ISSN 2444-2534

Aneda NOTICIAS

Suscríbete aquí:
comercial@aneda.org

"La revista de tu asociación"

@Anedavending

Innovación, tendencias y oportunidades en el sector

Descubre todo en el interior

Mayo ▪ Nº 152

El chocolate y su historia

Analizamos los 10 mitos más comunes sobre sostenibilidad

La voz del experto

Antonio Guillorme Ochoa

Infovending Navarra

Pag 4

Entrevista a: Equipo de Laqtia

Pag 20

ANEDA Solicita Información sobre el Impacto del Apagón

Índice

4 La voz del experto

6 Asociación

ANEDA VENDING

20 Entrevista a: Equipo de Laqtia

46 Normativas, relaciones laborales y economía

50 Datos estadísticos

52 Internacional

56 Hazte socio - Nuevos socios

24 Estudios, tendencias y mercados

34 Curiosidades y reflexiones

36 Notas de prensa

58 Con nuestros socios

60 Formación

64 Noticias de empresa

Índice

La voz del experto

Antonio Guillorme Ochoa

Infovending Navarra

Vending local: cercanía, tecnología y compromiso

En un sector donde las grandes cifras, la expansión masiva y la automatización marcan muchas de las conversaciones, a veces olvidamos que el vending también tiene rostro, nombre y compromiso local. Muchas pequeñas y medianas empresas viven el día a día del servicio con la cercanía que solo una ***estructura ágil y arraigada*** *en el territorio puede ofrecer.*

Formar parte de ***ANEDA*** *es una forma de sumar y construir sector. Porque, más allá del tamaño o la facturación, las empresas locales tenemos mucho que aportar:* ***conocemos a nuestros clientes, escuchamos sus necesidades y adaptamos nuestras soluciones casi en tiempo real.*** *Hablamos con personas, no con volúmenes. Y eso también es innovación.*

La tecnología ha sido una aliada clave en este camino. Gracias a la ***telemetría, la conectividad de las máquinas y el análisis de datos****, hoy es posible anticiparse a las incidencias, optimizar rutas, ajustar el surtido y garantizar un servicio más eficiente y sostenible. Lo importante no es el tamaño de la empresa, sino cómo se integra la tecnología para ofrecer una experiencia mejor, más humana y más conectada con lo que el cliente espera.*

Además, el negocio emergente de las ***neveras inteligentes*** *abre una nueva oportunidad para las pequeñas empresas. Estos formatos permiten ofrecer* ***productos frescos, saludables y personalizados*** *con un nivel de control y eficiencia que antes parecía reservado solo a grandes operadores. Es una puerta de entrada a nuevos espacios y clientes, y una forma de ampliar la propuesta de valor sin renunciar a la proximidad ni a la flexibilidad que caracteriza a lo local.*

Otra fortaleza del vending local es la capacidad de colaborar con proveedores del entorno: obradores, tostadores, pastelerías, pequeños productores.

Ofrecer ***productos de kilómetro 0*** *no solo garantiza frescura y autenticidad, también fortalece la economía local y genera vínculos sólidos con otras empresas que comparten territorio, valores y visión. Así, el vending se convierte en un* ***canal de distribución*** *para lo nuestro, lo cercano, lo sostenible.*

Las pequeñas empresas de vending no solo instalan máquinas: entramos a diario en las oficinas, en las salas de descanso, en los pasillos de las fábricas y centros educativos. Vemos quién toma café, ***qué productos funcionan****, qué comentarios surgen frente a la máquina. Esa presencia continua permite establecer* ***relaciones de confianza*** *y ajustar la oferta con una precisión que no se consigue desde un modelo centralizado y distante. Conocemos a los usuarios, por nombre, por hábitos, y por necesidades.*

Esa ***cercanía*** *no es solo operativa, también es* ***emocional****. Saber quién entra en una empresa, qué cultura tiene, qué ritmos maneja y cómo evoluciona su día a día nos permite personalizar tanto el producto como el servicio. Y ahí está una gran* ***fortaleza*** *del vending local: transformar cada pausa en una experiencia pensada para quienes la viven. No se trata de* ***competir*** *con los grandes, sino de construir una propuesta que sea genuinamente nuestra, desde lo pequeño, con impacto real.*

Este artículo no es una reivindicación, sino una invitación. A que más empresas pequeñas y locales se sumen a la familia ANEDA. A que participen, opinen, propongan. Porque ***cuando compartimos, todos crecemos.*** *Y porque el futuro del vending se construye desde todos los tamaños, pero siempre con las mismas ganas.*

¡Reserva la Fecha! Asamblea General de ANEDA el 3 de junio

Te esperamos en Madrid, en la sede de nuestro asociado Coca-Cola.

Nos complace anunciar la próxima **Asamblea General Ordinaria de ANEDA,** que se celebrará el 3 de junio de 2025 en la sede de Coca-Cola en Madrid. Este acto, que dará comienzo a las **11:00** horas, será una oportunidad única para reunir a todos nuestros miembros y colaboradores.

La jornada comenzará con un café de bienvenida, seguido de una sesión de apertura y presentación por parte de **Coca-Cola,** donde se abordarán distintos temas sobre envases y surtidos, entre otros. Después de una breve pausa, se llevará a cabo la Asamblea General, en la que se presentará un detallado informe de la gestión realizada durante el ejercicio 2024 y se procederá a la aprobación de las cuentas anuales.
Para finalizar, los asistentes podrán disfrutar de un **picoteo y cóctel Royal Bliss,** lo que permitirá un espacio de networking y fortalecimiento de relaciones entre los asociados.

ANEDA ya ha remitido la **información a todos sus asociados** del programa de la jornada, que incluirá todas las actividades y presentaciones previstas.

Para más información y confirmación de asistencia, por favor, contacta a través del correo electrónico: comercial@aneda.org.

ANEDA Solicita Información sobre el Impacto del Apagón

Importante trasladar datos a las administraciones

Con el objetivo de elaborar un **informe a nivel nacional** sobre el impacto del reciente apagón en nuestro sector y poder trasladarlo a la administración, ANEDA ha enviado una solicitud a sus socios para recabar datos relevantes.

Se **agradece a todos los asociados que hayan compartido la afectación** que el apagón ha tenido en sus territorios.

La información solicitada incluía:

- Estimación de pérdidas económicas
- Pérdida de mercadería por falta de frío
- Impacto en recursos humanos
- Problemas con medios de pago
- Actores y ubicaciones más afectados

La colaboración de todos los socios, ante esta solicitud, es fundamental para poder presentar un panorama completo y preciso a la administración, con el fin de buscar **soluciones y apoyo para mitigar los efectos del apagón.**

Esta información ha sido crucial para poder trasladar nuestras inquietudes y propuestas a la Confederación Española de Comercio (CEC), patronal a la que pertenece Aneda y esta en contacto con la Secretaría de Estado de Comercio para hacer balance y seguimiento del impacto en el sector.

Gracias por la colaboración y compromiso.

Reunión con la organización CONPYMES

Manifiesto en Defensa de los Derechos de las PYMES

ANEDA, tras participar en la **cumbre empresarial sobre la reducción de jornada**, está coordinando una reunión con la Confederación Nacional de PYMES (CONPYMES) para abordar temas de interés (como el proyecto de la ley sobre la reducción de la jornada laboral) que preocupan en el ámbito empresarial.

Cabe recordar que, durante el encuentro celebrado en marzo, en la **Casa Árabe de Madrid,** se aprobó un manifiesto donde se **pretende recoger los principios esenciales y trasladar la gravedad de la situación** con respecto a la reducción de jornada para los empresarios, y que puedan ejercer dignamente y sin intervencionismo la liberta de empresa y derecho a la negociación colectiva.

El presidente de **CONPYMES, José María Torres,** durante su intervención, entre otros, llamó a la unidad de todas las organizaciones para defender los derechos y el futuro de las empresas y del país.

Durante el encuentro bajo el lema *"Reducción de Jornada: Así NO"*, en el que fue aprobado un manifiesto, han participado decenas de asociaciones y gremios de pequeñas y medianas empresas.

CONPYMES
CONFEDERACIÓN NACIONAL DE PYMES

Aplazado Webinar: Revolución Vending 2025!

Por motivos ajenos a la organización queda aplazado este webinar.

En cuanto se coordine nueva fecha, se compartirá la información detallada del acto.

Gracias por la comprensión. Disculpad las molestias ocasionadas.

PROXIMAMENTE CONFIRMAREMOS NUEVA FECHA.

APLAZADO

EVENTO ONLINE • 12 JUNIO • 16:00

La Era del Vending Inteligente

Lo último en innovación para 2025

BOUNCER DIGITAL · ANEDA · mundo vending

Inscripción disponible en breve

TPC NETGRUP CONSULTING

REGRESA A CLASE CON vendingschool

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

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

PRECIOS ESPECIALES PARA SOCIOS DE ANEDA

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

TODA NUESTRA OFERTA FORMATIVA EN UN CLIK

SCAN ME

fundae.es

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

el SNACK IDEAL para cualquier MOMENTO

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.

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)		

Convocatoria de Elecciones para el Consejo Regulador del Certificado AQS (Aneda Quality System)

Participa en esta cita electoral

ANEDA ha anunciado la convocatoria de elecciones para la renovación del **Consejo Regulador del Certificado de Calidad AQS-Aneda Quality System.**

Este proceso electoral se llevará a cabo de manera **telemática** a finales del mes de mayo, siendo **una oportunidad única** para que los miembros de la asociación que estén en posesión del certificado puedan participar y **postularse para formar el equipo** que desempeñe las funciones propias del Consejo Regulador, entre otras:

- **Evaluar y certificar el cumplimiento de los estándares de calidad.**
- **Proponer mejoras a los procedimientos de calidad.**
- **Vigilar las buenas prácticas y utilización del certificado.**

La asociación invita a todas las empresas que poseen el **Certificado de Calidad AQS** a presentar su candidatura. Este certificado, avalado por la Asociación Europea, es específico para el sector del vending y destaca por su rigor y excelencia en la evaluación de la calidad.

¡Tu participación es fundamental!

Cualquier información o duda, contacta en comercial@aneda.org

AQS ANEDA ·QUALITY SYSTEM·

ExpoCongress 2025: Innovación y Networking en Toledo

Marca las fechas en tu calendario y prepárate para ser parte del evento que cambiará el futuro del vending. ¡Te esperamos en Toledo del 12 al 14 de noviembre!

¿Por qué no puedes faltar?

Participa como expositor y tendrás:

- ***Oportunidad de contactar con los líderes de la industria:***
  Interactúa con los **expertos** que están revolucionando el mercado.
- ***Exhibe tus productos y servicios:***
  Aprovecha tu espacio de exhibición de **3x2 m² para destacar tus ofertas.**
- ***Acceso exclusivo a conferencias, comidas, cena de gala y vino español:***
  Disfruta de una **experiencia completa.**
- ***Personaliza tu participación:***
  Opta por alguna de las **6 salas disponibles** y adáptalas a tus necesidades.
- ***Fomenta el networking:***
  Participa en **actividades complementarias** y amplía tu red de contactos.

Del 12 al 14 de noviembre, el majestuoso Palacio de Congresos de Toledo se transformará en el epicentro de la distribución automática

¿Qué incluye el espacio 3x2 m²?

- ***Superficie 3x2 m².***
  Con moqueta.
- ***Trasera en perfilería metálica.***
  Revestida con tela impresa (2,00 x 2,50).
- ***Instalación eléctrica.***
  Cuadro eléctrico de 1 kw, con enchufe.
- ***Iluminación.***
  1 foco en trasera.
- ***Mobiliario estándar.***
  1 mostrador, 1 pluma impresa para frontal del mostrador, mesa alta redonda y 2 taburetes. (no incluye extras)

Incluye...

- **5 pases a las Conferencias** (por importe de 300€ los tres días).
- **3 Invitaciones para las comidas** durante días del evento.
- **3 invitaciones** para actividad y vino español del día 12 de noviembre.
- **3 invitaciones para la cena de gala** del día 13 de noviembre.

¿Quieres optar por tener visibilidad extra?

Asegúrate que tu marca destaque entre los mejores.
Puedes participar con más presencia a través de patrocinios y colaboraciones exclusivas:

Patrocinador Plus Premium Coffe-Corner

Durante los 3 días, durante las Conferencias en Anfiteatro.

Patrocinador Vino español y visita turística

Día 12 de noviembre.

Patrocinador Cena de Gala

Día 13 de noviembre. Con posibilidad de Speech durante el acto.

Colaboraciones extras

Durante los 3 días.

Los patrocinios tendrán **visibilidad en prensa,** redes sociales y otras plataformas, entrevistas extras en revistas y medios digitales, **logos destacados** durante actos, materiales publicitarios y web acceso sala Vip.

Y con la posibilidad de acceder a **salas Vip, reuniones** *"face to face"*, participar en mesas debate y mayor visibilidad en el día del *"vending en la calle"*.

Los espacios son limitados y ya tenemos más de 20 espacios confirmados. ¡Inscríbete ahora y asegura tu participación en ExpoCongress 2025!

¡No pierdas esta oportunidad única!

Automated TransActions · vendingGO · Fini · H2O direct Europe · Kaiku · Karibou · Laqtia HONEST INSTANT DRINKS · Vencloud · DELTA CAFÉS · Nestlé PROFESSIONAL · caslab make it simple · Qualery VENDING CULTURE · Risi · SANMY · CUPERNICAN · WORLDLINE

Si quieres estar presente como expositor, envía tu solicitud a: expo@aneda.org

¡Ellos ya han reservado!

ANEDA expocongress

¿Cuál es el programa previsto durante los tres días?

Prepárate para un atractivo programa de conferencias, exposición y actividades que revolucionarán tu networking.

PROGRAMA PREVISTO TODOS LOS DÍAS

9:00 a 12:00h
Conferencias profesionales
El coste de la entrada para los tres días será de 300€

12:00 a 18:00h
Exposición
Entrada gratuita

A partir de las 19:00h
Actividad complementaria
Coste por asistencia

PROGRAMA ESPECIAL COMPLEMETARIO

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.

¿Qué ponentes han confirmado?

Experto en Robótica impulsada por Inteligencia Artifical

Expresidenta del Congreso, Exministra y actual Presidenta de AMA

Presidenta de la Diputación de Toledo

Las Conferencias, en horario de **9 a 12 horas todos los días**, serán de alto nivel y cubrirán temas como **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 próximos días, a través de la página web de Expocongress.
El coste de la entrada a las Conferencias para los tres días será de 300€.

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

¡No pierdas esta oportunidad única!

¡Te esperamos en ANEDA Expo Congress 2025!

Entrevista a...

Laqtia
HONEST INSTANT DRINKS

Equipo de Laqtia

Han querido colaborar con esta entrevista diferentes departamentos (Marketing, I+D, Ventas) que integran Laqtia para hablarnos de su experiencia.

Nuevos Productos

1. ¿Qué novedades ha lanzado recientemente Laqtia al mercado?

En Laqtia la búsqueda de innovación define **quienes somos,** nos importa satisfacer las demandas de nuestros consumidores. Es por esto que hemos desarrollado una gama de **bebidas con valor añadido: más saludables, con ingredientes naturales, con aporte proteico**... nuestra gama Laqvital.

Además, hemos ampliado nuestra línea de bebidas vegetales, como puede ser la **bebida de avena con café, o nuestro Mattcha Latte.**

En un mundo donde la innovación y la conexión emocional marcan la diferencia, nos propusimos crear una experiencia sensorial capaz de despertar los recuerdos más entrañables de nuestra infancia. Así nació la colaboración con Lacasa, una marca emblemática que ha acompañado a generaciones con productos tan icónicos como **Lacasitos y Conguitos.**

Fruto de este trabajo conjunto, presentamos dos nuevas propuestas que combinan sabor, nostalgia e innovación: **Lacasitos White y Conguitos,** ahora en formato bebida. Estas creaciones no solo representan un homenaje a los clásicos de siempre, sino que también ofrecen una forma totalmente nueva de disfrutarlos.

Laqtia S.L. *Fundada en 2003 por* ***Alfonso López García*** *(CEO), es una compañía familiar especializada en el desarrollo, fabricación y comecialización de bebidas instantáneas de gran calidad para vending, dispensing, horeca, OCS y público final.*

Lacasito White captura la **suavidad y dulzura** del chocolate blanco que tantos recuerdos nos trae, mientras que Conguitos ofrece el inconfundible sabor del chocolate con cacahuete en una versión líquida, divertida y sorprendente

2. ¿Qué necesidades del consumidor buscan cubrir con estos nuevos productos?

El consumidor actual busca algo más que sabor: quiere **bienestar, transparencia y compromiso.** Nuestros nuevos productos están diseñados para ofrecer experiencias completas, que combinan placer, salud y sostenibilidad. Escuchamos activamente al mercado y adaptamos nuestras fórmulas para estar siempre un paso por delante.

Calidad de los Productos

3. ¿Qué procesos o certificaciones garantizan esa calidad?

Contamos con certificaciones como **IFS food, Global Food Safety Initiative (GFSI)** Certificado Kosher y Halal. Seguimos estrictos controles de calidad en todas las fases de producción. Desde la selección de materias primas hasta el envasado final, cada lote es sometido a rigurosos análisis para asegurar que cumple con nuestros estándares de excelencia.

4. ¿Qué papel juega la sostenibilidad en la calidad de sus productos?

La **sostenibilidad es inseparable de la calidad.** Utilizamos ingredientes de origen responsable, reducimos el uso de plásticos y apostamos por envases reciclables. Además, trabajamos con proveedores locales siempre que es posible, lo que también mejora la trazabilidad y frescura de nuestros productos.

Innovación

5. ¿Qué importancia tiene la innovación dentro de la estrategia de Laqtia?

La **innovación es uno de nuestros pilares estratégicos.** No solo innovamos en producto, sino también en procesos, formatos y modelos de negocio. Nuestro equipo de I+D trabaja constantemente en **nuevas fórmulas, texturas y sabores**, siempre con el foco puesto en la experiencia del consumidor.

6. ¿Cómo influye la retroalimentación del cliente en el proceso de innovación?

Es fundamental. **Escuchamos activamente** a nuestros clientes y partners, tanto en ferias como en el día a día. Sus comentarios nos inspiran y nos ayudan a mejorar. Muchas de nuestras innovaciones nacen precisamente de esas conversaciones.

Entrevista a...

Laqtia

HONEST INSTANT DRINKS

Objetivos y Futuro

7. ¿Cuáles son los principales objetivos de Laqtia para este año?

Nuestro objetivo principal es **consolidar nuestra presencia internacional**, especialmente en mercados europeos y latinoamericanos. También queremos seguir ampliando nuestro catálogo con productos que aporten valor añadido y reforzar nuestra apuesta por la sostenibilidad en toda la cadena de valor.

8. ¿Cómo visualizan el futuro del vending y el papel de Laqtia en él?

El vending está evolucionando hacia un modelo más digital, personalizado y saludable. En Laqtia queremos liderar ese cambio, ofreciendo soluciones que se adapten a las nuevas formas de consumo, sin perder de vista la calidad y la innovación que nos caracterizan.

Ferias y Eventos

9. ¿Qué valoración hacen de su participación en las últimas ferias del sector?

Hemos estado presentes en dos ferias internacionales importantes para el sector tanto del vending como en el canal **HORECA.**

Las pasadas ediciones de **HIP y NAMA** han sido muy positivas, con bastante afluencia de visitantes y potenciales clientes lo que hace que sigamos apostando y participando .

Las ferias son una oportunidad única para **conectar con clientes**, distribuidores y otros actores del sector. Nos permiten mostrar nuestras novedades, recibir feedback directo y detectar nuevas tendencias.

El próximo mes de junio estaremos de nuevo como expositores en **Vending Paris del 25 al 27 de junio, stand 3I.**

10. ¿Qué tendencias han detectado en las ferias que marcarán el futuro del sector?

Sin duda, la creciente **demanda de productos saludables,** con menos azúcar y variedad en la gama de productos.

Ajustar la receta al gusto del cliente con un mayor enfoque en sabores gourmet y calidad.

También vemos un interés creciente por las **bebidas funcionales y las alternativas vegetales**, lo que confirma que vamos en la dirección correcta.

Analizamos los 10 mitos más comunes sobre sostenibilidad

El informe Sustainability Sector Index 2025 ofrece insights valiosos sobre cómo las marcas pueden aprovechar las acciones ambientales y sociales para construir una marca sólida.

En un mundo donde la **sostenibilidad** se ha convertido en un concepto clave para las marcas, consumidores e instituciones, es más importante que nunca separar la realidad de la ficción. A partir del lanzamiento de la nueva edición de nuestro informe Sustainability Sector Index, hemos desarrollado un decálogo de 10 mitos habituales en sostenibilidad, **desmitificando o confirmándolos en base a datos e insights de valor.**

Con este decálogo desmitificamos conceptos erróneos y **proporcionamos una comprensión clara sobre la sostenibilidad en el contexto actual.** Esto es de vital importancia para las marcas, ya que no solo son consideradas por el consumidor como un actor protagonista en el camino a una vida más sostenible, sino que trabajar de manera estratégica y honesta la sostenibilidad es además un motor de crecimiento para el negocio.

Fuente: kantar.com

Los 10 mitos más comunes sobre sostenibilidad

1. “La sostenibilidad va solo del Medio Ambiente”

La sostenibilidad es un término paraguas que abarca aspectos sociales, económicos y ambientales. No se trata solo de proteger el medio ambiente, sino también de mejorar la calidad de vida de las personas y fomentar prácticas empresariales responsables. Según el informe Sustainability Sector Index 2025, el 65% de los consumidores considera que la sostenibilidad también incluye aspectos sociales y económicos.

2. “La sostenibilidad solo tiene sentido para algunos sectores”

En realidad, todos los sectores pueden y deben adoptar prácticas sostenibles. La sostenibilidad es relevante para cualquier industria, desde la moda hasta la tecnología, y puede generar beneficios significativos en términos de reputación y eficiencia. El 70% de las empresas en sectores no contaminantes han reportado mejoras en su reputación tras adoptar prácticas sostenibles, y los consumidores mencionan problemáticas sostenibles relacionadas con los 42 sectores analizados. para las marcas la clave es entender cómo perciben los consumidores un sector en particular, cuáles son los riesgos percibidos de ese sector y así establecer prioridades.

3. “La sostenibilidad significa lo mismo para todo el mundo”

La sostenibilidad es una preocupación generalizada, y, en España 7 de cada 10 personas afirman que los consumidores tienen que hacer todo lo que puedan para luchar contra la desigualdad social y la injusticia y el cambio climático. Sin embargo, la sostenibilidad puede tener diferentes significados y prioridades según el contexto cultural y económico, e incluso a nivel de generaciones. Lo que es importante para un senior (el bienestar físico o la preocupación medioambiental) no tiene por qué coincidir con la generación X, que apoya los productos sostenibles siempre que sean asequibles. Es importante adaptar las estrategias de sostenibilidad a las necesidades de cada grupo de población

4. “La sostenibilidad solo avanzará si es impulsada por el consumidor y el activismo”

Aunque los consumidores y activistas juegan un papel crucial, las empresas también deben liderar el cambio hacia prácticas más sostenibles, sobre todo a la vista del papel que le otorgan los consumidores. El 66% de los consumidores dicen que es responsabilidad de las empresas resolver los problemas climáticos y ambientales, mientras que el 59% creen que las empresas tienen la responsabilidad de hacer la sociedad sea más justa. La colaboración entre todos es esencial para lograr un impacto significativo.

5. “La sostenibilidad no es parte de las responsabilidades de Marketing”

El marketing tiene un papel fundamental en el impulso de la sostenibilidad. Las marcas pueden utilizar sus plataformas para educar a los consumidores y fomentar comportamientos responsables. El informe "Sustainable Marketing 2030" de Kantar y WFA destaca que el 88 % de los profesionales del marketing españoles afirman que las marcas tienen la responsabilidad de ayudar a las personas a vivir de forma más sostenible y que tienen las habilidades adecuadas para lograrlo.

6. “La sostenibilidad es muy polarizante: puede darme negocio, pero también provocar rechazo”

La sostenibilidad puede generar opiniones divididas, de hecho, el 55% de los consumidores están dispuestos a apoyar marcas sostenibles, pero el 45% tiene preocupaciones sobre el greenwashing. Sin embargo, una comunicación transparente y auténtica puede ayudar a mitigar el riesgo de rechazo y construir una relación de confianza con los consumidores que derive en un crecimiento del negocio. Un análisis de las 100 mejores marcas globales de Kantar BrandZ muestra que la percepción de sostenibilidad por sí misma contribuye hasta en un 10 % al valor de las marcas.

7. “Encontrar productos sostenibles es complicado”

La disponibilidad de productos sostenibles puede ser limitada, pero está en aumento. El problema es la percepción, ya que la dificultad para encontrar los productos sostenibles está entre las barreras más importantes que impiden al consumidor llevar un estilo de vida más sostenible. Un 39% declara que no sabe dónde encontrar productos éticos y sostenibles y un 53% siente que es muy difícil saber cuándo un producto es bueno o malo ética o sosteniblemente. Las marcas deben trabajar para facilitar el acceso a estos productos y educar a los consumidores sobre sus beneficios, ya que sabemos que las marcas que están siempre presentes atraen 7 veces más compradores que las que solo están presentes en la mitad de las ocasiones de compra.

8. “Los productos sostenibles son más caros”

En este punto la percepción del consumidor es clara: el 70 % dice que las cosas buenas para el medioambiente y/o la sociedad son más caras. Lo cierto es que, aunque algunos productos sostenibles pueden tener un precio inicial más alto, a largo plazo pueden generar ahorros significativos en términos de eficiencia y reducción de residuos. Además, hay que considerar que existen tendencias que están reconfigurando la sostenibilidad a través de la inclusión, la reducción de residuos, los modelos de negocio circulares o los enfoques regenerativos.

9. “La comunicación sobre sostenibilidad debe ser principalmente institucional”

La comunicación sobre sostenibilidad puede ser creativa y atractiva. Las marcas deben encontrar formas innovadoras de involucrar a los consumidores y destacar sus esfuerzos en sostenibilidad. Gracias a la base de datos LINK de Kantar sabemos que los consumidores prestan más atención a las comunicaciones con un mensaje de sostenibilidad, con lo que los anuncios que comunican un mensaje de sostenibilidad ayudan a que la ejecución creativa se destaque y ayudan a aumentar la sensación de diferencia relevante para la marca.

10. “Es mejor mantener un perfil bajo al comunicar sobre sostenibilidad, para evitar la acusación de greenwashing”

El consumidor es excéptico por naturaleza en lo que se refiere a la sostenibilidad y un 71% declara que le preocupa que las marcas se involucren solo por razones medioambientales, mientras que un 55% ha visto o escuchado información falsa sobre acciones sostenibles de las marcas. Pero mantenerse en silencio no es la respuesta. La transparencia y la autenticidad son clave. Las marcas deben comunicar sus esfuerzos de manera clara y honesta, ofreciendo mensajes de sostenibilidad coherentes con la marca.

3 prácticas de gestión por habilidades que están impulsando el éxito empresarial

Las empresas de todos los sectores están sufriendo brechas críticas de habilidades. En respuesta a este reto, las prácticas de Recursos Humanos basadas en las habilidades están emergiendo como una solución transformadora que permite a las organizaciones seguir siendo competitivas en una economía en rápida evolución.

El análisis realizado por Top Employers Institute ha identificado tres prácticas de Recursos Humanos centradas en las habilidades que están impulsando el éxito de las mejores organizaciones.

La primera de estas prácticas es el diseño de procesos de selección en los que las habilidades y competencias tienen un mayor protagonismo. Un 45% de las compañías Top Employers España ha adoptado un **enfoque de contratación basado principalmente en las habilidades,** lo que significa que las titulaciones académicas tienen cierto peso, pero mucho menos que las habilidades y competencias.

Un pequeño subconjunto de estas organizaciones (el 3%) ha adoptado plenamente esta práctica y ya aplica un enfoque basado íntegramente en las habilidades. El análisis de Top Employers evidencia que en este pequeño subgrupo de organizaciones **las tasas de promoción interna son significativamente superiores a la media.**

Un 48% de compañías Top Employers España da más importancia a las habilidades que a las titulaciones

La segunda de las prácticas de Recursos Humanos detectada por Top Employers es la transparencia sobre las necesidades de habilidades, una práctica fundamental para ayudar a los empleados a comprender sus oportunidades futuras. El 86% de las compañías certificadas en España ya **toma medidas para garantizar que los empleados conocen los cambios futuros** en las necesidades de habilidades de la organización.

La tercera de estas prácticas es la **gestión holística de las habilidades,** con un enfoque interdepartamental, que también es una clara tendencia en las compañías Top Employers España. Un considerable 29% de las empresas certificadas en nuestro país ya tiene plenamente establecida esta práctica y otro 26% está en proceso de implantarla a gran escala.

Las ventajas de este enfoque son evidentes. Al dividir los puestos de trabajo en áreas de habilidades clave, como las habilidades técnicas, las habilidades sociales y los conocimientos específicos para cada tarea, las empresas pueden evaluar mejor a su plantilla, **detectar las carencias de habilidades y y orientar eficazmente los programas de desarrollo para sus empleados.** Esto reduce la dependencia de la contratación externa y garantiza que se aproveche al máximo el potencial de los empleados internos.

"Al dar prioridad a las habilidades y capacidades de los empleados por encima de criterios tradicionales como los títulos, los grados académicos o los años de experiencia, este enfoque ofrece un marco sólido para salvar las brechas de habilidades, mejorar la resiliencia de la plantilla y alinear las estrategias de talento con los objetivos empresariales", destaca **Massimo Begelle**, Regional Manager SEE & ME de Top Employers Institute.

A continuación, presentamos las buenas prácticas de **Allianz, Consum y PreZero**, que son ejemplos de compañías en las que la gestión de habilidades ha adquirido una especial relevancia.

Allianz: responder a las habilidades del futuro

En la compañía aseguradora Allianz cuentan con una **arquitectura de puestos amplia pero estructurada,** que define claramente los segmentos de talento, las habilidades asociadas a cada rol y los niveles de dominio esperados. Esta base común (Strategic Workforce Planning) les permite **aplicar criterios coherentes** en procesos clave como selección, evaluación del desempeño, feedback y upskilling/desarrollo.

A través del Allianz Mindset, conectan esta estructura con su cultura, asegurando que **las decisiones de talento están alineadas con sus valores.** Diseñan planes de formación muy enfocados, que responden tanto a necesidades

Fuente: equiposytalento.com

actuales como a habilidades de futuro –el Allianz DataCampUs es un ejemplo–, y que les permiten reducir de forma intencional la brecha entre la posición actual y el siguiente paso profesional, definido mediante planes de sucesión inclusivos, realistas y ambiciosos.

Consum: la especial relevancia de las soft skills

Las ***soft skills*** **(comunicación, empatía y trabajo en equipo)** cobran especial relevancia en el Modelo Competencial de Consum que garantiza la integración, la atracción y la selección del talento. La Cooperativa dispone de una plataforma de formación e-learning a la carta, Campus Consum, en la que los cerca de 22.000 trabajadores y trabajadoras pueden **complementar su desarrollo de habilidades de una forma autónoma y adaptada a sus inquietudes.**

En los procesos de movilidad horizontal y promoción vertical, se aplican diferentes **mecanismos de evaluación como casos de negocio, dinámicas de grupo, etc...** basadas en competencias, que ayudan a seleccionar el talento que más se ajusta a los requisitos de un puesto concreto. Por último, a través del Plan de Desarrollo de Potenciales, Consum ofrece un c**onjunto de acciones formativas que buscan facilitar el desarrollo de las personas** para que puedan ocupar puestos de mando. El equilibrio entre la formación necesaria para ocupar el puesto futuro y el diseño de formación adhoc de las necesidades de la persona, suponen un valor diferencial en la capacitación de los/as trabajadores/as.

La formación en power skills de PreZero

PreZero, compañía líder en servicios medioambientales y parte del Grupo Schwarz, ha puesto en marcha **CreZe**, un programa pionero de formación diseñado para preparar a sus empleados ante los desafíos del presente y del futuro. El objetivo de CreZe es claro**: impulsar el crecimiento personal y profesional de las personas que forman parte de PreZero**, combinando el desarrollo de habilidades técnicas *(hard skills),* como el uso de herramientas digitales o conocimientos de economía circular, con competencias humanas *(soft skills)* como la comunicación, la empatía o el trabajo en equipo.

La suma de ambas da lugar a las power skills, las **habilidades clave para el mundo laboral actual,** que incluyen desde el liderazgo en entornos de incertidumbre, la toma de decisiones, la gestión emocional o la capacidad de influir positivamente en otros, hasta el pensamiento crítico o la adaptación al cambio.

El programa ya ha alcanzado un importante éxito de participación: más del 75% de los empleados/as de PreZero en España han solicitado alguna formación dentro de CreZe, consolidando esta iniciativa como un **elemento estratégico en la gestión del talento de la compañía.**

"CreZe nace para ayudar a nuestros profesionales a descubrir su potencial y prepararles para liderar el cambio en un sector clave como es el medioambiental. Apostamos por un aprendizaje a medida, práctico y enfocado en las habilidades que marcarán la diferencia en los próximos años", explica **Begoña Parada,** Directora de RRHH.

El mes de mayo es el Mes de la Concienciación sobre la Celiaquía,

y el 16 de mayo es el Día Internacional de la Concienciación sobre la Celiaquía.

La celiaquía es una enfermedad autoinmune

Ni alergia, ni intolerancia, la celiaquía es una **enfermedad autoinmune, crónica** y sistemática, lo que quiere decir que no solo afecta al intestino, sino que también puede afectar a nuestro organismo de diferentes maneras, llegando a producir otras enfermedades. **La celiaquía está desencadenada por el consumo de gluten que aparece en individuos con predisposición genética.**

| Fuente: airosglutenfree.com |

Curiosidades sobre la Celiaquía: Descubriendo lo que no sabías

Mayo es el Mes del Sin Gluten, una oportunidad perfecta para aumentar la conciencia sobre la celiaquía y apoyar a quienes viven con esta condición. La celiaquía, también conocida como enfermedad celíaca, es una condición que afecta a millones de personas en todo el mundo. Aunque muchos están familiarizados con la necesidad de evitar el gluten, hay una serie de curiosidades y datos interesantes sobre esta enfermedad que quizás no conocías.

Curiosidades sobre la enfermedad celíaca

Existen muchos rumores falsos e información curiosa entorno a la celiaquía. Así pues, vamos a resumir algunos de los datos que nos han parecido más interesantes:

1. **Se estima que aproximadamente el doble de mujeres padecen celiaquía.** Eso parece una tendencia que se repite en las enfermedades autoinmunes.

2. **Un 5% de los celíacos presenta un tipo de celiaquía conocida como celiaquía refractaria.** Esta es la forma más peligrosa de la afección ya que las personas no responden a una dieta sin gluten. Puede requerir medicación.

3. **La dieta sin gluten no adelgaza.** En los últimos tiempos se ha extendido la creencia de que la dieta sin gluten es más saludable y óptima para adelgazar. En realidad, el gluten nada tiene que ver con todo esto. Si bien suele estar presente en productos de bollería y panadería, que tienen un alto valor calórico, el gluten no es perjudicial para la mayoría de personas ni contribuye a engordar. Así pues, el secreto de una buena dieta, como siempre, es una alimentación equilibrada.

4. **En la actualidad no se conoce una cura para la celiaquía.** Aunque los síntomas mejoran si se sigue la dieta correcta esto no significa que la enfermedad desaparezca.

5. **No existen grados de celiaquía**. Los celíacos son más o menos sintomáticos pero el daño interno es el mismo para todos.

6. **La diarreas y vómitos son los síntomas más comunes pero no los únicos.** La celiaquía puede afectar a múltiples órganos y sistemas por lo que la sintomatología puede variar mucho.

7. **La celiaquía es una enfermedad infradiagnosticada.** Se calcula que entre un 75% y 85% de los celíacos no están diagnosticados debido a que la mayoría de ellos no presentan síntomas manifiestos.

8. **La enfermedad celíaca fue descrita hace más de 2000 años.** Sin embargo, no fue hasta los años 40 y 50 del siglo pasado que se detectó el origen de la dolencia. En tiempos de guerra y hambruna el trigo, otros cereales y sus derivados escaseaban. Esto coincidía con una mejora drástica de la enfermedad y la tasa de mortalidad en niños afectados. Una vez se constató este hecho se empezaron a atar cabos sobre la procedencia de la dolencia.

9. **Hay personas que tienen una reacción alérgica al gluten.** Es bastante inusual y no debe confundirse con la enfermedad celíaca, que no es una alergia. Cada vez más están surgiendo nuevos productos para personas que padecen alergia al gluten como, por ejemplo, perfumes libres de gluten.

10. **La celiaquía puede aparecer en cualquier momento de la vida** y de hecho es más frecuente en adultos que en niños.

El chocolate y su historia

El chocolate es un alimento fascinante con una rica historia y múltiples beneficios.

Historia y Origen

El chocolate se obtiene **mezclando azúcar con dos productos derivados de las semillas del cacao:** la masa del cacao y la manteca de cacao

Su origen se remonta a las antiguas civilizaciones mesoamericanas, como los olmecas, mayas y aztecas, quienes consumían el cacao en forma de bebida. Los olmecas, alrededor del 1500 a.C., fueron los primeros en cultivar el cacao y preparar una bebida a base de sus semillas

Esta bebida, a menudo mezclada con chiles y otros ingredientes, era muy valorada y se utilizaba en ceremonias y rituales.

Expansión y Popularidad

Tras la conquista de América, el chocolate fue llevado a Europa, donde rápidamente ganó popularidad. Inicialmente, se consumía como una bebida caliente, similar al café o el té. No fue hasta el siglo XIX, con la invención de la prensa hidráulica, que se pudo separar la manteca de cacao de la masa, permitiendo la creación de chocolate sólido

| Fuente: Economista, food Tech |

Variedades de Chocolate

Hoy en día, el chocolate viene en varias formas, incluyendo:

Chocolate negro: Contiene una alta proporción de cacao y menos azúcar.
Chocolate con leche: Incluye leche en polvo o condensada, lo que le da una textura más suave y un sabor más dulce.
Chocolate blanco: Hecho con manteca de cacao, azúcar y leche, pero sin sólidos de cacao, lo que le da su color claro
Beneficios para la Salud

El chocolate, especialmente el chocolate negro, tiene varios beneficios para la salud.

Contiene antioxidantes como los flavonoides, que pueden mejorar la salud cardiovascular al reducir la presión arterial y mejorar el flujo sanguíneo.

Además, el chocolate puede estimular la producción de endorfinas, las hormonas del bienestar, y contiene teobromina y cafeína, que tienen efectos estimulantes

Curiosidades

El cacao como moneda: En la antigua Mesoamérica, los granos de cacao se utilizaban como moneda debido a su valor.

El nombre "chocolate": Proviene del náhuatl "xocoatl", que significa "agua agria" .

El chocolate blanco: Aunque se llama chocolate, no contiene sólidos de cacao, solo manteca de cacao.

El chocolate no solo es delicioso, sino que también tiene una historia rica y beneficios sorprendentes.

El Mundo del Chocolate

El mercado del chocolate esté marcado por varias tendencias innovadoras

Indulgencia intensa: Los consumidores buscan experiencias inmersivas y emocionantes con el chocolate. Prefieren chocolates con múltiples texturas y sabores únicos, incluyendo ediciones limitadas y productos de temporada.

Indulgencia consciente: Hay una creciente demanda de chocolates que no solo sean deliciosos, sino también saludables y sostenibles. Los consumidores buscan productos que minimicen el desperdicio y utilicen ingredientes reciclados, además de apoyar la salud mental y física.

Chocolates con historia: Los chocolates que cuentan con una historia única sobre su origen o producción son percibidos como de mayor calidad. Los consumidores valoran conocer el trasfondo de los productos que consumen.

Últimas Noticias sobre el Chocolate en 2025

En 2025, el mercado del chocolate está experimentando varios cambios y desafíos significativos:

Crisis del Cacao: La crisis del cacao continúa afectando al mercado global. A pesar de que se esperaba una recuperación, la producción sigue siendo baja debido a factores climáticos adversos y enfermedades en las plantaciones. El precio del cacao ha aumentado un 54% desde noviembre de 2024, alcanzando niveles históricos.

Tendencias Innovadoras: A pesar de los desafíos, la industria del chocolate sigue innovando. Las principales tendencias para 2025 incluyen:
Agricultura Sostenible: Hay un creciente interés en prácticas agrícolas sostenibles, como la jardinería vertical y la agricultura regenerativa. Los consumidores valoran cada vez más los productos que minimizan el impacto ambiental

Productos a Base de Plantas: La demanda de chocolates de origen vegetal sigue en aumento, especialmente en mercados como China e Italia

Ingredientes Energéticos: Se están incorporando ingredientes que aportan beneficios energéticos, como el cacao enriquecido con superalimentos

Equilibrio Nutricional: Los consumidores buscan chocolates que no solo sean deliciosos, sino también saludables, con un enfoque en el equilibrio nutricional

Innovaciones en el Sabor y la Textura: Los fabricantes están explorando nuevas combinaciones de sabores y texturas para atraer a los consumidores. Esto incluye chocolates con ingredientes exóticos y ediciones limitadas que ofrecen experiencias sensoriales únicas.

Estas novedades reflejan cómo la industria del chocolate se adapta a las demandas cambiantes de los consumidores y a los desafíos globales.

Javier Valle Goyanes asume la dirección general de Suntory Beverage & Food Spain para España y Portugal

La compañía apuesta por innovación y sostenibilidad en una etapa de transformación del sector de bebidas en la península ibérica.

Fuente: vinetur.com

Suntory Beverage & Food Spain ha anunciado el nombramiento de **Javier Valle Goyanes** como nuevo director general para el mercado de Iberia, que abarca España y Portugal. La compañía, que pertenece al grupo japonés Suntory, busca **reforzar su presencia** en ambos países a través de una estrategia centrada en el crecimiento sostenible y rentable.

Javier Valle Goyanes asume este cargo tras una trayectoria profesional de más de dos décadas en el sector de bienes de consumo. Comenzó su carrera en Coca-Cola y, posteriormente, trabajó durante 18 años en L'Oréal. En esta empresa ocupó diferentes puestos directivos en España, Francia, México, Portugal e Italia. Durante sus últimos años en L'Oréal, **lideró proyectos de transformación como director general.**

En 2018, **Javier Valle** se incorporó a Juul Labs para poner en marcha la filial de la compañía en España y Portugal. Más tarde, trabajó en DIAGEO como **director de estrategia y gestión de ingresos** para el sur de Europa. Antes de llegar a Suntory Beverage & Food Spain, fue director para Europa Occidental en Illy Café.

La dirección de Suntory Beverage & Food Spain ha señalado que la **experiencia internacional y la visión estratégica** de Javier Valle serán fundamentales para consolidar la posición de la empresa en el mercado ibérico. La compañía opera en un sector muy competitivo y busca mantener su liderazgo mediante la innovación y la sostenibilidad.

Javier Valle ha explicado que afronta esta nueva etapa con entusiasmo y compromiso. Ha subrayado que su objetivo es impulsar el crecimiento de la empresa y consolidar su posición en el mercado. También ha puesto en valor la importancia de contar con un equipo profesional y comprometido, así como la necesidad de alinear todas las acciones con los valores corporativos.

El nombramiento se produce en un momento importante para Suntory Beverage & Food Spain, que busca **adaptarse a las nuevas tendencias** del sector y **responder a las demandas del consumidor actual.** La compañía apuesta por productos innovadores y sostenibles, así como por una gestión responsable que tenga en cuenta tanto los resultados económicos como el impacto social y medioambiental.

La llegada de Javier Valle coincide con una etapa donde las empresas del sector bebidas afrontan **cambios en los hábitos de consumo** y una mayor exigencia por parte del público respecto a la sostenibilidad. Suntory Beverage & Food Spain espera que la experiencia acumulada por su nuevo director general contribuya a fortalecer su posición tanto en España como en Portugal.

El grupo Suntory tiene **presencia internacional** y es conocido por su apuesta por la calidad y la innovación. En España y Portugal, la filial SBFS gestiona marcas reconocidas dentro del sector bebidas sin alcohol. Con este cambio en la dirección general, **la empresa busca mantener su ritmo de crecimiento e impulsar nuevas iniciativas** que respondan a las necesidades del mercado ibérico.

Javier Valle ha remarcado que ve el futuro del sector bebidas ligado a la innovación constante, la sostenibilidad y el desarrollo profesional del equipo humano. Considera que estos factores serán determinantes para asegurar el éxito empresarial a medio y largo plazo.

La compañía no ha detallado **cambios inmediatos en su estructura** ni ha anunciado nuevos lanzamientos asociados al nombramiento. Sin embargo, fuentes internas señalan que se prevé una revisión estratégica para adaptar los planes comerciales a las nuevas prioridades bajo el liderazgo de **Javier Valle Goyanes.**

El nombramiento ya es efectivo y Javier Valle ha comenzado a ejercer sus funciones como director general para España y Portugal desde las oficinas centrales de Suntory Beverage & Food Spain.

El sector del gran consumo asegura que la reducción de jornada causará pérdida de competitividad en las empresas

Las empresas integradas en Aecoc, la Asociación que reúne a más de 34.500 compañías del gran consumo y sectores afines, advierte que, de aprobarse la reducción de la jornada laboral en los términos en los que se plantea, va a agudizar aún más los problemas que ponen en riesgo el futuro del empleo en España.

Fuente: financialfood.es

«Se trata de un escenario que las empresas afrontan con la máxima preocupación y, desde la visión, de que la medida no contempla variables de alto impacto -no sólo para las empresas sino para el conjunto de la sociedad- que además, a futuro, pueden tener el efecto contrario al esperado», explica en un comunicado.

En este sentido, la organización recuerda que **España descendió el pasado año cuatro posiciones en el ranking mundial de competitividad** elaborado por IMD, pasando a ocupar el puesto 40 de las 67 economías analizadas y cerrando el peor registro desde 2013. Además, nuestro país presenta el porcentaje más alto de absentismo laboral de toda la Unión Europea, que se sitúa de media en el 7,4%, según el último informe de The Adecco Group.

Por ello, **Aecoc** hace un llamamiento a abordar de manera integral, seria y, en el marco del diálogo social, la implementación de medidas que permitan **avanzar en medidas de conciliación y flexibilidad horaria** sin comprometer la inversión de las empresas, la creación de nuevos puestos de trabajo ni la pervivencia de las empresas de menor tamaño, que, sin duda, serán las más perjudicadas por la ley.

Tal y como han trasladado otras organizaciones empresariales, Aecoc considera que **cualquier cambio del impacto e implicación para el tejido empresarial** y el conjunto de la sociedad debe abordarse desde el diálogo social y la participación de todos los agentes implicados, acompañado de un riguroso estudio de impacto económico.

Asimismo, señala que **la reducción de la jornada de forma abrupta, unilateral e inmediata,** pone en jaque la capacidad de adaptación de muchas empresas, especialmente en sectores con alta intensidad de mano de obra.

"La obligación de mantener salarios sin recortes, unida a la reducción de jornada, se traduce en un aumento directo de los costes laborales para un tejido empresarial que, en los últimos años, ha tenido que remontar el impacto de la pandemia, una crisis inflacionista de alto impacto en la rentabilidad de los negocios y una presión regulatoria sin precedentes", añade la organización, que explica que la falta de un **marco flexible o gradual** limita la capacidad de adaptación de los convenios colectivos, que apenas tienen tiempo para reformular horarios, turnos y sistemas internos.

Además, destaca que en un contexto económico de máxima incertidumbre, las **imposiciones que lleva acompañadas la ley,** sin margen de maniobra, pone en riesgo la competitividad y el empleo, especialmente en pymes, sector primario o empresas con menor grado de digitalización y asegura que *"una iniciativa legislativa de esta naturaleza y alcance debería tener en cuenta la gran diversidad del tejido productivo – tanto sectorial como por tamaño de las empresas- y la existencia de situaciones muy heterogéneas en cuanto a cobertura y contenidos sobre la jornada pactada en la negociación colectiva".*

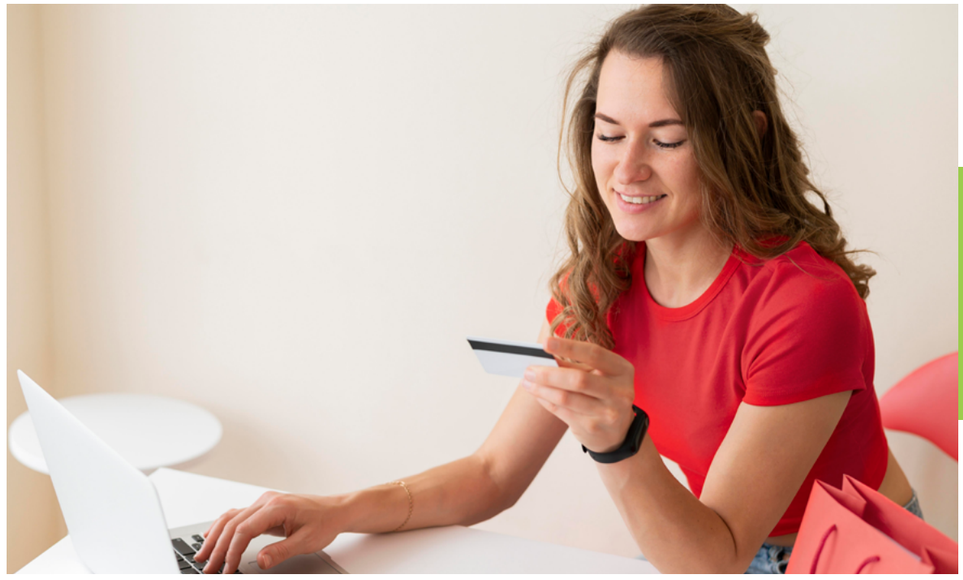
Por todo ello, Aecoc hace un llamamiento a abordar con rigor y de forma integral el **futuro del empleo en España** y tiende la mano a un diálogo que permita avanzar en la implementación de medidas que permitan avanzar en medidas de **conciliación y flexibilidad horaria**, atajando también males endémicos del mercado laboral como la baja productividad o unos niveles de absentismo sin precedentes en nuestro país y cuyos costes asociados se han disparado un 78,5% desde 2019, según el Banco de España. Este nivel de absentismo sitúa a España como los países con las tasas más elevadas de la UE.

"Las empresas asociadas a Aecoc están comprometidas con el impulso de un mercado laboral que permita avanzar en los derechos sociales siempre en un marco compatible con la eficiencia y competitividad de toda la cadena de valor de los sectores a los que representan", concluye la organización.

Casi el 30% de los españoles cree que el retail es uno de los sectores que mejor utiliza sus datos personales

El estudio *'Somos Datos'*, elaborado por Redegal, revela que el sector retail es uno de los mejores valorados por los españoles en cuanto al tratamiento de los datos, por detrás del sector bancario y de seguros.

Fuente: restauracionnews.com



Los datos personales se han convertido en uno de los **activos más valiosos de la era digital,** y su tratamiento por parte de las empresas es una de las principales preocupaciones de los ciudadanos. Así lo refleja el reciente estudio 'Somos Datos', elaborado por **Redegal**, consultora full digital, que señala que el sector del retail es uno de los que mayor credibilidad genera entre los consumidores españoles, alcanzando casi un 30% del nivel de confianza. Aun así, apenas un **20% de los encuestados** considera que las compañías, en general, hacen un uso correcto de sus datos personales.

El 65% de los españoles afirma sentirse incómodo compartiendo datos al navegar por internet

Este dato, sitúa **al retail en segundo lugar**, por detrás tan solo de banca y las aseguradoras (también con casi un 30%) y por delante de otros sectores, como el del turismo y viajes (20%), Sin embargo, refleja también que **todavía existe una brecha importante entre lo que las empresas hacen y los ciudadanos perciben**, ya que un 30,9% de los españoles considera que ningún sector hace un buen uso de sus datos, a la hora de ofrecer servicios personalizados.

El estudio también revela que para el 57% de los españoles, la confianza en el **manejo de sus datos** depende de la empresa concreta que disponga de ellos, mientras que casi un 24% cree que la mayoría no sabe aprovecharlos adecuadamente. Esta falta de alineación entre lo que las empresas hacen y lo que los ciudadanos perciben representa uno de los principales desafíos del ecosistema digital.

La incomodidad también se extiende al ámbito de la **navegación online**. El 65% de los españoles afirma sentirse incómodo al hacerlo. La ubicación (17%) y la información de contacto (8%) son los tipos de datos que generan mayor reticencia; por otro lado, los datos de navegación (45%) y las preferencias de compra (36%) son los que los usuarios se muestran más dispuestos a compartir, aunque casi la mitad de los encuestados no percibe beneficios directos al hacerlo.

Pese a esa reticencia, más de la mitad de los encuestados admite que **le gusta recibir recomendaciones y anuncios personalizados,** aunque también expresan preocupación por su privacidad. Además, dos de cada diez confiesan no saber qué son las cookies, a pesar de estar familiarizados con el término.

"El buen reconocimiento del sector retail en el uso de los datos personales demuestra que es posible construir relaciones de confianza con los consumidores. Aun así, muchos otros sectores tienen por delante el reto de mejorar su gestión y transparencia para que los usuarios perciban un valor real en el uso de su información", señala Javier Castiñeiras, Chief Digital Officer de Redegal.

ELYTE VENDING Family

computer DESARROLLOS INFORMATICOS S.L.

Vending Solutions

Actualice su gestión de Vending, cambie a...

ELYTE

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

SOLICITE INFORMACIÓN

e-mail: computer@computer-informatica.com
web: www.computer-informatica.com

gullón

Celebra con nosotros
El Mayor Surtido
del Canal Vending

Cuídate con un buen momento
www.fritravich.com

FRIT RAVICH

Nuevos
Frutos Secos
tostados Sin Sal añadida

Almendra tostada sin sal 35g

Cóctel sin sal 35g
Cacahuetes, pasas, almendras, avellanas, nueces, anacardos, nueces macadamia.

Cacahuete tostado sin sal 35g

GAS
SOLAN DE CABRAS
INESPERADAMENTE CRUJIENTE

SOLAN DE CABRAS

BEZOYA
Mineralización muy débil

AGUA DE MINERALIZACIÓN MUY DÉBIL
AGUA PARA VIVIR MUY FUERTE

NUEVA BOTELLA más cómoda y más sostenible*

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

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 realza su cremosidad.

La Radiosa también disponible en versión DualMilk.

GAGGIA MILANO

HARIBO

100 años contigo

100 AÑOS
SIN COLORANTES ARTIFICIALES

¡Vive un sabor mágico, ven al mundo Haribo!

www.haribo.com

Claves de la Ley de Prevención de las Pérdidas y el Desperdicio Alimentario en la hostelería y restauración

El pasado 2 de abril de 2025 se publicó en el BOE la Ley 1/2025, de 1 de abril, de Prevención de Pérdidas y el Desperdicio Alimentario, que tiene como objeto prevenir y minimizar las pérdidas y el desperdicio de alimentos. Dicha norma ha incluido en su ámbito de aplicación a las empresas del sector de la hostelería, entre otras.

Fuente: garrigues.com

Hasta el 30 de junio solicita las ayudas de Kit Digital dirigidas a medianas empresas

Las empresas de entre 50 hasta 250 empleados podrán optar a bonos digitales de 25.000 y 29.000 euros

Fuente: red.es

Red.es -entidad adscrita al Ministerio para la Transformación Digital y de la Función Pública a través de la Secretaría de Estado de Digitalización e Inteligencia Artificial- abre una nueva convocatoria del programa Kit Digital dirigida a medianas empresas de entre 50 hasta 250 empleados. Por primera vez, el catálogo de soluciones tecnológicas que podrán adquirir las empresas con estas ayudas incorpora herramientas de Inteligencia Artificial.

El extracto de la resolución de la convocatoria se puede consultar en este enlace.

La cuantía de las ayudas, el bono digital, para esta convocatoria será de **25.000€** para aquellas empresas de entre 50 y menos de 100 empleados y de **29.000€** para las empresas cuyo número de empleados sea de entre 100 y menos de 250 empleados.

Soluciones digitales que incorporan tecnologías de Inteligencia Artificial

Las empresas podrán acceder a un **catálogo de 14 soluciones** que se ha actualizado y adaptado a las necesidades de su tamaño. Por primera vez, se incorporan tecnologías de Inteligencia Artificial.

El catálogo está disponible en la web de Acelera pyme y se compone de las siguientes categorías: Comercio electrónico, Gestión de Redes Sociales, Gestión de Clientes, Business Intelligence y Analítica, Gestión de Procesos, Gestión de la facturación y factura electrónica, Servicios y herramientas de Oficina Virtual, Comunicaciones Seguras, Ciberseguridad, Presencia avanzada en Internet, Servicio de Ciberseguridad Gestionada, **Gestión de clientes con IA asociada, Business Intelligence y Analítica e IA asociada y Gestión de procesos con IA asociada.**

Algunas soluciones son incompatibles, como es el caso de gestión de procesos y gestión de procesos con IA, gestión de clientes y gestión de clientes con IA y Business Intelligence y Analítica y Business Intelligence y Analítica e IA. En estos casos, l**as empresas beneficiarias solo podrán firmar acuerdos por cada una de ellas.**

Cómo solicitar la ayuda de Kit Digital: proceso sencillo y ágil

Desde 12 de diciembre de 2024, las medianas empresas de entre 50 y menos de 250 empleados pueden solicitar la ayuda del programa Kit Digital a través de la sede electrónica de Red.es (https://sede.red.gob.es). **El plazo de solicitud estará abierto hasta el 30 de junio de 2025**.

Para solicitar la ayuda la mediana empresa debe:

Registrarse en el área privada de www.acelerapyme.es y completar el test de autodiagnóstico digital que no lleva más de 10 minutos.

Consultar la información disponible de las soluciones de digitalización del programa Kit Digital, donde se podrá escoger una o varias de las que se indican en el catálogo que se puede consultar en www.acelerapyme.es.

Solicitar la ayuda en la sede electrónica de Red.es (https://sede.red.gob.es).

Una vez se comprueba que la empresa cumple los requisitos, se concede el bono digital. El beneficiario podrá consultar en www.acelerapyme.es el **catálogo de soluciones básicas de digitalización que ofrece el programa Kit Digital y el catálogo de agentes digitalizadores**. Deberá seleccionar uno o varios agentes digitalizadores con los que desarrollar las soluciones de digitalización que mejor se adapten a las necesidades de su negocio y suscribir los *"acuerdos de prestación de soluciones de digitalización"*.

Las ayudas son de concurrencia no competitiva y se otorgarán de forma directa y por orden de llegada, una vez realizadas las comprobaciones del cumplimiento de los requisitos exigidos en la convocatoria.

Bajo el lema "cero papeles", Red.es ha diseñado un **sistema de tramitación muy innovador usando herramientas de robotización e inteligencia artificial** automatizado que reduce la carga burocrática, disminuye el número de documentos a presentar y acorta los plazos de concesión. La empresa podrá solicitar la ayuda sin aportar ninguna documentación. Será suficiente con que el empresario autorice a Red.es a consultar de oficio los requisitos y obligaciones requeridos para obtener la condición de beneficiario, salvaguardando la transparencia y seguridad jurídica. Con el fin de facilitar al máximo el acceso a las ayudas, se ha habilitado la figura del "representante voluntario", es decir, que cualquier tercero sea persona física o jurídica, debidamente autorizado, puede solicitar la ayuda por cuenta de la empresa. En esta convocatoria, el representante voluntario podrá presentar como máximo 100 solicitudes al día.

11.200 agentes digitalizadores y cinco convocatorias abiertas

Actualmente, el catálogo de agentes digitalizadores está compuesto por más de **11.200 agentes adheridos.**

Los agentes digitalizadores son los únicos habilitados para suscribir *"acuerdos de prestación de soluciones de digitalización"* con las empresas beneficiarias de las ayudas del programa Kit Digital y titulares del bono digital, y podrán colaborar en el **proceso de solicitud de las ayudas siendo también representantes voluntarios**, así como en las actuaciones de control que se deriven de las mismas.

Además, **serán ellos los que presenten toda la documentación justificativa** y los que reciban el pago del bono digital cedido por el beneficiario, una vez se haya aceptado su justificación.

Desde que se inició el Programa, en marzo de 2022, se han abierto cinco convocatorias destinadas a la digitalización de pymes. Actualmente, todas las convocatorias están abiertas.

Presentación de la quinta convocatoria

La nueva convocatoria se presentó este mes de diciembre. En el evento de presentación, el presidente de la Cámara de Comercio de España, José Luis Bonet, ha recalcado la importancia de la colaboración público-privada en la digitalización de la economía, *"contribuir a la digitalización de las pymes es la mejor aportación que podemos hacer para la transformación de las empresas, y con ello a la modernización del país y la transición a una economía basada en el conocimiento y la sostenibilidad. Si conseguimos transformar a las pymes, habremos cambiado al país".*

"El éxito del Kit Digital demuestra que Red.es se ha convertido en una palanca digital indispensable. Una empresa pública que ofrece soluciones reales porque conoce de primera mano las necesidades cotidianas de los negocios a los que se dirige", ha explicado el ministro para la Transformación Digital y de la Función Pública, Óscar López, en la presentación de la nueva convocatoria en la Cámara de Comercio.

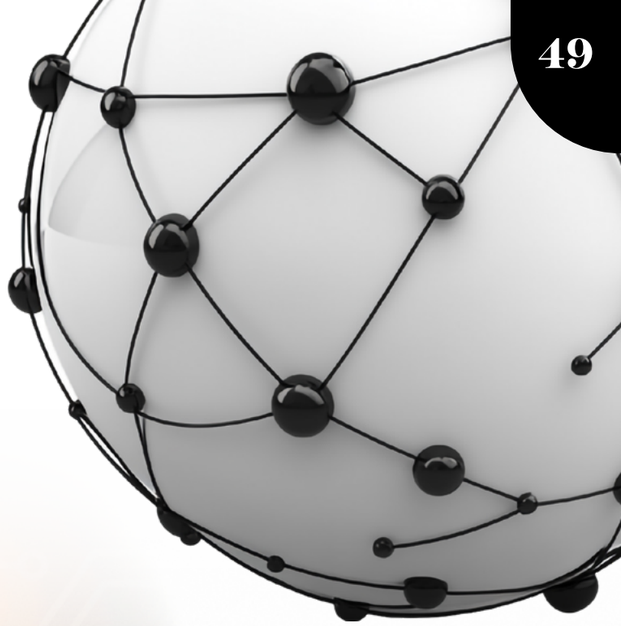
El director general de Red.es, **Jesús Herrero,** ha sido el encargado de explicar todas las novedades de la nueva convocatoria de Kit Digital. Además, de contar en detalle las cuantías, los segmentos y las nuevas soluciones que las medianas empresas podrán solicitar, ha destacado que *"esta nueva convocatoria es la quinta que se publica de un programa que ya cumple tres años. Un programa que ha conseguido llegar al 100% del territorio y que ha ido evolucionando para ir cubriendo necesidades que hemos ido detectando. Es por ello, que hoy se presenta esta nueva convocatoria dirigida a medianas empresas, ampliando así el espectro de empresas beneficiaras para que puedan mejorar su digitalización"*

María González-Veracruz, secretaria de estado de digitalización e Inteligencia Artificial, ha querido *"reivindicar el éxito y la eficiencia sin precedentes que está suponiendo el Kit Digital y todo lo bueno que va a traer este nuevo segmento para medianas empresas. Los segmentos anteriores eran claves porque para las pequeñas es abrirles un mundo, pero este segmento, este Kit Digital, puede hacernos lograr uno de los déficits más grandes que siempre ha tenido nuestra economía: hacer que nuestras empresas medianas peguen el salto a ser grandes".*

Programa Kit Digital

El programa Kit Digital impulsado por el Gobierno de España y gestionado por Red.es, tiene como objetivo **promover la digitalización de medianas, pequeñas empresas, microempresas y autónomos/as**, y contribuir a modernizar el tejido productivo español.

Está dotado con un presupuesto de **3.067 millones de euros, financiado por la Unión Europea** a través de los fondos NextGenerationEU, en el marco del Plan de Recuperación, Transformación y Resiliencia, la agenda España Digital 2025 y el Plan de Digitalización de Pymes 2021-2025.



Datos máquinas

España - Portugal 1er Trimestre 2025

Fuente: Datos estadísticos fabrcantes Aneda.

Cifras y volúmenes

Ibéria, 1er Trimestre 2025

10
Compañias han participado en este estudio

5.429
Máquinas han sido **vendidas** en este trimestre

Decrecimiento -1%
Respecto al **mismo trimestre del 2024**

Crecimiento 3%
Respecto al **trimestre anterior**

PORTUGAL

Decrecimiento -8%
respecto al **mismo trimestre del 2024**

Crecimiento +75%
respecto al **trimestre anterior**

Análisis datos

Ibéria, 1er Trimestre 2025

CATALUÑA SIGUE COMO LA COMUNIDAD CON MAYOR VENTA
1.262 Unidades (Aprox: 23,24% del mercado)

EL 50,28 % DE LAS VENTAS DE MÁQUINAS SE HA REALIZADO EN ESTE TRIMESTRE EN:
Cataluña, Valencia, Andalucía y Madrid

UNIDADES:
Media de 543 máquinas vendidas por empresa / trimestre

HOT DRINKS
Representa un 52,88%

LAS MÁQUINAS DE CAFÉ
Sigue representando más del 74,8% de venta en máquinas

CAFÉS,
Expresso representa **más del 85%** (significativo aumento estre trimestre)

PORTUGAL SIGUE DECRECIENDO
Como el trimestre anterior

EVEX 2025 en Croacia

EVEX 2025 se llevará a cabo del 8 al 12 de septiembre en Split, ciudad histórica en la costa del mediterráneo.

Un encuentro, organizado por la EVA (asociación europea de vending) donde los participantes podrán disfrutar de conferencias, actividades y encuentros que fomentan el networking.

PROGRAMA:

Martes 9 de septiembre –
Noche de Bienvenida en el hotel Le Méridien, ubicado en un lugar idílico alrededor de la piscina y los jardines, con vistas al mar Adriático.

Miércoles 10 de septiembre –
Crucero al atardecer y cena en Roof 68
Además, se celebra el 70º aniversario de NAVSA,

Jueves 11 de septiembre –
Cena de clausura en la playa

| Fuente: EVA |

Desde la organización informan de los **Premios EVEX 2025 Highlight** que se presentarán durante EVEX del **9 al 12 de septiembre en Split.** Los Premios EVEX Highlight reconocen el producto o servicio que se destacará en EVEX este año,

Quién puede participar

La edición 2025 está abierta a productos, servicios, iniciativas y conceptos que se presentarán en EVEX 2025.

Cómo enviar tu participación

No hay un formulario de solicitud formal. Para participar, simplemente envía materiales de apoyo (folleto, PowerPoint, video, imágenes, etc.) que mejor describan tu producto/concepto/iniciativa a jb@vending-europe.eu antes del 15 de junio de 2025.

EVEX EUROPEAN VENDING EXPERIENCE

EUROPEAN VENDING & COFFEE SERVICE ASSOCIATION

Proceso de evaluación

Se presentarán **dos Premios EVEX 2025 Highlight:**

- Premio del Jurado EVEX 2025 Highlight.

- Premio de los Asistentes EVEX 2025 Highlight.

Uno será otorgado por un **jurado independiente** compuesto por periodistas, consultores y operadores de vending que evaluarán todas las presentaciones basándose en su experiencia. Además, se elegirá un **Premio EVEX Highlight por los asistentes de EVEX** que votarán durante el evento.

Ceremonia de entrega de premios

Para ser elegible para los premios, tu empresa debe ser un expositor de EVEX 2025 y un representante debe estar presente en la **Cena de Gala el 10 de septiembre** en Split para recibir el premio en persona.

Premios

Los ganadores recibirán **dos entradas gratuitas para asistir a EVEX 2026.**

Eventos Internacionales de interés para el sector

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)**

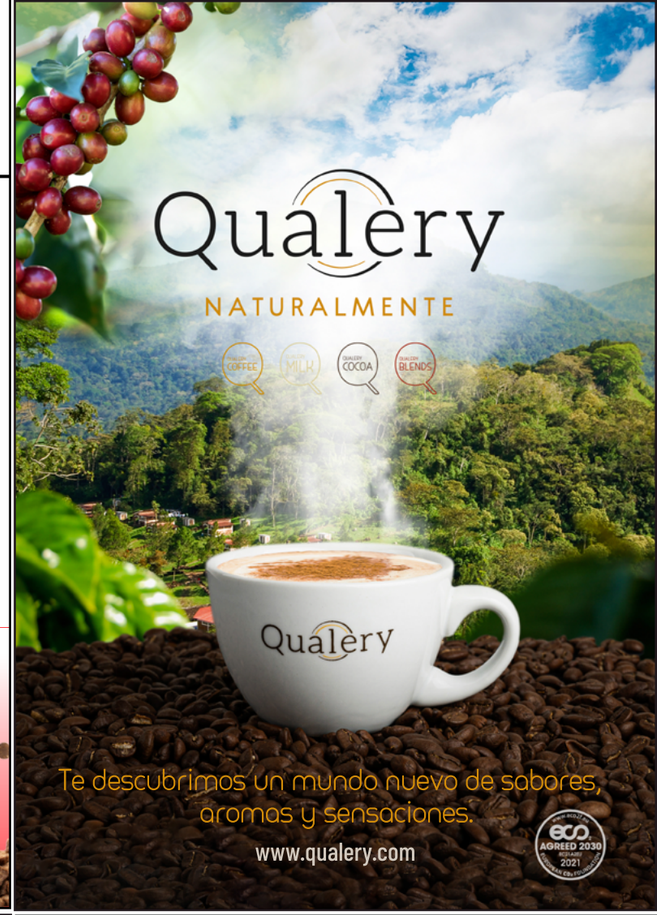
GASTRONOMIC FORUM BARCELONA |
Del 3 al 5 de noviembre.
Recinto Montjuïc de Barcelona **(España)**

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!

**Haz click para visitar su web*



Aneda NOTICIAS

Hazte socio
-
Nuevos socios

Si formas parte del sector del vending,

debes formar parte de la familia Aneda

¡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 ante las administraciones.

Visitas de Socios

Un Espacio a disposición de nuestros Socios

En nuestra sede, hemos tenido el placer de recibir a numerosos socios que han utilizado nuestras instalaciones para reuniones, presentaciones y otros actos.

Ofrecemos un espacio equipado con **tecnología audiovisual y mobiliario para cualquier modalidad de encuentro,** facilitando el uso y disfrute del espacio a todas las empresas asociadas.

Queremos recordar a todos nuestros socios que **nuestras instalaciones están siempre a su disposición**.

Sólo debes escribir a comercial@aneda.org y coordinaremos la fecha contigo.

Comprometidos con Nuestros Asociados

Además de recibir visitas en nuestra sede, seguimos comprometidos con **visitar a nuestros asociados en sus propias instalaciones.**

Nos encanta conocer de primera mano sus necesidades y proyectos.

El Presidente de Aneda, **Juan Luís Hernández** y la directora general **Yolanda Carabante**, visitaron recientemente a la empresa **MADRID FAS MACHINE** en San Fernando de Henares.

Gracias por abrimos las puertas, ello nos permite escuchar inquietudes y propuestas.

Muchas gracias a todo el equipo, especialmente a **Luigi y Javier** por su amabilidad y cortesía.

Visita de Kaiku a nuestra sede

Representantes de Aneda en Madrid Fas Machine

La importancia de la formación

Elemento clave para las empresas y organizaciones

La formación es fundamental para el desarrollo tanto personal como profesional.

Una **formación continua** permite a las personas adquirir nuevos conocimientos y habilidades, lo que contribuye a su crecimiento y realización personal.

En el **ámbito laboral,** la formación es crucial para mantenerse actualizado y competitivo. Las empresas valoran a los empleados que buscan mejorar continuamente.

La **formación continua** ayuda a las personas a mantenerse al día con las nuevas tecnologías y tendencias, lo que les permite adaptarse mejor a los cambios en su entorno.

La **formación específica** en cualquier sector es fundamental para el crecimiento y la excelencia. En un mundo en constante cambio, donde la tecnología avanza rápidamente y las exigencias sociales y laborales evolucionan, la formación se ha convertido en un elemento esencial para el éxito y la sostenibilidad de cualquier organización

Es esencial **estar preparado y adaptarse al entorno.** Por ello, los profesionales deben estar capacitados, formándose continuamente en todos los aspectos relevantes e importantes para su día a día.

Indudablemente, **la calidad del servicio mejorará** si las empresas invierten en la formación de sus profesionales.

La formación específica abre, también, **nuevas oportunidades laborales a los profesionales** de cualquier sector.

La profesionalización de un sector, como el de la distribución automática, implica e**levar estándares de calidad y eficiencia**, implementar programas de formación, garantizar la calidad de los servicios, implementar sistemas de evaluación y retroalimentación para asegurar la mejora continua de los procesos y servicios y proveer de herramientas a los profesionales para el desempeño eficaz de sus funciones, entre otros.

La profesionalización no solo mejora la calidad del servicio, sino que también c**ontribuye al desarrollo económico del sector.**

En **ANEDA,** estamos comprometidos con el **desarrollo profesional de nuestros socios,** ofreciendo programas de formación específicos y generales que ayudan a las empresas y sus empleados a poder alcanzar su **éxito profesional en el mercado.**

Desde ANEDA **gestionamos cursos ad hoc y generales para nuestros socios,** resaltando la importancia de la formación continua.

Estos cursos los podemos diseñar en exclusiva para empresas.

Ofrecemos un porfolio general, pero si necesitas cualquier otro, dínoslo y te lo gestionamos.

24H
ISO 9001
BUREAU VERITAS
Certification
El sabor comienza con
la calidad de cada ingrediente
lm
sandwich
TODOS NUESTROS PRODUCTOS ESTÁN ELABORADOS
CON INGREDIENTES DE PRIMERAS MARCAS.
100%
CALIDAD
sandwichlm.com

El mejor café
solo con
pulsar un
botón.
CANDELAS
Descubre
nuestra nueva
línea Vending
Special Vending
CAFESCANDELAS.COM

FSC
SGS
CUPERNICAN
HoReCa
Vending
Take away
SNOBBIE
BOBBIE
www.cupernican.com
hello@cupernican.com
+370 657 77955

AGILY
El secreto de tu éxito, hoy y mañana
Bianchi Vending
¡AGILY se adapta a todas tus necesidades! Puedes elegir AGILY L Touch 21" o AGILY M Touch 21" si buscas una alternativa más compacta.
Gracias a su excepcional modularidad, podrás configurar la máquina según tus objetivos y cambiarla sobre la marcha, cuando quieras: puedes ofrecer dos variedades de café y dos tipos de azúcar, hasta diez contenedores de productos solubles, elige el kit de segundo vaso para ofrecer múltiples formatos de bebidas o el kit dispensador de toppings para menús aún más golosos.
Con Agily, eres dueño del cambio.
TOUCH SELECTIONS
ESPRESSO BREWER (ES)
VACUUM COFFEE BEAN HOPPER
VARIABLE CHAMBER BREWER (ESV)
TOPPING DISPENSER
CUP DETECTION SENSOR
DIFFERENT SIZES

ERAVENDING
Fabricación
NOVEDAD!
PREMIUM 2011
Desde nuestra experiencia de mas de 20 años, en el vending publico, donde las maquinas son sometidas a todo tipo de excesos, a partir de esta experiencia hemos diseñado nuestra gama de snacks y bebidas ERAVENDING PREMIUM.
En nuestros modelos del año 2011 hemos cambiado el diseño de la puerta, mas ergonomico y con mayor escaparate.
En toda la maquina el acero inoxidable 304 es el protagonista, tanto en el interior como en el exterior de la misma.
Caracteristicas Principales
Exterior: teclado selección de producto, entrada de monedas antiliquidos 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: paredes interiores de la máquina en hoja de acero inoxidable 304. Bandejas de producto, espirales, separadores, guias de latas, todo ello en acero inoxidable 304. 7 cajones extraibles para almacenar producto
Iluminación: iluminación por 3 tiras de led con menos consumo y máxima duración, así como mayor respeto por el medio ambiente.
Refrigeración: hasta 3 °C para los modelos Combi, con temperatura estratificada y seguridad de frío, que impide la venta de productos comestibles si superan dicha temperatura.
Sensor: sensor de caída de producto de ultima generación.
Software: nuevo software 2011 con múltiples opciones.
Sistemas de pago y comunicación: máquinas predispuestas para conectar módulos de telemetría, billeteros y tarjetas de monedero.
PREMIUM maxi
PREMIUM medium
PREMIUM mini
Teclado Antivandalico
Entrada de monedas antiliquidos
Cristal estratificado de 20 mm
Cajones de almacén de productos
Iluminación por 3 tiras de led
Bandejas en acero inoxidable, con doble espiral
¡Pidanos presupuesto, se sorprenderá!
Grupo de empresas La Era de la Venta Automática
Poligono 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
Dr.coffee
MyHome
aev
www.aevending.com
La máquina de café perfecta
para una bebida perfecta
Pantalla touch-screen
Preparar café y una variedad de bebidas de café, incluyendo opciones con leche, está a tu alcance con un sistema automático de un solo toque.
Bebidas personalizadas
Más intenso, menos intenso, ristretto, largo, con leche caliente, sin leche. Elige la configuración que más te guste; en lo demás, MyHome se encargará de ellos.
Mantenimientos automáticos
La limpieza es más sencilla gracias al programa de limpieza automática que te guiará paso a paso para que puedas cuidar de tu máquina de café, tal como ella cuida de ti.

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.uniontostadora.com
www.espressate.com

MOMENTOS
que
unen
Nueva receta natural
VELARTE
pan de PIPAS
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

Noticias de empresa

Fini

“Fallin’ in Love”, el cortometraje mediante el que Fini defiende las conexiones reales entre las personas

Fini

¿Es posible establecer conexiones reales con las personas sin dejar de prestar atención a las pantallas?

La respuesta es NO y así lo defiende el inspirador cortometraje creado por Fini Golosinas, que evidencia la sobrexposición a la tecnología en la sociedad actual y defiende la necesidad de volver a interactuar verdaderamente con los demás. Un fenómeno creciente que ha sido reflejado magistralmente a través de las aventuras de un divertido aprendiz de Cupido y sus amigos. El cortometraje vio la luz en Madrid el 3 de abril en un evento celebrado en la sala Fitz coincidiendo con la presentación del nuevo posicionamiento de marca de **Fini.**

El corto refleja la tarea de un aprendiz de Cupido, cuyas flechas tienen como objetivo a Noah y Emma, una pareja que coincide en el metro pero que al estar inmersos en sus móviles ni se miran a los ojos. El divertido tirador deberá recurrir a su ingenio para llevar a cabo su labor.

“Fallin’ in Love” cuenta con la producción de Zombie Studio y la dirección de **Paulo Garcia**, ganador de más de 40 Cannes Lions y que supera los 400 premios en diversos festivales internacionales, así como el reconocimiento a Mejor Estudio de Animación de Latinoamérica en 2017 por el Festival Ciclope y a Mejor Empresa de Postproducción en 2019 en los Premios Internacionales de Londres – LIA.

El cortometraje está siendo **promocionado en YouTube y las principales redes sociales.** La banda sonora del cortometraje ha sido creada por Bumblebeat, estudio fundado por Henrique Tanji y Lucas Sfair, miembro de la Academia de Grabación de los Grammy y jurado en festivales creativos internacionales como Cannes. La composición musical original ha conectado a músicos de Europa, Estados Unidos y Brasil.

“Tenemos que aportar algo bueno a la sociedad”

El presidente de Fini, **Antonio Andrés Sánchez,** enfatizó la misión del cortometraje: “Vivimos en una sociedad en la que nos estamos perdiendo muchas cosas por el excesivo uso que hacemos de la tecnología. Por eso creemos que Fini tiene que aportar algo bueno a la sociedad con este mensaje, sobre todo a la gente joven porque son quienes más nos consumen. Fallin´in Love es una forma de demostrar que tenemos un compromiso con las personas y el posicionamiento de la marca de nuestra compañía va en esta línea. “*Por eso sentimos que nuestro Cupido y sus amigos divertirán a la gente, pero también les hará reflexionar. Ese es el mensaje, tenemos que volver a establecer conexiones reales con los demás”.*

Fini Golosinas y Victoria lanzan una colección cápsula de zapatillas customizables

Esta colaboración inédita une lo mejor de ambas marcas españolas, para dar como resultado una edición exclusiva personalizable con charms de dulces icónicos de Fini, que están disponibles en dos colores con aroma a golosina.

Fini

Fini da el salto al mundo del calzado con su primera colección cápsula de zapatillas en colaboración con Victoria. Esta colaboración creativa nace, literalmente, de una historia de amor. Victoria x Fini surge de dos marcas que comparten mucho más que raíces españolas: **una visión global, una energía joven y un legado romántico** que las conecta desde el corazón.

Victoria fue fundada en 1915, cuando Gregorio decidió ponerle a su marca el nombre de su esposa. Años más tarde, el fundador de Fini haría lo mismo al bautizar su compañía en honor a Josefina. Dos gestos de amor que hoy inspiran una sneaker cápsula con estética candy. Una edición limitada que combina estilo, emoción y la proyección de dos gigantes que pisan fuerte en todo el mundo.

Esta colección está compuesta por un modelo de zapatilla **disponible en dos colores —rosa ballet y vainilla cremosa**—, con doble cordón intercambiable en tonos vivos que recuerdan a las golosinas de Fini, lo que permite jugar, mezclar y personalizar el estilo según el estado de ánimo. Ambas sneakers están confeccionadas en suave serraje texturizado, con forro interior de contraste y suela tipo gum. Además, cada modelo es personalizable con pins y charms con la forma de los dulces más reconocidos de Fini, lo que permite realizar combinaciones únicas y llenas de estilo para que cada persona cree su **diseño exclusivo,** en función de su personalidad.

Con esta colaboración, **Fini** busca reforzar su compromiso con marcas ligadas a la industria local y tradicional españolas. Ambas firmas forman parte de la cultura popular española desde hace generaciones, además de evocar sentimientos de **nostalgia y alegría,** conectando los sentidos a las tendencias actuales.

¿Tienes entre 0 y 3 empleados? Entonces puedes beneficiarte del Kit Digital como nunca antes.

Implanta hasta 3 dispositivos Telmarkt completamente gratis – una solución valorada en más de 2.000 €, ahora sin coste gracias a las ayudas del programa Kit Digital.

Muxunav

Con estos dispositivos podrás aceptar pagos digitales mediante **código QR, Apple Pay, Google Pay, Bizum y tarjetas virtuales.**

Además, contarás con **telemetría en tiempo real,** para saber en todo momento lo que ocurre en tus máquinas.

Y eso no es todo:
Gracias al Kit Digital, recibirás 1 año de conectividad y servicio de telemetría totalmente gratis.

Y si además quieres añadir datáfonos externos, Telmarkt también es compatible con Redsys.

Una oportunidad única, valorada en más de 2.000 €, ahora 100% gratuita.

Disponible solo mientras esté activo el programa Kit Digital.

Moderniza tu vending sin coste y sin complicaciones.

La Fundación de Trabajadores de El Pozo Alimentación entrega sus premios al Mejor Expediente Académico

Los galardones reconocen a los empleados e hijos que han cursado sus estudios con excelencia

El Pozo Alimentación

La Fundación de Trabajadores de **El Pozo Alimentación** ha hecho entrega de los galardones a los mejores expedientes académicos, que reconocen a los empleados e hijos que han cursado sus estudios con excelencia en el último curso académico.

Son tres categorías: **EBAU, Ciclo Formativo de Grado Superior y Universidad,** con tres premios de 1.200, 900, y 600 euros cada uno.

Los galardonados este año en la **EBAU** han sido **Candela León, Celia Romero e Isabel Ruiz**, hijas de trabajadores de la compañía. En el Ciclo Formativo Grado Superior los mejores expedientes han correspondido a **Irene Pagán, Yudith Marín, y Magdalena Corbalán,** también hijas de empleados de la empresa.

En la categoría de Universidad los reconocimientos han recaído en **María Canovas y Alba Pagán,** hijas de trabajadores de El Pozo Alimentación y al miembro de la plantilla de la compañía, que desempeña sus funciones en el área de Higienización, **Germán Martínez.**

Con el desarrollo de esta iniciativa la **Fundación de Trabajadores de El Pozo Alimentación** destaca la importancia que tienen valores como el esfuerzo, el sacrificio, y la constancia tanto en su equipo humano como en sus familias.

Esta Fundación es una organización sin ánimo de lucro que ayuda a los miembros de su plantilla y a sus familias a afrontar situaciones difíciles. Impulsa también la salud de su entorno con actividades deportivas y culturales. Junto a estas dos líneas de actuación, respalda cada año el trabajo de unas quince **ONG** y entidades sin ánimo de lucro centradas en los colectivos más vulnerables y desfavorecidos.

VISITA SU WEB

Foto de Familia de los galardonados

Noticias de empresa

ElPozo Bienstar, patrocinador principal de La Vuelta Femenina

La marca refuerza su apoyo al crecimiento del deporte femenino en España

El pozo alimentación

ElPozo Bienstar es patrocinador principal de **La Vuelta Femenina by Carrefour.es,** una de las carreras más prestigiosas de la máxima categoría del ciclismo femenino, que se disputa esta semana en España, hasta el 10 de mayo.

ElPozo Bienstar será visible en diferentes soportes de la carrera durante todas las etapas. La marca apadrina también el 'Premio a la Combatividad', que reconoce a **la ciclista más luchadora** de la etapa del día anterior, elegida a través de una votación por parte de los aficionados. Además, contará con la participación de Vita, la mascota de la marca, que subirá al pódium para acompañar a las ciclistas más combativas.

Vita simboliza los valores y la **identidad de ElPozo Bienstar** y el compromiso continuo con el deporte y la salud. El nuevo rostro llevará los mensajes responsables de la marca de una manera más cercana y amigable durante esta semana de prueba deportiva.

La tercera edición de La Vuelta se compone de siete etapas y cubrirá una distancia de 750 kilómetros. ElPozo Bienstar renueva así su compromiso con uno de los eventos más importantes del país y refuerza su apoyo a la actividad deportiva y al deporte femenino en España.

VISITA SU WEB

La mascota Vita, de ElPozo Bienstar, hace entrega en el pódium al 'Premio a la Combatividad'.

Noticias de empresa

Vencloud

Cómo mejorar la Rentabilidad en el Vending

Los operadores más rentables no son necesariamente los que más venden, sino aquellos que logran mayor eficiencia gracias a una gestión optimizada de su negocio.

La rentabilidad, el principal objetivo de cualquier negocio.

Durante mucho tiempo, el éxito en el vending se midió por el **volumen de ventas** o la **cantidad de máquinas instaladas**. Sin embargo, en un contexto de alta competencia y mayor exigencia por parte del consumidor, para mantener la rentabilidad se necesita que el operador de Vending sea muy eficiente en todos sus procesos.

Para lograr ser eficiente en todos los aspectos información inmediata y sobre todo fiable, e implantar métodos de trabajo y herramientas de gestión que automaticen, simplifiquen y agilicen todos los procesos.

El primer paso para ello debe consistir en implantar una herramienta de gestión (ERP) que abarque y gestiones todos los **procesos de la empresa,** de forma que se disponga de información completa sobre todos los aspectos que permitan **controlar el negocio** y facilitar la toma inmediata de decisiones cuando realmente se necesita.

Es decir, la herramienta de gestión debe gestionar los procesos fundamentales; **compras, stocks, logística, recaudación, instalaciones, servicio técnico, comercial,** etc., de forma integrada para asegurar la automatización y simplificación de los procesos.

Para lograr la automatización y simplificación es imprescindible que la herramienta integre y trate de forma automática los datos obtenidos de las máquinas y/o sistemas de pago, es decir sistema de **Telemetría, y/o sistemas de recogida de los Audits,** registro de actividades del personal en almacén, personal de servicio técnico, mediante el uso de dispositivos móviles tales como Teléfonos smartphones, Tablets, o PDas, de modo que los datos se integren y traten de forma ágil y automática.

No es suficiente con disponer de sistemas de telemetría o sistemas de pago avanzados, si la información que proporcionan no se integra automáticamente en el **sistema de gestión,** ya que no permite tratar automáticamente los datos, realizar el debido control, simplificar y agilizar todos los procesos afectados.

Uno de los datos base más valiosos para una empresa de Vending son los audits electrónicos proporcionados por las maquinas o sistemas complementarios instalados en ellas. Los datos que proporcionan si el sistema de gestión integral lo gestiona adecuadamente puede conseguir un **control inmediato** sobre; la recaudación, ventas, rentabilidades de cada máquina, de cada Cliente, producto, etc.

Los audits pueden ser obtenidos mediante sistemas de Telemetría o bien mediante ciertos dispositivos portátiles como es el caso de VenCloud BT. Este tipo de dispositivos funcionan como una telemetría portátil, **transmiten la información** sobre la marcha, no requieren un dispositivo por máquina, simplemente uno por reponedor, lo que evita el coste periódico de una Telemetría y son una alternativa muy interesante para obtener los Audits de aquellas maquinas en las que no se instale un Telemetro.

Control y optimización:

Tener datos fiables es el primer paso, pero además es importante que el operador de Vending cambie el enfoque de cómo gestionar el negocio. Una forma importante de ayuda será que la herramienta de gestión integral (ERP) proporcione al **operador** la información relevante mediante Cuadros de Mando que muestren los indicadores sobre los diversos procesos y aspectos del negocio, con alarmas sobre rentabilidad y otros aspectos relevantes, que permitan a los distintos responsables de la empresa concentrarse en aquello que requiera su atención evitando perderse en un bosque de datos, estadísticos y/o informes, que si bien son necesarios forman parte de un **análisis** posterior.

Es decir, poder **ver la información importante de manera directa,** simple y ágil para poder centrarse en los aspectos relevantes del negocio y en base a ello tomar las decisiones adecuadas en el momento adecuado.

Tres claves de la rentabilidad:

1. Control exacto de la recaudación

Es imprescindible disponer de un **control exacto, automático** y eficiente sobre la recaudación, esto solo se puede hacer en caso de disponer de los audits electrónicos y se procesan de forma automática por parte de la herramienta de gestión contrastando la información con el contaje físico, control de cambio en tubos, y la información reportada por los sistemas de pago electrónico.

Si el sistema no realiza el contraste completo y/o se usan métodos tales como los basados en cargas u otros datos, no podrá tener realmente un control exacto de la recaudación, y por tanto tampoco podrá detectar de manera inmediata el fraude ni dispondrá de datos solidos para calcular las rentabilidades

2. Rentabilidad

Es evidente que conocer la rentabilidad de cada máquina, cliente, centro, delegación, empresa, es **imprescindible para gestionar el negocio.**

Pero es obvio que la rentabilidad solo se puede calcular si se conoce de manera fiable el **importe de las ventas** de cada producto en cada máquina, el coste de los productos vendidos, otros ingresos, los costes operativos y otros costes imputables a la máquina, es decir lo imprescindible para obtener una cuenta de explotación por máquina, por cliente, total de la empresa, etc.

La información base para estos cálculos tal como comentábamos se basa en el procesado completo del Audit, el control adecuado de la recaudación y la imputación automática de otra información que afecte al punto de venta, es decir para que sea ágil y automática debe ser realizada por la solución de gestión (ERP), es decir que **dicha solución recopile los datos necesario** y presente cuando sea necesario sin labores administrativas complementarias, dichas cuentas de explotación.

3. Eficiencia y Optimización

La eficiencia y mejora de todos los procesos vendrá dada por la implantación de nuevas formas y métodos de trabajo que facilite la herramienta de gestión (ERP), en función de ello podrá lograr un mayor 0 menor grado de; automatizaci6n, simplificación, seguridad y agilidad en la realización de todos los procesos, en base a ello podrá disponer de una mayor o menor grado de integración de todos los sistemas de Telemetrías, medios de pagos, sistema de recogida de datos, control completo o no de la recaudación, dispondrá de soluciones de movilidad que ayuden en mayor o menor medida en la realización y control de las tareas por parte del personal en almacén, reponedores y técnicos, realizara un control completo o no del stock, movimiento de los productos, trazabilidad alimenticia, y de las caducidades.

Con respecto a la optimización, varios aspectos relevantes a tener en cuenta, entre los cuales deben considerarse los siguientes:

- Optimización de la preparación de la carga de los vehículos, es importante que el sistema de gestión en base a la información obtenida de las maquinas, el stock, las necesidades y tendencias, pueda proponer los productos y cantidades adecuadas, automatice, simplifique y digitalice el proceso de preparación y carga de los vehículos (prekiting, picking).

- **Optimización de los productos y cantidades apropiadas en maquina** (optimización del planograma), es importante que el sistema analice de forma automática y en su caso haga advertencias y/o recomendaciones sobre los productos situados en las maquinas, ya que es relevante para mejorar la rentabilidad de las máquinas y el movimiento adecuado de los productos.

- Optimización de las visitas (rutas), es decir que la solución disponga de un sistema de cálculo o propuesta automática de visitas a realizar (Rutas dinámicas), en función de las necesidades de reposición y/o recaudación, ya que ello permitirá optimizar visitas y reducir costes logísticos.

En resumen:

El operador de Vending para sobrevivir en un mercado que se ha vuelto muy competitivo no debería continuar aplicando clásicos métodos de trabajo, herramientas y basarse únicamente en su intuición.

Al contrario, para para conseguir y/o mantener los objetivos de rentabilidad debe dotarse de las herramientas necesarias que automaticen, agilicen y simplifiquen todos sus procesos, y que además le faciliten datos fiables de forma inmediata que le permitan tomar las decisiones en el momento en que son necesarias.

Galletas Gullón

chocobom lanza su nueva gama de galletas minis en bolsitas para llevar

Gullón Chocobom presenta su nueva gama de productos Mini en bolsitas para llevar, con formatos ideales para el momento del snack y para disfrutar en cualquier lugar.

Galletas Gullón

Fiel a su filosofía de **"hacer galletas para tod@s",** Gullón lanza distintas variedades adaptándose a las necesidades de sus consumidores: las **Chocobom Mini Cookies,** para los amantes del chocolate y las **Chocobom Cacao & Chips** sin gluten para el consumidor celíaco.

Chocobom Mini Cookies: Deliciosas galletas com pepitas de chocolate. Envasadas en prácticas bolsitas de 40g cada una para llevar. Elaboradas sin aceite de palma.

Chocobom Cacao & Chips SIN GLUTEN galletitas CHOCOBOM con masa de cacao y con pepitas de chocolate y sin gluten. Envasadas en prácticas bolsitas de 40g cada una para llevar. Elaboradas SIN FRUTOS DE CÁSCARA, SIN HUEVO y SIN ACEITE DE PALMA.

De este modo, **Gullón** da respuesta a las necesidades de los consumidores que buscan formatos más adaptados para un **consumo fuera de casa:**

- Fáciles de llevar en bolsitas
- Mejora la conservación del producto
- Raciones adaptadas para el momento snack
- Versión sin gluten, apta para celíacos

¡¡Galletas Gullón. Galletas para tod@s!!

Noticias de empresa

Nexus Machines

Un encuentro con el olvido: Cómo una máquina de vending puede marcar la diferencia

Nexus machine

Imagina a Julio, un hombre de 78 años que vive con Alzheimer. Vive solo, pero con el apoyo de su hijo y su vecina, que ocasionalmente lo ayuda con el móvil o buscando objetos perdidos. Julio siempre ha sido una persona independiente, pero últimamente su memoria le juega malas pasadas, y tareas simples se han convertido en desafíos inesperados.

Una tarde soleada, Julio decidió salir a dar un paseo por su parque favorito. Era un lugar que le traía cierta paz, aunque a veces olvidaba por qué esos árboles y bancos le resultaban tan familiares. Mientras caminaba, sintió sed y recordó que había una máquina de vending cerca de la entrada del parque. Decidido, se dirigió hacia ella. Sin embargo, al llegar frente a la máquina, algo que en el pasado hacía sin siquiera pensarlo se convirtió en un laberinto mental. Los botones, los números, el lugar donde insertar las monedas... Todo le resultaba confuso y abrumador. Miró a su alrededor, pero no quiso molestar a nadie pidiendo ayuda. Finalmente, se alejó sin comprar nada, sintiéndose un poco más pequeño y vulnerable.

Este episodio, aunque cotidiano, pone de relieve una realidad que a menudo ignoramos: los **objetos y sistemas** que damos por sentados pueden convertirse en barreras insuperables para muchas personas. Nos invita a reflexionar sobre cómo el diseño de las cosas que nos rodean podría evolucionar para ser más inclusivo y accesible.

Diseño inclusivo: hacia máquinas accesibles

Entonces, ¿cómo podríamos **diseñar una máquina de vending** pensada para personas como Julio? Aquí algunas ideas innovadoras que podrían marcar una gran diferencia:

1. Interfaz simplificada y amigable:

En lugar de una cuadrícula de botones con números o combinaciones complejas, se podrían usar **pantallas táctiles** con imágenes claras de los productos disponibles. Cada opción podría estar acompañada de un color llamativo y un ícono reconocible. Por ejemplo, una botella de agua azul o un paquete de galletas con forma rectangular.

2. Instrucciones auditivas claras:

Un **sistema de audio integrado** podría guiar al usuario paso a paso con una voz serena y cálida: «Seleccione el producto que desea. Toque la imagen en la pantalla.» Este tipo de guía no solo ayuda a personas con dificultades cognitivas, sino también a quienes enfrentan barreras visuales o de lectura.

3. Reconocimiento biométrico o sistema de pago simplificado:

Para evitar la **complejidad de manejar monedas** o billetes, se podría integrar un sistema de reconocimiento facial o de huella dactilar. Alternativamente, un lector de tarjetas con un solo botón de confirmación permitiría completar la compra sin pasos innecesarios.

4. Retroalimentación visual y táctil:

Cuando se selecciona un producto, **luces en colores agradables** podrían indicar que la máquina ha recibido la orden. Además, una pequeña vibración o sonido podría reforzar la acción para asegurarse de que el sistema ha comprendido su elección.

5. Modo asistente:

Una opción accesible desde el inicio podría ofrecer una **experiencia guiada** más detallada para aquellos que necesiten apoyo adicional. Por ejemplo, un botón grande con la etiqueta «Ayuda» activaría un modo que explique el proceso con calma y repita las instrucciones si es necesario.

6. Personalización y contexto:

Imagínate que la máquina pudiera **recordar patrones de uso.** Si Julio siempre compra agua, la máquina podría mostrar esa opción primero la próxima vez, haciendo que el proceso sea aún más fácil y fluido.

Nexus Machines

Más allá de la tecnología: el poder de la empatía

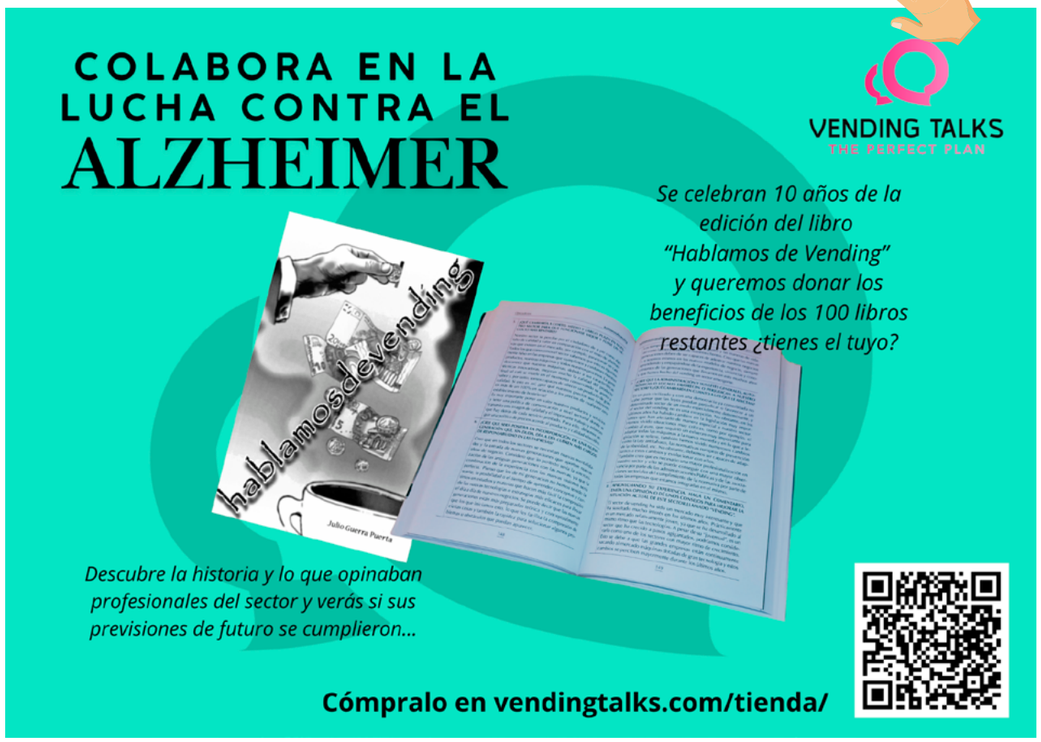
El diseño inclusivo no solo beneficia a personas con Alzheimer, sino también a cualquier usuario que pueda sentirse abrumado, como niños, personas mayores o quienes enfrentan barreras temporales, como alguien cansado después de un largo día. Al integrar empatía en el proceso de diseño, no solo creamos productos más accesibles, sino que fomentamos una sociedad más compasiva y conectada.

Conclusión: pequeños cambios, grandes impactos

La historia de Julio nos recuerda que no todos enfrentamos el mundo con las mismas capacidades, pero todos merecemos un entorno que nos apoye y nos permita mantener nuestra autonomía. La tecnología, cuando se diseña con sensibilidad y empatía, tiene el potencial de ser transformadora. Cada detalle cuenta: desde la simplicidad de los iconos hasta la calidez de una voz que guía.

¿Cómo sería un mundo donde cada máquina, cada objeto y cada espacio estuviera diseñado pensando en todos? Probablemente, un mundo más amable.

Colabora en la lucha contra el Alzheimer comprando este libro en nuestra tienda: Libro Hablamos de Vending



vendinGO acelera su crecimiento en Portugal y España

Especialistas en distribución para empresas de vending, VendinGO consolida su presencia en toda la Península Ibérica con ambición, estrategia y foco en el cliente.

VendinGO

¿Quiénes somos?

VendinGO nació de una visión simple pero poderosa: **acercar el vending a las verdaderas expectativas del consumidor actual.**
En un mercado donde los consumidores son cada vez más conscientes, exigentes y conectados con sus elecciones, reconocimos la urgencia de innovar. Nuevos hábitos, nuevas tendencias y nuevas exigencias surgen a diario — y fue esa realidad la que nos impulsó a actuar.

Nuestro compromiso es claro: **poner en valor y revitalizar el canal vending,** devolviéndole el protagonismo que merece como un canal de proximidad moderno, eficiente y relevante.

¿Qué hacemos?

Gestionar una operación de vending hoy es un verdadero reto. Por eso, nuestra misión es **simplificar cada etapa del proceso** — desde la selección del portafolio hasta la entrega y el servicio posventa.

Trabajamos para que cada máquina expendedora ofrezca productos de alta calidad, innovadores y adaptados a distintos perfiles de consumo, permitiendo que los operadores se centren en lo esencial: **hacer crecer su negocio y satisfacer a sus clientes.**

Expansión ibérica con resultados concretos

"Hemos superado los objetivos que nos habíamos propuesto, pero el trabajo está lejos de terminar", afirma **Airton dos Santos Pedro**, socio fundador de vendinGO.

La entrada en el mercado español fue cuidadosamente planificada, con un objetivo claro: **comprender las necesidades reales de los operadores locales y aportar valor desde el primer contacto.**

"Nuestra propuesta de valor simplifica la vida de los operadores. Nos diferenciamos en dos pilares clave: un portafolio exclusivo y atractivo, y un equipo con profundo conocimiento del sector", añade.

Actualmente, vendinGO ya trabaja **con clientes activos en prácticamente todas las provincias españolas,** acelerando su expansión gracias a una combinación eficaz de una oferta amplia y adaptada, una infraestructura logística sólida y una plataforma digital con una experiencia de compra optimizada. Este enfoque ha demostrado un impacto real en el día a día de los operadores, mejorando la eficiencia, la rentabilidad y la experiencia del consumidor final.

Distribución: la base de todo

Gracias a una red estratégica de alianzas, vendinGO garantiza entregas en toda la Península Ibérica — desde grandes núcleos urbanos hasta las zonas más remotas, con cobertura total en España en un plazo máximo de 72 horas.

"La distribución es el corazón de nuestro negocio. Es fundamental contar con un modelo logístico ágil y con cobertura total del territorio español. Solo así podemos apoyar a los operadores en los desafíos reales que enfrentan en el terreno y asegurar que siempre tengan acceso a los productos adecuados, en el momento preciso", destaca **Gabriel Marques dos Santos,** socio fundador y responsable de operaciones.

Perspectivas para 2025

Con el primer semestre de 2025 prácticamente concluido, vendinGO entra en una nueva fase de inversión en su operación en España.

La empresa ha anunciado recientemente la incorporación de dos consultores comerciales con más de 20 años de experiencia en el sector, lo que permitirá **reforzar la especialización del equipo y garantizar cobertura presencial** en las zonas de Cataluña, Comunidad Valenciana, Aragón, Madrid, País Vasco, Navarra y Murcia, ofreciendo un acompañamiento más cercano y continuo a los operadores de estas regiones

De aquí a final de año, está prevista la incorporación de cuatro nuevos profesionales dedicados exclusivamente al mercado español, con el objetivo de cubrir todo el territorio con un equipo comercial y de posventa estructurado, especializado y orientado al cliente.

Además, vendinGO será **expositor en Expocongress ANEDA 2025**, que se celebrará en Toledo en el mes de noviembre — la primera participación oficial de la empresa en un evento del sector en España, un momento simbólico en esta nueva etapa de afirmación ibérica.

Nestlé
Nesquik
ALL NATURAL
LECHE CON CACAO

100% INGREDIENTES NATURALES
-50% AZÚCARES AÑADIDOS*
92% DE LECHE
✓ SIN GLUTEN

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

¡CON PAJITA DE PAPEL!

Contáctanos
Tel. 900505254
www.nestleprofessional.es
Nestlé PROFESSIONAL

Vendo SANDEN

Somos SandenVendo

CARBON NEUTRAL PROJECT

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@fuentesdeaguamineral.com
www.fuentesdeaguamineral.com

Fundación
J. García-Carrión

El esfuerzo de una familia

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

▸ Descubre esta historia en **garciacarrion.com**

Aneda NOTICIAS

"La revista de tu asociación"

ANEDA
VENDING

ASAMBLEA GENERAL ORDINARIA
- 3 DE JUNIO EN MADRID - SEDE COCA-COLA.

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

@Anedavending