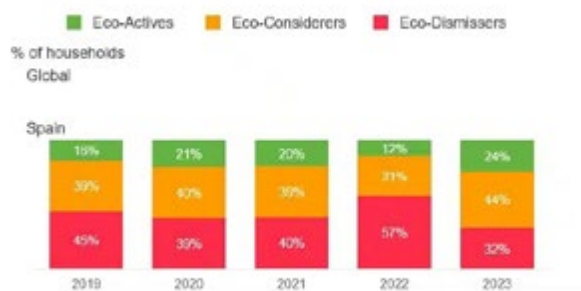
El consumidor está cada vez más preocupado por el medioambiente

Como señalan los datos de Kantar, en 2023 el **22%** de los consumidores a nivel global son eco-activos, a los que se suma un **40%** de usuarios que consideran la sostenibilidad dentro de sus decisiones de compra. Por el contrario, todavía un **38%** de los consumidores desacreditan las preocupaciones medioambientales.

En 2022, y tras tres años de crecimiento constante, el número de consumidores conscientes del medioambiente protagonizó una bajada, del **22%** alcanzado en 2021, hasta el **18%** en 2022. Esta realidad se atribuye a la inflación y a la escalada del conflicto en Ucrania. Por lo tanto, el regreso al alza de los consumidores eco-activos representa una nueva noticia para las marcas que han apostado por las propuestas e iniciativas sostenibles.

Actualmente, este grupo de consumidores supone un gasto de **456 mil millones** de dólares en todo el mundo, y de acuerdo a las proyecciones el segmento de los eco-activos seguirá creciendo hasta alcanzar el trillón de dólares de cara al año 2028. Ante esta realidad se evidencia que la apuesta por crear productos y políticas sostenibles es un pilar fundamental en el futuro de las marcas y organizaciones del mañana.

Distribution of Eco-segments



KANTAR





LA SOSTENIBILIDAD

Un aspecto cada vez más importante para los consumidores

Ecoetiquetas y «Marketing verde» ¿realmente se está marcando una diferencia en el consumo?

Los **hábitos** y formas de consumo han **evolucionado en los últimos años**, algunos hábitos con un ritmo mucho más rápido que otros. Por ejemplo, la práctica de llevar bolsas reutilizables para hacer la compra (+3%), o elegir envolver frutas y verduras en papel o tela (+12%), todavía queda mucho camino por recorrer para poder decir que las **prácticas sostenibles** están plenamente adoptadas. «Aunque hay que reconocer que muchos fabricantes han mejorado en este aspecto al utilizar más plástico reciclado en sus envases», la tan cacareada **«revolución de los recambios»** aún está por llegar.

Esta preocupación de los consumidores ha despertado una **nueva tendencia en el mundo de las marcas**, que buscan formas de conectar con la audiencia a través de la sostenibilidad, ya sea con productos más conscientes de su huella en el mundo, o generando cambios en la forma de consumo.

El auge del Marketing Sostenible

Nacho Gómez, CEO y fundador de MUT, señala que las nuevas generaciones tienen una visión más amplia y completa de las obligaciones de las empresas. «Ya no es aceptable que las compañías no participen en la transición hacia un

modelo económico, social y medioambiental sostenible y se les va exigiendo cada vez más asumir la responsabilidad de su impacto y sus consecuencias».

Es por ello que las empresas deben ser transparentes respecto a su **impacto medioambiental**. «Los consumidores quieren marcas honestas y transparentes, y que se comprometan realmente con las personas y con el medio ambiente. Pero también nos encontramos cada vez más CEOs y directores que hacen esa reflexión de forma natural. Que comprenden que pueden impulsar un cambio positivo en el mundo y a la vez generar beneficios para el negocio», explica Gómez.





LA SOSTENIBILIDAD

**Un aspecto cada vez más importante
para los consumidores**

Sara del Canto, Senior Sales Manager, Spain & Portugal de IAS, señala que según el estudio Digital Media Sustainability, el **98%** de los consumidores españoles se preocupa por la sostenibilidad y el cambio climático. Además, la mayoría, aunque ya realiza algunas acciones como **reciclar, reducir el consumo de agua o energía, o comprar productos sostenibles**, quiere hacer todavía más por el medioambiente, y ese compromiso también se lo pide a las marcas».

En este sentido destaca que este rol que adoptan las marcas a la hora de defender **causas medioambientales y de sostenibilidad** es especialmente importante en sectores como la automoción, la moda y la alimentación. «*La sociedad nos está reclamando a todos que luchemos de forma conjunta por la sostenibilidad y contra el cambio climático*», asegura la profesional.

Sostenibilidad y cambio climático: las preocupaciones de las personas

Raquel Seiz, Marketing & Communication Manager de 4foreverything, señala que la sociedad ha superado la etapa en la que la sostenibilidad se consideraba una tendencia «*para entenderla como la única forma posible de hacer las cosas. A día de hoy se aborda como un elemento fundamental dentro de la estrategia de cualquier empresa*».

En este sentido destaca que el mejor síntoma de su importancia dentro de la empresa es que la sostenibilidad está ya presente y al mismo nivel que los comités de dirección. «*En cuanto a los consumidores, es clara la tendencia y preocupación respecto a este tema y cada vez estos están más informados con lo que muchas de sus decisiones de compra están motivadas por este asunto. Ser ajeno a esta realidad es darle la espalda a tu mercado*», asegura Seiz.

El informe «**Who Cares? Who Does?**» revela que la principal preocupación medioambiental para los consumidores sigue siendo el cambio climático (**19%**). Un dato, que en medio de un año marcado por las olas de calor, no se presenta como una sorpresa.

Otras preocupaciones es la escasez de agua (**12%**), que supera la preocupación por el desperdicio de plástico en países como **España, Portugal y Suráfrica**. Por su parte, el desperdicio de plásticos (14%) es la principal preocupación de territorios como **Asia, Sur Corea, Indonesia e India**, más de la mitad de la población de estos países tienen este punto entre sus **3 principales preocupaciones medioambientales**.

Por su parte, la **contaminación del agua** y la contaminación del aire también se encuentran entre las principales preocupaciones para los





LA SOSTENIBILIDAD

Un aspecto cada vez más importante para los consumidores

encuestados. Posicionándose como la primera preocupación para el **9%** y el **8%** de los participantes en el estudio respectivamente.

La preocupación por la sostenibilidad en España

En el caso de España un **24%** de los hogares se pueden considerar **eco-activos**. Pero, es necesario destacar que este dato se produce en un panorama donde el **47%** de los hogares españoles han tenido recientemente más **dificultades para actuar de forma sostenible** debido a otros problemas sociales o económicos.

Es por ello, que los consumidores apuestan por un cambio en rutinas, **priorizando las acciones sostenibles** ‘menos dolorosas’ para la economía del hogar. Por ejemplo: utilizar bolsas, cestas o carros en vez de bolsas plásticas cuando se compran artículos de alimentación o droguería; o llevar botellas rellenables cuando salen.

En este sentido **Rebeca Mella**, experta en consumidor, hábitos y tendencias de Kantar, señala que los hogares españoles se adaptan para conseguir ser más ‘eco-friendly’, aunque el contexto económico no sea el más favorable (entorno inflacionario, insuficiente oferta de productos respetuosos con el medio ambiente, etc.). «*Lo hacen cambiando sus hábitos para*

reducir el impacto del desperdicio del plástico sobre el planeta con acciones que repercutan lo mínimo sobre los presupuestos familiares. Así, aumenta la frecuencia con la que evitan ir a comprar sin su bolsa/carro/cesta de la compra, pero al mismo tiempo evitan pagar la prima de precio que tienen aquellos productos envasados con materiales sostenibles», explica la profesional.

Mella añade que el consumidor realiza estas «pequeñas» acciones en su día a día para aportar «su granito de arena» en materia de **sostenibilidad**, pero al mismo tiempo «reclama que sean los gobiernos principalmente quienes vía reglamentación le ayuden a reducir el impacto del plástico sobre el planeta, por ejemplo, aplicando la Directiva europea que prohíbe la venta de artículos de plástico de usar y tirar, etc...».

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



Cuidate con un
buen momento
www.fritravich.com

**FRIT
RAVICH**

Nuevos
Frutos Secos

tostados
Sin
Sal
añadida

Cacahuete
tostado
sin sal 35g

Almendra
tostada
sin sal 35g

Cóctel
sin sal 35g
Cacahuete, avellana,
almendra, pistacho,
nueces macizadas.

Algo Mágico está llegando...



Algo 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

Saeco

GAS
SOLAN DE CABRAS
INESPERADAMENTE
CRUJIENTE



**SOLAN
DE CABRAS**

**100 años
contigo**

HARIBO



100
AÑOS

SIN
COLORANTES
ARTIFICIALES

¡Vive un sabor mágico, ven al mundo Haribo!

www.haribo.com



TENDENCIAS EN LA INDUSTRIA ALIMENTARIA PARA 2024

La industria alimentaria se encuentra en constante evolución y el año 2024 promete ser testigo de cambios significativos.

Desde la **preferencia por productos sanos** hasta el impacto de la tecnología y las normativas, los líderes y tomadores de decisiones están adoptando medidas estratégicas para afrontar un año lleno de innovación.

Lo más destacable es una **marcada preferencia por productos saludables** y respetuosos con el medio ambiente. Este cambio refleja una conciencia creciente entre los consumidores sobre la importancia de elegir opciones que beneficien tanto a su salud como al planeta.

Veamos cuáles son las cinco tendencias predominantes.

1. Innovación y tecnología

La **innovación y el desarrollo tecnológico** se han convertido en factores determinantes que impulsan la transformación de la industria alimentaria. Algunos de los aspectos más destacados en este terreno son los siguientes.

PROTEÍNAS ALTERNATIVAS Y PLANT-BASED

El año 2024 marca un desarrollo significativo en el ecosistema **plant-based** y el mercado de proteínas de laboratorio. Se presentan dos escenarios: el **crecimiento continuo de alimentos e ingredientes de origen vegetal** y el establecimiento o reducción a un nicho del mercado de proteínas de laboratorio.

Se debe tomar en cuenta que el mercado de proteínas de laboratorio enfrenta desafíos como **altos costos de emprendimiento** y restricciones legislativas en la venta de estos productos.

Otras alternativas como la carne cultivada ofrecen esperanzas para **equilibrar el impacto ambiental y el consumo de proteínas tradicionales**. Sin embargo, es esencial manejar adecuadamente las expectativas del consumidor y superar obstáculos legislativos globales que aún persisten.

LA IA EN LA INDUSTRIA ALIMENTARIA

La **inteligencia artificial (IA)** emerge como una herramienta fundamental con diversas aplicaciones en la industria alimentaria. Desde el acoplamiento a modelos de entrega de comida mediante drones hasta la gestión de programas de inocuidad a través de robots.

La aplicación de IA se extiende al metaverso, ofreciendo **oportunidades atractivas para la industria alimentaria**. Al diseñar experiencias que combinan lo digital con lo real, se transforma la experiencia del usuario y los modos de interacción en el sector.





TENDENCIAS EN LA INDUSTRIA ALIMENTARIA PARA 2024

La industria alimentaria se encuentra en constante evolución y el año 2024 promete ser testigo de cambios significativos.

Empresas como **Chipotle, KFC, Starbucks y Domino's** han adoptado con éxito herramientas del metaverso. Introdujeron opciones como restaurantes virtuales y experiencias culinarias interactivas. Esto permite que los consumidores puedan **interactuar con los productos de manera innovadora**.

2. Salud y bienestar

Hay un creciente interés en **alimentos y bebidas** que contribuyan a la salud general y sean **funcionales**. Esto coincide con un rechazo cada vez mayor hacia productos percibidos como procesados. Por ejemplo, en China, el **79%** de las personas de 50 a 65 años cree que reducir los alimentos procesados **beneficia la salud**.



FUNCIONALIDAD Y SALUD

Uno de los pilares es el concepto de *"funcionalidad y salud"*. Este resalta los productos que no solo son nutritivos, sino que también promueven la salud en áreas como el cerebro y la piel. Ingredientes botánicos como la flor de cerezo y la naranja sanguina han cobrado especial relevancia.

Algunos estudios indican que el **20%** de los consumidores muestra interés en **cambiar su dieta hacia alimentos a base de plantas**.

El Institute of Food Technologists (IFT) destaca una tendencia clave para 2024: la prominencia de **productos botánicos. Ingredientes como jazmín, rosa, lavanda, hibisco y eucalipto** capturan la atención de los consumidores.

Estos **sabores exóticos** no solo ofrecen una experiencia culinaria única, sino que también se asocian cada vez más con beneficios para la salud y la etiqueta de "naturalidad".

ALIMENTACIÓN CONSCIENTE

La **alimentación consciente**, caracterizada por alternativas o análogos, se mantiene como una **constante en las tendencias en 2024**. La incorporación de alimentos funcionales, como bióticos, adaptógenos y superalimentos, se vuelve más frecuente en snacks y bebidas.

La **proteína vegetal** continúa su avance en la preferencia del consumidor. Esta tendencia refleja un cambio hacia opciones más saludables y sostenibles, donde los productos basados en plantas se posicionan como **alternativas atractivas** a las proteínas animales tradicionales.

3. Sostenibilidad ambiental

La preocupación por el **medio ambiente** se consolida como una prioridad para los consumidores. Esta tendencia destaca la creciente importancia de elegir productos y marcas que demuestren un compromiso sostenible y amigable con el entorno.





TENDENCIAS EN LA INDUSTRIA ALIMENTARIA PARA 2024

La industria alimentaria se encuentra en constante evolución y el año 2024 promete ser testigo de cambios significativos.

La consultora McKinsey señala que más del **60%** de los consumidores desean opciones que reduzcan la huella de carbono. Así mismo, la **lucha contra el desperdicio de alimentos** es una prioridad, con el concepto de circular food en ascenso.

Diferentes startups están desarrollando estrategias, tecnologías y recetas para **reducir al máximo el desperdicio** a lo largo de toda la cadena de la industria alimentaria.

De otra parte, la **Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación y la Agricultura (FAO)** destaca la importancia de consumir local y de temporada como una estrategia beneficiosa tanto para las personas como para el planeta. La industria restaurantera adopta esta práctica, aprovechando los alimentos locales para **crear recetas** que cautiven a los consumidores.

4. La comida como experiencia

La científica **Jaime Lynn Lawrence** de Flavor Insights señala que los consumidores buscan sabores exóticos y terrosos que no solo ofrezcan placer gastronómico, sino que también contengan propiedades funcionales. Estos sabores, vinculados a beneficios para la **salud intestinal, agudeza mental y bienestar general**, reflejan una mayor conciencia sobre lo que se consume.

EXPLORACIÓN DE SABORES Y TEXTURAS

En una industria guiada por experiencias, **el sabor continúa siendo una prioridad**. La tendencia Swicy, que mezcla sabores como dulce con picante o diferentes texturas, refleja el interés creciente de los consumidores por experiencias gastronómicas únicas y la posibilidad de combinar gastronomías de todo el mundo.





TENDENCIAS EN LA INDUSTRIA ALIMENTARIA PARA 2024

La industria alimentaria se encuentra en constante evolución y el año 2024 promete ser testigo de cambios significativos.

Se impone la “expresión lujosa” que destaca la tendencia hacia **experiencias de alto costo**, enriquecidas con **tecnologías innovadoras** como la inteligencia artificial. Sabores como **frutas caramelizadas y azúcar de canela** se encuentran entre los impulsores de esta tendencia de lujo.

La exploración de “**nuevas fronteras de color y sabor**” se centra en aprovechar las propiedades únicas de ingredientes como uvas, lichis y shacha chino. Esta dirección abre el camino para el desarrollo de **creaciones culinarias con características organolépticas innovadoras**.

COMIDA DE NOSTALGIA

La “*nostalgia auténtica*” busca evocar emociones relacionadas con experiencias pasadas a través de productos con un estilo retro. Sabores como **melón, pistachos y pepino** son utilizados como inspiración para recrear estas experiencias nostálgicas.

Aunque la **innovación y la creatividad** son buscadas por los consumidores, la tendencia hacia sabores que evocan la infancia o buenos recuerdos permanece fuerte. La nostalgia en la comida, relacionada con sabores y olores que

rescatan tradiciones, se convierte en una base inspiradora para **nuevas recetas y experiencias culinarias**.

5. Adaptación a nuevas normativas

Además de las preferencias del consumidor, la industria alimentaria se enfrenta a desafíos adicionales. El impacto del **etiquetado frontal** en los productos y los desafíos para adaptarse a las normativas que han entrado en el sector en los últimos años son temas candentes.

Los **líderes y tomadores de decisiones** están trabajando arduamente para comprender y cumplir con estas regulaciones, asegurando la **transparencia y la calidad de los productos**.

En conclusión, el **año 2024** se presenta como un **periodo crucial para la industria alimentaria**, donde la sostenibilidad y el bienestar se destacan como factores decisivos. La capacidad de adaptación, la transparencia en la comunicación y la oferta de productos que aborden estas tendencias serán determinantes para el éxito en un mercado cada vez más consciente y exigente.

Fuente: <https://enlacocina.telemesa.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

Nestlé
PROFESSIONAL

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
website 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
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



ORIO SE UNE A REXCATERING PARA COMBATIR EL DESPERDICIO ALIMENTARIO EN SU IKASTOLA

En Guipuzkoa, participa en el proyecto Rexcatering para recuperar alimentos en comedores colectivos y combatir el despilfarro de alimentos

Orioko herri ikastola se une a la red **Rexcatering contra el despilfarro de alimentos**. El pasado 26 de enero se inauguró de manera oficial el proyecto de recuperación de excedentes de alimentos en el comedor escolar de la ikastola. La comida excedente del comedor se envasa correctamente (en envases compostables), se conserva, se etiqueta con el alumnado y se pone gratuitamente a disposición de la ciudadanía oriotarra en una máquina de vending (Zero zabor hozkailua). La máquina está ubicada en el exterior de la ikastola, y las raciones se reparten en **envases compostables y etiquetados**. Orioko herri ikastola se convierte así en punta de lanza en proyectos anti-desperdicio alimentario y de economía circular, siendo uno de los primeros centros que instala un proyecto de este tipo.

La ikastola es una cooperativa con denominación de utilidad pública con voluntad de ser pionera y transformadora. Rexcatering está alineado con los objetivos de la ikastola para desarrollar personas transformadoras que construyan una sociedad mejor.

Rexcatering y Grupo Ausolan

Para llevar a cabo el proyecto de recuperación de alimentos ha sido necesaria la colaboración entre **Rexcatering y Grupo Ausolan**, gestora del servicio de restauración. Rexcatering es un proyecto que recupera de forma segura

alimentos excedentes de cocinas centrales y comedores colectivos en línea con los ODS (Objetivos de Desarrollo Sostenible) propuestos por la ONU. Con un fuerte componente en **innovación tecnológica**, se encuentra implementado en varias localidades vascas. El proyecto ha sido reconocido como uno de los seis mejores casos de buenas prácticas en innovación vasca en el Global Innovation Day 2021, organizado por Innobasque - Agencia Vasca de Innovación. Además, recientemente, ha sido galardonado en los premios europeos Innovation in Politics Awards 2023 en la categoría 'Protección climática', cuya gala tuvo lugar en Varsovia (Polonia) el pasado 11 de mayo de 2023.

El excedente alimentario se envasa y conserva y el alumnado se encarga de etiquetarlo. Estos alimentos rescatados se pondrán a disposición de la ciudadanía gratuitamente en una **máquina de vending** ubicada en el exterior del centro escolar.





ORIO SE UNE A REXCATERING PARA COMBATIR EL DESPERDICIO ALIMENTARIO EN SU IKASTOLA

En Guipuzkoa, participa en el proyecto Rexcatering para recuperar alimentos en comedores colectivos y combatir el despilfarro de alimentos

En cuanto al grupo **Ausolan**, se trata de un **grupo con capital nacional al 100%**, líder en servicios integrales de cocina y limpieza. Con más de 50 años de historia, ha creado diferentes proyectos locales, respetando la cercanía al cliente y el respeto a los hábitos de cada lugar. El valor de Ausolan se basa en un proyecto socio-empresarial. En el marco del proyecto, inspirado en los valores cooperativos, promueve el **desarrollo y la participación**

de las personas que forman parte del mismo, generando ilusión y compromiso. Con **más de 11.000 empleados**, genera diariamente más de 260.000 menús y tiene más de **2.100 clientes**. En 2022 alcanzó una facturación de 239 millones de euros.

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





MÁQUINAS DE 'VENDING' SIN CHUCHERÍAS, PERO CON TEST PARA LA CLAMIDIA

Un nuevo proyecto británico promete ayudar a diagnosticarlas de forma anónima y rápida, según los resultados de un estudio

Hace unas semanas informábamos desde Alimento de que las ETS (enfermedades de transmisión sexual, en ocasiones denominadas ITS, lo que hace referencia a que son infecciones) en España crecen a un ritmo imparable. Así lo revelaba el informe Vigilancia epidemiológica de las infecciones de transmisión sexual en España 2022, elaborado por el **Centro Nacional de Epidemiología (CNE)** y el Ciber de Enfermedades Infecciosas del Instituto de Salud Carlos III. En el mencionado tema publicado hace unos días se detalla, punto por punto, cuál es la situación, pero para darle un contexto a nuestro estado actual, diremos que en 2022 se confirmaron 26.518 casos en las 16 comunidades autónomas donde se tienen registros de estas infecciones. Esto sitúa la tasa de infecciones por cada 100.000 habitantes en 62,38, lo que es un desproporcionado 245% superior a la de 2016. Dicho de otro modo: la clamidia campa a sus anchas por nuestro país. **"Las máquinas de 'vending' estaban bien vistas por su conveniencia y acceso instantáneo"** Pero el caso de nuestro país, comparado a otros cercanos, es, en realidad, excelente. Tal vez, cuando hablamos de clamidia, sea necesario hacer una mención especial al Reino Unido. Sus datos, aportados por el propio Gobierno, son absolutamente terroríficos en comparación a los nuestros: 199.233 casos en 2023, lo que, teniendo en cuenta su población, supone una tasa por cada 100.000 habitantes de 296.

Claro está, si sumamos los casos de otras infecciones de transmisión sexual, como la gonorrea o la sífilis, ese número asciende. Es esta crisis sanitaria la que ha llevado al Reino Unido a desarrollar **nuevas estrategias contra las ETS**. Una de ellas es un programa piloto que ha estado en marcha durante el último año y del que ya tenemos algunos resultados: **las máquinas de vending de test para enfermedades de transmisión sexual**. El estudio que acompaña al programa piloto se ha publicado en la revista científica Sexually Transmitted Infections, y ha analizado hasta qué punto podría ponerse en marcha a gran escala.



MÁQUINAS DE 'VENDING' SIN CHUCHERÍAS, PERO CON TEST PARA LA CLAMIDIA

Un nuevo proyecto británico promete ayudar a diagnosticarlas de forma anónima y rápida, según los resultados de un estudio

En total se pusieron a disposición del público un total de **11 máquinas**, localizadas en las ciudades de Brighton (y su ciudad hermana, Hove, en el sureste de las islas británicas) y en Bristol, entre abril de 2022 y marzo de 2023. En su interior se encontraban test rápidos para el VIH, así como pruebas para otras ETS.

En total, durante ese tiempo, fueron adquiridos un total de **2.536 kits, y 208 usuarios** rellenaron un cuestionario sobre su experiencia personal. Los test generales para ETS (no para el VIH) fueron los más populares, representando el **74% de las ventas totales**. De ellos, el 78% fueron adquiridos por personas con edades comprendidas entre los 16 y los 35 años de edad. Otro de los datos relevantes es que el 68% de los usuarios no se había hecho ningún tipo de prueba para estas enfermedades durante los últimos 12 meses y más de la mitad, el 59%, jamás se había hecho ninguna. Esto es de especial relevancia, pues muestra que, entre los grupos de riesgo, la anonimidad ofrecida por la máquina de vending permite que aquellas **personas que sospechan que pueden tener una ETS**, pero que, en otras circunstancias, no asistirían a su médico, sean diagnosticados, lo que pone el freno a esta epidemia, al menos por su parte.

Como explican los investigadores, en Inglaterra, en 2022, más de la mitad de las consultas a los servicios sanitarios de salud sexual se realizó cara a cara, pero la dificultad para conseguir citas, la **inversión de tiempo que suponen**, los gastos de desplazamiento y el estigma social que conlleva provocó que la gente no se sometiera a ellos: *“Las máquinas de vending estaban bien vistas por su conveniencia y acceso instantáneo, y podrían utilizarse para proporcionar otros servicios de medicina sexual, como proveer anticonceptivos y tratamientos posexposición, tanto para personas de rentas altas como bajas”*. De todos modos, los investigadores de la Bristol Medical School, dependiente de la Universidad de Bristol, que han realizado el estudio avisan de que es necesario, antes de aplicar esta iniciativa a gran escala, entender qué es necesario para **asegurar la privacidad de los usuarios y su seguridad personal** al usar estas máquinas. *“Del mismo modo, también es esencial llevar a cabo una evaluación socioeconómica, para ver el beneficio-coste de esta opción para reducir la demanda de citas en clínicas especializadas”*, apostillan los investigadores.

FUENTE: www.alimente.elconfidencial.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
web: 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
www.euroconsultores.es



ALREDEDOR DE 150.000 PEQUEÑOS NEGOCIOS YA ESTÁN UTILIZANDO LA IA

Herramientas de Inteligencia Artificial que ya están usando autónomos y micropymes en sus negocios

La Inteligencia Artificial generativa debería permitir **innovar, optimizar y transformar recursos**. Ahora, los autónomos y negocios de menor tamaño comienzan a utilizarlas. Éstos son **sus usos más frecuentes y las herramientas más interesantes para ello**, según los expertos.

Para las pequeñas empresas y los autónomos aprovechar una tecnología como la **Inteligencia Artificial (IA)** puede ayudar a equilibrar una balanza que siempre ha estado inclinada al lado de empresas más grandes y con recursos. Según el estudio **Uso de la inteligencia artificial y el big data en las empresas españolas**, del Observatorio Nacional de Tecnología y Sociedad (Ontsi), el **4,6% de las empresas españolas de menos de 10 empleados ya utiliza la IA**, incorporando robots en alguno de sus procesos.

Todo parece indicar que la IA está dejando de ser un privilegio exclusivo de las grandes corporaciones para convertirse en una **herramienta accesible para las micropymes y los autónomos**. *“Para quienes están dejando a un lado las noticias alarmistas y han entendido que esto forma parte de la Cuarta Revolución Industrial”,* precisó **José Luis Garde**, un consultor y capacitador profesional autor del libro *Inteligencia (Artificial)* para emprendedores. *“El profesional que no aprenda a usarla, de aquí a cinco años, competirá con una mano atada a la espalda”.*

Los autónomos deben perder el miedo a utilizar la Inteligencia Artificial en sus negocios.

Eso sí, es crucial **comprender cómo pueden aprovecharla** para impulsar sus negocios y seguir siendo competitivos en un mercado que no deja de evolucionar en lo que a tecnología se refiere. *“Pero han de perder el miedo y dejar de percibirla como una amenaza; de hecho, puede ser una buena aliada”,* continuó **José Luis Garde**, para quien *“existen miedos y amenazas reales, como el empleo de la IA para el ciberdelito, que ya comienzan a vigilar las fuerzas de seguridad, y otros que están más en la cabeza de la gente. La información es la mejor medicina para lograr que un proceso de convergencia natural entre la enorme curiosidad que genera y el temor que suscita”.*

El hecho de que incluso las pymes hayan comenzado a utilizar este tipo de herramientas, reconociendo de inmediato su capacidad para reducir costes y aumentar la rentabilidad, no es sorprendente. Si por algo se han caracterizado





ALREDEDOR DE 150.000 PEQUEÑOS NEGOCIOS YA ESTÁN UTILIZANDO LA IA

Herramientas de Inteligencia Artificial que ya están usando autónomos y micropymes en sus negocios

los emprendedores y los **dueños de pequeñas empresas**, es por su **capacidad de reconocer el valor de una técnica, de un sistema**, de una tecnología que pudiese proporcionarles soluciones con resultados tangibles. Y eso es precisamente lo que puede hacer la IA por ellos. *“Pues ofrece una serie de beneficios que son particularmente atractivos para los más pequeños”*, indica este consultor y capacitador profesional. *“Además de reducir costes y aumentar así su rentabilidad, también puede mejorar la eficiencia operativa, personalizar las experiencias de los clientes y facilitar la toma de decisiones informadas”*.

A pesar de estas ventajas, las pequeñas empresas se enfrentan a la resistencia al cambio. Algunos pueden ser reacios a adoptar nuevas tecnologías debido al miedo a lo desconocido o

la percepción de que la implementación de IA es demasiado complicada. “Sin embargo, es importante superar estas barreras y reconocer sus beneficios a largo plazo. Y sobre todo, si no estás al día de lo que te pide el mercado, con estas herramientas, puedes ir quedándote fuera de él en breve”, añadió el experto.

Usos y herramientas de Inteligencia Artificial para autónomos y pequeños negocios

La IA proporciona información sobre cuestiones del día a día, como el **comportamiento del cliente, las tendencias del mercado y las ineficiencias operativas**, permitiendo a las

pequeñas empresas el poder tomar decisiones informadas que optimicen su rendimiento. Además, personaliza las experiencias de los clientes, adapta las campañas de marketing y mejora el soporte al cliente, fomentando la fidelización y logrando reeditar las experiencias de cliente exitosas.

Al utilizar IA para **mejorar la atención al cliente**, emprendedores y pequeñas empresas pueden ofrecer un servicio más rápido, eficiente y personalizado. Esto puede ayudar a mejorar la satisfacción del cliente y a generar lealtad a la marca a largo plazo.

Basta de teoría. Vamos con algunos casos prácticos de empleo de IA, al alcance de cualquiera, que puede reportar grandes beneficios:

Generación de contenido creativo.

Las pequeñas empresas pueden utilizar herramientas de IA generativa para crear publicaciones en redes sociales, blogs o materiales de marketing. Esto les permite mantener una presencia digital constante y atractiva sin tener que invertir en recursos adicionales. Un ejemplo práctico de ello son herramientas como ChatGPT o DALL-E, de OpenAI, que permiten a las pequeñas empresas producir contenido textual creativo e incluso generar imágenes, ahorrando no solo recursos financieros, sino también facilitando una presencia digital constante y consistente.



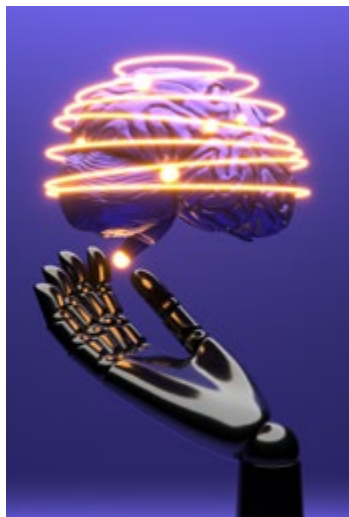


ALREDEDOR DE 150.000 PEQUEÑOS NEGOCIOS YA ESTÁN UTILIZANDO LA IA

Herramientas de Inteligencia Artificial que ya están usando autónomos y micropymes en sus negocios

Experiencia de usuario personalizada.

Al analizar los datos del cliente, las pequeñas empresas pueden utilizar IA generativa para ofrecer recomendaciones de productos personalizadas y experiencias de compra únicas. Esto puede ayudar a mejorar la satisfacción del cliente y a aumentar las ventas. Un ejemplo de empresa que lo ha empleado es AirHelp. Esta defensora de los derechos de los pasajeros aéreos, cuando sufren retrasos en sus vuelos, utiliza bots de IA para la gestión de gran parte de las reclamaciones que hacen los usuarios a través de la web, para saber si el vuelo interrumpido cumple las condiciones para que pueda ser indemnizado por la aerolínea.



Optimización de procesos de diseño.

Las empresas pueden utilizar IA generativa para crear diseños únicos y personalizados para sus productos. Lo que puede ayudar a reducir los costes de producción y a mejorar la calidad y la innovación de los productos. Un ejemplo práctico sería la visión artificial que proporciona Eines, con un robot que detecta defectos en la pintura de los vehículos.

Mejora de la atención al cliente.

Al utilizar chatbots impulsados por IA generativa, las pequeñas empresas pueden ofrecer un servicio al cliente rápido y eficiente, incluso fuera del horario comercial tradicional. Esto puede ayudar a mejorar la satisfacción del cliente y a reducir los costes operativos. “Un ejemplo práctico de ello, y además de creación netamente española, es Luzia, un chatbot

multicanal gratuito integrado en WhatsApp y Telegram con el que es posible hablar en el idioma local de cada país”.

Mejora de la seguridad de los datos.

La IA generativa puede ayudar a las empresas a identificar y prevenir posibles amenazas de seguridad, como ataques cibernéticos o fraudes. Al analizar grandes cantidades de datos en tiempo real, la IA generativa puede detectar patrones sospechosos y tomar medidas para mitigar los riesgos. Un ejemplo práctico de ello, y además en código abierto, es Bitwarden, que se encarga de almacenar toda la información relacionada con las cuentas

de empresa y clientes (tanto nombres de usuario como contraseñas), en una bóveda cifrada sincronizada en todos los dispositivos marcados.

Desarrollo e innovación de productos.

Las pequeñas empresas pueden utilizar IA generativa para desarrollar nuevos productos y servicios que satisfagan las necesidades y preferencias de sus clientes. Al analizar los datos del mercado y las tendencias de consumo, la IA generativa puede ayudar a identificar oportunidades de innovación y a desarrollar soluciones creativas y únicas. Ejemplo práctico es Crystal Knows, que utiliza una plataforma de comportamiento conocida como DISC, que ayuda a determinar el perfil de personalidad del posible cliente que entra en contacto con la compañía.

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

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



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



**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



Nuevas chocolatinas





CAMBIO DE CICLO EN LAS BEBIDAS REFRESCANTES

Las variedades sin azúcar ya venden más que las tradicionales

Las bebidas sin azúcar o con bajo contenido azucarado ya superan en volumen de ventas a los refrescos tradicionales en España. Solo en 2022, **el sugar free recaudó más 1.600 millones de euros**, lo que supone un crecimiento sostenido del 8% en cuatro años y representa el 17% del volumen de ventas mundiales.

Así lo revela **SodaStream**, tomando como referencia datos del Informe de Análisis de Mercados de Euromonitor, que añade que, de todas las opciones, el agua embotellada recaudó **1.300 millones de euros, siendo el 49%** de las ventas de todas las categorías de refrescos.

Además, en España **las bebidas orgánicas naturales han pasado del 1,8% al 8,9 %** del volumen de ventas en los últimos cuatro años.

“La preferencia de los consumidores por las bebidas con bajo o ningún contenido azucarado es una tendencia global”, comentan desde la marca de PepsiCo, al tiempo que añaden que la perspectiva, de aquí a 2028, es que esta diferencia entre ambos tipos de productos sea aún mayor.

Solo en 2022, el **'sugar free'** recaudó más 1.600 millones de euros, lo que supone un **crecimiento sostenido del 8%** en cuatro años

En 2023 el **28% de la población mundial se decantó por el consumo de bebidas sin azúcar**, así como por opciones 100% naturales como el agua con gas, cuyo consumo se ha duplicado en los últimos dos años, señala el estudio.

Y es que **la ingesta de azúcar** es una de las **“principales preocupaciones”** de los consumidores españoles. Algo que se ha

acentuado en todo el planeta desde la pandemia de coronavirus de 2020, cuando la salud adquirió papel relevante en el día a día y, en consecuencia, se prioriza una buena nutrición para preservarla.

Y es que esta tendencia ha llegado para quedarse. **El 60% de las personas que optaron por consumir productos sugar free lo hicieron bajo la convicción de que son más sanas**, frente al 50% que lo hicieron por razones relacionadas con el peso. Además, afirmaron no importarles pagar más dinero por un producto con la característica “saludable y nutricional”.

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





BORJA HERNÁNDEZ DE ALBA, PRESIDENTE DE MARCAS DE RESTAURACIÓN

Es Director general de Restaurant Brands

La Junta Directiva de la Asociación Empresarial Marcas de Restauración ha nombrado a **Borja Hernández de Alba**, director general de Restaurant Brands Iberia, como su nuevo presidente, tras la salida de **Alejandro Hermo** por motivos personales, de acuerdo con los estatutos de la Asociación.

Marcas de Restauración desea expresar su agradecimiento a **Alejandro Hermo**, quien hasta la fecha ha ocupado el cargo de presidente, por su compromiso y dedicación en esta nueva etapa que ha iniciado la Asociación para impulsar el crecimiento de la industria de la restauración de marca en los próximos años

Borja Hernández de Alba es director general de Restaurant Brands Iberia, el grupo empresarial español que integra los derechos de explotación como máster franquicia en España y Portugal de Burger King®, las cafeterías Tim Hortons® y la cadena especializada en pollo Popeyes®, donde ha ocupado diversos puestos de responsabilidad, desde su llegada a la compañía en 2014. Previamente, Hernández de Alba desarrolló su carrera profesional en el Banco Santander, AT Kearney y Advent International, entre otros puestos.

“Asumo la presidencia de Marcas de Restauración con una enorme ilusión, consciente de los retos que tenemos por delante en materia de sostenibilidad y empleo, y en un momento de incertidumbre y necesidad apremiante de contribuir a hacer crecer la economía, pero absolutamente convencido de la gran aportación que supone este sector



en diferentes aspectos como la generación de empleo”, ha declarado Hernández de Alba.

“Cuento con una nueva junta directiva dispuesta a apoyar e impulsar este proyecto, en la que están representadas compañías de todos los tamaños, con la que voy a trabajar para conseguir más visibilidad para el sector, tanto a nivel autonómico como nacional.”

El nuevo presidente de Marcas de Restauración participó en febrero, en la jornada titulada *“El Compromiso de la Restauración de Marca con el Empleo”*, organizada por Marcas de Restauración en colaboración con la CEOE.

En esta jornada, destacados expertos del sector de la restauración **analizaron la generación de empleo, innovaciones en RR.HH., desarrollo de formación, capacitación y mejoras** en las condiciones de bienestar, políticas laborales y el nuevo convenio colectivo de marcas de restauración moderna.

Marcas de Restauración **refuerza así su compromiso con el sector de restauración** de marca en una materia crucial como es el empleo, organizando esta jornada en colaboración con la CEOE.

Marcas de Restauración respalda con estas iniciativas el **liderazgo y posicionamiento** que quiere mantener como referente en el sector de la restauración de marca, con el fin de impulsar el continuo crecimiento y desarrollo de sus miembros.

<https://marcasderestauracion.es/>



EN EL ÁMBITO LABORAL

Destacar 2 Real Decretos de Febrero

Real Decreto 145/2024, de 6 de febrero, por el que se fija el **salario mínimo interprofesional** para 2024.

El salario mínimo **se incrementa en un 5%**, quedando fijado en 37,8 euros/día o **1.134 euros/mes (14 pagas)**, con efectos retroactivos desde el 1 de enero de 2024).

Entrada en vigor de la obligación de disponer de un **protocolo de actuación** de acuerdo con Ley 4/2023, de 28 de febrero, para la **igualdad real y efectiva** de las personas trans y para la garantía de los derechos de las personas LGTBI.

Aunque esta ley se aprobó hace un año, lo cierto es que la obligación más importante para las empresas que contiene retrasó sus efectos durante un largo período, para dar a éstas tiempo para adaptarse. Así, las empresas **con más de 50 personas trabajadoras deberán implantar un protocolo de actuación** para frenar el acoso y la violencia contra las personas LGTBI (artículo 15). La fecha para implantar el Plan LGTBI será hasta el próximo 2 de marzo de 2024, y **las medidas deben ser acordadas con la representación legal** de las personas trabajadoras.





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

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 o compra online en 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



CON EL DIRECTOR GENERAL DE SALUD PÚBLICA DE LA JUNTA DE ANDALUCÍA

Los representantes de Aneda se desplazan a Sevilla para mantener una reunión.

Ante las noticias recientes sobre la posible regulación en torno a las bebidas energéticas en Andalucía, Aneda solicitó una reunión para conocer en detalle dicha información.

El delegado regional de Andalucía, **Manuel Leon**, y nuestra directora general **Yolanda Carabante** mantuvieron un encuentro con el director general de Salud Pública de la Junta de Andalucía **Jorge del Diego** y su equipo, para intercambiar información del sector de la distribución automática y compartir datos de interés ante posibles iniciativas regulatorias.



A este encuentro acudió también el abogado asesor de la asociación, **Rafael Martín**, para definir los aspectos legales en torno a la posible regulación, y la implementación de nuevos dispositivos para garantizar la seguridad de la venta de productos a regular.

Una interesante y productiva reunión. Los representantes de la asociación quedaron emplazados a próximas reuniones de trabajo.

GRACIAS POR VUESTRA AMABLE ATENCIÓN





TARIFAS DE INTERCAMBIO EN VENDING

Avanzando para próximas reuniones

ANEDA lleva tiempo trabajando para intentar solventar la problemática de los **“interchange fees” (tarifas de intercambio)**.

Durante el año 2023 se dieron algunos pasos, iniciando una **ronda de reuniones** con algunos actores.

Así mismo, en **colaboración con ACV**, se elaboró un documento inicial donde se definía la situación del sector con respecto a las tarifas de intercambio.

La **Junta Directiva** de Aneda creó una mesa de trabajo interna para seguir avanzando en este ámbito y, una vez hablado con la consultora en asuntos públicos, se está avanzando para mantener reuniones con los actores claves.

Josep Ramirez, vocal de la Junta directiva de la asociación, junto con la directora general están llevando a cabo este trabajo que, en breve, detallarán a las distintos representantes de las administraciones.



CON ACV EN CATSALUT

ANEDA y ACV mantienen una reunión de seguimiento con el Director del Servicio Catalán de Salud- CatSalut-

A primeros de febrero, los representantes de **ANEDA y ACV**, acudieron a este nuevo encuentro, para seguir avanzando en el ámbito de la Instrucción 02/2023 que afecta al sector de la distribución automática.

A esta reunión de seguimiento acudieron **Javier Arquerons, Isaac Guerra y Rafael Cubarsí**, por parte de ACV y **César Ouro**, como Delegado de Aneda en Cataluña.

Seguimos avanzando.





BENEFICIOS DE LA FORMACIÓN

La mejor inversión para trabajadores y empresas

Las empresas saben que una de las mejores inversiones que se deben hacer es **apostar por una formación empresarial**. Ello traerá **aumento de la productividad, competitividad** y una mejora en la cualificación de sus empleados.

La formación hace que los trabajadores adquieran **nuevas habilidades y conocimientos**, adaptándose a los últimos avances en desarrollos tecnológicos o nuevas técnicas de trabajo.

Indudablemente, la formación continua **mejora el rendimiento de la empresa** y sirve como reclamo para los profesionales, así como para retener el talento.

Con la formación para empresas es posible alcanzar **mejores resultados y proyectar el crecimiento de la organización**, además de motivar una cultura de aprendizaje constante.

Para **iniciar un proceso de formación** empresarial y que el **plan de capacitación sea efectivo** se deberían seguir estos pasos:

- **Identificar** las necesidades de formación
- **Evaluar** el desempeño actual de los trabajadores de cada departamento.
- **Definir** los objetivos de la capacitación.
- **Ajustar** las áreas con mayor prioridad, perfiles y roles.
- **Determinar** las temáticas y las rutas de aprendizaje.
- **Definir** las fases y los ciclos de capacitación.

Los tiempos actuales presentan una continua dinámica cambiante, esto requiere de una **alta capacidad de adaptación empresarial y económica**. Las empresas deben disponer de una planificación que anticipe situaciones

y permita **desarrollar acciones de formación** y orientación laboral, para que las empresas sean competitivas.

Desde ANEDA ofrecemos el servicio de **gestión de cursos de formación** y te acompañamos para adaptar tus **necesidades**.

**¿QUÉ NECESITAS?
CUÉNTANOSLO Y
TE AYUDAREMOS A
ENCONTRARLO.**





CALENDARIO FERIAS Y EVENTOS 2024

Anótalos en la agenda

8 al 12
de marzo.
INTERNORGA

Feria y Congreso
de Hamburgo
(Alemania)

18 al 21
de marzo.
**ALIMENTARIA
& HOSTELCO**

Feria Gran Vía
de Barcelona
(España)

19 al 21
de marzo.
**HORECA
BALEARES
MENORCA**

Recinto ferial
Mahón de
Menorca (España)

19 al 22
de marzo.
**ANUGA
FOOD TEC**

Koelnmesse
de Colonia
(Alemania)

20
de marzo.
**VENDEX
MIDLANS**

(Reino Unido)

21 al 22
de marzo.
**AVA 2024
TRADE SHOW**

(Australia)

22 al 25
de abril.
**SALÓN DE
GOURMETS**

IFEMA de Madrid
(España)

22 al 25
de abril.
**FORUM
COFFEE
FESTIVAL PRO**

IFEMA de Madrid
(España)

7 al 9
de mayo.
**THE NAMA
SHOW**

Dallas, Texas
(EE.UU)

15 al 18
de mayo.
VENDITALIA

(Milan)

29 al 31
de mayo.
CHINA VMF

Guangzhou
(China)

3 al 5
septiembre.
VEND ASEAN

Bangkok
(Tailandia)

16 al 18
de octubre.
EVEX

Cannes
(Francia)





CALENDARIO FERIAS Y EVENTOS 2024

Anótalos en la agenda

24 al 26
de octubre.
**VENDTRA
MUNICH**

Múnich
(Alemania)



3 al 7
noviembre.
**EQUIPHOTEL
PARIS**

Paris
(Francia)

4 al 6
noviembre
**GASTRONOMIC
FORUM
BARCELONA**

Montjuic,
Barcelona
(España)

6
noviembre.
**VENDEZ
NORTH**

Reino Unido



NUEVO

BORGES
MAESTROS DESDE
1896

NATURA

LA PRIMERA BARRITA
CON PROBIÓTICOS

CON DÁTILES Y SABOR CANELA

CON CHOCOLATE NEGRO

CON ARÁNDANOS Y SABOR VAINILLA

UNA BARRITA PROPORCIONA LA CANTIDAD DIARIA RECOMENDADA DE FRUTOS SECOS

ENVASE 100% COMPOSTABLE

GRAN FUENTE DE FIBRA

BASTA UN MÍNIMO DE 72% DE FRUTOS SECOS

Professional

Dr.coffee
www.drcoffee.es

MyHome

aev
www.aevending.com

La máquina de café perfecta para una bebida perfecta

Pantalla touch-screen

Bebidas personalizadas

Mantenimientos automáticos

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.

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.

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.



NUEVO SOCIO OPERADOR

¡Bienvenido, Vending Galicia!

Aneda cuenta con un nuevo asociado: Esta empresa operadora pasa a engrosar la lista de asociados para **mayor representatividad de nuestro sector.**
SERVICIOS VENDING DE GALICIA de Noia, A Coruña.

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

TE INVITAMOS A QUE VISITES SU WEB:

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





¿CONECTAMOS?

Síguenos en [@anedavending](#)

Cuando ya existía internet, en la década de los 90, empezó un nuevo **mundo virtual** donde surgieron las primeras redes sociales.

Un mundo que fue avanzado y, a raíz del nacimiento **LinkedIn y Facebook**, despegaron las distintas plataformas virtuales, evolucionando hoy en día.

Las redes sociales son, a día de hoy, **parte de la rutina diaria** de la mayoría de personas, empresas y marcas en todo el mundo. A nivel profesional, las redes sociales han permitido que las empresas utilicen estas plataformas como un **escaparate de su empresa**. Pueden dar a conocer sus productos, servicios y valores.

En ANEDA, las redes sociales, nos han permitido **interaccionar** de una manera más directa con los **asociados y tener más cercanía**, informar de nuestras actividades, comunicar mensajes de interés urgentes, etc.

Queremos seguir creciendo y contar con más seguidores.

¿NOS SIGUES EN TODAS NUESTRAS REDES SOCIALES?





**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

MAKING VENDING



DISTRIBUIMOS LOS MEJORES
PRODUCTOS PARA TI



Máquinas
vending



Productos de
calidad



Recambios y
servicio técnico

DONETTES

POPETTES

BOLITAS DE DONETTES®

COBERTURA
AL CACAO

MASA DE
DONETTES®



¡PICOTEA A TU BOLA!



ELPOZO

El embajador de la marca ELPOZO, el tenista Carlos Alcaraz, visita la sede central de la compañía en Alhama de Murcia

El tenista murciano **Carlos Alcaraz**, que ha sido el más joven en conseguir ser el número uno del tenis mundial, y que en estos momentos ocupa la segunda posición en el ranking de la ATP, ha visitado la sede central de las instalaciones de ElPozo Alimentación para conocer de primera mano tanto su sistema productivo como a algunos de sus más de 5.800 trabajadores.

Carlos Alcaraz, que ha venido acompañado de su padre, es el embajador de la marca ELPOZO desde el año 2022, porque encarna principios completamente coincidentes con la filosofía empresarial de la compañía de alimentación, que este año cumple 70 años de historia. En el deporte de la raqueta Alcaraz ha conquistado dos Grand Slam, 12 torneos ATP y 4 de Challenger.

Además de conocer su sistema productivo ha saludado a algunos de los **5.800 trabajadores** que componen la firma líder en alimentación

Para ElPozo Alimentación, la práctica deportiva representa unos valores que se ajustan a su misión y visión como son **el esfuerzo, la pasión, el trabajo, la innovación, humildad, excelencia, integridad, coraje, cabeza y corazón.**





ELPOZO

El embajador de la marca ELPOZO, el tenista Carlos Alcaraz, visita la sede central de la compañía en Alhama de Murcia

Alcaraz ha indicado durante el recorrido a las instalaciones que **“se siente agradecido por la colaboración recibida por parte de la empresa y que se considera uno más de la familia de ELPOZO”**. Por su parte, el presidente de la

compañía Tomás Fuertes ha remarcado que **“Carlos y ELPOZO forman un tándem cuyo principal nexo es la obsesión por la mejora continua”**.



Soplando la tarta que conmemora el 70 aniversario de la compañía



Frente a camiones de ELPOZO ALIMENTACIÓN



CAFÉS OQUENDO

Renueva las certificaciones de su sistema de Calidad y Seguridad Alimentaria con una alta calificación

Cafés Oquendo **ha renovado las certificaciones de su sistema de Seguridad Alimentaria** tras superar con éxito la auditoría realizada la semana pasada por parte del organismo certificador independiente **LRQA**.

La auditoría, que se llevó a cabo en las instalaciones de la empresa asturiana del Polígono de Silvota durante tres días, ha permitido a Cafés Oquendo renovar un año más las certificaciones en los **protocolos IFS y BRCGS** de su sistema de Seguridad Alimentaria.

Las normas **BRC y IFS son las certificaciones más importantes en Calidad y Seguridad Alimentaria** reconocidas a nivel internacional y certifican estándares de calidad en cuanto a alimentación, empaquetado, almacenaje y distribución. Ambas certificaciones establecen una normativa de aplicación común para

toda la industria alimentaria, con criterios de evaluación que incluyen las instalaciones del fabricante, los sistemas de operación y todos los procedimientos. Las dos normas comparten otra característica común: **la evaluación se realiza por parte de un organismo certificador independiente y acreditado**, unificando así los criterios y procedimientos de control.

Cafés Oquendo ha superado la auditoría con cambios de versión en ambas normas, manteniendo una alta puntuación en los dos casos: **A en BRCGS y nivel superior en IFS**, lo que pone de manifiesto el excelente desempeño de la compañía en todos sus procesos para garantizar la **máxima calidad y seguridad alimentaria de sus productos**.

[VISITA LA WEB](#)



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
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

BEBIDAS INSTANTÁNEAS HONESTAS

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



Laqtia
HONEST INSTANT DRINKS



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



BOUNCER DIGITAL

Lanzamiento de la primera máquina de vapes con verificación de edad de BOUNCER Digital y VAPESALE en el Centro Comercial Moraleja Green

La empresa **líder en tecnología** se complace en anunciar la implementación de su tecnología de verificación de edad en la primera máquina expendedora de vaporizadores, en colaboración con Vapesale, ubicada estratégicamente en el Centro Comercial Moraleja Green de Madrid.

El Centro Comercial Moraleja Green se convierte así en el hogar de la **primera máquina expendedora de vaporizadores** con tecnología de validación de edad de Bouncer en España, ofreciendo a los consumidores una forma cómoda y segura de adquirir sus productos de vapeo favoritos. Bouncer y Vapesale están ya trabajando en un ambicioso **plan de expansión a nivel nacional**, con el objetivo de instalar máquinas similares en otros centros comerciales y áreas de alto tráfico en todo el país, brindando una experiencia de compra conveniente y segura para todos los aficionados al vapeo.



Esta emocionante asociación entre **Bouncer Digital y Vapesale** brinda a los clientes una experiencia de compra conveniente y segura de productos de vapeo de alta calidad. La máquina expendedora de vapes de última generación de Vapesale está equipada con la **avanzada tecnología de verificación de edad** de Bouncer, garantizando que solo los adultos puedan acceder a estos productos.



[VISITA LA WEB](#)





QUALERY

Triplica facturación y cierra el año con un crecimiento de un 70% respecto al ejercicio pasado

La expansión y el continuo crecimiento de Qualery en el sector de vending y hostelería pone de relieve la calidad de sus productos y la buena acogida del café de especialidad en el sector. **Cerrando el pasado ejercicio con 12M€ de facturación.** Cifra récord que supone un crecimiento del 70% respecto al ejercicio pasado, demostrando la positiva evolución y crecimiento que está experimentando la compañía durante tres últimos ejercicios post pandemia.

“En 2023 hemos crecido un el año 70%, el año de nuestro récord histórico. Ha sido un año de retos y de cambios en nuestra organización con el objetivo de maximizar la rentabilidad, adaptándonos continuamente al mercado y a las demandas de nuestros clientes. En 2024 reforzaremos nuestra expansión internacional y seguiremos trabajando en ofrecer la mejor calidad en todos nuestros productos: desde el café de especialidad hasta el cacao, la leche en polvo o los blends fortaleciendo nuestro posicionamiento de marca en el sector de la distribución automática” afirma **Saúl Álvarez**, CEO de Qualery.

Desde su creación en 2018, la compañía toledana ha experimentado un **crecimiento continuado** convirtiéndose en uno de los mayores fabricantes de bebidas instantáneas de España y tostador de café de especialidad.

La **apuesta por la sostenibilidad** como pilar estratégico en su política de RSC y el proyecto de ampliación de sus túneles de solubles

que supuso una inversión de alrededor de 1M€, ha permitido un **aumento cuantitativo y cualitativo de su capacidad productiva** triplicando la capacidad de producción siendo más flexibles en la fabricación. Además, de innovar en lo que se refiere a la optimización de los procesos de fabricación, estrategias comerciales y eficiencia energética.

A lo largo de 2023, Qualery ha consolidado su posición de liderazgo en el sector estando presente en los principales operadores de vending del país como **Delikia Fresh o Selecta**. Reforzando a su vez la expansión internacional en operadores y distribuidores de Europa, América Latina y Oriente Medio.

En 2023 la producción de la compañía toledana ha sido de alrededor de **600 toneladas de café y 1.600 toneladas de lácteos**, de los cuales aproximadamente un 10% se comercializó a nivel internacional. En cuanto a la producción del resto de solubles, rondó los 1.000.000 kgs.

En paralelo, ha continuado trabajando y apostando por la calidad y seguridad alimentaria a través de **auditorías internas** llevando a cabo un control exhaustivo de la trazabilidad de la materia prima y del producto final para, de esta forma, obtener los mejores cafés, leche en polvo y solubles. La compañía ha renovado un año más el certificado **IFS food y Global Food Safety Initiative (GFSI)**. **IFS food**, una de las normas más exigentes a nivel mundial, respalda su compromiso con la excelencia en seguridad alimentaria.



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



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 y pide muestras.





SISTIAGA LASA VENDING GROUP



Ticket Bai: Sistiaga colabora con el operador para facilitar su implantación.

Sistiaga Lasa Vending Group, se ha caracterizado en sus 45 años de historia por dar un **servicio personalizado**, y desde su inclusión en el vending, un servicio integral para cada cliente.

En los últimos tiempos, la **digitalización del sector y los nuevos sistemas de pago** no han sido ajenos a esta empresa, que en abril de 2022 se puso en contacto con la empresa tecnológica navarra Muxunav para colaborar en la distribución de su dispositivo Telmarkt para el pago en máquinas desatendidas mediante la lectura de un **QR mediante Bizum o tarjeta**. En ese momento, en la Comunidad Autónoma Vasca, se estaba implantando el sistema de TicketBAI, que es un proyecto común de las Haciendas Forales y del Gobierno Vasco cuyo objetivo es la implantación de una serie de obligaciones legales y técnicas en los softwares de facturación de las personas contribuyentes.

En el vending, se daba la casuística de que era necesaria la conexión de todas y cada una de las máquinas mediante algún tipo de dispositivo para el **envío a tiempo real de las facturas a hacienda**, con la consiguiente inversión que ello suponía.

En **Guipúzcoa, la implantación se ha realizado de forma obligatoria** para todos los contribuyentes en junio de 2023, y en Álava es obligatorio desde diciembre de 2022. En Vizcaya el sistema se llama Batuz, y es de obligado cumplimiento a partir del 1 de enero de 2024 con un calendario según **CNAE** que termina en julio de 2025. En todos los casos ha habido opción de exonerar máquinas enviando los datos con archivo EVA-DTS con exoneraciones temporales de hasta 5 años.

El dispositivo **Telmarkt** de la empresa Muxunav distribuido por Sistiaga, permite el **envío en tiempo real de las facturas en el formato que exige hacienda**, y en estos casi 2 años de colaboración con Sistiaga, el sistema ha evolucionado de una manera exponencial, permitiendo **pagos con Google pay, Apple pay** y ha añadido también un datáfono de última generación para el pago con tarjetas físicas. Todo esto acompañado de una pequeña telemetría que permite el control de las ventas de las máquinas expendedoras.

La empresa **Muxunav** a su vez sigue con el desarrollo de nuevas aplicaciones, control de edad en máquinas, apagado remoto, programación de encendidos, etc....

La **nueva realidad fiscal ha obligado al sector a reinventarse**, Y Sistiaga de la mano de Muxunav sigue dando pasos hacia la digitalización del sector y en continuo desarrollo de nuevas utilidades para un dispositivo dinámico y en constante evolución hacia las demandas de los operadores de vending.





ARAGAMI

¿Es pronto para tomarte el café?
Es el momento justo

VASOS
DE PAPEL
ARAGAMI



TODOS LOS TAMAÑOS

ARAGAMI

Siempre vemos el vaso medio lleno.

Cubrimos todos los tamaños en
bebida caliente, para los más
cafeteros.



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 2ºª - 08800 Vilanova I la Geltrú - Tel. 938 16 63

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



RECÓGER



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





SELFLY STORE

Revolucionando el retail y el vending: La experiencia de Selfly Store con su modelo 3

SELFLY STORE ES LÍDER EN EL MERCADO DEL VENDING INTELIGENTE

Selfly Store está a la vanguardia de la transformación del retail y del panorama del vending con su innovadora nevera inteligente Selfly Store Modelo 3. Esta innovadora serie para la distribución automática se adapta a una amplia gama de productos y condiciones, incluidos artículos a temperatura ambiente, refrigerados o congelados. Ofrece una experiencia de compra fluida y sin fricciones, y combina comodidad con tecnología de vanguardia. La Asociación Europea de Vending prevé un crecimiento significativo en el mercado

de la distribución automática inteligente a medida que avanza la tecnología, destacando el potencial de funciones como los pagos sin contacto, las pantallas LED, la detección de artículos IoT y la conectividad en la nube para la optimización de las ventas y las operaciones. Propiedad de una corporación de 10k millones de euros, Selfly Store está presente en 22 países europeos, lo que la posiciona como líder en soluciones para la distribución automática inteligente.



Selfly Store Modelo 3

 <p>Compras cómodas y divertidas</p>	 <p>Tecnología avanzada multi-temperatura</p>	 <p>Construida para su propósito y con la más alta calidad</p>	 <p>Selección flexible de productos</p>
 <p>Optimización de ventas y publicidad</p>	 <p>Reducción del desperdicio de alimentos</p>	 <p>Potente motor de descuentos</p>	 <p>Actualizaciones de software y Apps</p>



SEFLY STORE

Revolucionando el retail y el vending: La experiencia de Selfly Store con su modelo 3

APROVECHANDO EL POTENCIAL DE LOS DATOS

La **innovación** de Selfly Store se basa en el uso estratégico del análisis de datos. Este enfoque facilita la fijación dinámica de precios, la publicidad directa en pantalla y la gestión avanzada sobre la fecha de caducidad, **minimizando así el desperdicio de alimentos y promoviendo las ventas de alimentos frescos**. Estas funciones no sólo mejoran la experiencia del consumidor, sino que también proporcionan a los operadores información práctica para optimizar el inventario y las ventas. Las neveras inteligentes ofrecen una experiencia al consumidor **intuitiva**, que permite a los clientes acceder libremente a los productos tras autenticarse mediante **tarjeta o wallet digital**. Al cerrar la puerta, el sistema procesa automáticamente el pago y muestra un resumen de la transacción en la pantalla, garantizando un proceso de compra fluido y eficiente.

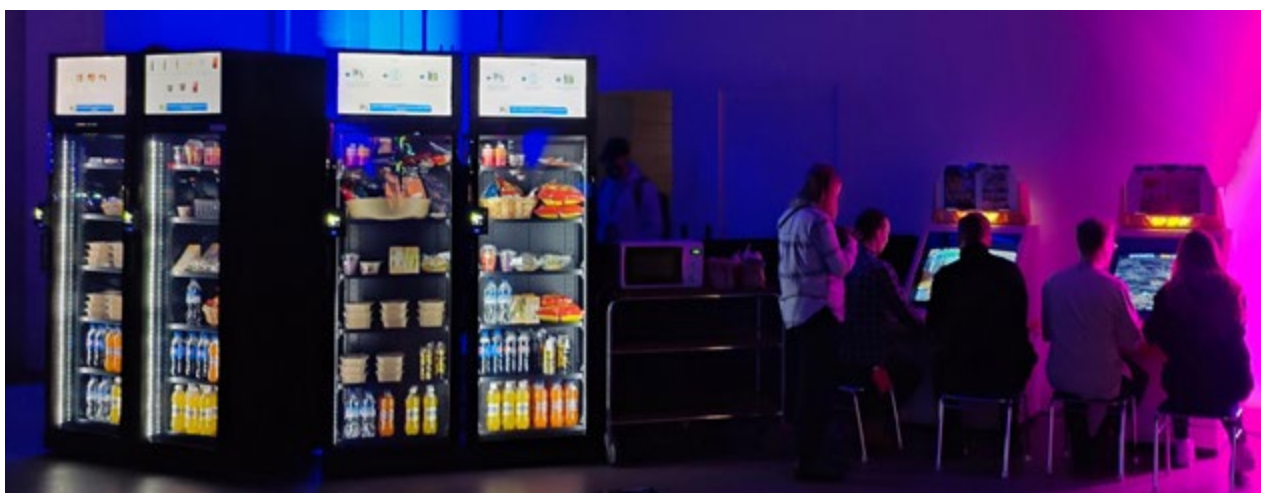


HISTORIAS TRANSFORMADORAS DE CLIENTES

Selfly Store trabaja estratégicamente con distribuidores y partners locales para proporcionar **el mejor servicio a los operadores** dentro de una serie de segmentos, tales como hoteles, centros públicos, o lugares de trabajo como oficinas o fábricas. A continuación, se muestran algunos ejemplos sobre cómo Selfly Store ha transformado la experiencia de los consumidores en el entorno del servicio y distribución automática.

Sokos Hotels mejora la experiencia de sus huéspedes

Sokos Hotels, una importante cadena hotelera finlandesa con 48 establecimientos en 30 ciudades, ha instalado varias neveras inteligentes Selfly Store, tanto en el vestíbulo como en cada planta del hotel. Los frigoríficos ofrecen acceso permanente a los servicios del hotel, como desayuno, aperitivos y artículos de primera necesidad,





SELFLY STORE

Revolucionando el retail y el vending: La experiencia de Selfly Store con su modelo 3

a través de las soluciones en distribución automática de Selfly Store. Esta iniciativa ha aumentado significativamente la satisfacción de los huéspedes y la eficiencia operativa. Aprovechando la **información de Selfly Cloud, Sokos Hotels ha optimizado la gestión del inventario**, las rutinas de reposición y la comprensión de las preferencias de los huéspedes, mejorando la personalización y creando experiencias memorables para los huéspedes.

WELL EAT TRANSFORMA LOS COMEDORES DE EMPRESA

Well Eat, nacida durante la pandemia de COVID-19 en Besançon (Francia), ha revolucionado los servicios de comida para empresas integrando la **avanzada tecnología de neveras inteligentes** de Selfly Store. Centrándose en comidas nutritivas, de proximidad y ecológicas para los lugares de

trabajo, **Well Eat** se alinea con las demandas actuales en comida saludable y servicio adaptado al consumidor. El despliegue de las neveras inteligentes de Selfly Store garantiza el **producto fresco y ofrece una experiencia agradable a sus usuarios. Well Eat**, que ya opera en 30 establecimientos, subraya su dedicación a la sostenibilidad, la salud y la búsqueda de la expansión de su innovador modelo de servicio a nuevos mercados.





SELFLY STORE

Revolucionando el retail y el vending:
La experiencia de Selfly Store con su modelo 3

Visítanos durante **HOSTELCO Expo en Barcelona 18 - 21 de Marzo**

El **modelo 3** de la nueva serie de Selfly Store representa algo **más que un producto; es una solución integral** que aborda los retos de la distribución automática moderna, subrayando el potencial ilimitado de la integración de la tecnología con el servicio al consumidor. Ahora tendrás la oportunidad de experimentarlo por ti mismo. **Selfly Store** mostrará la última serie del Modelo 3 en **HOSTELCO Barcelona del 18 al 21 de marzo, Hall 7 nivel 0 - Stand D155.**

No dudes en visitarnos o contactar con nosotros: www.selflystore.com

 Convenient, fun, and frictionless Consumers use contactless payment methods and can select several products in one go.	 Sales optimisation and advertising Access to real-time data and clever advertisement opportunities in the Selfly Cloud.
 Unique multi-temp technology Fresh, cool or frozen? Everything goes.	 Food waste reduction A unique expiry date tracking feature for fresh food items to eliminate food waste.
 Built for RFID with highest quality Every detail of the product is engineered from scratch for RFID technology, leading to superior item level detection and reliability.	 Powerful discounting engine A vast variety of discounting opportunities are available through the Selfly Cloud, for example bundle discounts and scheduled discounts.
 Flexible product selection Items of nearly every size, shape, durability and material can be sold, and the assortment can be changed at any time.	 Software updates and value adding apps Merchants always get the latest software updates and new feature releases to their Selfly Store cabinets.





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
www.espressate.com



Casual food

NUEVOS GO!

Ensaladilla Rusa y Barbacoa
Peso neto 140g · Vida útil 20 días
NUEVAS RECETAS MEJORADAS
YA DISPONIBLES



Naming S.L. Pol. Ind. El Zafranar C/ País Vasco 5, 50550 Mallén
(Zaragoza) Tel. 976 866 380 · www.n-aming.es

**ES RICO
ES BUENO**



empieza
BUENO!

rhFS2

**MADE
FOR YOU**

rhea apliven

innovation sustainability quality tailor made

Aneoda

NOTICIAS

PRÓXIMAS CITAS:

28 DE FEBRERO

“CITA MATUTINA”
DE PROVEEDORES.
CONFIRMA TU CONEXIÓN

18 AL 21 DE MARZO

Alimentaria **HOSTELCO**

SUSCRÍBETE
y recibe la revista cada mes:

✉ comercial@aneda.org



in   
@Anedavending