

Ane da

NOTICIAS

Suscríbete aquí:

✉ comercial@aneda.org

"La revista de tu asociación"

in   
@Anedavending

Innovación,
tendencias y
oportunidades
en el sector

Descubre todo en el interior

Febrero ■ N° 149



La voz del
experto

Jordi Costa
CEO de Sternaliza.



Entrevista a:

Jorge
Bardón

CEO y
Fundador de
BOUNCER



Índice



4

La voz del
experto



6

Asociación



ANEDA
VENDING



16

Entrevista a:
Jorge Bardón
CEO y Fundador de
BOUNCER



38

Notas de
prensa



42

Normativas,
relaciones
laborales
y economía



46

Internacional



50

Hazte socio
-
Nuevo socio



22

Te
presentamos...



26

Datos
estadísticos



28

Estudios,
tendencias
y mercados



32

Curiosidades
y reflexiones



54

Relaciones
Institucionales



58

Noticias de
empresa



ANEDA
VENDING

Jordi Costa
CEO de Sternaliza.

**La voz
del
experto**



Mucho ruido y pocas nueces

La importancia de los estudios y datos sectoriales.



"La actividad va bien" me decía un amigo, basándose en lo que pasa en su propia empresa esa semana, pero des del punto de vista estadístico la conclusión de mi amigo no posee ningún fundamento técnico, se basa en una muestra absolutamente subjetiva. Podríamos concluir que la estadística de mi colega es tendenciosa. Yo lo llamo "efecto Fax", extrapolar una anécdota subjetiva y puntual al todo. Conocí a varios gerentes de compañías que estaban delante del fax esperando pedidos, y si ese día había muchos faxes con pedidos las cosas iban perfectas, pero si este día no recibían faxes con pedidos, la actividad del sector era un desastre.

Un estudio sectorial es una herramienta clave para entender el entorno en el que se opera y para tomar decisiones estratégicas basadas en datos concretos y ciertos.

El lenguaje secreto de las estadísticas o los estudios se debería apoyar en hechos, datos fiables y completos, objetivos y que eviten conclusiones a bote pronto, y que se emplean para causar sensación, deformar, confundir y simplificar, cuando deberían aportar información valiosa para la toma de decisiones, aumentar la competitividad y garantizar el éxito empresarial.

No me gustaría equivocarme, pero creo poder afirmar que todos, absolutamente todos somos capaces de realizar y defender un estudio sobre nuestro sector de actividad.

Si esto es así, evidentemente cualquiera podría publicar su estudio en internet y podría pasar que hubiera gente que pudiera tomar decisiones en base a esa información, que lógicamente podría ser sesgada o directamente errónea.

"El pensamiento estadístico algún día será tan necesario para todos como la capacidad de leer y escribir" decía H. Pozos, y para nada se equivoca. Debemos ser capaces de buscar las fuentes de conocimiento y objetividad, y estas no salen de cualquier sitio, sino que son aquellas que nos aporten información respecto a su origen, su representatividad y su validez.

A posteriori, el tratamiento objetivo y riguroso de esta información nos permitirá presentar un estudio que nos proporcionará información valiosa para la toma de decisiones, aumentar la competitividad y garantizar el éxito en el entorno empresarial.

Un estudio sectorial es una herramienta clave para entender el entorno en el que se opera y para tomar decisiones estratégicas basadas en datos concretos y ciertos. Nos ayuda a identificar oportunidades y desafíos de nuestro sector, a tomar decisiones basadas en datos auténticos, a identificar nuestra competencia real, a detectar riesgos potenciales en nuestro sector, a entender comportamientos y preferencias de los consumidores en nuestro sector y finalmente a hacer benchmarking con los mejores de nuestro sector.

En mi humilde opinión, un estudio sectorial de cualquier tipo bien ejecutado, fiable y libre de sesgos es la herramienta básica para el presente y el futuro de nuestra compañía.

STERNALIZA.



Alta Satisfacción de los Socios con los servicios de Aneda.



Valorados muy positivamente en 2024.

Con una participación del 30% en la encuesta anual de satisfacción, ANEDA **reafirma su compromiso con la calidad de los servicios** ofrecidos a sus empresas asociadas.

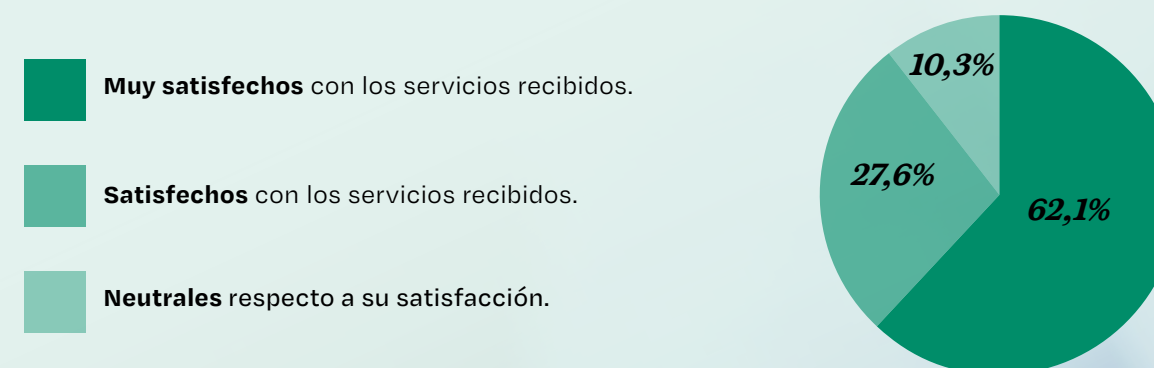
Al finalizar cada año, lanzamos una encuesta para **conocer la opinión de nuestros socios** sobre los servicios y actividades proporcionados, así como para identificar posibles áreas de mejora.

Este año, la participación ha disminuido en dos puntos porcentuales en comparación con el año anterior, con un **67,9%** de respuestas provenientes de **operadores** y un **32,1%** de **proveedores**.

Recomendar a la asociación a otros profesionales o empresas:



Sobre los servicios que presta la asociación:

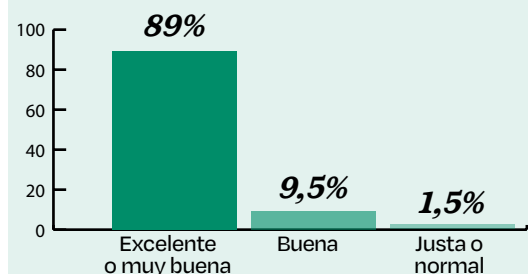


Estos resultados reflejan un alto nivel de satisfacción entre nuestros socios, lo que nos motiva a seguir mejorando y ofreciendo servicios de calidad.

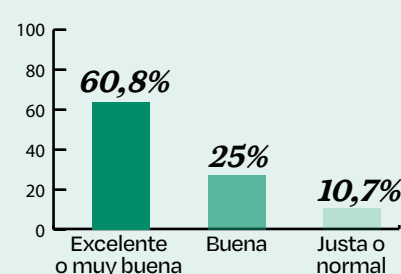


En cuanto a la calidad de las actividades ofrecidas:

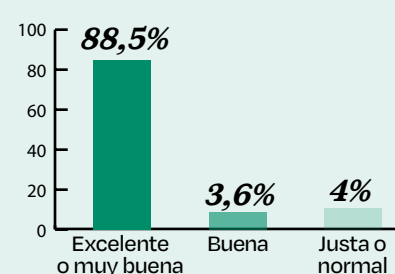
Relaciones Institucionales:



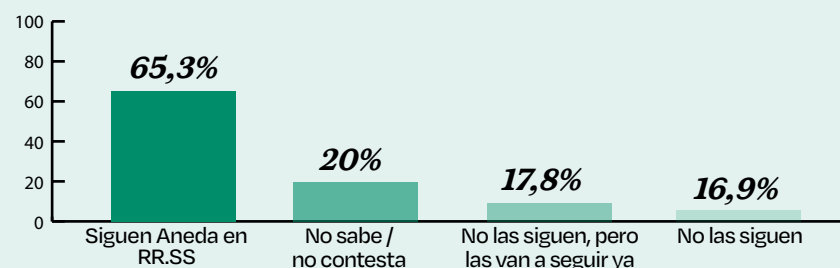
Asambleas:



Revista digital



Comunicación vía email y promoción en redes sociales



Los proyectos más interesantes...

- 1- Jornada de Ane da en el Congreso de los Diputados
- 2- Planificación ExpoCongress
- 3- Encuentros de Cercanía
- 4- Estudios y Datos Estadísticos

Estos resultados reflejan un alto nivel de satisfacción y motivan a ANEDA a seguir mejorando sus servicios.

ANEDA ha remitido a sus socios el informe detallado y completo de los resultados obtenidos sobre la encuesta de satisfacción anual de 2024.

Gracias por la participación y colaboración.



LA BEBIDA QUE **NO** EXISTÍA **REGENERA**
BEBIDA REVITALIZANTE SALUDABLE CON INGREDIENTES NATURALES

¡SÉ VITAL 24 HORAS!

¡NO ES UNA BEBIDA ENERGÉTICA!

¡SIN TAURINA SIN CAFÉINA SIN GLUTEN!

Vitaminas (B1, B2, B3, B5, B6, B7, B9, **B12**) Hierbas y Miel.

www.nexuslife.es
Tel.933 522 291
info@nexusmachines.net

VENDING HORECA RETAIL

9

Queremos 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

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



Tu #1 en recambios originales

Tenemos la mayor cantidad de recambios en stock en todo el mundo, ¡y solo estamos calentando motores! Contamos con más recambios originales que nunca, listos para ser enviados el mismo día.

Nuestro equipo especializado es muy competente y está listo para atenderte en 20 idiomas, para que consigas lo que necesitas, cuando lo necesitas.

Descubre nuestras soluciones



www.repagroup.com

REPA
A Parts Town unlimited Company

Plazo final para la declaración de envases de Ecoembes

Finaliza el día 28 de febrero



Como se ha venido informando, las empresas pueden enviar la **declaración de envases definitiva 2024 y provisional 2025** a través de la Plataforma de Datos de Envases de ECOEMBES, la cual esta accesible en el Portal de Empresas y también en el [siguiente link: Iniciar sesión](#)

Sugerimos anotar en tu agenda los plazos de entrega de los procesos más relevantes, conforme indica ECOEMBES:



Plazo de entrega declaración anual de envases a Ecoembes:

Antes del 28 de febrero de cada año. Excepto las empresas de nueva adhesión, que tienen un mes desde la recepción de su contrato firmado. Si la declaración no se entrega en plazo, la empresa queda excluida del informe anual que Ecoembes envía el *31 de marzo* a las Comunidades Autónomas sobre las empresas que han declarado.

Plazo de entrega de las medidas de los Planes Empresariales de Prevención y Ecodiseño:

Antes del 10 de marzo de cada año.

Plazo de entrega del Informe de Procedimientos Acordados (IPA):

Antes del 31 de mayo de cada año.

Participación de ANEDA en la Junta Directiva de CEC



Confederación Española de Comercio

El pasado 23 de enero, ANEDA participó en la Junta Directiva de la Confederación Española de Comercio (CEC).

Volanda Carabante, directora general de ANEDA, asistió como representante de la asociación, participando activamente en este importante foro de asociaciones.

Durante la reunión, se abordaron temas cruciales para el **futuro de la confederación** y se tomaron decisiones importantes para mejorar la gestión y el apoyo a las empresas asociadas.

La participación de ANEDA en este foro subraya su **compromiso con la colaboración y el desarrollo del sector comercio** en España.

Además de los puntos del orden del día, se discutieron diversas iniciativas para fomentar el comercio en los sitios afectados por la DANA, impulsando la campaña de **"El Comercio salva al Comercio"**.

Esta campaña ha tenido una gran acogida y se puede ir implementando en diferentes ámbitos. **Volanda Carabante** destacó la importancia de la cooperación entre las asociaciones para lograr **objetivos comunes y mejorar la competitividad del sector**, incidiendo en la especificación de la distribución automática y solicitando información para poder llevar a cabo dicha campaña en el sector al que representa.

Estas reuniones sirven como plataforma para **intercambiar experiencias y mejores prácticas entre los miembros de la confederación**, lo que contribuye a un enriquecimiento mutuo y a la creación de distintas sinergias.





¡No te pierdas Ane

da ExpoCongress 2025 en Toledo!

Se celebrará del 12 al 14 de noviembre en el Palacio de Congresos.

La ciudad de Toledo se prepara para acoger el evento del año de la distribución automática: ExpoCongress 2025.

Este nuevo punto de encuentro promete ser una experiencia única, llena de actividades, exposición de productos, conferencias inspiradoras y oportunidades para todos los asistentes.

Este congreso reunirá a líderes y expertos de la industria para discutir los últimos avances y tendencias en el sector.

El Vicepresidente de proveedores, Saúl Álvarez ha presentado en estos días los detalles del encuentro a los socios proveedores de Ane



En su discurso agradeció el apoyo de la junta directiva, solicitando la colaboración de todos los asociados para conseguir un éxito de convocatoria y participación.

Ane
ExpoCongress
promete ser
un espacio de
innovación,
intercambio de
conocimientos
y networking
para todos los
profesionales
del sector.

STANDARD LINE	PREMIUM LINE	ECO LINE
22"-24" TOUCH-SCREEN IPS full HD monitor CAPACITIVE touch panel 5 mm TEMPERED SAFETY GLASS	22" TOUCH-SCREEN IPS full HD monitor CAPACITIVE touch panel 5 mm TEMPERED SAFETY GLASS	13"-15"-22" TOUCH-SCREEN IPS full HD monitor CAPACITIVE touch panel 4 mm TEMPERED SAFETY GLASS
NECTA VENEZIA / SPAZIO / KIKKO / KIKKO MAX / ASTRO	NECTA COLIBRIO / BIRLO / VENEZIA / SPAZIO / KIKKO / KIKKO MAX / ASTRO / CONCERTO / OPERA / CANTO MAESTRO	NECTA SOLISTA / KREA / BIRLO 3 / BIRLO UP / VENEZIA / SPAZIO / KIKKO / KIKKO MAX / ASTRO / CONCERTO / OPERA / CANTO MAESTRO
BIANCHI ANTARES / BIRLO / BVM 971 / 972	BIANCHI BVM 921 / 952 / 971 / 972 / LEI 400 / 600 / 700	BIANCHI BVM 921 / 952 / 971 / 972 / LEI 300 / 400 / 600 / 700
RHEA VENDORS SAGOMA / LUCE	RHEA VENDORS SAGOMA / LUCE / LUCE X2 / MILANO	RHEA VENDORS SAGOMA / LUCE / LUCE X2 / MILANO
SAECO GROUP 500 / 700	SAECO GROUP 700	SAECO GROUP 700
	DUCALE CITY 700	

CONTACTA CON NOSOTROS ☎ 91 018 99 53

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

BIBO

DISTINGUE, DIGITALIZA, EVOLUCIONA

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

GM
GLOBAL SOLUTIONS

GMBUS
4.0 Más inteligente



¿Quieres participar como expositor?

Tendrás, entre otras, la oportunidad de:

- **Conectar con los principales actores de la industria:** Interactúa con líderes y expertos que están marcando la pauta en el mercado.
- **Mostrar tus productos y servicios:** Aprovecha los espacios de exhibición de 3x2 m² para destacar tus ofertas.
- **Entradas adicionales** para las Conferencias, comidas, cena de gala y vino español.
- **Ganar visibilidad extra con patrocinios exclusivos:** Los patrocinadores recibirán una visibilidad adicional, asegurando que su marca destaque.
- **Fomentar el networking:** Participa en actividades complementarias del programa previsto..

Además, si quieres ampliar tu participación, podrás optar por alguna de las **6 salas existentes**, que podrás personalizar y adaptarlas según tus necesidades.

Y mucho más...

¡No pierdas esta oportunidad única!

Si quieres estar presente como expositor, patrocinios y reservas de salas, envía tu solicitud a expo@aneda.org

¡Los espacios son limitados y ya **tenemos los primeros expositores!**

¡Ellos ya han reservado!



Construyendo un futuro mejor



PROGRAMA ESPECIAL COMPLEMENTARIO



12 de noviembre:
Actividad cultural y vino español por la tarde-noche.



13 de noviembre:
Cena de gala con entretenimiento.



14 de noviembre:
El Vending sale a la calle de la ciudad de Toledo.

¡NO TE LO PUEDES PERDER!



Todas las actividades adicionales serán atractivas y diseñadas para **fomentar el networking entre los participantes.**

Las **Conferencias**, en horario de **9 a 12 horas todos los días**, serán de alto nivel y cubrirán diversos temas de interés en el ámbito de la **política, economía, inteligencia artificial**, etc. Se llevarán a cabo en un **anfiteatro exclusivo** con capacidad para más de 800 personas.

Las **entradas** a estas conferencias exclusivas estarán disponibles, para su compra, en los próximos días a través de la **página web de Expocongress.**

Visualiza la presentación de ExpoCongress aquí



Jorge Bardón

CEO y Fundador de BOUNCER

1.- ¿Cómo nace BOUNCER y con qué objetivo?

BOUNCER nace en 2023 con el objetivo de **proteger la salud física y psicológica de los menores de edad en internet**. Mediante nuestra tecnología de Biometría e Inteligencia Artificial integrada en una página web, verificamos la edad de los usuarios en pocos segundos y de manera anónima, evitando que menores accedan a productos y servicios para adultos online. Por ejemplo, para **restringir el acceso de menores a webs de contenido de adultos, apuestas, e-commerce de venta de alcohol**, entre otros.

2.- ¿Cómo ha evolucionado la empresa desde su fundación hasta la actualidad? ¿qué previsiones se marcan para este 2025?

BOUNCER se ha convertido en la **empresa de referencia en la protección de menores en internet**. Sin embargo, como otros sectores se mostraron muy interesados en nuestra tecnología, por ejemplo, hemos realizado **pruebas piloto para utilizarla en el mundo offline** en la venta de productos regulados en máquinas de vending.

En el verano de 2024, lanzamos un proyecto con un grupo de centros comerciales para instalar **máquinas vending de vaporizadores** en sus terrazas de ocio. Gracias a nuestra tecnología, se logró evitar la venta a menores de edad.

Actualmente Bouncer es la tecnología más rápida, fiable y económica del mercado de vending.



Para 2025, continuaremos integrando **clientes online en Europa** y abriremos una **oficina en México**, desde donde impulsaremos la expansión a LATAM. En el sector del vending, 2025 será un año clave, ya que nuestra tecnología estará presente en **máquinas de vending de cerveza y bebidas energéticas en varios aeropuertos nacionales**.

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

El sector del vending es una industria que ha evolucionado especialmente en los últimos años con el **lanzamiento de máquinas inteligentes**, el uso de la telemetría y la mejora de los métodos de pago facilitando la compra al usuario. Sin embargo, existe una gran oportunidad en la comercialización de **productos para +18 gracias a la tecnología de BOUNCER**, que permite la verificación de edad mediante **Biometría e Inteligencia Artificial**. Esto no solo abre una nueva línea de negocio dentro del sector del vending cumpliendo al 100% con la normativa vigente, sino que también **reduce costes operativos** al eliminar la necesidad de hardware adicional y elimina la problemática en cumplimiento de protección de datos, al no requerir lectores de DNIs o pasaportes que procesen datos sensibles de los usuarios.



¡ESCANEA Y VISITA LA WEB!

4.- ¿Cómo funciona BOUNCER?

Bouncer es una tecnología que, mediante **Inteligencia Artificial y tecnología biométrica**, integrada en una máquina de vending, verifica si la persona que quiere comprar un producto es **mayor de edad**.

Por ejemplo, una máquina de vending de cerveza no necesitará instalar ningún equipo o hardware adicional, solo deberá mostrar un **código QR** de Bouncer en su frontal. Para desbloquearla, el usuario escaneará el QR con su teléfono móvil, lo que **activará automáticamente la cámara del teléfono**. Luego, el usuario se hará **"un selfie"**, en menos de 10 segundos, Bouncer **verificará su edad mediante biometría facial**.

En caso de verificación positiva, Bouncer enviará una **señal encriptada** a la máquina de vending para desbloquearla, y permitiendo al usuario acceder al producto de manera inmediata.

5.- ¿Es segura la tecnología de reconocimiento facial? ¿es posible detectar la suplantación de identidad?

La tecnología **Biométrica y reconocimiento facial** llevan años utilizándose en el **sector bancario** para la **apertura de cuentas a distancia** y la realización de operaciones financieras. Es una **tecnología ampliamente probada, robusta y segura**.

Bouncer ha adaptado esta tecnología al sector del vending y, a través de un proceso completamente **encriptado**, es capaz de realizar la **verificación biométrica del usuario y comunicarse con la máquina** de vending para desbloquearla.



Nuestra tecnología **previene la suplantación de identidad**, ya que realiza una prueba biométrica de la cara del usuario para garantizar que la persona que quiere desbloquear la máquina realmente es mayor de edad.

Solo en el caso que la biometría detectara que el usuario pudiera ser menor de edad, se le solicitará un documento oficial. **El usuario tomará una foto con el móvil al documento**, y Bouncer verificará que es un documento **verdadero**, comparará la foto del documento con la prueba biométrica y **utilizará tecnología OCR para leer los datos del DNI** y validar la fecha de nacimiento. De este modo, la verificación de edad es 100% efectiva y segura.

6.- ¿Considera que la privacidad de los usuarios está adecuadamente protegida con BOUNCER? ¿Qué medidas de seguridad se emplean para proteger los datos?

Bouncer realiza un **proceso totalmente seguro y anónimo**. Su tecnología biométrica cuenta con **certificaciones internacionales**, como la del *National Institute of Standards and Technology (NIST)*, otorgada por el Departamento de Comercio de Estados Unidos para poder operar con agencias federales e instituciones oficiales. Adicionalmente, la **tecnología de Bouncer es auditada cada trimestre** en Europa por una consultora externa en ciberseguridad de prestigio, superando con éxito pruebas de hackeo y ciberseguridad.

Todo el proceso es completamente anónimo: **BOUNCER no almacena ningún dato de los usuarios**. Los datos biométricos se encriptan durante su gestión y solo se utilizan para estimar y validar su edad. Una vez terminado el proceso, **no se generan registros ni se almacena trazabilidad alguna de la operación**.

Entrevista a...



7.- ¿En qué se diferencia BOUNCER del resto de sus competidores? ¿Qué ventajas ves en el uso de esta tecnología en comparación con métodos tradicionales de verificación de edad?

Actualmente **Bouncer** es la **tecnología más rápida, fiable y económica** del mercado de vending.

Más rápida: En menos de **10 segundos**, permite realizar una estimación de edad en el momento de hacer una compra por impulso. Existen otras soluciones en el mercado, como lectores de DNI integrados en máquinas de vending, tienen un proceso de validación más lento y, en caso de fallos, pueden inutilizar la máquina durante horas o días. Además, no todos los usuarios llevan su DNI consigo.

Más fiable: La integración de BOUNCER se realiza en minutos a través de **telemetría**. En caso de fallo, **se soluciona al instante**, ya que la máquina y BOUNCER están conectados a través de un Cloud. Como las compras de vending son impulsivas y **la velocidad del proceso es clave**, en más del 80% de los casos el usuario se valida en pocos segundos sin tener que llevar un DNI en el bolsillo.

Más económica: Y por último es importante hablar de costes. Con Bouncer, **al operador no le hace falta inversión en lectores de DNIs u otro hardware**. La integración se realiza en pocos minutos, ya que ha sido diseñada para operar a nivel internacional y escalar fácilmente en cualquier país a través del Cloud, con costes operativos muy bajos.

Gracias a esta **ventaja competitiva**, nuestros clientes pueden beneficiarse de la verificación de edad más asequible del mercado.

La IA analiza más de 10.000 puntos faciales del usuario para poder estimar su edad con una certeza del 99,5%

8.- ¿Cómo está utilizando BOUNCER la inteligencia artificial para mejorar su producto?

La **Inteligencia Artificial** ha supuesto un **gran avance para los procesos de verificación de edad**. Además de detectar que la persona que realiza la biometría es un ser humano vivo (y no una fotografía o una persona con una máscara), la IA analiza **más de 10.000 puntos faciales** del usuario para estimar su edad con una certeza del 99,5%.

Una de las ventajas de la IA es que **ha sido entrenada para validar caras de personas de diferentes nacionalidades y rasgos morfológicos**, lo que nos ha permitido lanzar proyectos piloto en países como India o Indonesia.

9- ¿Que deberían hacer en su opinión las asociaciones profesionales para ayudar a la estabilidad, crecimiento y rentabilidad del sector?

Sin duda, las asociaciones tendrían que pensar en cómo seguir **revolucionando el sector** a través de la tecnología y no tener miedo a innovar. Es cierto que la excesiva regulación muchas veces **frena las iniciativas y ganas de innovar**, pero debemos darnos cuenta de que la regulación siempre va por detrás de la innovación. Es obligación de las asociaciones empujar al regulador a cambiar la normativa y adaptarla a los nuevos avances tecnológicos y necesidades de los usuarios.

Esto ya se ha visto, por ejemplo, en el sector financiero, cuando por primera vez en España se aprobó un *"Sandbox Regulatorio"*, donde reguladores y empresas trabajan de la mano para **adaptar la regulación a las nuevas tecnologías** o nuevos productos que supongan una mejora relevante en el bienestar del consumidor.

Creo que las asociaciones deberían ser más valientes y **buscar soluciones más creativas** para que el sector siga creciendo.

Bouncer como una posible solución tecnológica, fácilmente integrable en máquinas de vending, y que mediante biometría y verificación de edad sería capaz de garantizar la edad del usuario

10.- ¿Es BOUNCER una solución efectiva para limitar el acceso a menores a ciertos productos, tanto en máquinas expendedoras como en supermercados, tiendas de conveniencia, etc.?

Efectivamente BOUNCER tiene una **gran oportunidad para poder ayudar a que el sector del vending evolucione** y convencer a reguladores que, gracias a la tecnología, se puede proteger a los menores de edad para que no accedan a productos restringidos para adultos. Por ejemplo, ya hemos presentado Bouncer a las autoridades sanitarias movidos por el alarmante **incremento del consumo de vaporizadores** y su venta sin control de edad en comercios. También hemos abordado la problemática existente en las **máquinas de tabaco** y los mandos de activación de las máquinas, que en muchos casos están al alcance de cualquier usuario, así como la reciente iniciativa de **regulación sobre el control de edad para la venta de bebidas energéticas**.

En estos tres casos, hemos propuesto Bouncer como una posible **solución tecnológica, fácilmente integrable en máquinas de vending**, y que mediante biometría y verificación de edad sería capaz de garantizar la edad del usuario. De esta manera, estaríamos **protegiendo a los menores** de una manera efectiva mediante el uso de tecnología.

11.- Cuando cierra el despacho, cuando termina el trabajo, ¿cómo es Jorge en el plano personal?

La verdad es que mis mayores aficiones están relacionadas con el deporte y el aire libre. Entre semana madrugo mucho para **entrenar antes de ir a la oficina**, porque si no lo hago a primera hora, luego es imposible...

Todos los años me gusta ponerme algún nuevo reto de travesía a **nado en aguas abiertas**; he nadado la Costa Brava de Sur hasta Francia, y ahora estoy dando la vuelta a la Isla de Menorca, aunque se me ha atragantado la zona norte de la isla dos años seguidos por la maldita Tramuntana. Es algo que implica un gran esfuerzo por mantener una rutina de entrenamiento semanal, pero el deporte me ayuda mucho a manejar el día a día en la oficina.

Ahora en invierno mi enganche es el **esquí**; cuando puedo, me escapo a la montaña cada fin de semana. Todo esto no sería posible si no tuviera dos hijos y una mujer espectaculares que me apoyan en todo y siempre están a mi lado.

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 infusionar.
- 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
- Mínimamente procesadas
- Ingrediente N° 1 Frutos Secos 49%-64% Frutos Secos
- Sin gluten

[@bekindsnacks_es](https://www.instagram.com/bekindsnacks_es) www.es.bekindsnacks.com

info@vendis360.com
 951 933 570
www.vendis360.com

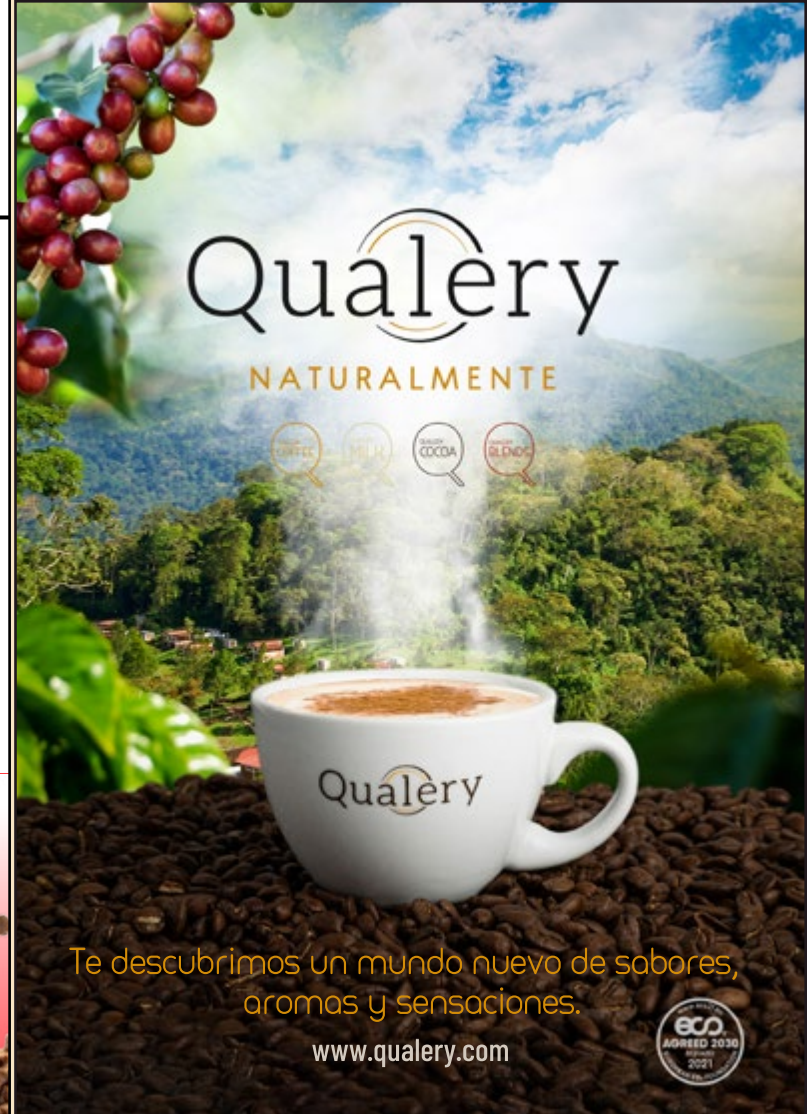
VenDis
 360°
 Vending & Dispensing

Máquinas Vending Sin Frío+ Locker

Descubre nuestras
NOVEDADES
NOVEDADES
NOVEDADES

TECMA 660 SF 22"
 TOUCH + 27S LOCKER

TECMA 660 SF 5" + 27S
 LOCKER



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

www.qualery.com



Laqtia

HONEST INSTANT DRINKS

EXPLORE THE UNKNOWN
 10-12 marzo 2025
 IFEMA Madrid

VISÍTENOS EN EL STAND 6B228

www.laqtia.com

ENGINE CONNECT

Conektividad 4G

El sistema de pago cashless más completo para sacarle el máximo partido a tu máquina expendedora



Apple Pay Mastercard Google Pay Samsung Pay VISA

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



CONSULTA SOBRE NUESTRA GAMA DE PRODUCTOS

ath aplicaciones técnicas hidráulicas, s.l. • 661 558 777 • david.gasull@water-and-more.es bwt-warm.com/es

CAPRIMO
 ORIGINALE



CAPRIMO RENUEVA SU IMAGEN

Con el mismo sabor de siempre, los mismos ingredientes y la misma funcionalidad en máquina, pero ahora con un actualizado diseño que nos remonta a los orígenes del cappuccino más auténtico y delicioso.

LOS NUEVOS ENVASES...

- ✓ **Celebran nuestro amor por Italia**
 Cada envase es un guiño a las tradiciones clásicas del diseño italiano, lo que confiere a Caprimo un look icónico a la altura de nuestro excepcional sabor.
- ✓ **Destacan nuestros esfuerzos de sostenibilidad en el ámbito del cacao**
 Todas nuestras bebidas de cacao y capuchinos en polvo se elaboran ahora con cacao sostenible, apoyando a *Cocoa Horizons*. Nuestro firme compromiso con el abastecimiento ético contribuye a mejorar los medios de subsistencia de los cultivadores de cacao y sus comunidades.
- ✓ **Son reciclables**
 Hemos rediseñado nuestros envases para hacerlos más sostenibles. El nuevo material mixto PO-foil es nuestro siguiente paso en el camino hacia un material de envasado totalmente sostenible en el futuro.
- ✓ **Aclaran nuestra oferta**
 Cada una de nuestras categorías de productos tiene un código de colores propio que facilita la navegación. Nuestros envases de bebidas de cacao en polvo y cafés muestran ahora también perfiles sensoriales claros.

Todos los productos que conoce y tanto le gustan siguen siendo exactamente los mismos: la misma receta y el mismo sabor.

VendinGO

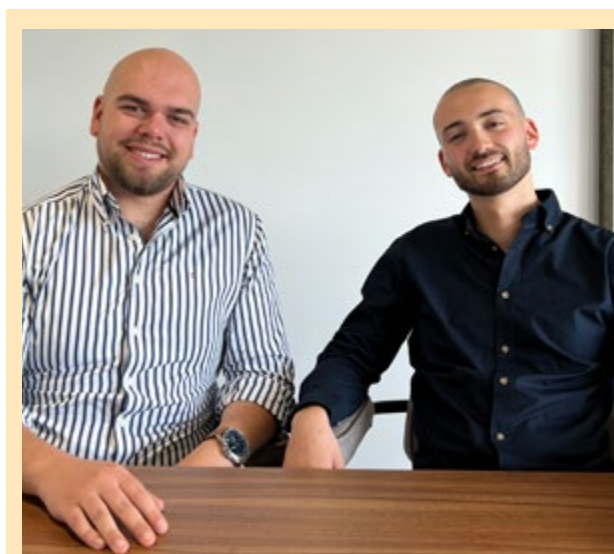
Impulso para tu negocio

En el dinámico sector del vending, donde la **capacidad de adaptación y la innovación marcan la diferencia**, surge vendinGO como un referente en la Península Ibérica. Con una sólida trayectoria en Portugal, donde lidera el mercado de distribución especializada para operadores de vending, **vendinGO** comienza ahora una nueva etapa: su **expansión al mercado español**.

MIRANDO AL FUTURO: LA EXPANSIÓN EN ESPAÑA

Cuando comenzamos vendinGO, identificamos algo claro: **la oferta en el sector de vending no estaba evolucionando al mismo ritmo que los hábitos de consumo**. Esto generaba una desconexión entre las necesidades del consumidor final y lo que las máquinas podían ofrecer. Además, la complejidad operativa para los operadores aumentaba a medida que crecía la demanda por productos más variados y personalizados. "Con un catálogo amplio y adaptado, apoyado por una logística ágil, queremos que vendinGO se convierta en el socio que simplifica el día a día de los operadores de vending Españoles, aproximándolos al consumidor final y mejorando su experiencia con la máquina", explica **Airton dos Santos Pedro**, Socio Fundador de vendinGO.

Con una base sólida de 350 clientes operadores de vending en el mercado portugués, vendinGO ha iniciado su expansión a España con una visión clara: replicar su éxito mientras se adapta a las particularidades del mercado. Según **Airton**, el objetivo no es solo ofrecer productos exclusivos, sino aportar soluciones que marquen la diferencia. "Nuestra entrada en España no es una copia de lo que hicimos en Portugal.



Es un esfuerzo por entender las necesidades del mercado local y ofrecer valor real desde el primer día. "Con un enfoque en la innovación y tecnología, vendinGO promete ser más que un proveedor; busca ser un socio estratégico. "Sabemos que operar en vending ya es suficientemente complejo. Por eso, nuestra misión es facilitar cada parte del proceso: desde la elección del producto hasta su entrega y el servicio postventa. Así, el operador puede concentrarse en lo que realmente importa: hacer crecer su negocio y satisfacer a sus clientes.", destaca el otro socio fundador, Gabriel Marques dos Santos. "Entendimos que el modelo tradicional de distribución carecía de innovación y no respondía a las verdaderas necesidades del operador. Por eso, nos enfocamos en ofrecer una experiencia de compra mejorada, adaptada a las necesidades de cada operador."

Nuestra propuesta es clara: facilitar la vida de los operadores de vending españoles

NUESTRA DIFERENCIACIÓN: MÁS QUE PRODUCTOS

Un Equipo Especializado en Vending

En vendinGO, creemos firmemente que el éxito de nuestros clientes está directamente ligado al **apoyo y conocimiento** que les brindamos. Por eso, nuestra equipo está compuesto por especialistas en el sector del vending, profesionales con una amplia experiencia que comprenden profundamente los desafíos únicos de este mercado.

Simplificamos todo el proceso para que te concentres en hacer crecer tu negocio y satisfacer a tus clientes

Desarrollo de Soluciones Adaptadas

En vendinGO trabajamos directamente con fabricantes para **desarrollar soluciones específicas** que responden a las necesidades del mercado de vending. Esto nos permite ofrecer **productos exclusivos y de alta calidad**, como opciones saludables y formatos innovadores, diseñados para maximizar el valor añadido de cada máquina.

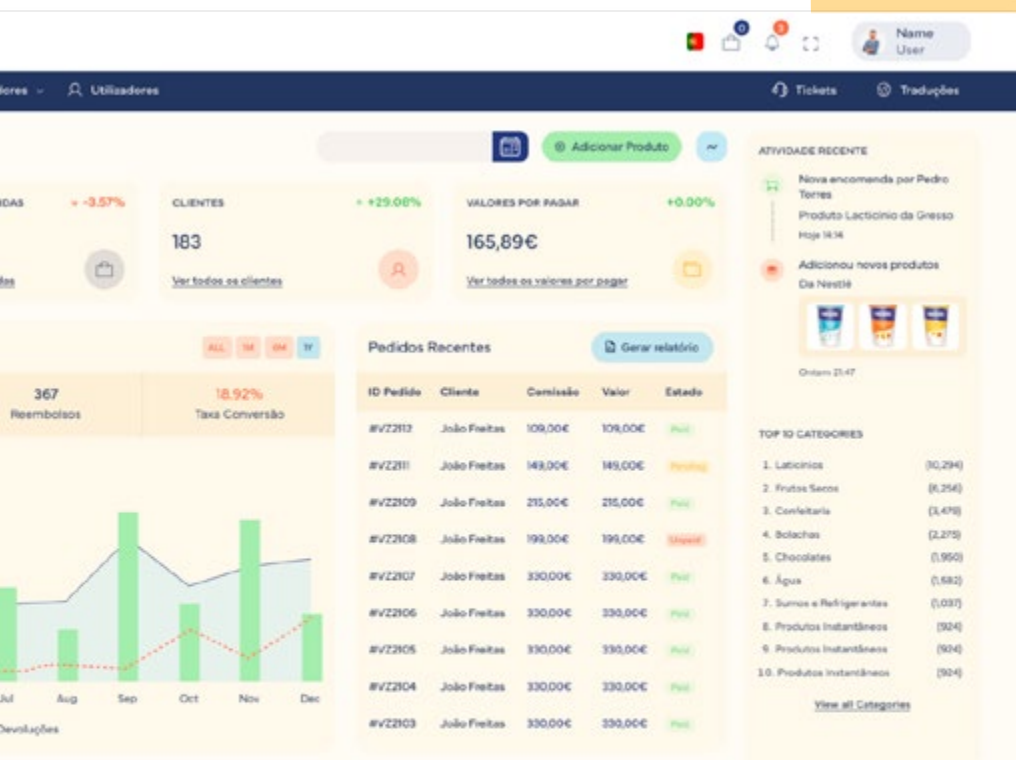
Logística y Cadena de Suministro

Nuestra red logística bien estructurada nos permite garantizar entregas rápidas y eficientes, cubriendo toda la Península Ibérica gracias a **alianzas estratégicas y a una infraestructura robusta**. En vendinGO, la calidad es nuestra prioridad, implementando rigurosos controles en todas las etapas del proceso logístico. Esto asegura que cada producto llegue en perfectas condiciones y en el momento adecuado.



Plataforma vGO:

Tecnología al Servicio del Operador: Diseñada para simplificar la gestión operativa de los operadores de vending, ofreciendo herramientas que facilitan el proceso de compra y optimizan la toma de decisiones. Permite realizar pedidos en cualquier momento y desde cualquier lugar, asegurando un acceso rápido y preciso a la información necesaria. Entre sus funcionalidades, proporciona **información detallada sobre los productos, incluyendo fichas técnicas, especificaciones logísticas, tamaños de packaging y compatibilidad con espirales de máquina.** Además, ofrece métricas y análisis de rentabilidad que apoyan una selección más estratégica de los productos, maximizando la eficiencia operativa.



CONECTANDO EL VENDING CON EL CONSUMIDOR FINAL

El mercado del vending está en plena evolución, impulsado por los cambios en los **hábitos de consumo y la creciente demanda de experiencias** más personalizadas. En vendinGO, entendemos que el vending tiene un potencial único para conectar con los consumidores, pero también que enfrenta desafíos significativos debido a la falta de soluciones innovadoras y de inversión en el sector.

Por ello, nuestro compromiso está en valorar y **revitalizar el mercado de vending**, devolviéndole el protagonismo que merece.



Snackification: Una Tendencia en Auge

El cambio hacia la *"snackification"* está transformando los hábitos de consumo, impulsando la demanda de opciones rápidas, convenientes y equilibradas. **El vending se posiciona como el canal ideal para satisfacer esta tendencia.**

En vendinGO, ofrecemos un catálogo que no solo responde, sino que supera estas expectativas, con **snacks innovadores, alternativas saludables y productos exclusivos**, diseñados para convertir las máquinas en puntos de venta diferenciadores y atractivos para el consumidor.

Cada máquina, una experiencia única adaptada a las necesidades de cada consumidor.

Valorar el Mercado de Vending

El mercado de vending tiene un potencial único para convertirse en un canal relevante y valioso ante los consumidores, pero ha sido desvalorizado debido a la falta de **innovación y soluciones adaptadas**. En vendinGO, estamos comprometidos con **valorar y revitalizar el vending**, transformándolo en un punto de conexión con los consumidores modernos.

Trabajamos para que cada máquina ofrezca **productos de alta calidad y alternativas innovadoras** adaptadas a cada tipo de consumo, **creando experiencias que superen las expectativas.**

Queremos que el vending sea reconocido como un canal de proximidad, moderno y alineado con los hábitos de consumo actuales, devolviéndole su protagonismo en la vida cotidiana del consumidor.

Conexiones Estratégicas para un Vending de Calidad

En vendinGO, nuestras alianzas estratégicas con **fabricantes y proveedores líderes en Europa** nos permiten garantizar un portafolio exclusivo y variado de productos.

Esta colaboración cercana nos asegura estar a la **vanguardia de las tendencias del mercado**, ofreciendo soluciones innovadoras que conectan con los hábitos de consumo actuales.

Además, garantizamos **consistencia y fiabilidad en cada producto**, porque para nosotros la calidad no es negociable. Esto asegura que los operadores puedan competir y destacar en un mercado cada vez más exigente.



DESCUBRE MÁS EN NUESTRO SITIO WEB

Datos máquinas España - Portugal 4Q 2024



Cifras y volúmenes

Ibérica, 4º Trimestre 2024



10

Compañías han
participado en
este estudio

5.257

Máquinas han
sido vendidas en
este trimestre

**Decrecimiento
9,07%**

Respecto al
mismo trimestre
del 2023

**Crecimiento
24,16%**

Respecto al
trimestre
anterior

PORTUGAL

**Decrecimiento
33,51%**

respecto al
mismo trimestre
del 2023



Análisis datos

Ibérica, 4º Trimestre 2024



CATALUÑA ES LA COMUNIDAD CON MAYOR VENTA
1.417 Unidades (Aprox: 26,96% del mercado)

EL 60.3 % DE LAS VENTAS SE HA REALIZADO EN ESTE TRIMESTRE EN:
Cataluña, Valencia, Madrid y Andalucía

UNIDADES:
Media de 526 máquinas vendidas por empresa / trimestre

HOT DRINKS
Representa un 64%

LAS MÁQUINAS INSTANT
Han aumentado un 4,1% en referencia al trimestre anterior

CAFÉS,
Expresso representa más del 83,56%

PORTUGAL EN RETROCESO
Representa el 14% del global

La generación Z, a contracorriente: más comida saludable, menos alcohol y otras predicciones para 2025

La generación Z redefine el consumo con sus **hábitos más saludables**, sostenibles y digitales: menos alcohol, obsesión por el **deporte** y la **comida rica en proteínas**.

| Fuente: businessinsider.es |

La generación Z está redefiniendo las reglas del consumo.

Con menos interés por el alcohol, una apuesta clara por la alimentación saludable y hábitos híbridos entre lo físico y lo digital, los **jóvenes marcan tendencias que desafían a las marcas** y anticipan un consumidor cada vez más complejo de cara.

Menos consumo de alcohol

La relación de la generación Z con el alcohol es cada vez más distante, y eso se refleja en las cifras de consumo. **Bosco Torremocha**, director ejecutivo de Espirituosos de España, dijo en un encuentro con la prensa recogido por Food Retail que en 2024 el consumo de alcohol acabará "plano". Es decir, al mismo nivel que el 2023, que ya fue un año malo para el sector.

Torremocha señaló que los jóvenes están virando hacia un **consumo de mayor calidad y menor frecuencia**, sobre todo aquellos con mayor capacidad de compra. Eso podría servir para promover la cultura del cóctel, algo más refinado, pero el sector ya ha puesto el foco en otra vertiente: **las propuestas sin alcohol**.

La **categoría de bebidas sin alcohol crecerá más de 4.000 millones de dólares** (3.900 millones de euros) para 2028, con un incremento anual del 7% en volumen, impulsado por **consumidores jóvenes, especialmente de la generación Z** y los millennials, asegura un informe reciente de IWSR, una firma especializada en investigación de mercado para el sector.

Juan Viñas, experto en marketing de supermercados, explica que esta tendencia responde a una mayor conciencia sobre el impacto del alcohol en la salud y a un **estilo de vida más equilibrado**.

"Son conscientes de los efectos adversos del alcohol y consumen algo menos, seguramente también porque tienen una conciencia más intensa sobre el efecto que tiene en su organismo", asegura.

El nuevo must en el carrito de la compra

En los supermercados, la generación Z destaca

por su interés en **productos saludables**. Un informe Radar SaluDiable de Día indica que el **90% de los hogares considera esencial consumir alimentos locales y de temporada**. Sin embargo, la percepción de que **comer de forma saludable** es caro sigue siendo una barrera.



El estudio revela que **seis de cada diez consumidores intentan mantener una dieta equilibrada**, aunque el precio y el esfuerzo que implica a menudo les dificulta cumplir este objetivo. Esto está empujando a las cadenas a reforzar su marca blanca con opciones de calidad a precios accesibles.

El auge del modelo híbrido

Aunque la generación Z ha crecido en un entorno digital, todavía no han dejado atrás las tiendas físicas. Un informe de la Asociación de Marketing de España asegura que el **67,8% de los jóvenes visita establecimientos físicos semanalmente**, superando incluso a las generaciones más mayores en algunas categorías, como ropa y tecnología.

Lo que valoran más es la experiencia de ver, tocar y probar los productos que van a comprar.

Pero el canal digital ha ganado terreno tras la pandemia. Más del **80% de los Z navegan en tiendas online semanalmente**, buscando comodidad y variedad. Esto ha llevado a una integración phygital, donde las marcas combinan lo mejor de ambos mundos: tecnología para agilizar procesos y espacios físicos que ofrecen experiencias sensoriales.

Predicciones para 2025

De cara a 2025, los hábitos de consumo de la generación Z apuntan a una **mayor inclinación hacia productos éticos y saludables**, siempre que sean asequibles. Su relación con el alcohol continuará debilitándose, mientras que las opciones listas para comer y listas para cocinar (*ready to eat y ready to cook*) ganarán terreno, lideradas por retailers que apuesten por la **innovación** en estos segmentos.

Juan Carlos Alcaide, sociólogo experto en marketing, defiende que esta generación no solo consume para satisfacer necesidades, sino que busca productos que les aporten energía, bienestar y practicidad. La implementación de tecnologías como la **realidad aumentada o los sistemas de recogida automatizados** será crucial para fidelizarles.

"El descanso, la dieta, el deporte y la gestión del dinero se han convertido en pilares fundamentales de su día a día", dice Alcaide en referencia a los nuevos hábitos de los jóvenes. Ahora, comer ya no es solo una necesidad básica, sino una forma de enriquecer el cuerpo con energía a través de alimentos funcionales, como productos ricos en proteínas o suplementos".




REGRESA A CLASE CON vending school

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



SCAN ME

TPC NetGrup S.L. - Ronda Europa, 60 2º2ª - 08800 Vilanova i la Geltrú - Tel. 938 16 63 71

FONT VELLA DA NUEVA VIDA A LAS BOTELLAS

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



RECICLAR
RECOGER
JUNTAR
CONVERTIR

JUNTOS CERRAMOS EL CÍRCULO

Font Vella **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.



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

Somos especialistas en la fabricación de vasos vending para dispensado automático



HORECA		VENDING	
☐	4 oz (120 ml)	☐	5 oz (150 ml)
☐	6,5 oz (190 ml)	☐	6,5 oz (190 ml)
☐	7,5 oz (220 ml)	☐	8 oz (240 ml)
☐	8/9 oz (240 ml)		
☐	12 oz (350 ml)		
☐	14 oz (475 ml)		

Los expertos alertan que las noticias falsas impactan en las conductas alimentarias

Las noticias falsas sobre alimentos, como aquellas que tratan sobre las cualidades nutricionales, **el origen y la composición de los productos**, pueden suponer un impacto en las conductas y hábitos alimentarios de los ciudadanos, según han expuesto varios expertos en el foro *"NutriciON Sensata"*.

| Fuente: efeagro.com |

Este martes se ha celebrado la cuarta edición de este evento, organizada por la **Federación Española de Industrias de Alimentación y Bebidas (FIAB)** en colaboración con la Universidad Francisco de Vitoria.

La jornada ha acogido el debate *"Come tranquilo"*, donde varios expertos han puesto en común el impacto que tiene la comunicación y los mensajes que se reciben a través de redes sociales sobre los niveles de estrés.

En las redes sociales se muestra *"un ideal que no enseña las dificultades de la vida cotidiana"*, ha asegurado la psicóloga clínica y directora del Centro de Atención Integral a la Familia de la Universidad Francisco de Vitoria, **Elena Arderius**.

La doctora en Ciencia y Tecnología de los Alimentos, **Jara Pérez**, ha expuesto un decálogo con modelos de noticias que pueden ser falsas o *"capciosas"*, como aquellas que hablan de un solo estudio científico, las que tratan al alimento como un factor de cura para una enfermedad y las que insisten en el concepto *"natural"*.

Según la psicóloga **Lucía Hernández**, la desinformación *"afecta a todos los grupos de edad"* y se mueve con mensajes como *"alarmistas y creados para ser virales"* como el lema *"puedes perder 10 kilos en 10 días"*.

Han coincidido en que este tipos de noticias falsas pueden generar **desconfianza en un consumidor** que opta por acudir, en muchos casos, a estas fuentes de información en lugar de a nutricionistas, médicos y psicólogos.

El vicepresidente de Política Alimentaria, Nutrición y Salud de FIAB, **José Armando Tellado**, ha calificado la jornada como un espacio de *"reflexión"* frente al "ruido" de las noticias falsas sobre alimentación y ha destacado que *"consumir es un vehículo de cambio"*.

Alimentación consciente

El evento también ha tratado el vínculo entre la **alimentación y las emociones** en un debate en el que se ha expuesto la necesidad de mantener una **alimentación consciente** basada la conexión con la comida a través *"del sentimiento y no del pensamiento"*.

Así lo ha defendido la nutricionista y psicóloga **Juana María Fernández**, quien ha destacado que durante la pandemia los ciudadanos fueron a los supermercados *"no a comprar comida, sino a comprar seguridad"*, aunque esta seguridad se puede convertir en una amenaza si es el estrés el que mueve el acto de alimentarse.

La cocinera y bloguera **Lola Bernabé** ha propuesto *"eliminar la idea de restricción"* para mantener una relación saludable con la comida en un contexto en el que, ha lamentado, se ha perdido *"poco a poco"*, el vínculo entre comida con la vida familiar y social.

Estrés y estilo de vida

El evento también ha contado con la conferencia *"Programados para la supervivencia"* de la mano del físico, **Gustavo Díez**, en la que ha revelado que el estrés es *"todo un proceso de activación que permite la adaptación al medio"*.

Y el equilibrio ha sido el protagonista de la mesa redonda *"Del estrés vicioso al estrés virtuoso"*, en la que expertos han expuesto la necesidad de evitar que los hábitos que se adquieren para eludir el estrés, como una alimentación más saludable y el ejercicio, terminen suponiendo una causa del mismo.

Para la doctora en Psicología y profesora del Máster de Medicina del Sueño, **Silvia Gismera**, el sueño y el estrés mantienen una *"relación recíproca"* ya que *"podemos no tener estímulos y situaciones estresantes, pero si no tenemos un buen sueño, nos vamos a sentir estresados"*.

"Vivimos en la era de la dopamina", ha asegurado la psiquiatra del Hospital Universitario Clínico San Carlos (Madrid), **Rosa María Molina**, quien ha puesto como ejemplo de espacio que puede generar estrés los restaurantes *"repletos estímulos"*.

Según el investigador y doctor en Neurociencia del CSIC, **José Luis Trejo**, el ser humano es *"el único animal que se preocupa de algo que no se percibe"* pues *"hay muchos problemas inventados"* lo que propicia que la sociedad viva *"hiperestresada"*.



Conceptos básicos sobre el pago sin contacto: lo que necesita saber sobre los pagos Tap and Go

Para una tecnología de pago que existe desde hace más de 20 años, **se puede decir que la tecnología sin contacto ha llegado oficialmente.**

/ Fuente: mastercard.com /

En 2023, los pagos sin contacto (*también conocidos como Tap and Go*) representaron más de **dos de cada tres transacciones** en persona a nivel mundial en la red de Mastercard, frente a una de cada tres antes de la pandemia.

Ese aumento en la adopción se puede atribuir a dos factores principales. Primero, **compradores y comerciantes buscaban formas de hacer transacciones sin contacto en medio del COVID-19**. En segundo lugar, el lanzamiento de Tap to Ride en los **principales sistemas de transporte público** de todo el mundo se convirtió en una aplicación revolucionaria para el uso sin contacto y propulsó el uso.

Sin Contacto

No requiere **contacto ni interacción entre personas**.

Relacionado con lo que es un sistema tecnológico (*para realizar pagos*) donde la información se transmite (*como por comunicación de campo cercano*) sin contacto físico.

La tecnología sin contacto también está ayudando a las empresas de todos los tamaños a adaptarse a la economía digital, con la ayuda de **innovaciones como Tap on Phone**, que convierte el teléfono inteligente de un comerciante en una caja registradora digital.

Probablemente demos por sentado el concepto de pago sin contacto por la adopción que ha tenido, pero podemos decir con seguridad que esta tecnología **ha provocado uno de los mayores cambios en los hábitos de pago** de los consumidores, quizá en décadas. Antes de que el pago sin contacto se generalizara, pasar la tarjeta por una terminal o, más tarde, introducirla en el interior era la principal forma de pago.

¿Tienes curiosidad sobre los pagos sin contacto?

Aquí tienes todo lo que necesitas saber sobre el pago con solo tocar.

¿Qué son los pagos sin contacto?

Los pagos sin contacto son **formas sencillas, rápidas, seguras y sin contacto de pagar en persona con una tarjeta de pago**, una billetera móvil o un dispositivo portátil habilitado para pagos, como un reloj inteligente o un monitor de actividad física. Con la función de **tocar y listo**, simplemente toque o sostenga su tarjeta o dispositivo sobre el lector de pagos del comerciante para completar la transacción.

¿Cómo funciona el pago sin contacto?

Tap and Go funciona hoy en día de forma rápida y sin problemas gracias a una innovación que data de hace décadas: la **identificación por radiofrecuencia, o RFD, una tecnología que utiliza ondas de radio para transferir datos**. La idea nació durante la Segunda Guerra Mundial como una forma de detectar si los aviones que se acercaban eran amigos o enemigos.

Las tarjetas actuales suelen utilizar una versión de **RFID llamada comunicación de campo cercano o NFC**, que funciona a una frecuencia más alta y permite una transferencia de datos más rápida, pero solo a distancias cortas (unos pocos centímetros). Las tarjetas de pago, los monederos móviles y otros dispositivos portátiles contienen una pequeña **antena que transmite la información de la cuenta a la terminal del comerciante**.



¿Cómo sé si mi tarjeta es sin contacto?

Sabrás que su tarjeta de pago es sin contacto si tiene el indicador de sin contacto (cuatro líneas curvas) impreso en alguna parte. La mayoría de las tarjetas emitidas actualmente por los principales bancos son sin contacto por defecto, mientras que las tarjetas con bandas magnéticas para deslizar están desapareciendo.

Cualquier billetera móvil es capaz de realizar pagos sin contacto.

¿Cómo sé dónde se aceptan pagos sin contacto?

Los pagos sin contacto se aceptan en los lugares donde se ve el **símbolo de pago sin contacto** (cuatro líneas curvas con un círculo alrededor y una mano que sostiene una tarjeta) en la terminal de pago electrónico, el dispositivo o el lector de tarjetas del comerciante o en un cartel cerca de la puerta de entrada o la caja. La terminal de pago también puede decir simplemente "toque, deslice o inserte la tarjeta" para pagar, lo que indica que los pagos sin contacto están disponibles.

Si bien los consumidores adoptan cada vez más el sistema de pago sin contacto, algunos comerciantes han tardado más en implementarlo porque **creen que reemplazar el hardware de sus puntos de venta será costoso**.

Pero existen alternativas de bajo costo: la misma tecnología que convierte su teléfono inteligente en un dispositivo de pago también puede convertir el teléfono inteligente de un comerciante en un dispositivo de aceptación.

Con Tap on Phone, no se requiere hardware adicional, solo una aplicación. Los clientes simplemente acercan su tarjeta sin contacto o su teléfono al teléfono del comerciante para realizar el pago.

¿Son seguros los pagos sin contacto?

Los pagos sin contacto son seguros. Cuando pagas con un toque, tu tarjeta o dispositivo nunca se separa de tu mano, lo que reduce el riesgo de pérdida y elimina la necesidad de contacto físico, algo que fue importante durante la pandemia.

Cuando pagas con una tarjeta sin contacto, el chip EMV integrado encripta la información de tu cuenta para que no puedan robar tus datos. Cuando pagas con tu teléfono inteligente, la tarjeta almacenada en tu billetera móvil también está tokenizada, lo que significa que el número de tu tarjeta ha sido reemplazado por un número aleatorio, por lo que el comerciante nunca ve ni almacena la información real de tu cuenta, lo que **reduce el riesgo de que te roben tu información en caso de una violación de datos**.

Las transacciones sin contacto con su teléfono también están protegidas por la biometría necesaria para autenticarse en su dispositivo (su huella digital o Face ID), criptogramas, o códigos de un solo uso que se generan para cada transacción.



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.unionostadora.com
www.espressate.com

ES RICO ES BUENO

snatt's

Palitos de cereales integrales
CON FIBRA

Palitos de cereales con fibra
CON FIBRA

NatuChips
SALSA BARBACOA

-50% NO FRITO

GRISA

empieza a bucho!

ñaming

NUEVOS

Ensaladilla Rusa y Barbacoa

Peso neto 140g · Vida útil 20 días

NUEVAS RECETAS MEJORADAS YA DISPONIBLES

Casual food

Go! NUEVOS

IFS OCA

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

rhea

rhFS1.touch21,5

Sistema de calentamiento modular

Variflex

Sensor de presencia

Uso de materiales reciclables

BioCote

BARCELONA Calle de la Máquina, 10A 08850 - Gavá Tel: +34 93 479 50 40 info@rhea-apliven.com · www.rhea-apliven.com

MADRID Calle Progreso 2, Local 5 28906 - Getafe Tel: +34 91 601 19 60

rhea apliven

ILUNION Hotels y Calidad Pascual se unen para impulsar sostenibilidad en la hostelería y reducir su impacto ambiental

El acuerdo refuerza el compromiso de ambas compañías con la inclusión laboral de personas con discapacidad y la promoción del consumo responsable.

| Fuente: barbusiness.es |



De izqda. a dcha., José Luis Alonso, técnico de Compras de ILUNION Hotels; María Ángeles Hernández, KAM de Hostelería Organizada de Pascual; Nelia Pérez, jefa de Compras de ILUNION Hotels; Óscar del Moral, dir. de Hostelería Organizada de Pascual; Yolanda Horrillo, jefa de Alianzas y Relaciones Institucionales de ILUNION Hotels; Adrián Asensio, coordinador de Negocio Responsable de Pascual, José Ángel Preciados, CEO de ILUNION Hotels; Elena Martín, dir.^a Sostenibilidad y Excelencia de ILUNION Hotels; Javier Peña, dir. Comercial de Pascual Crédito: ILUNION Hotels

ILUNION Hotels, la compañía hotelera del grupo ILUNION -perteneciente al Grupo Social ONCE, y la empresa familiar de alimentación **Calidad Pascual** han firmado un acuerdo estratégico al objeto de **promover la sostenibilidad en la hostelería y reducir su impacto ambiental**.

Durante el acto de la firma del acuerdo, que ha contado con la presencia de **José Ángel Preciados**, CEO de ILUNION Hotels, **Elena Martín**, directora de Sostenibilidad y Excelencia, el director Comercial de Pascual, **Javier Peña**, y representantes de la empresa de alimentación, ambas compañías han destacado la importancia de unir esfuerzos en sus respectivas áreas de actuación para seguir impulsando la inclusión laboral de personas con discapacidad y promover hábitos de consumo responsables entre clientes y empleados.

Esta alianza se centra en el intercambio de **conocimiento entre ambas organizaciones para promover la sostenibilidad**, tanto en el ámbito social como ambiental, a través del desarrollo conjunto de buenas prácticas en materia de gestión responsable. Además, Ilunion Hotels reforzará su apuesta por productos saludables, de proximidad y envases más sostenibles, alineándose con los estándares de Calidad Pascual en términos de economía circular y reducción de emisiones.

En materia de sensibilización, ambas compañías también trabajarán juntas en la concienciación de los clientes sobre la importancia de una **alimentación saludable, de proximidad y más sostenible**; fomentando un consumo más eficiente a través del desarrollo de materiales informativos y campañas dirigidas a impulsar hábitos sostenibles tanto en los hoteles como en los hogares de los clientes.

Respecto a esta alianza, **José Ángel Preciados**, CEO de ILUNION Hotels señaló: *“Con ella, damos un paso más en nuestro compromiso con la responsabilidad social y el desarrollo sostenible. Creemos firmemente que la colaboración con empresas alineadas con nuestros valores es clave para generar un impacto positivo y construir un futuro más equitativo y sostenible”*.

Por su parte, el director Comercial de Calidad Pascual, **Javier Peña**, destacó: *“Este tipo de colaboraciones nos permite consolidar con nuestros clientes relaciones estables y duraderas que permitan crear valor de forma sostenida, y poder dar respuesta a sus necesidades. Pascual aspira a convertirse en un aliado de referencia, más que en un proveedor. El objetivo es trabajar con ILUNION Hotels para ayudarles a seguir desarrollando su negocio responsable y aportar juntos valor a la sociedad”*.

Barcelona abre el primer restaurante del mundo gestionado por un robot en un aeropuerto

La compañía Areas, administradora del local, ha elegido la infraestructura catalana por su estrecho vínculo con ella y por ser la ciudad *"un 'hub' digital y tecnológico"* de talla global

| Fuente: elperiodico.com |

La oferta gastronómica del aeropuerto de Barcelona tiene nuevo miembro. Uno bien singular. El **grupo Areas**, operador de casi dos millares de restaurantes y tiendas en aeropuertos, estaciones y carreteras, ha inaugurado este viernes su primer establecimiento gestionado por un robot. Es, de hecho, la primera vez que un aeropuerto tiene un local de este estilo en el mundo. Lo han llamado **SELF**, y funciona gracias a la **inteligencia artificial** y a un **brazo robótico** que se encarga de coger y servir los productos que pida el cliente.

"Este proyecto marca un hito en la restauración en ruta", afirma el consejero delegado de Areas Iberia, **Sergio Rodríguez**, en el comunicado en el que informan de la apertura. Si han elegido a Barcelona para estrenar el formato es por ser uno de los aeródromos más transitados de España y Europa, porque es donde Areas tiene su sede global, por ser El Prat una de las infraestructuras donde más presencia tiene la compañía y porque la ciudad *"es un hub digital y tecnológico a nivel mundial y un gran escaparate para este tipo de iniciativas"*, explican varios portavoces de este grupo de restauración, que subrayan que esta apuesta estrecha su relación con Barcelona.

El grupo y sus socios llevan mucho tiempo trabajando en el proyecto, pues solo las pruebas en torno al robot se han alargado más de un año. Detrás de él están la **Agrupación Española de Vending (AEV)**, IJJRobótica y la multinacional KUKA. ICG es el proveedor del sistema informático que hace que todo funcione. Mastercard quien cubre

la parte de los pagos. Y Mahou San Miguel, Coca-Cola, Frit Ravich, Lavazza, Montaraz, Gufresco, Danone, Evian, García de Pou... quienes llenan las estanterías a disposición del robot. Se ha puesto a su alcance los productos habitualmente más vendidos en un aeropuerto: café, zumo, refrescos, bocadillos, ensaladas, pokes, postres...

Situado en la Terminal 1, la propuesta **ocupa unos 137 metros cuadrados** y funciona de modo que el cliente pide a través de unas pantallas táctiles lo que quiera y lo recibe en el mostrador en una bandeja preparada por este brazo robótico. El aparato dispone de **garra y cinco dedos táctiles**, así como capacidad para gestionar hasta seis pedidos a la vez. En cualquier caso, **Areas ha contratado a varias personas para que asistan a toda esta operativa**.

Funcionamiento y retos

"SELF gestiona el inventario y el aprovisionamiento con alta eficiencia, operando de forma autónoma pero en estrecha colaboración con el equipo", explica el grupo. *"Está equipado con inteligencia artificial avanzada y una cámara de visión artificial, que aprende y toma decisiones óptimas en tiempo real, permitiéndole 'ver' y adaptarse al entorno para mejorar la calidad y rapidez del servicio"*, se explican.

De hecho, el grupo señala como principales retos de un proyecto que ha necesitado *"un equipo multidisciplinar tanto interno como externo"*, el hecho de tener que llevar esta tecnología tan puntera a un mercado tan específico como es el negocio del viaje. *"Esto ha implicado una continua inversión en i+D"*, afirman, sin especificar la dotación económica destinada al proyecto.



El brazo robótico que gestiona los pedidos dentro de SELF / Areas

Ley Europea de Ciberresiliencia: entrada en vigor

El 10 de diciembre de 2024 entró en vigor la Ley de Ciberresiliencia, la primera ley de la UE que establece **requisitos obligatorios de ciberseguridad** para los productos que incluyen elementos digitales.

Fuente: dsn.gob.es

Una de las claves de esta normativa son las nuevas obligaciones de los fabricantes, que deben **proporcionar actualizaciones de software que corrijan las vulnerabilidades de seguridad**, y ofrecer apoyo en materia de seguridad a los consumidores. Al aumentar la transparencia sobre los riesgos cibernéticos y la seguridad de los productos, **la ley faculta a los consumidores para tomar decisiones más informadas** sobre los productos disponibles en el mercado de la UE.

Esos requisitos garantizarán que se tenga en cuenta la **ciberseguridad** a lo largo de todas las cadenas de suministro, mejorando así la seguridad de los productos finales. Entre ellos se incluyen requisitos para la introducción en el mercado de **productos de consumo con elementos digitales destinados a consumidores vulnerables**, como juguetes y sistemas de vigilancia de bebés.

Los productos llevarán el marcado CE para indicar que cumplen los requisitos de la ley.

Henna Virkkunen, vicepresidenta ejecutiva de la Comisión Europea, ha declarado: «*Estamos comprometidos a hacer de Europa un lugar seguro y protegido para el funcionamiento de nuestros ciudadanos y empresas. Este nuevo Reglamento es un gran paso adelante para garantizar que los productos digitales en la UE no planteen riesgos cibernéticos para los consumidores de la UE.*».

La Ley de Ciberresiliencia complementa el marco de ciberseguridad de la **directiva NIS2**, que entró en vigor el año pasado. Forma parte de una serie de **medidas globales que la UE** está desplegando para **reforzar la ciberseguridad de una Europa cada vez más digital y conectada**.

Además, se ha puesto en marcha el **Grupo de Expertos de la Ley de Ciberresiliencia (CRA Expert Group)**, que asistirá y asesorará a la Comisión sobre cuestiones pertinentes para la aplicación de la ley.

Las principales obligaciones de la ley se aplicarán a partir del 11 de diciembre de 2027.



Entra en vigor el nuevo reglamento europeo sobre envases y residuos de envases

Entra en vigor el nuevo Reglamento sobre envases y residuos de envases europeo que incluye **nuevas medidas para seguir haciendo frente a los retos medioambientales que plantea el exceso de envases.**

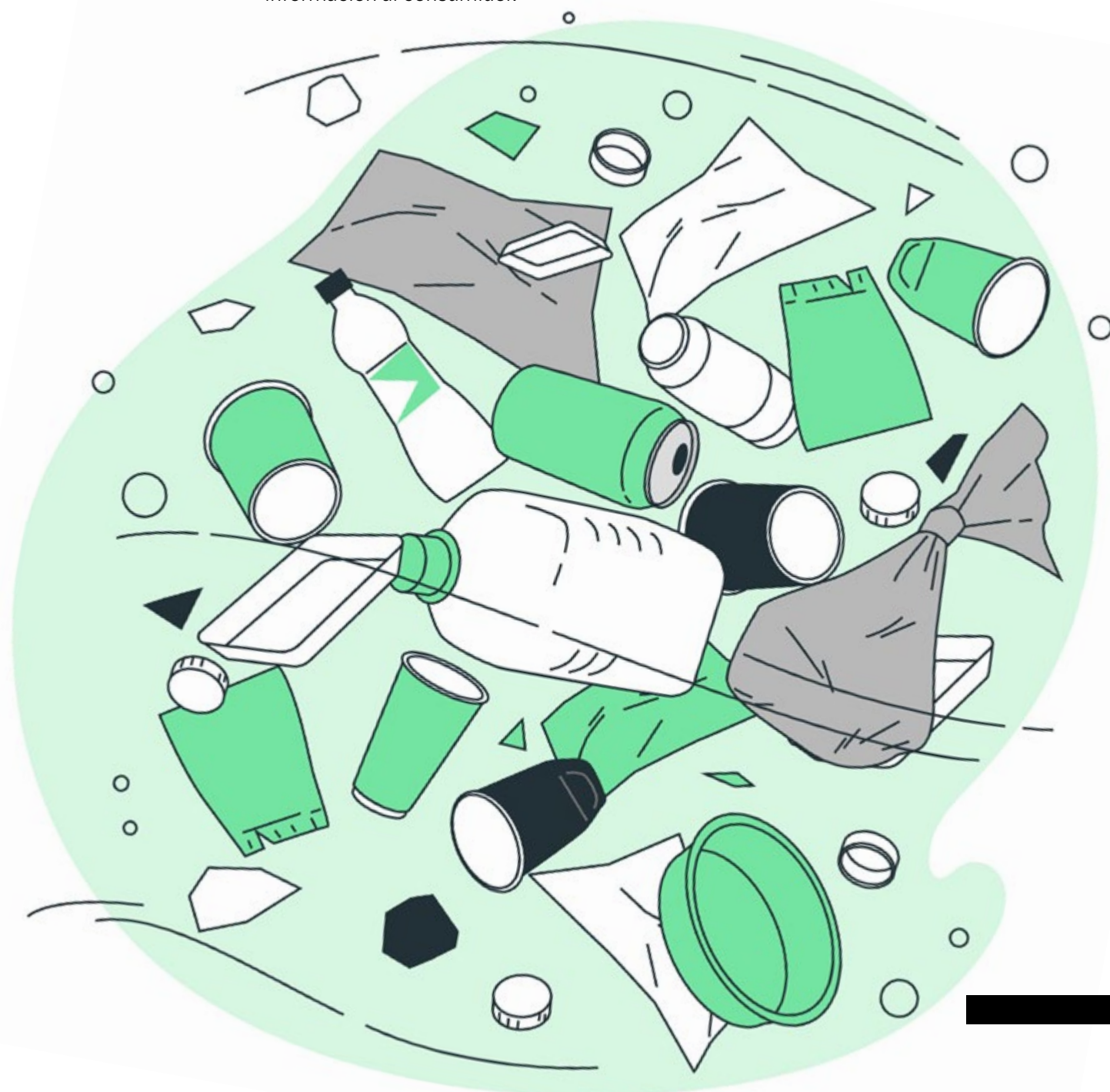
| Fuente: financialfood.es |

Según destaca la Comisión Europea, la nueva normativa **reducirá significativamente las emisiones de gases de efecto invernadero**, el uso de agua y los costes medioambientales en la industria de los envases. Paralelamente, el **reglamento creará oportunidades para los sectores del reciclaje y la sostenibilidad**. *"Se trata de un paso importante hacia una economía más circular, sostenible y competitiva para la UE"*, señala el ejecutivo.

Las nuevas medidas tienen por objeto **desarrollar un mercado único de residuos**, materiales secundarios y reutilizables, **promover el reciclaje y reducir la dependencia de los recursos primarios**. Entre ellas se incluyen la promoción de la **reutilización o el rellenado** como alternativas a los envases de un solo uso y la mejora de la información al consumidor.

Los envases serán más **sostenibles** y permitirán a los consumidores **reutilizar y clasificar** sus residuos de envases de forma más eficaz, con **soluciones personalizadas** para las necesidades específicas de los Estados miembros y las empresas. De este modo, el **reglamento mejorará la eficiencia de los recursos** e impulsará un uso circular de los materiales.

Al ofrecer nuevas oportunidades de negocio, el reglamento generará puestos de trabajo e impulsará la innovación en soluciones de envasado. También aumentará la **eficiencia en el sector del reciclaje**. Además, las restricciones a determinadas sustancias peligrosas protegerán la salud de los consumidores y el medio ambiente, señala la Comisión, que asegura que ahora *"se centrará en la aplicación del nuevo reglamento"*.



La EVA celebrará su Junta Directiva en Aneda

Acogerá la Junta Directiva de la Asociación Europea

La Asociación Europea de Vending-EVA- celebrará su junta directiva el próximo 19 de marzo en Madrid, en las instalaciones de ANEDA, reuniendo a líderes del sector para discutir estrategias futuras.

El Presidente de Aneda, **Juan Luís Hernández**, el Secretario General, **José Manuel Mendoza**, junto a otros miembros de la asociación, acudirán a esta cita para dar la bienvenida a los colegas de la asociación europea, quienes discutirán y planificarán estrategias para fortalecer la industria en Europa. La elección de ANEDA como anfitrión subraya su **reconocimiento y confianza a nivel europeo**.

Como miembro de la EVA, **ANEDA se encarga de comunicar las preocupaciones del sector a nivel nacional** y de compartir los desafíos futuros. Nuestro objetivo principal es trabajar en conjunto para defender los intereses del sector, una prioridad fundamental para nuestra organización.



Internacional



Actualice su gestión de Vending, cambie a...

ELYTE



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

Eventos Internacionales de interés para el sector

ASIA VENDING & SMART RETAIL EXPO |

Del 26 al 28 de febrero.

Poly World Trade Center Expo de Guangzhou (China)

THE NAFEM SHOW |

Del 26 al 28 de febrero.

Georgia World Congress Center de Atlanta (EE.UU.)

THE CAMA SHOW |

Del 4 al 5 de marzo.

Centro Internacional de Convenciones de Toronto (Canadá)

HIP |

Del 10 al 12 de marzo.

IFEMA de Madrid (España)

HORECA BALEARES MENORCA |

Del 11 al 13 de marzo.

Recinto Ferial Mahón de Menorca (España)

INTERNORGA |

Del 14 al 18 de marzo.

Feria de Hamburgo (Alemania)

VERSOUS |

Del 18 al 20 de marzo.

Centro de Exposiciones de Moscú (Rusia)

HORECA BALEARES IBIZA Y FORMENTERA |

Del 24 al 26 de marzo.

Recinto Ferial FECOEV de Ibiza (España)

EXPO ANTAD |

Del 25 al 27 de marzo.

Expo Guadalajara de Jalisco (México)

VENDEX MIDLANDS |

26 de marzo.

Estadio MK de Milton Keynes (Reino Unido)

SALÓN DE GOURMETS |

Del 7 al 10 de abril.

IFEMA de Madrid (España)

FHA FOOD & BEVERAGE |

Del 8 al 11 de abril.

Singapore Expo (Singapur)

TUTTOFOOD |

Del 5 al 8 de mayo.

Fiera Milano (Rho) de Milán (Italia)

THE LONDON COFFEE FESTIVAL |

Del 15 al 18 de mayo.

Cervecería Truman de Londres (Reino Unido)

THE NAMA SHOW |

Del 7 al 9 de mayo.

Las Vegas (EE.UU.)

VENDING SHOW PARIS |

Del 25 al 27 de junio.

Centro de Exposiciones Porte de Versailles de París (Francia)

WORLD OF COFFEE GENEVA |

Del 26 al 28 de junio.

Palexpo de Ginebra (Suiza)

VEND ASEAN |

Del 2 al 4 de septiembre.

Impact Exhibition Center de Bangkok (Tailandia)

EVEX |

Del 9 al 12 de septiembre.

Hotel The Meridien Lav de Split (Croacia)

BDV VENDTRA |

Del 23 al 25 de septiembre.

Olympiapark de Múnich (Alemania)

HOSTMILANO |

Del 17 al 21 de octubre.

Fiera Milano (Rho) de Milán (Italia)

IBERHORECA |

Del 21 al 24 de octubre.

Sancti Petri – Chiclana de la Frontera (España)

GASTRONOMIC FORUM BARCELONA |

Del 3 al 5 de noviembre.

Recinto Montjuïc de Barcelona (España)

VENDEX NORTH |

12 de noviembre.

Sala de Exposiciones del Hipódromo de Doncaster (Reino Unido)

ANEDA EXPO CONGRESS |

12, 13 y 14 de Noviembre.

Palacio de Congresos "El Greco" Toledo (España)



¡Anótalos en tu agenda!



Si formas parte del sector del vending, debes formar parte de la familia Ane da

¡Somos tu asociación!

¿Aún no conoces las **ventajas** que tienen nuestros asociados?

¡Conócelas aquí!

Contacta en: comercial@aneda.org

Proyectos con **intereses en común**, aprendizaje, **formación**, **colaboración**, articular y fortalecer el sector... **representar y defender** los intereses de todos sus asociados. Esa es nuestra razón de ser.

ANEDA continúa trabajando para **dotar de más servicios y ventajas** a todos los socios.

Hazte socio... lo agradecerás

Queremos seguir creciendo y así conseguir una mayor representatividad antes las administraciones.

Ahora es el momento.



**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



www.sistiagalasa.com



@sistiagalasavg



@SistiagaLasaVG



Sistiaga Lasa
Vending Group SL

Tú, a tu
donuts



Tú, a tu momento de desconexión, a tomarte las cosas con calma, a darte un capricho porque te lo mereces (y mucho).



KARIBOU se incorpora a ANEDA

Nuevo socio proveedor

Nos complace anunciar la incorporación de KAIBOU, fabricante de productos de packaging de un solo uso, a nuestra asociación.

Con esta nueva afiliación reforzamos el compromiso e ilusión de contribuir al crecimiento y desarrollo de nuestra organización.

Encantados de contar con su experiencia y conocimientos que, sin duda, **enriquecerán nuestra asociación y contribuirán al crecimiento y éxito de todos.**

¡Visita su web!



LAS SOLUCIONES DE PACKAGING MÁS REVOLUCIONARIAS

Vasos y tapas de papel

Todo lo que siempre se ha pedido en un vaso para llevar, ahora también sostenible. Escoge el vaso con la capacidad que necesites y valora las opciones de personalización de las que dispones.

Karibou

**NO MORE
EXCUSES**

Es momento de dejar las excusas a un lado y empezar a cambiar. Hemos desarrollado la primera solución de packaging 100 % origen vegetal sin plástico. El futuro del packaging empieza hoy.



la Radiosa

INNOVACIÓN CONTINUA

La Radiosa es una máquina de café súper-automática premium con detalles cromados y refinados. Ofrece electrónica avanzada, una pantalla táctil de 10" para personalizar iconos de bebidas, colores y mucho más. Con Wi-Fi, Bluetooth y 3G incorporada, garantiza una conectividad de primer nivel.

Su sistema EvoMilk permite una emulsión de la leche, incluso fría, que realiza su cremosidad.

La Radiosa también disponible en versión DualMilk.



GAGGIA
MILANO



Últimas acciones Ane

ANEDA refuerza sus Relaciones Institucionales y continúa su labor tras la Jornada en el Congreso de los Diputados.



ANEDA ha intensificado sus esfuerzos en el ámbito de las relaciones institucionales, consolidando su presencia tras la jornada celebrada en el Congreso de los Diputados hace dos meses.

Durante los últimos encuentros ANEDA ha resaltado la importancia de la **distribución automática** y ha defendido los **intereses del sector ante las Administraciones Públicas**.

Tras la jornada parlamentaria, ANEDA ha continuado su **labor de lobby**, trabajando estrechamente con diversas Comunidades Autónomas para asegurar que las normativas futuras no perjudiquen a la **distribución automática ni sea discriminada frente a otros canales de distribución**.

Hay que destacar que, como hemos venido informando, **diversas Comunidades Autónomas están valorando la regulación de las bebidas energéticas**.

Galicia fue la primera en intentar limitar la venta y consumo de estas bebidas a menores de edad, y otras regiones como **Castilla y León, Comunidad Valenciana, Aragón, Baleares, Castilla-La Mancha y el País Vasco** están considerando medidas similares. Sin embargo, es importante señalar que **actualmente no existe ninguna normativa en vigor en España que prohíba o restrinja las bebidas energéticas**.

En las reuniones mantenidas, en la cuestión de las bebidas energéticas, además de estar en consonancia con la postura planteada por el resto de las asociaciones de la cadena de valor, ANEDA ha puesto de manifiesto que el **canal de la distribución automática está innovando continuamente** y, fruto de ese esfuerzo, se incluye la existencia de tecnologías avanzadas, como el reconocimiento de edad en máquinas expendedoras, para garantizar un control efectivo de la venta de productos no aptos para menores.

De hecho, hemos tenido conocimiento de que la **Comunidad de Madrid ya está estudiando la implementación de tecnología de reconocimiento de edad** en sus futuras normativas para regular la venta de algunos productos cuyo consumo estará limitado a los menores de edad.

Además, ANEDA sigue abogando por la **reducción de comisiones bancarias en las tarjetas corporativas** y también por la simplificación de las **cargas administrativas**, lo que permitiría a las empresas de vending mejorar su rentabilidad y eficiencia operativa. **Estas acciones son cruciales para el crecimiento y la innovación continua del sector**.

Asimismo, hay que subrayar que la **Xunta de Galicia** ha convocado a la asociación a una nueva reunión para conversar acerca del **Certificado de Calidad AQS**. Un interesante encuentro donde el Delegado Regional, **Antonio Correa**, y la directora general **Volanda Carabante** definieron las especificaciones de dicho certificado, poniendo de manifiesto la importancia de su implantación en las **empresas de distribución automática para asegurar un servicio de calidad** y cumplimiento de los requisitos legales que avalan la seguridad del suministro al consumidor final.

Con estas iniciativas, ANEDA reafirma su **compromiso con la defensa y promoción de los intereses de sus asociados, asegurando un futuro próspero y sostenible para la distribución automática**.



Último encuentro presencial con la Xunta de Galicia

24H

BUREAU VERITAS Certification

El sabor comienza con la calidad de cada ingrediente

Im sandwich

100% CALIDAD

TODOS NUESTROS PRODUCTOS ESTÁN ELABORADOS CON INGREDIENTES DE PRIMERAS MARCAS.

sandwichlm.com

El mejor café solo con pulsar un botón.

Descubre nuestra nueva línea Vending

Special Vending

CAFESCANDELAS.COM

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 YOURSELF

¡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 productos solubles o el kit dispensador de toppings para menús aún más golosos.

Con Agily, eres dueño del cambio.

TOUCH 21" L TOUCH 21" M ESPRESSO VACUUM CUP DIFFERENT SIZES

ERA VENDING

Fabricación

NOVEDAD!

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: toda selección de productos, entrada de monedas antirrobos 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: carentes interiores de la máquina en hoja de acero inoxidable 304. Bandejas de producto, espejos, separadores, guías de latas, todo ello en acero inoxidable 304. 7 capillos extraíbles para almacenar producto.

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

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

Sensor: sensor de calidad de producto de última generación.

Software: nuevo software 2011 con múltiples opciones.

Sistemas de pago y comunicación: máquinas programables para aceptar módulos de telemetría, billetes y tarjetas de crédito.

PREMIUM maxi
DIMENSIONES (mm): 1.800 x 1.000 x 850
PESO: 400 kg.
CAPACIDAD MÁXIMA: 900 productos

PREMIUM medium
DIMENSIONES (mm): 1.800 x 950 x 850
PESO: 350 kg.
CAPACIDAD MÁXIMA: 750 productos

PREMIUM mini
DIMENSIONES (mm): 1.800 x 750 x 850
PESO: 300 kg.
CAPACIDAD MÁXIMA: 450 productos

Teléfono Antirrobos
Entrada de monedas antirrobos
Cristal reforzado de 20 mm
Capillos de atracción de productos
Iluminación por 3 tiras de led
Bancos en acero inoxidable. Con doble espesor

IPídanos presupuesto, se sorprenderá!

Grupo de empresas La Era de la Venta Automática
Polígono de Asipo C/B parcela 33, Naves 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

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 le guiará paso a paso para que puedas cuidar de tu máquina de café, tal como ella la cuida de ti.

MICROMIE

DISTRIBUIDOR Y FABRICANTE DE RECAMBIOS PARA SUS MAQUINAS VENDING

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

24/7

www.micromie.com

Via Silvio Pellico 19/9a Pomezia RM - Italy

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

Marcos González, revalida su título y gana el Campeonato Nacional de Baristas 2025



Marcos González, barista de Delikia y responsable de la marca Root Café, representará a España en el Campeonato Mundial de Baristas de 2025.

La competición, que volvió a celebrarse después de varios años de parón, reunió a 18 de los mejores profesionales del café del país

Delikia

Marcos González, barista de Delikia y responsable de la marca Root Café, ha sido nuevamente proclamado **mejor barista de España tras su victoria en el Campeonato Nacional de Baristas 2025**, organizado por la Specialty Coffee Association (SCA) en el marco del Coffee Fest, celebrado en IFEMA Madrid. Este triunfo le otorga el pase directo para representar a España en el Campeonato Mundial de Baristas, que tendrá lugar en Italia a finales de este año.

La competición, volvió a celebrarse después de varios años de parón, **reuniendo a 18 de los mejores profesionales del café del país**, quienes demostraron su talento en una intensa prueba donde la técnica, la creatividad y el conocimiento del café fueron determinantes.

Nuestro compañero Marcos, **ya había conseguido este título en 2019**, pero regresó al certamen con el objetivo de **revalidar su puesto** y este lunes volvió a sorprender al jurado en la gran final, consiguiendo alzarse con el primer puesto. Para el vigués *"ha sido un desafío volver a competir y poner a prueba la investigación, horas de práctica y aprendizajes de los últimos años de trabajo con el equipo de Delikia y Root Café."*

La propuesta ganadora, titulada *"Nada se pierde todo se transforma"*, reunió tres bebidas, dónde cada una representaba un momento clave para el barista: Origen, inspirada en la relación y la

experiencia con finca Esmeralda (Panamá), un lugar excepcional que le acompaña desde su su primer geisha; Libertad, que representaba la conexión con su equipo y la innovación y, por último, Alegría, una bebida con la que trataron de reunir a Colombia, Panamá y Asturias, las principales vivencias del barista, en una taza a través de una sinergia de los sabores y procesos más característicos de cada lugar. Marcos nos contaba, "Lo que nos ha hecho llegar hasta aquí, más allá de las nuevas tecnologías y la innovación, ha sido el trabajo en equipo con personas como los productores de café y los ganaderos".

Con esta nueva victoria, refuerza su posición como **referente en el mundo del café** de especialidad y la excelencia de Delikia y Root Café en el sector.

El próximo desafío de **Marcos González** será el Campeonato Mundial de Baristas en Italia, donde competirá con los **mejores profesionales del mundo** en una cita que promete ser un escaparate internacional del talento y la pasión por el café.



Nuestro compañero Marcos, **ya había conseguido este título en 2019**, pero regresó al certamen con el objetivo de **revalidar su puesto** y este lunes volvió a sorprender al jurado en la gran final, consiguiendo alzarse con el primer puesto. Para el vigués *"ha sido un desafío volver a competir y poner a prueba la investigación, horas de práctica y aprendizajes de los últimos años de trabajo con el equipo de Delikia y Root Café."*

La propuesta ganadora, titulada *"Nada se pierde todo se transforma"*, reunió tres bebidas, donde cada una representaba un momento clave para el barista: *Origen*, inspirada en la relación y la experiencia con finca Esmeralda (Panamá), un lugar excepcional que le acompaña desde su primer geisha; *Libertad*, que representaba la conexión con su equipo y la innovación y, por último, *Alegría*, una bebida con la que trataron de reunir a Colombia, Panamá y Asturias, las principales vivencias del barista, en una taza a través de una sinergia de los sabores y procesos más característicos de cada lugar. Marcos nos contaba, *"Lo que nos ha hecho llegar hasta aquí, más allá de las nuevas tecnologías y la innovación, ha sido el trabajo en equipo con personas como los productores de café y los ganaderos"*.

Con esta nueva victoria, refuerza su posición como **referente en el mundo del café de especialidad** y la excelencia de Delikia y Root Café en el sector.

El próximo desafío de **Marcos González** será el Campeonato Mundial de Baristas en Italia, donde competirá con los **mejores profesionales del mundo** en una cita que promete ser un escaparate internacional del talento y la pasión por el café.

delikia
fresh

**VISITA
SU
WEB**



BRITA
Profesional

**CON BRITA
AUMENTA LA
RENTABILIDAD DE
MIS MÁQUINAS**

BRITA Professional calidad de confianza.

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

- DESDE 1852 -
LACASA

CHOCOLATE NEGRO
ARÁNDANOS
NATURALES

CHOCOLATE NEGRO
70%
Cacao

CHOCOLATE NEGRO
NARANJA

CHOCOLATE LIGERO
ALMENDRA
Y CARAMELO

Nuevas chocolatinas

Risi
MIOS!
ADULT SNACK

¡NUEVOS!

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

Innovación en vending: Expendedoras de accesorios para móvil en hoteles y hospitales

El quedarse sin stock de vasos de papel puede generar varios problemas, como interrupciones en el servicio, insatisfacción del cliente y pérdida de ingresos.

Mobiloso

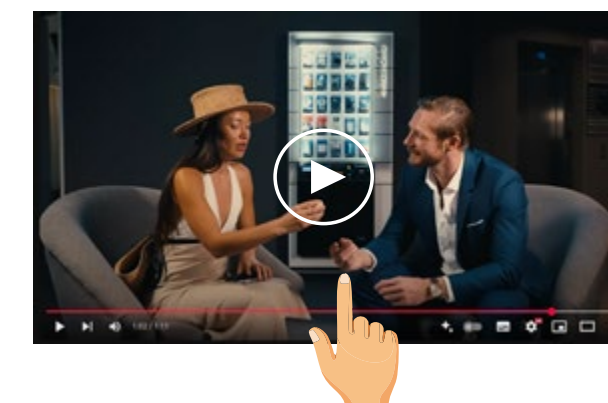
En un mundo donde la inmediatez y la comodidad marcan la diferencia, nuestro servicio de expendedoras de accesorios para móvil se posiciona como una solución clave en hoteles y hospitales. **La necesidad de un cargador olvidado, unos auriculares o un adaptador puede surgir en cualquier momento**, y gracias a nuestra red de máquinas, los usuarios pueden resolver estos imprevistos al instante.

Este concepto no solo aporta valor al consumidor, sino que también **complementa el vending** tradicional de alimentación y bebidas, generando nuevas oportunidades de ingresos para los operadores. Además, nuestras exclusivas **expendedoras ultracompactas** nos permiten instalarlas en ubicaciones estratégicas donde las máquinas convencionales no tienen cabida, maximizando la accesibilidad sin comprometer el espacio disponible.

La innovación y la adaptabilidad son nuestro motor, y con estas soluciones seguimos **redefiniendo el vending en espacios clave**.

Colaboramos con otros **operadores de vending** bajo un modelo de partnership que crea sinergias y potencia la rentabilidad del sector. A través de esta cooperación, facilitamos la **diversificación de la oferta en los puntos de venta, enriqueciendo la experiencia del usuario y fortaleciendo el ecosistema del vending**.

Para mostrar en acción la funcionalidad y ventajas de nuestro servicio, hemos grabado un nuevo **vídeo que puede visualizarse en la siguiente imagen**:



Teika reúne a referentes del deporte femenino valenciano en la presentación de la 8ª temporada "Juegan ellas ganamos todos"

Continuamos un año más, con la mayor apuesta por el deporte femenino en la Comunitat Valenciana

Teika

El pasado 29 de enero, presentamos la octava temporada de la campaña **'Juegan ellas, ganamos todos'**, la mayor apuesta por el deporte valenciano femenino.

La cita, cuya intención era ser celebrada en noviembre pero **se pospuso tras la DANA**, reunió a **deportistas, cuerpo técnico y directivo de los clubes**, así como a **periodistas deportivos y representantes institucionales en la Fonteta**.

Por su parte, **Víctor Luengo**, Director de Relaciones Institucionales del Valencia Basket, ha hecho hincapié en *"el buen momento que atraviesa el club y en la proyección de futuro del mismo, en un momento muy especial para el club valenciano con la construcción de un nuevo estadio con mayor capacidad y mejores prestaciones"*.



Durante la presentación, **Begoña Cano**, Responsable de Comunicación y patrocinio deportivo de Teika, ha destacado que *"'Juegan ellas, ganamos todos' es una auténtica campaña de igualdad que defiende que cuando las mujeres pisan un terreno de juego trasladan un mensaje que va mucho más allá de lo puramente deportivo, un mensaje de oportunidades, fortaleza y éxito: ellas pueden alcanzar todo lo que se propongan"*. Por su parte, **Berti Barber**, Directora de marketing de Teika, ha puesto de manifiesto que *"el objetivo de Teika siempre ha sido dar visibilidad al deporte femenino, mejorar su calidad y condiciones y crear referentes"*.



También han intervenido en el encuentro **Maria Ballester**, jugadora del Club Waterpolo Turia, que ha puesto de manifiesto la importancia que tiene en el día a día de clubes contar con el respaldo de empresas como Teika, y **Eva Martínez**, ex presidenta de Rugby Turia, quien ha detallado el proceso de fusión que ha vivido este año el club con el objetivo de aunar esfuerzos para lograr el ascenso a División de Honor.

Ha cerrado el turno de intervenciones **M. Ángeles Vidal**, gerente de la fundación Deportiva Municipal, quien ha destacado la apuesta de la ciudad de Valencia por seguir fomentando el deporte base y la participación femenina, y ha puesto en valor la labor realizada por **Teika**.



La profesionalización del deporte femenino, a debate

El encuentro ha contado también con la celebración de una mesa redonda en la que han participado la periodista **Paula Lerin**, **Silvia de Uña**, especialista en psicología deportiva y **Lucia Carmona**, coeducadora y gestora deportiva, y en la que han abordado la evolución del deporte femenino y los retos que todavía quedan pendientes, así como la importancia que juegan la educación y la visibilidad a la hora de garantizar que existan deportistas referentes, espejo de niñas y niños.

A ellos se suman Elche CF, Club deportivo Waterpolo Turia y Club Voleibol Sant Joan d'Alacant, incorporados a la familia Teika este temporada.



17 clubes, 8 disciplinas

Las ocho disciplinas deportivas integradas en la campaña 'Juegan ellas, ganamos todos' 2024/25 han estado representadas por los **clubes que componen la familia Teika**, de la que forman parte un año más: Valencia CF, Levante UD, Villarreal CF, Valencia Basket, CB Claret Benimaclet, Valencia Club Hockey, Club Atletismo Safor Teika, Rugby Turia- Les Abelles, Club Voleibol Playas de Benidorm, Grupo USA-Handbol Mislata, Club Levante UD-BM Marni, Club BM Morvedre, Club Balonmano Elche y CBF Elda Prestigio.

VISITA SU WEB



Una representación del equipo de Teika

Acudió también al encuentro una representación del equipo de Teika formada, entre ellos, por **Luis Bernia**, Director General, **M. Ángeles Rico**, Directora de Personas, **Ramón Gómez**, Director de Operaciones, o **José Manuel Benet**, Director Comercial, y su equipo.

La Fonteta, testigo de la última temporada del Valencia Basket

El lugar escogido por Teika para la presentación de la campaña ha sido La Fonteta, lugar emblemático y simbólico del deporte valenciano y que este año es testigo de la **última temporada del Valencia Basket**, puesto que el club jugará la próxima temporada en el nuevo estadio **Roig Arena**.





Nestlé dona 13.000 cápsulas de café de NESCAFÉ DOLCE GUSTO para las personas vulnerables de Girona

Nestlé lleva calor a quienes más lo necesitan:
dona 13.000 cápsulas de café a Cruz Roja
en Girona

Nestlé

Ante la llegada del invierno y el frío, la fábrica de **café soluble y cápsulas de Nestlé** en Girona ha donado un total de 13.000 cápsulas de café descafeinado de **Nescafé Dolce Gusto a Cruz Roja** de la ciudad, dentro del plan en contra del frío que lleva a cabo el Ayuntamiento de Girona.

Desde el pasado mes de diciembre y hasta finales del mes de abril, alrededor de 45 personas sin hogar de la ciudad de Girona recibirán de forma diaria tanto por la mañana como por la tarde una taza de café. Para ello, la factoría también ha donado a la entidad solidaria dos cafeteras de cápsulas.

Esta ayuda se incluye dentro del "Plan de Frío" que lleva a cabo el consistorio gerundense destinado a aquellas personas que duermen en la calle en la ciudad y que, de forma especial por las condiciones climatológicas de esta época de año, se encuentran en situación de vulnerabilidad. Este servicio se desarrolla con la participación de personas **voluntarias de Cruz Roja y Cáritas**, entre otras entidades locales.

"En Nestlé, creemos firmemente en la importancia de contribuir al bienestar de nuestra comunidad, especialmente en momentos difíciles como el invierno. La donación de estas 13.000 cápsulas de café es una pequeña muestra del compromiso de la fábrica de Girona con las personas más vulnerables de la ciudad. A través de esta colaboración, esperamos brindar un poco de calor y confort a quienes más lo necesitan", ha destacado **Arnau Pi**, director de la planta de café soluble y cápsulas de Nestlé en Girona.

VISITA SU WEB



Confía en Aragami y no te quedarás sin vasos de papel

El quedarse sin stock de vasos de papel puede generar varios problemas, como interrupciones en el servicio, insatisfacción del cliente y pérdida de ingresos.

Aragami

Confiar en una empresa como Aragami, que **garantiza el suministro constante de vasos de papel**, es esencial para mantener la operación fluida de las máquinas de vending.

¡Con Aragami, tu negocio nunca se quedará sin vasos de papel!

VISITA SU WEB

Aquí te dejo algunos motivos para confiar en nosotros:

Fiabilidad: Entregas puntuales y constantes, evitando la interrupción de tu servicio.

Calidad: Los productos de Aragami están hechos con materiales de alta calidad, garantizando resistencia y durabilidad.

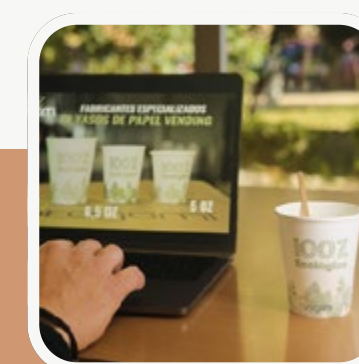
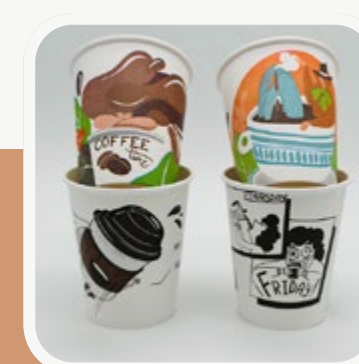
Sostenibilidad: Comprometidos con el medio ambiente, los vasos de Aragami son sostenibles.

Innovación: Ofrecemos diseños modernos y personalizados que se adaptan a las necesidades de tu negocio.

Atención al cliente: Servicio excepcional, disponible para resolver cualquier problema o consulta de manera rápida y eficiente.

Teléfono: +34 876 544 148

E-mail: info@aragami.es





La marca Snatt's de Grefusa acerca al público las claves para mantener un estilo de vida saludable

Snatt's, la marca de snacking equilibrado de Grefusa, estrena el tercer episodio de 'Rico & Bueno', su podcast 'On the Go'.

Grefusa

En esta ocasión cuenta con una invitada de lujo: **Carolina Marín**, reconocida con galardones como el Premio Princesa de Asturias del Deporte y campeona de múltiples torneos internacionales como los Juegos Olímpicos de Río 2016.

A bordo de una bicicleta, esta campeona olímpica de bádminton, que lleva más de dos décadas agrandando una leyenda, comparte en este episodio, de 45 minutos de duración, **los momentos más importantes de su carrera**, incluyendo cómo superó lesiones graves y cómo ha decidido seguir compitiendo para retirarse a su manera. Además, Marín reflexiona sobre el apoyo que ha obtenido y la importancia de recibir no solo el Premio Princesa de Asturias del Deporte, sino el cariño de la gente.

"Mi última lesión fue un momento muy doloroso para mí, muy crítico, pero ya está. Son cosas que pasan en la vida por algo y hay que analizarlas y tirar para adelante", agrega Carolina Marín. "Creo que he ganado una medalla que en mi vida no me he podido imaginar que se podía ganar, que era el amor y el cariño de toda la gente".



A través de testimonios como este, *"buscamos conectar de una forma auténtica y dinámica con nuestros consumidores, teniendo en cuenta que disfrutar de algo rico no está reñido con mantener un estilo de vida activo y equilibrado. Son 45 minutos de emociones que convertimos en una fuente de inspiración para todos aquellos que buscan el bienestar en su vida",* explica **Cecilia Año**, Brand Manager de Snatt's.

Conducido por la influencer y podcaster **@Meriadiano**, que cuenta con más de 157 mil seguidores, las entrevistas de 'On the Go' combinan disfrute y bienestar, reflejando el compromiso de Snatt's con un estilo de vida equilibrado.

Este nuevo episodio disruptivo ya está disponible en el **canal de YouTube de Grefusa y en Spotify**. Además, Snatt's también compartirá fragmentos exclusivos de la entrevista en sus redes sociales, creando contenido multiplataforma para que los oyentes disfruten del bienestar de forma accesible y natural.

Con este podcast, Snatt's refuerza su misión de **inspirar a través de historias reales y formatos innovadores**, en un espacio en el que los invitados hablan sobre cómo logran un equilibrio en sus vidas, explicando los métodos que aplican en su día a día para mantenerse felices, así como **consejos sobre bienestar**.



El Pozo Alimentación- Grupo Fuertes, en el top 100 de las empresas más responsables de España

La compañía ocupa posiciones de liderazgo en los ámbitos de medio ambiente, en el interno, clientes y sociedad y a escala ética y de gobernanza.

El Pozo Alimentación

El Pozo Alimentación-Grupo Fuertes se sitúa entre las cien compañías más responsables en términos ESG (Medioambiente, Sociedad y Gobierno Corporativo) durante el año 2024, según el ranking de Merco. **El holding empresarial, liderado por la compañía de alimentación, ocupa la posición 34**, lo que supone un gran avance respecto al ejercicio anterior en el que ocupó el puesto 68. Por sectores, la organización se coloca entre las diez primeras empresas de alimentación más responsables (puesto 6).

El estudio de Merco se ha basado en el **análisis pormenorizado de más de 63.000 encuestas a distintos grupos de interés**. Merco Responsabilidad ESG ha contado con la participación de 1.195 directivos, 71 expertos en RSC, 100 analistas financieros, 77 periodistas de información económica y sociedad, 117 miembros de Gobierno, 120 responsables de ONG, 78 responsables de sindicatos, 65 de asociaciones de consumidores, 92 Social Media Managers, 400 responsables de pymes, y 9.257 ciudadanos.

El Pozo Alimentación-Grupo Fuertes se sitúa entre **las cincuenta mejores compañías en el ámbito medio ambiental**, en el interno, clientes y sociedad y a escala ética y de gobernanza.

Merco, que cumple este ejercicio su **25 aniversario** lleva catorce años desarrollando este estudio específico en el **concepto ESG**, que integra el medio ambiente, la sociedad y el gobierno corporativo, agrupando en esto tres ejes los factores no financieros más relevantes de una compañía.

VISITA SU WEB



*El Pozo Alimentación, en el top 100 de las empresas más responsables de España.
Vista aérea de su planta de depuración de aguas.*

LAB19 arranca su nuevo programa TalentIQ para jóvenes con altas capacidades intelectuales

Seis estudiantes con formación multidisciplinar se incorporan a este programa pionero que impulsa la creatividad sin límites y el talento

El Pozo Alimentación

LAB19, el laboratorio experimental de inteligencia artificial de Grupo Fuertes, ha arrancado un nuevo programa, TalentIQ, dirigido a estudiantes con altas capacidades, que pretende **impulsar el talento y liberar su potencial ilimitado** a través del uso y la aplicación de la IA y otras tecnologías emergentes.

En este novedoso programa, de diez semanas de duración, participan **seis jóvenes con altas capacidades**, fruto del convenio suscrito hace unos meses entre Grupo Fuertes, el holding empresarial que integra a ElPozo Alimentación, y las asociaciones de ámbito regional aMuACI y Talentos.

Lo que caracteriza a esta edición de LAB19 es el **enfoque multidisciplinar del equipo**, que combina a participantes de diferentes formaciones académicas, desde **ingenieros informáticos, industriales y telemáticos, hasta un lingüista-traductor, un desarrollador de aplicaciones web y un médico**.

TalentIQ es uno de los diferentes programas de LAB19, exclusivo para altas capacidades, que, mediante una **metodología innovadora**, fusiona la inteligencia artificial con la humana. Este concepto permite a los estudiantes adentrarse en los **desafíos empresariales** con ideas disruptivas y convertir ideas en prototipos aplicables a cualquier sector. Además, **explora nuevas formas de trabajo y de colaboración en equipo**.

Nueva metodología

La metodología que utiliza esta edición difiere de las anteriores. El programa se plantea de una manera más dinámica, sin limitarse a desafíos concretos. Para lograrlo, se compone de diferentes **misiones de duración variable que los participantes deberán completar para desbloquear las siguientes**.

TalentIQ incorpora, además, un *'bootcamp'*, un entrenamiento intensivo en distintas áreas que facilita las herramientas que los estudiantes van a necesitar en el **desarrollo de las diferentes misiones** a las que se deben enfrentar. Además, introduce un sistema de comodines que podrán emplear para resolver cualquier duda que surja en el desarrollo de sus ideas.

La primera de las misiones a la que se han debido enfrentar ha consistido en el diseño de alimentos del futuro y, en un tiempo récord de tres días, ya han llevado la propuesta a prototipo. **El uso de la Inteligencia Artificial** ha sido clave para acelerar este proceso y que los participantes pudieran disponer de la información necesaria para su desarrollo en áreas como la **búsqueda de tendencias, la definición del target**, los momentos de consumo, el packaging o la estrategia de marketing.

Cada una de las misiones finaliza con la evaluación objetiva por parte de un panel de expertos, quienes valoran la **innovación, la ejecución técnica, el impacto y la aplicabilidad** de las soluciones desarrolladas. El programa concluirá con una presentación final en la que los jóvenes mostrarán sus prototipos y soluciones interdisciplinares al órgano directivo de LAB19.



Sobre LAB19

LAB19 se posiciona como un **concepto pionero en el ámbito de la tecnología** y en el entorno de la innovación continua. Este laboratorio experimental cuenta con una serie de programas de innovación y challenges a lo largo del año y, para ello, ha establecido alianzas estratégicas con centros académicos, centros especializados y otras instituciones.

El objetivo es aterrizar las **ideas más atrevidas, transformarlas en proyectos nunca vistos** y canalizar el talento innato de los jóvenes. LAB19 les permite experimentar, crear y romper los esquemas convencionales sin limitaciones. En su desarrollo, predomina la **creación y la ausencia de reglas y restricciones en un entorno completamente libre**.

"LAB19 es mucho más que un espacio de innovación; es una incubadora de talento donde fomentamos la creatividad y las habilidades. Ofrecemos un entorno único para desarrollar el potencial y el talento de jóvenes brillantes con ideas que deben ser ejecutables en cualquier sector. Aquí no replicamos nada que ya exista en el mercado; cada programa y cada solución que surge es completamente nueva y está enfocada a anticiparse a las necesidades del futuro, de manera que aporte un verdadero valor disruptivo", explica **Pablo Lorente**, CFO de Grupo Fuertes.

Participantes del programa TalentiQ, de LAB19, desarrollado por Grupo Fuertes.



@F2S



made in Italy

CALIDAD QUE DURA EN EL TIEMPO

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



www.facebook.com/Fas_vending
www.twitter.com/fas_vending
www.fas.it

madrid machine
Distribuidor Oficial para España
MFM - Madrid Fas Machine
C/Prado, 5 - Sector 8
28000 Torrelodón de Arzob. MADRID
T: 91 474 0427 - F: 91 474 0416
www.madridmachine.es
javier.garcia@madridmachine.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**.

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. - Pineda de Mar - 31330 Vitoria/Guadalajara (Navarra) - Tel. 948 843 360 - vending@grupogan.com

Desde 1981
Antonio Font

ilstant

preparados solubles para el vending

leches productos solubles para el vending Tienda online	capuccinos productos solubles para el vending Tienda online	chocolates productos solubles para el vending Tienda online	infusiones productos solubles para el vending Tienda online
---	---	---	---

café
productos solubles para el vending
Tienda online

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

Herdicasa se vuelca con la marea naranja contra el cáncer infantil

Herdicasa refuerza su vocación solidaria con la VII Carrera Galbán contra el cáncer pediátrico en la que un nutrido grupo de voluntarios de la marca asturiana reparten miles de botellines de agua y manzanas a los más de 41.000 corredores de la prueba. La recaudación final supera los 246.000 € y pulveriza los datos de ediciones anteriores.

Herdicasa

Herdicasa reafirma su compromiso con Galbán y se vuelca, una edición más, con su **VII Carrera Solidaria**, celebrada el domingo 16 de febrero en los 78 concejos del Principado de Asturias. Este evento solidario, organizado por la **Asociación Galbán con motivo del Día Internacional del Cáncer Infantil**, tiene como objetivo recaudar fondos para la investigación oncológica pediátrica.

Como en ediciones anteriores, **Herdicasa contribuyó con una aportación económica** y participó activamente con un nutrido grupo de voluntarios que se encargó de repartir miles de las tradicionales manzanas multicolor de la marca asturiana, así como botellines de agua en los puestos de avituallamiento, aportando energía y apoyo a los más de 41 000 corredores que se sumaron a esta gran marea naranja solidaria.

Con una cifra récord de inscritos, los **246.000€** recaudados posibilitarán la financiación de proyectos de investigación y la optimización de la atención psicológica de los niños y adolescentes con cáncer, una de las principales reivindicaciones de la asociación organizadora. La Consejera de Salud, **Concha Saavedra**, presente en la carrera de Noreña, reafirmó el compromiso del Principado con esta causa y anunció avances en la integración de la atención psicológica en el sistema sanitario.



VISITA SU WEB



Nestlé Nesquik

ALL NATURAL

LECHE CON CACAO

100%
INGREDIENTES
NATURALES

-50%
AZÚCARES
AÑADIDOS*

92%
DE LECHE

✓ SIN GLUTEN

100%
INGREDIENTES
NATURALES

50% MENOS
DE AZÚCARES
AÑADIDOS*

¡CON PAJITA
DE PAPEL!

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

Contáctanos
Tel. 9005059254
www.nestleprofessional.es

Nestlé
PROFESSIONAL

Vendo
SANDEN

Somos SandenVendo



PROYECTO CARBONO NEUTRAL
DESCUBRE NUESTRAS INICIATIVAS ECOLÓGICAS

SandenVendo Spain Sucursal en España
+34 93 474 15 55 | info@sandenvendo.es | 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@fuentesdeaguaminal.com
www.fuentesdeaguaminal.com

Fundación J. García-Carrión

El esfuerzo de una familia



DAIMIEL JUMILLA

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

► Descubre esta historia en garciacarrión.com



ANEDA

NOTICIAS

"La revista de tu asociación"




¡TE ESPERAMOS!

ANEDA no se responsabiliza de la veracidad y contenido de las noticias de empresa, ni artículos procedentes de otras fuentes.

SUSCRÍBETE

y recibe la revista cada mes:

✉ comercial@aneda.org

in   
@Anedavending