**MINUTADO RESTAURANTE ROBOTIZADO IA**

**CLIP 1.- Imágenes de recurso del restaurante robotizado en el Aeropuerto de Barcelona, de la preparación y entrega de pedidos, de viajeros comprando productos…**

**CLIP 2.- Entrevistas:**

**MIREYA MUÑOZ, DIRECTORA DE MARKETING Y EXPANSIÓN DE AREAS IBERIA**

**TC: 00:00: ¿En qué consiste este nuevo espacio SELF?** AREAS ha abierto SELF, el primer restaurante robotizado con inteligencia artificial que se implementa en un aeropuerto a nivel mundial, y lo hace en Barcelona, en un aeropuerto de AENA.

SELF es un concepto diseñado para ofrecer a los viajeros una experiencia innovadora, en la que un robot con una garra y cinco dedos táctiles servirá los pedidos de forma óptima y eficiente, algo hasta ahora nunca visto en un aeropuerto. Self siempre contará con el soporte de personal humano, elevando la experiencia de cliente. SELF está equipado con inteligencia artificial, que aprende y toma decisiones óptimas en tiempo real y una cámara de visión artificial, que le permite “ver” y adaptarse al entorno para mejorar la calidad y rapidez del servicio.

**TC: 00:45: ¿Cómo y cuándo surgió la idea? ¿Qué necesidades habéis detectado en los consumidores que os han llevado a abrir este espacio?** El proyecto nació con el objetivo de integrar la tecnología y la innovación en el sector de la restauración dentro del ámbito de Travel Channel. Identificamos una oportunidad en el rápido avance tecnológico y el potencial del sector y, como pioneros y disruptivos en el sector decidimos llevar a cabo esta iniciativa, aliándonos con los mejores partners para crear un modelo de servicio único y ofrecer soluciones tecnológicas de última generación a nuestros clientes.

**TC: 01:13: ¿Por qué habéis escogido el Aeropuerto de Barcelona para inaugurar este primer establecimiento robotizado con IA en un aeropuerto?** Hemos escogido el Aeropuerto de Barcelona porque se trata de un hub clave a nivel nacional e internacional, y la ciudad es pionera en tecnología, lo que hace de este lugar el entorno ideal para introducir soluciones innovadoras. Además, Barcelona es la sede mundial de Areas, lo que refuerza nuestro vínculo con la ciudad y nos permite dar un paso significativo en nuestra misión de transformación digital en la restauración.

**TC: 01:37: ¿Qué significa para Areas el nacimiento de este proyecto?** Este proyecto reafirma nuestra capacidad de innovación y nuestro liderazgo en el sector. Nos permite ofrecer a los viajeros nuevas experiencias mediante soluciones tecnológicas avanzadas, como la integración de la robotización con IA y visión artificial, para optimizar procesos y mejorar el servicio al cliente.

**RAQUEL GIMÉNEZ, RESPONSABLE DE MARKETING DE AREAS ESPAÑA**

**TC: 01:57: ¿Cómo funciona técnicamente este servicio robotizado?** SELF es un establecimiento robotizado con inteligencia y visión artificial que tiene como elemento principal un robot con garra de captura y dedos táctiles para gestionar y servir los pedidos de manera eficiente y autónoma. Al llegar, los clientes eligen sus productos mediante "easy orders" y realizan el pago. Luego, reciben un ticket con un número y un código QR y, en ese momento, SELF comienza a preparar el pedido, optimizando tiempos. Al estar listo, la pantalla "call screen" notificará al cliente, quien podrá recoger su pedido en el canal indicado, utilizando el código QR.

**TC: 02:34:** **¿Qué papel tiene la IA en este servicio y por qué habéis decidido apostar por esta tecnología?** La IA desempeña un papel clave en este proyecto, ya que permite al robot aprender de cada pedido y mejorar su rendimiento. Junto con la visión artificial, el robot "ve" y adapta su comportamiento a su entorno para ofrecer un servicio más preciso y eficiente, convirtiéndolo en el primer robot en el sector de la restauración en ruta con estas tecnologías combinadas.

Con este nuevo proyecto, culmina un proceso de varios años durante los que Areas ha realizado estudios y una extensa y continua Investigación y Desarrollo en el sector, para dar respuesta a las crecientes y exigentes demandas de los nuevos perfiles de viajeros, y sorprenderles con esta nueva experiencia.

**TC: 03:12: ¿Qué oferta tiene este concepto?** Su oferta se centra en los Best Sellers de los establecimientos del travel channel, como bocadillos premium, bollería, ensaladas, pokes y postres. Además de cafés, refrescos y zumos. Una oferta elaborada a diario para garantizar la máxima calidad a cada uno de nuestros clientes.

**TC: 03:32: ¿Con quién habéis desarrollado este proyecto?** SELF ha necesitado de un equipo multidisciplinar tanto interno como externo para desarrollar este nuevo concepto.SELF ha sido desarrollado completamente con innovación e ingeniería española de la mano de IJRRobótica y AEV y en colaboración con partners tecnológicos como MasterCard, Kuka e ICG; marcas de gran consumo como Mahou San Miguel, Coca-Cola, Frit Ravich, Lavazza, Montaraz, Gufresco, Danone, Evian, García de Pou y, por último, con expertos en diseño y arquitectura como GAC 3000 y Espluga + associates.

**TC: 04:04: Aunque el robot trabaja de forma autónoma, ¿qué papel tiene el personal humano? ¿Cómo se relaciona el robot con los trabajadores?** Este innovador concepto combina lo mejor de la tecnología avanzada y la inteligencia artificial con la experiencia y el compromiso de nuestro equipo humano. La solución está diseñada para operar con un alto grado de autonomía, gracias a su tecnología de IA, pero siempre está respaldada y apoyada por el personal del local. El staff se comunica en todo momento con Self y mediante un sistema de mensajes permitiendo al personal brindar una atención más personalizada y de mayor calidad a nuestros clientes.

**TC: 04:34: ¿Qué retos o desafíos os han surgido en la creación y desarrollo de este sistema?** El principal reto de este proyecto ha sido llevar la tecnología robótica con IA a un mercado tan específico como el Travel Channel. Esto ha implicado una continua inversión en I+D, ya que hemos tenido que adaptarnos constantemente a las necesidades emergentes, superarlas y desarrollar una operativa que supere las expectativas de nuestros clientes. Otro desafío importante ha sido trasladar nuestro know-how en restauración a la robótica y al front office, integrando la experiencia que tenemos en el sector con la tecnología más avanzada.