

res por los españoles. En este sector hay instaladas más de 376.000 máquinas expendedoras, lo que arroja una facturación estimada en 1.300 millones de euros anuales. Este volumen de negocio sitúa a España como el quinto gran mercado del vending, tras Italia, Francia, Alemania y Reino Unido.

“La venta automática complementa lo que la restauración colectiva no puede ofrecer, convirtiéndose en la herramienta ideal para no perder oportunidad de negocio en aquellas franjas horarias donde a las colectividades no les es posible prestar el servicio”, dice Carabante.

### **AUTOMATIZACIÓN POR TODAS PARTES**

“En los dos últimos años tanto China como EEUU han puesto en marcha tiendas automatizadas; son establecimientos pensados para llevar la conveniencia al extremo: se eliminan las barreras, frenos y no hace falta la interacción humana” dice Pablo de la Rica, Gerente Retail Knowledge de la Asociación de Fabricantes y Distribuidores (Aecoc); “porque además una tienda en la que no hacen falta trabajadores es más sencillo que pueda estar siempre abierta, ya que no se incrementan los costes y no hay problemas legales”.

“Hoy en día éste es un tema relevante, ya que los consumidores buscan inmediatez por lo que, incluso el establecimiento físico que tenía ventajas al estar siempre abierto, ahora empieza a competir en igualdad de condiciones”.

“Son tendencias que estamos viendo y que sin duda llegarán aquí más pronto que tarde, es verdad que algunas antes que otras”, dice Pablo de la Rica a propósito de los desarrollos tecnológicos en el sector minorista que han llevado a cabo JD.com, Tencent o BingoBox en China o AmazonGo y AiFi en Estados Unidos.

Mientras JD.com planea una red de establecimientos automatizados y vende licencias de sus sistemas a otros agentes del mercado, Tencent ayuda a modernizar los establecimientos de otras cadenas, optimizando la experiencia del consumidor. Este operador ya ha firmado acuerdos con los grupos Walmart China, Wanda y con el propio JD.com. No en vano, se cuenta que el máximo responsable de esta última compañía “tiene la visión de una plantilla completamente robotizada, trabajando en naves industriales automatizadas, conduciendo camiones autónomos y realizando entregas a través de robots gracias al reconocimiento facial”.

“La tecnología perfeccionará el comercio, de forma que será un proceso mucho más eficiente y sobre todo mejorará la experiencia del cliente”, dice De la Rica; “hemos de tener en cuenta que la tecnología ya existe, pero que su coste ralentiza su aplicación y a medida que sea asumible la veremos en nuestro día a día” Porque también, y según este portavoz de Aecoc, “hay players con pulmón para apostar por ello, aun siendo operaciones de alto coste, como es el caso de Amazon o Alibaba”.

Este último grupo ha hecho una apuesta por lo que se considera el “nuevo comercio”, basado en la aplicación de las nue-



**VISÍTANOS EN EL  
33 SALÓN GOURMETS  
Pabellón 4 Stand H14  
8, 9, 10, 11 de abril  
de 2019**

**El transporte  
de alimentación  
en las mejores  
condiciones**

**FRIO PAQ i2GOURMET**

**Servicios especializados en alimentación**

#### **RED PROPIA DE DISTRIBUCIÓN**

En España, Portugal y Andorra

#### **TRANSPORTE A EUROPA DE PALETS**

A temperatura controlada

#### **E-COMMERCE**

Los alimentos de la web a su destino:  
la entrega domiciliaria en frío

#### **ALMACENES CON REGISTRO SANITARIO**

Trazabilidad - Control de la temperatura

#### **DISTRIBUCIÓN CAPILAR ECO**

Sostenible medioambientalmente



**¡SÍGUENOS EN  
INSTAGRAM!  
@rutaintegra2**

**integra2**  **Logista**

[integra2@integra2.es](mailto:integra2@integra2.es) • [www.integra2.es](http://www.integra2.es)

